

MINUTA DE REUNIÓN

| | | | |
|--|--|-------------|--|
| Comité: Sostenibilidad | | | |
| Tema convocatoria: reunión mensual ordinaria | | | |
| Fecha | 8 septiembre 2022 | Hora Inicio | 09:00 |
| Lugar | Piso 2, Edificio del Comercio | Hora Fin | 10:30 |
| Expositor | <ul style="list-style-type: none"> - Verónica Torres, Gerente de Sostenibilidad de la CCS. - Andrea Garderes, Socia Directora de Almabrand. - Roberto Puentes, CEO de Belab. - Alejandro Chacón, Director del Congreso Ecodal. | Contacto | <ul style="list-style-type: none"> - vtorres@ccs.cl - agarderes@almabrand.com - roberto@belab.cl - alejandro.ecodiseno@gmail.com |

| ASISTENTES | | | |
|------------------------|------------------------|------------|----------------|
| Nombre | Empresa | Asistencia | Firma o Motivo |
| Verónica Torres | CCS | SI | |
| Natascha Avaria | CCS | SI | |
| Daniela Navarro | CCS | SI | |
| José Díaz | CCS | SI | |
| Deloitte | Jomaris Rossell | SI | |
| Falabella Inmobiliario | María Angélica Charlín | SI | |
| Falabella Retail | María Verónica Tapia | SI | |
| Koslan | José Binimelis | SI | |
| KPMG | María Julia Arana | SI | |

| | | | |
|----------------|--------------------------|----|--|
| Latam Airlines | Ixsy Valdés | SI | |
| Lipigas | Mylene Iribarne | SI | |
| Mallplaza | Francisca Monteverde | SI | |
| PedidosYa | Mónica Collell | SI | |
| Salcobrand | María José Fuentealba B. | SI | |
| Samsung | Camila Errázuriz | SI | |
| Santander | Gonzalo Rodríguez | SI | |
| SMU | Marcela Salas | SI | |
| Softys | María José Ochagavía | SI | |
| Softys | Tania Acuña | SI | |
| Sura | Giannina Cerón | SI | |
| Telefónica | Maximiliano Echeverría | SI | |

TEMAS ABORDADOS

1.- 09:00 Comité Sostenibilidad: Bienvenida y avances.

Se inicia la sesión invitando a participar en la sesión ampliada del comité de asuntos corporativos, que se hará justo después de la jornada del comité de sostenibilidad, donde el Senador Ricardo Lagos Weber expondrá sobre el rol de las empresas en el nuevo escenario post plebiscito.

Luego, se desarrolla la presentación vinculando los avances en cada una de las iniciativas del Comité con el Principio de Conducta Empresarial al que aporta.

4° Principio: Conducta responsable con sus proveedores y socios comerciales. Se comunica la segunda etapa de profundización de contenido de la guía de cadena de suministro sostenible.

6° Principio: Implementar una cultura de ética e integridad. Se plantea proyecto sobre la implementación de un observatorio de sostenibilidad empresarial, con el objetivo de impulsar estándares mínimos para divulgar la “sostenibilidad” en reportes y marketing de empresas y productos, como también promover políticas públicas y regulación en materia ASG.

7° Principio: Participar con las comunidades en el desarrollo local. Se da cuenta del avance en el trabajo con Vico Science, para la elaboración del portal de fomento de sostenibilidad empresarial, y se anuncia la búsqueda de proveedores que se dediquen al desarrollo de la sostenibilidad, para evaluar la eventual posibilidad de considerarlos en la plataforma.

2.- 09:15 Almagrandes: Confianza empresarial para la sostenibilidad.

La presentación inicia exponiendo 5 dimensiones de la confianza, en las que “Transparencia, Responsabilidad y Empatía” se plantean como “Nueva Confianza” y “Respaldo y Cercanía” como “Confianza Tradicional”. Sus definiciones son las siguientes:

1. Transparencia: Son honestas y transparentes, dicen la verdad y no ocultan información.
2. Responsabilidad: Son responsables con las personas y el entorno, cumplen lo que prometen y se hacen cargo de sus errores.
3. Empatía: Se preocupan de verdad por los intereses de las personas y sociedad.
4. Respaldo: Su trayectoria y desempeño dan seguridad y respaldo.
5. Cercanía: Son cercanas y accesibles.

Luego, se presentan los resultados generales de la encuesta “icreo 2022”, que muestra el nivel de confianza que alcanzan las marcas y empresas el 2022, donde se destaca las marcas que alcanzan mejor puntuación en cada dimensión de la confianza y las que son reconocidas en cada categoría de producto/servicio ofrecido.

Los principales hallazgos de la encuesta fueron los siguientes:

- La Opinión Pública evalúa con un 4,3 su confianza en marcas, empresas e instituciones este 2022, lejano aún de un desempeño aceptable.
- La higiene, el cuidado y la preocupación en un enfoque integral hacia las personas y el hogar, ocupa el espacio más importante de la confianza hacia marcas y empresas. Este mundo se combina con otro importante compañero de la vida cotidiana de todos: la tecnología y el acceso a contenidos en nuevos formatos.
- Se mantienen Transparencia y Relevancia como las más relevantes en el total categorías, e ingresa Respaldo a un tercer nivel de importancia en la construcción de confianza.
- Las empresas muestran un crecimiento progresivo en las dimensiones de la nueva confianza.
- Existe menor confianza en colaboradores de menor edad y de segmentos medios bajos.

Al final de la presentación, se concluye lo siguiente:

- El desafío para las marcas está en seguir reforzando la Transparencia, aportando un conocimiento que incluso vaya más allá de los productos/servicios que ofrecen.
- Estar presente no basta para ser confiable.
- La confianza avanza algunos pasos en los últimos años, pero sigue estando en un punto crítico de cara a los desafíos que tenemos como empresas y, sobre todo, como sociedad.

3.- 09:40 Belab: Gestión de la felicidad basada en ciencia en el trabajo.

Se presenta el intenso proceso de cambio en el que se encuentra la sociedad a nivel global, destacando los ámbitos relacionados con la política, personas y empresas.

En el ámbito político, se mencionan algunas crisis sociales en distintos países, la comparación del índice mundial de la felicidad en Singapur VS Costa Rica y las intenciones de Nueva Zelanda de cambiar su modelo económico.

En el ámbito relacionado con las personas, se muestra el nivel de estrés laboral percibido por los trabajadores en Chile y el % del compromiso de estos con su trabajo. Luego se muestran datos que reflejan que la felicidad permite bajar el ausentismo, renuncias y desgaste laboral y así como aumentar la productividad, retención del talento e innovación en las organizaciones.

En el ámbito relacionado con las empresas, se plantea que el consumo y producción sin consideración por su impacto ha generado crisis sociales, climáticas y éticas que vivimos actualmente y que por ello las prioridades del consumidor han cambiado.

Es en dicho contexto que algunas empresas construyeron un propósito para comenzar a hacerse cargo de sus repercusiones, transformándose en un hito que define su razón de ser y rol en el mundo. Sin embargo, sigue existiendo una brecha entre el propósito y la acción, la cual únicamente será útil si se pone a servicio de los stakeholders.

Se concluye que el florecimiento humano es una combinación entre sentirse bien (hedonismo) y la sensación de propósito (eudaimonismo), lo cual permite tener una vida plena. Para ello, se hace énfasis en la relevancia del apoyo, porque en la felicidad no existe competencia y porque si se quiere llegar rápido se va solo, pero para llegar lejos es necesario ir acompañado.

4.- 10:10 Ecodal: Congreso Ecodal 2022.

Se presenta el 5° Congreso Latinoamericano de Ecodiseño, Congreso Ecodal, que se llevará a cabo en Viña del Mar el 15, 16 y 17 de noviembre del 2022, el cual busca aprovechar las oportunidades que el ecodiseño presenta en la Ley REP, entendiendo que el mejor residuo es el que no se genera y que el residuo es un recurso. Se hace hincapié en que el 80% de los impactos ambientales generados por un producto o servicio se definen en el momento del diseño, por lo que se debería trabajar en ello para actuar de manera preventiva en vez de proactiva.

El Congreso reúne cada 2 años a los expertos de diferentes países de las áreas de ingeniería, diseño y otros, entorno a la economía circular y esta versión incorpora, por primera vez, el Festival de Sostenibilidad. Este último consiste en un encuentro que se realizará en la Quinta Vergara y congregará a todos los actores relevantes del Ecosistema de Latinoamérica y la Comunidad local.

Por último, se presentan las distintas maneras con las cuales se puede participar, para todos aquellos interesados en hacerlo.

| COMPROMISOS ASUMIDOS | |
|---|--|
| ASUNTO | ACUERDO |
| Cadena de Suministro Sostenible | Se presentarán las conclusiones del levantamiento de las prácticas identificadas para la gestión de una cadena de suministro sostenible. |
| Empaques Sostenibles para el Comercio Electrónico | Se empezará el trabajo con la consultora elegida para elaborar el diagnóstico que eventualmente derive a un el Acuerdo de Producción Limpia. |
| Portal Fomento Sostenibilidad Empresarial | Se presentarán resultados del levantamiento de requerimientos y evaluación del primer prototipo, y se propondrán las directrices para continuar con la siguiente etapa de elaboración de la plataforma. También se empezará con la búsqueda de proveedores que se dediquen al desarrollo de la sostenibilidad, para evaluar la eventual posibilidad de considerarlos en la plataforma. |
| Gobernanza Empresarial | Se realizará un encuentro con los directores de las empresas integrantes del Comité de Sostenibilidad, donde se abordará la relevancia de un desarrollo empresarial sostenible en el mercado, al ser la tendencia que permite mitigar riesgos, aprovechar oportunidades y ser competitivo y rentable en el largo plazo. |
| Gobernanza Empresarial | Se evaluará la posibilidad de crear un observatorio de sostenibilidad empresarial, con el objetivo de impulsar estándares mínimos para divulgar la “sostenibilidad” en reportes y marketing de empresas y productos, como también promover políticas públicas y regulación en materia ASG, para la cual se enviará un formulario para manifestar el interés de las empresas por llevarlo a cabo y participar. |
| Difusión Sostenibilidad | Se grabarán los capítulos del programa “Reset, empresas para un nuevo Chile”, producido por Base Pública, para destacar el valor de las acciones socioambientales implementadas por sus empresas y a los líderes que las hicieron posible, de tal manera que puedan inspirar a más organizaciones a sumarse a los desafíos que implica transitar hacia un desarrollo más sostenible, en un contexto actual de profundas transformaciones globales. |