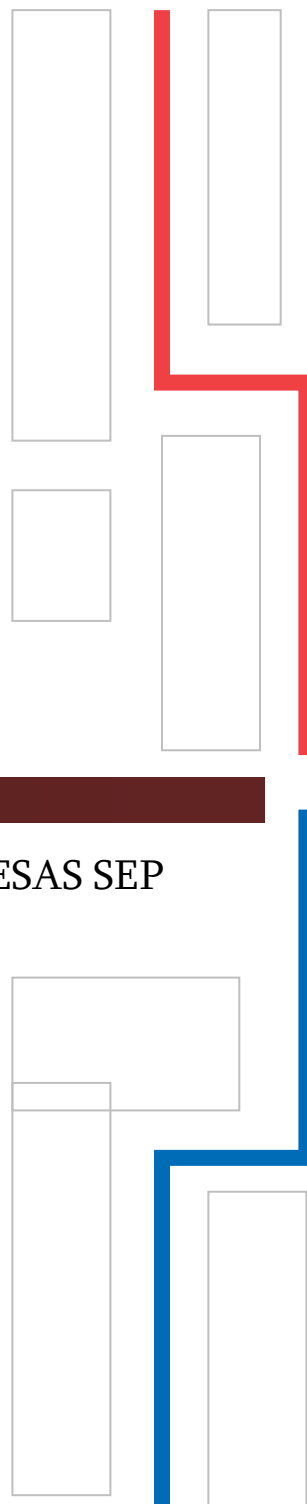




# GUÍA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

GUÍA DE GOBIERNO CORPORATIVO PARA EMPRESAS SEP



## 1. Introducción

Los temas que más asocian con la RSE están mayoritariamente ligados a una serie de objetivos y medios para el desarrollo sostenible que son generalmente aceptados: ética y transparencia empresarial, la contribución al desarrollo económico y distribución de la riqueza en el entorno, la acción social, el diálogo con grupos de interés, gestión medioambiental, y la integración de criterios responsables en la estrategia de la empresa.

En la materia se pueden destacar diversas iniciativas internacionales de promoción de la RSE, tales como: UN Global Compact lanzado en el año 2000 por la ONU, la Declaración Tripartita de la OIT sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social, las Directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales (OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2000), la Comisión Europea en el Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” (2001), entre otras.

En nuestra legislación, vale la pena destacar el ejemplo de la Ley 19.542, que modernizó el sector portuario estatal. En términos generales, esa ley, contiene las acciones a partir de las cuales es dable desprender la necesidad de que las empresas portuarias estatales respondan a los imperativos de la Responsabilidad Social Empresarial. La citada ley recoge de manera implícita la posibilidad de requerir un comportamiento socialmente responsable a las empresas portuarias del Estado, por ejemplo cuando en su artículo 50, literal d), habla de procurar un desarrollo armónico entre los puertos y la ciudad. O también, cuando ordena la creación de una “comunidad portuaria” integrada por sus principales incumbentes.

En este contexto, el Sistema de Empresas SEP- ha considerado pertinente elaborar lineamientos dirigidos a todas las empresas del sector estatal que estén o pasen a estar bajo su injerencia, con el objeto de concretizar tanto los principios de RSE, vigentes al momento de su elaboración, como también aquellas acciones concretas que sirvan de ejemplo.

## 2. Consideraciones claves

### a. Política de RSE

A la hora de integrar la RSE en una empresa lo primero que debe hacerse es el diseño de una estrategia o política con tal objetivo, estructurada en una serie de documentos, planes, códigos y/o, guías, aprobados por la dirección y con un adecuado nivel de publicidad dentro y fuera de la organización.



Resulta relevante establecer que las políticas de RSE sean año a año revisadas por el Directorio o Comité de Auditoría.

b. RSE en la institución misma

Las organizaciones tienen una influencia directa sobre las personas que trabajan en ellas, por eso una de las áreas prioritarias en el desarrollo de la RSE son todas aquellas actividades de la empresa para la gestión de las relaciones con sus trabajadores, de tal manera que reconociendo las capacidades y peculiaridades de cada organización, tenga como piso las exigencias regulatorias y procuren en lo general excederlas, sujeto ello a los límites presupuestarios y regulatorios aplicables a las empresas del sector estatal.

*En Anexo I se presentan a modo referencial actividades de RSE dentro de la institución.*

c. RSE con el mercado

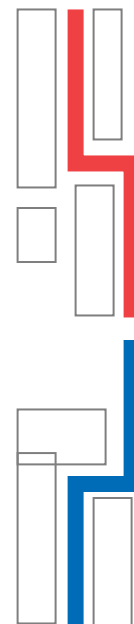
La relación con stakeholders ofrece mayores oportunidades para empresas que apuestan por la RSE, como alternativa de diferenciación y competitividad, para ello, es relevante contar con mecanismos que contribuyan a la seguridad, protección de la salud y la gestión de datos personales de clientes, consumidores y proveedores.

Por ejemplo, mejorar los periodos y alcance de garantías, potenciar medidas para conocer, resolver quejas y prevenirlas; mejorar la información; ofrecer asistencia y asesoramiento, puede, en aquellas empresas en que resulta factible, servir a la estrategia de posicionamiento de la empresa y la creación de valor en la relación empresa-cliente o empresa-proveedor.

Al relacionarse con su mercado objetivo, es importante visualizar las relaciones en el mediano y largo plazo, para lo cual generar confianzas mutuas, mediante el suministro de información estratégica-global completa, objetiva e imparcial y el desarrollo de prácticas de comercialización, justas y equilibradas, adecuadas a su receptor es clave, minimizando, en forma adicional el riesgo reputacional.

d. Transparencia en RSE

Para efectos de conocer los intereses y expectativas pertinentes a las empresas por los incumbentes, especialmente aquellos con una mayor injerencia en los procesos productivos



de la organización, y por otra parte, dar cuenta a los incumbentes de las acciones en relación con sus intereses y expectativas.

e. Difusión de las políticas de RSE

La comunicación puede realizarse por distintos medios y formatos, que dependerán tanto del tipo de información a transmitir, como del tipo de incumbentes, buscando siempre en el proceso el equilibrio más adecuado entre eficacia y eficiencia.

De este modo, esta guía sugiere adoptar, entre otros, los siguientes mecanismos formales de comunicación y transparencia:

- Página web y uso de redes sociales, dado el alto grado de difusión e impacto que estos medios muestran en la actualidad.
- Memorias de RSE y/o sostenibilidad, o que las Memorias anuales incluyan capítulos especiales sobre tales materias.
- Folletos corporativos.
- Informes medioambientales.

### 3. Elementos básicos

a. RSE con los clientes

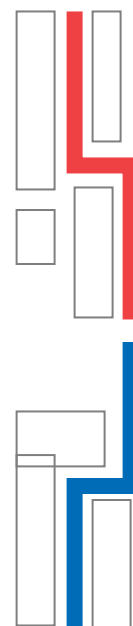
Crear a través de la confianza relaciones de largo plazo con los clientes también es un imperativo básico que arranca de la RSE.

*En Anexo II se presentan a modo referencial actividades de RSE con los clientes.*

b. RSE con los proveedores

El objetivo es sensibilizar e introducir, a representantes de empresas proveedoras, trabajadores y otros grupos de interés sobre el concepto de RSE, y la forma de incorporarlo en la gestión de los negocio.

*En Anexo III se presentan a modo referencial actividades de RSE con los proveedores.*



c. RSE con la comunidad

La inversión en la Comunidad, como una tendencia en el avance de la relación empresa/comunidad no corresponde al concepto de filantropía, sino debe ser parte de su estrategia de negocios. Su desarrollo requiere rigor, planificación, seguimiento y medición de resultados, orientados a la sostenibilidad de la organización a largo plazo.

El apoyo a comunidades relevantes ya sea por su relación o cercanía geográfica con la operación de empresa, es una de las prácticas más desarrolladas en este ámbito, lo mismo que la promoción de actividades deportivas, culturales o sociales.

*En Anexo IV se presentan a modo referencial actividades de RSE con la comunidad.*

d. RSE con el medio ambiente

Las empresas han incorporado la variable ambiental como uno de los pilares fundamentales de la RSE. Variados son los ejemplos que muestran cómo, junto con asegurar el goce de los recursos naturales para las futuras generaciones, las empresas perfeccionan su producción abaratando costos y elevando la calidad de su oferta. La valoración de los productos, procesos y servicios de los negocios se ve a través de la eliminación de desechos y emisiones; del aumento de la eficiencia y la productividad de todas las tarifas y recursos, y de la reducción de prácticas anti-ecológicas.

*En Anexo V se presentan a modo referencial actividades de RSE con el medio ambiente.*

