



Organización
Internacional
del Trabajo

PRESENTACIÓN RESULTADOS ESTUDIO PAÍS

**“El rol de los encargados de
sostenibilidad, su relacionamiento e
involucramiento de trabajadores”**

Desarrollado por
Daniela Aguirre
Anne Kathrin Müller
Natalie Trajman

AGENDA

Metodología y contexto

Resultados Estudio OIT

Panel de expertos

ME TO DO LO GIA



El estudio fue elaborado en 2021, en un trabajo basado en:

OIT 2019:
Declaración del Centenario para el Futuro del Trabajo con Agenda centrada en las personas

Agenda 2030:
Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Experiencia y trayectoria de Acción Empresas en el trabajo con los líderes de sostenibilidad y de gestión de personas en una diversidad de rubros

Licitación de parte del Departamento internacional de investigación de la OIT de estudios específicos en varios países, uno de ellos en Chile

Elaborado por
- Natalie Trajtmán (ex-Jefa de Línea Personas y Trabajo)
- Daniela Aguirre (Socióloga y consultora externa)
- Anne Kathrin Müller (Gerente de Desarrollo Acción Empresas)



Profundizar en la evolución de la función de la sostenibilidad en las empresas en Chile y comprender el alcance e impacto que está teniendo el área de sostenibilidad en las empresas



Este estudio tiene como objetivo describir función, alcance, e impacto del área de Sostenibilidad buscando en particular ahondar en los siguientes aspectos:

01.

Institucionalización, profesionalización e impacto de la función de sostenibilidad en las organizaciones estudiadas

02.

Involucramiento de los stakeholders y relacionamiento con la diversidad de tendencias y actores influyentes en el contexto organizacional

03.

Rol de los colaboradores y sindicatos en la promoción e implementación de la agenda de sostenibilidad en la organización



GRUPO OBJETIVO

Empresas Socias
de Acción

TÉCNICA DE ESTUDIO

Diseño multi método
complementario

FECHA DE CAMPO

Encuestas aplicadas entre
julio y septiembre de 2021

Análisis datos existentes

De fuentes propias
(DSE y Empresas Sumando Valor) y
fuentes externas
(publicaciones académicas, del
sector público, OIT, OCDE, PNUD,
etc.)

Estudio cuantitativo

Mediante formulario auto-
aplicado de encuestas online,
dirigido a gerentes o
subgerentes de sostenibilidad
(N: 55)

Estudio cualitativo

Mediante entrevistas
semiestructuradas, aplicada a 4
empresas avanzadas
(Rubros: Banca, Industria
vitivinícola, Comercio y
Energía)

1. Introducción

2. Panorama de la situación en Chile: Evolución y tendencias actuales

- 2.1 Demografía y fuerza laboral
- 2.2 Modelo político y socioeconómico
- 2.3 Crisis múltiple: social, climática y sanitaria

3. Contexto internacional y su impacto en la sostenibilidad empresarial

Descarga el estudio completo en:
<https://accionempresas.cl/content/uploads/wcms-834506-2.pdf>

4. El futuro del trabajo: Avances y desafíos para Chile

- 4.1 Incrementar la inversión en las capacidades de las personas
- 4.2 Incrementar la inversión en las instituciones de trabajo
- 4.3 Incrementar la inversión en trabajo decente y sostenible

5. La Visión de las empresas: resultados de encuesta y estudio de caso

- 5.1 Antecedentes: características de sostenibilidad en las empresas en Chile
- 5.2 Resultados Encuesta
- 5.3 Estudio de Casos

6. Conclusiones

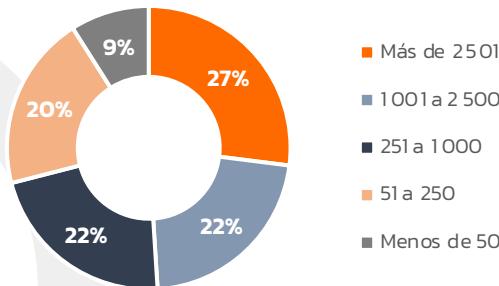


ESTUDIO GENERAL

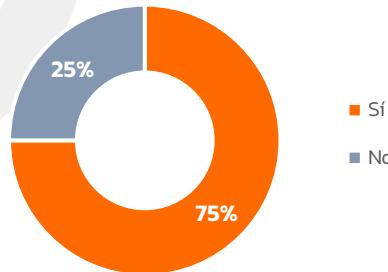
Resultados

55 empresas socias participaron en la parte cuantitativa

Trabajadores/as en Chile



¿La empresa pública Reportes de Sostenibilidad?



Rubro	Nr.	%
Energía y combustible	8	15%
Consumo masivo	6	11%
Retail	4	7%
Minería	3	5%
Servicios a empresas	3	5%
Forestal	3	5%
Transporte y logística	3	5%
Consultoría	3	5%
Tecnología, informática y telecomunicaciones	3	5%
Agroindustria y acuicultura	2	4%
Servicios financieros	2	4%
Marketing, publicidad y comunicaciones	2	4%
Seguridad Social	2	4%
Otros	11	20%



01.
El área

02.
El área y la gerencia general

03.
Las características del encargado

04.
La injerencia en la gestión del negocio



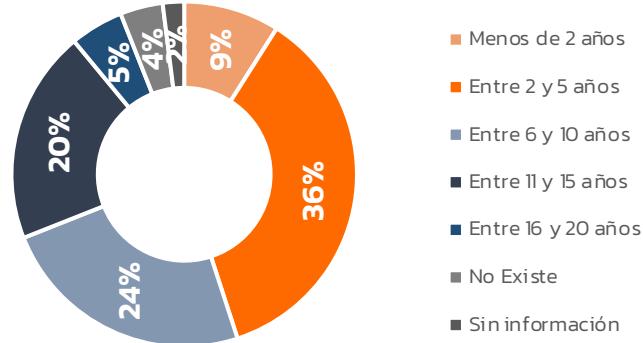
EL ÁREA

¿Qué gerencia/departamento/área coordina los temas de sostenibilidad en la empresa?

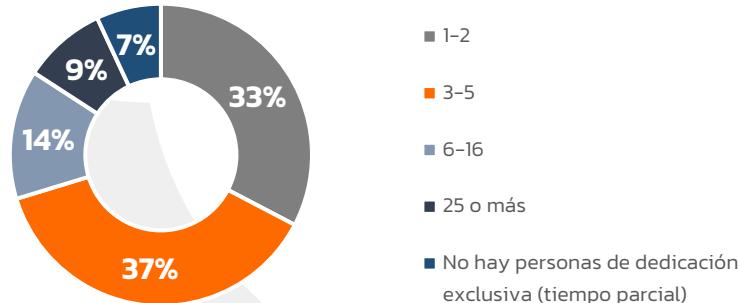
Sostenibilidad / Sustentabilidad	31	56%
Asuntos Corporativos	17	31%
Comunicaciones / Asuntos Públicos	8	15%
Gestión de Personas / RRHH	6	11%
Gerencia General	5	9%
Clientes	2	4%
Medioambiente	2	4%
Otros	11	20%

Nota: La tabla muestra el número y porcentaje de empresas que incluye la palabra correspondiente en el nombre del área/gerencia que coordina los temas de sostenibilidad. El total es mayor a un 100% porque en varios casos el nombre del área considera más de un concepto.

¿Desde cuándo existe el área/función de sostenibilidad en la empresa en Chile?

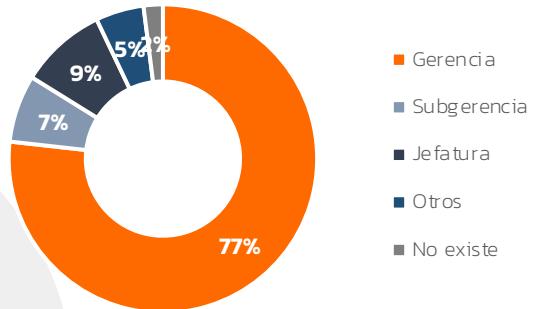


Número de personas que integran el área de sostenibilidad en la empresa

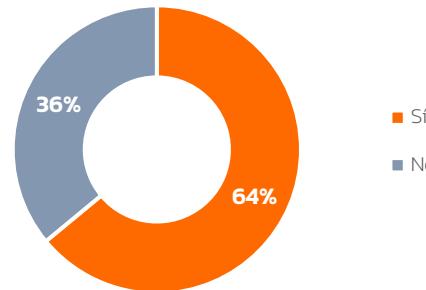


EL ÁREA Y LA GERENCIA GENERAL

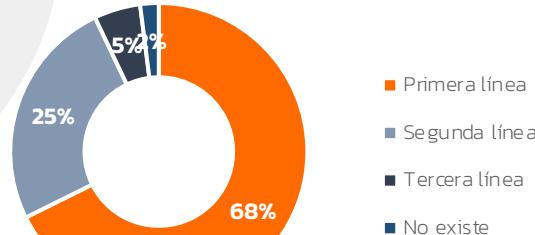
Nivel jerárquico del área de sostenibilidad en la empresa



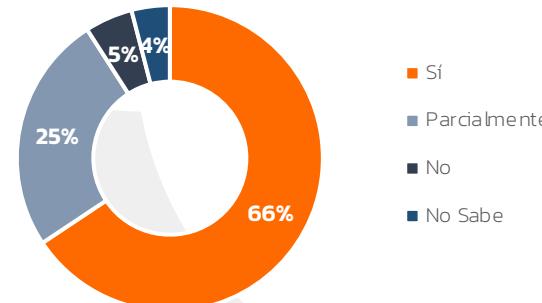
¿Existe un Comité de Sostenibilidad que reporte directamente a la gerencia general/directorio de la empresa?



Distancia entre el/la representante máximo/a de sostenibilidad y el/la CEO de la empresa



El Directorio y/o alta gerencia participa activamente en el monitoreo y abordaje de las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad

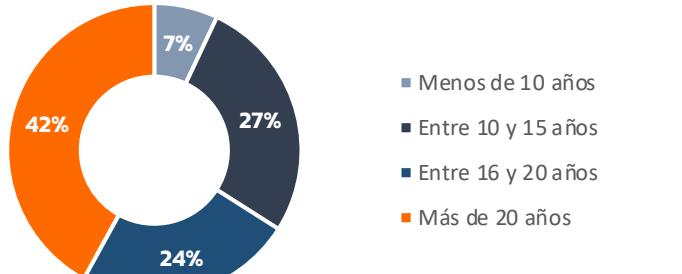


EL ENCARGADO

Profesión

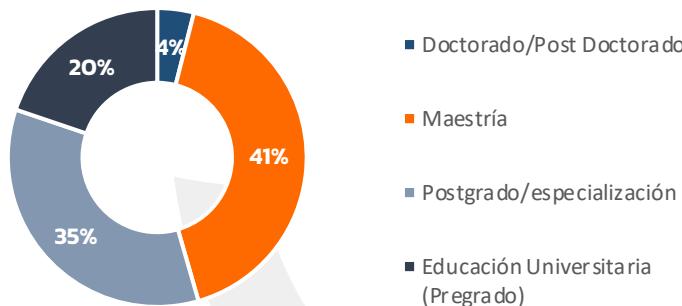
Ingeniería comercial	13	24%
Periodismo	11	20%
Ingeniería civil	10	18%
Derecho	5	9%
Psicología	3	5%
Comunicación social	2	4%
Publicidad	2	4%
Sociología	2	4%
Otras ingenierías	4	7%
Otras ciencias sociales	1	2%
Otros	2	4%

Experiencia laboral



- Menos de 10 años
- Entre 10 y 15 años
- Entre 16 y 20 años
- Más de 20 años

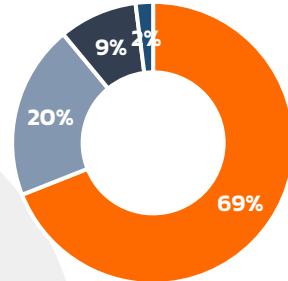
Nivel de educación



- Doctorado/Post Doctorado
- Maestría
- Postgrado/especialización
- Educación Universitaria (Pregrado)

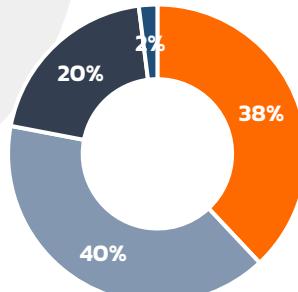
INTEGRACIÓN EN LA GESTIÓN DEL NEGOCIO

La empresa cuenta con metas, objetivos e indicadores claros en materia de sostenibilidad



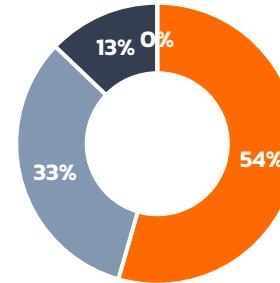
- Sí
- Parcialmente
- No
- No Sabe

Las metas en materia de sostenibilidad están traducidas en indicadores e integradas en la evaluación de los distintos cargos y su sistema de incentivos



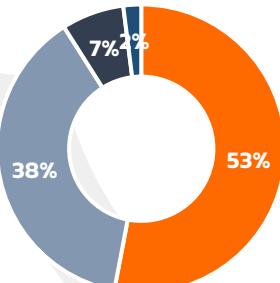
- Sí
- Parcialmente
- No
- No Sabe

Existe un alto impacto del área de sostenibilidad en la manera en que se maneja el negocio



- Sí
- Parcialmente
- No
- No Sabe

Los/as gerentes o encargados/as de las distintas áreas de la empresa conocen y manejan los desafíos que se tienen en materia de sostenibilidad



- Sí
- Parcialmente
- No
- No Sabe



01.
**Tendencias
internacionales**

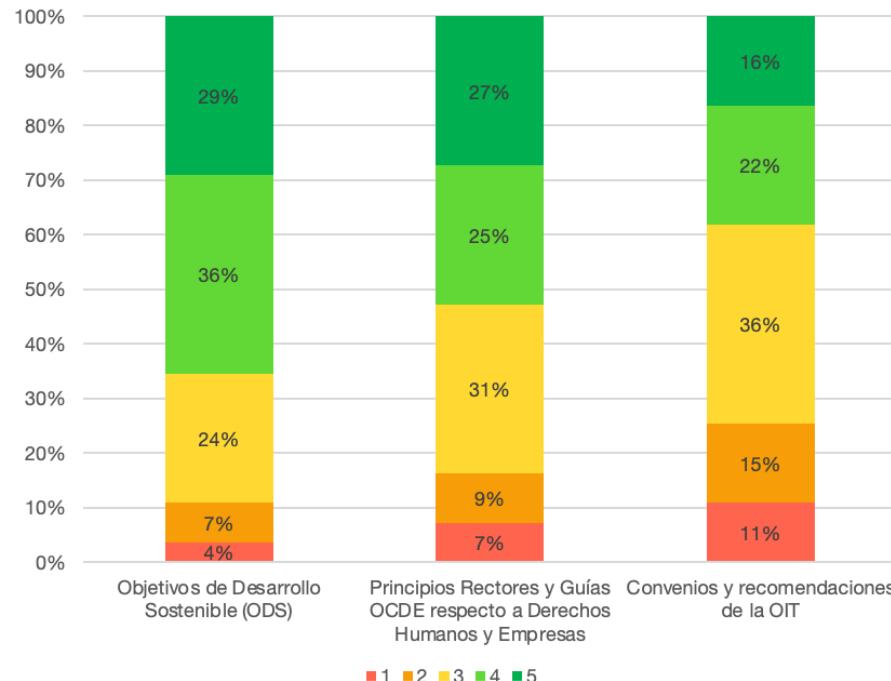
02.
**Involucramiento de
los stakeholders**

03.
**Impulsores
principales**



TENDENCIAS INTERNACIONALES

De 1 al 5, donde 1 es nada integrado y 5 muy integrado: ¿Cuán integrados están en la planificación y quehacer del área/función de sostenibilidad de la empresa?



EN GENERAL

SI

- a) Participan en **espacios de intercambio** y aprendizaje sobre temas de sostenibilidad, diálogo con expertos/as
- b) Predominan **instancias de diagnóstico** que permiten recoger información para la elaboración de informes y la planificación del trabajo en sostenibilidad

PERO

- a) Falta profundizar en **mecanismos formales** para involucrar activamente a todos los grupos de interés externos en temas de sostenibilidad
- b) Estas instancias no implican necesariamente una **injerencia** de estos grupos en el diseño de las acciones o definiciones más estratégicas

Se observan algunos avances interesantes en el trabajo con comunidades y proveedores.

CLIENTES Y CONSUMIDORES

SI

- a) La atención se centra principalmente en los aspectos relacionados con la **reputación y la imagen corporativa** (sostenibilidad como atributo de marca).
- b) **Exigencias y expectativas** de grandes clientes nacionales y los mercados de exportación presionan a las empresas para abordar con mayor profundidad los aspectos de sostenibilidad.
- c) Los cambios sociales y políticos indican que hay una **ciudadanía** cada vez **más exigente**.

PERO

- a) No todos los mercados internacionales valoran la **sostenibilidad como un elemento clave** del desempeño empresarial.
- b) Al menos en la percepción de las empresas, los principales requerimientos de consumidores nacionales no se centran todavía en materias de sostenibilidad, sino en la **relación precio y calidad**.
- c) Estos cambios **aún no** se traducen claramente en **requisitos específicos** de sostenibilidad empresarial, suele haber desconocimiento sobre la materia.

COMUNIDADES

SI

- a) En la **minería, generación energética** y en los grandes proyectos de **infraestructura**, rubros habitualmente con altos impactos en los entornos, la **licencia para operar** depende del trabajo directo con las comunidades, para asegurar la viabilidad para los proyectos.
- b) Empresas de estos rubros afirman contar con **diversos canales de escucha**, tales como encuestas anuales, canales de denuncia y diálogos comunitarios periódicos con diferentes grupos.

PERO

- a) Otros rubros (agroindustria y retail) declaran **desafíos importantes** en su trabajo con comunidades, ya que aún no cuentan con una política de relaciones que les permita estructurar sus acciones en torno a objetivos claros y en línea con una estrategia de sostenibilidad.

PROVEEDORES

SI

- a) **Empresa del sector financiero**, que se vincula mediante grupos de trabajo con proveedores, donde plantean y discuten cuestiones para definir objetivos comunes, metas a alcanzar e iniciativas a desarrollar conjuntamente.
- b) **Empresa vitivinícola**, que conscientiza a sus proveedores para licitaciones que no se basen solo en precio-calidad-tiempo, sino también en trazabilidad o estándar productivo (huella, agua o el recurso más crítico involucrado con ese proveedor); además, cuenta con grupos de trabajo con proveedores estratégicos para desarrollar productos más sostenibles que ahora no existen en el mercado nacional.

PERO

- a) En la gran mayoría de las empresas predomina aún la ecuación **precio-calidad**.
- b) Les **complica exigir estándares** a sus proveedores que ellos mismos recién o apenas cumplen.
- c) Sienten que no tienen **capacidad de control**, y que además, los criterios muy rígidos dejan muchas veces fuera a los proveedores PYMES regionales.

PRINCIPALES IMPULSORES

Interés del CEO / Inversor / Dueño de la empresa	42	76%	
Riesgos / beneficios de reputación	38	69%	→ CLIENTES*
Oportunidades de crecimiento del mercado	29	53%	→ CLIENTES*
Riesgos / beneficios financieros	23	42%	
Reclutamiento de talento y compromiso / retención de empleados	21	38%	→ TRABAJADORES*
Requisitos regulatorios y legislación (por ejemplo, sobre debida diligencia o transparencia)	21	38%	
Riesgos / beneficios operativos	20	36%	
Presión del consumidor / cliente final	12	22%	→ CLIENTES
Presión de socios comerciales (compradores, proveedores)	6	11%	→ PROVEEDORES
Otro	6	11%	
Presión de los trabajadores / sindicatos	1	2%	→ TRABAJADORES
Reducción de presupuesto / costos	1	2%	

Nota: El total es mayor a 100% porque las empresas podían elegir hasta cinco opciones.

* indirectamente relacionados



01.
**Nivel de
integración**

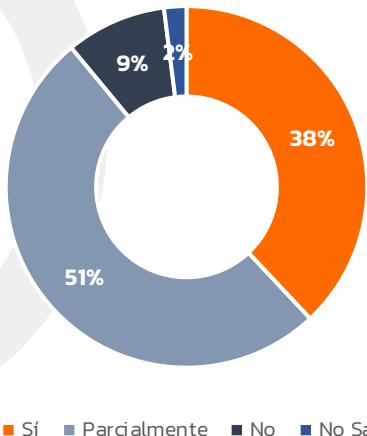
02.
Avances y brechas

03.
Desafíos

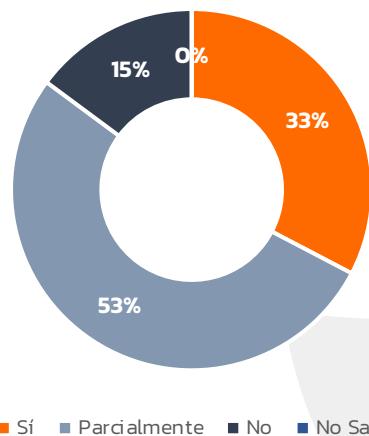


NIVEL DE INTEGRACIÓN

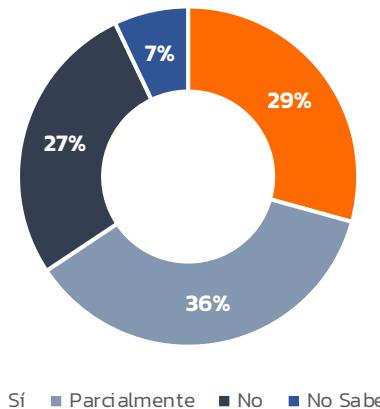
La empresa **capacita a su personal**, de todos los niveles jerárquicos, en torno al cumplimiento de los desafíos en materia de sostenibilidad y les cómo la sostenibilidad debe orientar sus decisiones y acciones



La mayoría de los/as trabajadores/as **conoce y maneja los desafíos** que tiene la empresa en materia de sostenibilidad



Se utilizan instrumentos de **diálogo social** para integrar la voz de los sindicatos / representantes de trabajadores/as sobre la sostenibilidad



AVANCES Y BRECHAS

SI

- a) Las empresas entrevistadas reconocen que **existe interés** entre sus trabajadores/as por la sostenibilidad
- b) Factor relevante para **reclutamiento y retención** de nuevas generaciones, y mayor **nivel de familiarización** entre jóvenes, trabajadores de oficina, nivel ejecutivo y de profesionales de niveles medios
- c) Empresas entrevistadas cuentan con espacios de **formación, metodologías** consultivas y algunos mecanismos de participación para conocer opiniones
- d) **Sindicatos** están informados y sus miembros participan como cualquier trabajador/a en las instancias de consulta y formación que se promueven desde las empresas
- e) Solo participan más **directamente** en lo relativo a relaciones y condiciones laborales, y diversidad e inclusión, ambos temas relacionados directamente con el área de gestión de personas

PERO

- a) Falta conocimiento y **no es eje central** de las preocupaciones laborales de los trabajadores
- b) Dificultad para los **trabajadores de operaciones** (en las centrales, las plantas agrícolas o los puntos de venta/servicio), de asociarla con su trabajo cotidiano, condiciones laborales y calidad de vida
- c) Ninguno de los casos de estudio ha consolidado instrumentos de **diálogo social** específicos y periódicos para integrar la voz de los trabajadores sobre la sostenibilidad
- d) Sindicatos no tienen un **rol concreto** en la promoción e implementación de los asuntos de sostenibilidad excepto en relaciones y condiciones laborales y diversidad & inclusión
- e) Los **sindicatos no se han involucrado** en otros temas específicos, lo cual se percibe como falta de interés, pero tampoco se les ha pedido que lo hagan

/ rol de colaboradores y sindicatos en la implementación de la agenda de sostenibilidad



DESAFIOS

AMPLIAR COMPRENSIÓN: Comprender y abordar las relaciones laborales, la preocupación por mejorar las condiciones de trabajo y los procesos de sindicalización y negociación colectiva como parte integral de la estrategia sostenibilidad.

MEJORAR METAS: Seguir avanzando en la incorporación de la sostenibilidad en las metas de operación y de gestión de personal.

FORMAR LIDERES: Fortalecer el conocimiento y compromiso de los distintos cargos gerenciales con los desafíos de sostenibilidad.

INVOLUCRAR: Ampliar y profundizar el involucramiento y la incidencia de trabajadores/as y sindicatos en la sostenibilidad.

INTEGRAR: Alinear las exigencias y expectativas de los trabajadores en materia de sostenibilidad con el impacto en el negocio.





acción
empresas | wbcisd

Conclusiones

/01

Durante las últimas dos décadas, las áreas de sostenibilidad han ido evolucionando en su nivel de relevancia y visibilidad.

/02

Los impulsores principales siguen siendo factores reputacionales y la voluntad de la gerencia general.

/03

Necesario reducir la brecha entre la sostenibilidad y la perspectiva de negocio, traducirla a metas e incentivos correctos y cambiar cultura organizacional.

/04

Involucramiento de stakeholders dispares, con potencial de mejora en cuanto a metodología, periodicidad e incidencia efectiva.

/05

Punto aparte:
Urge potenciar el involucramiento de colaboradores e sindicatos, en cuanto a comprensión, integración y alineamiento.



www.accionempresas.cl