



Principios de Conducta Empresarial

de la Cámara de
Comercio de Santiago

octubre 2020

Misión

Los Principios de Conducta Empresarial de la Cámara de Comercio de Santiago (los “Principios”), tienen por objeto servir de guía a los socios de la Cámara de Comercio de Santiago (la CCS) para permitirles contribuir al desarrollo sostenible del país y convertirse en los líderes empresariales del futuro.

Fundamentos y objetivos

Los Principios se fundan en el reconocimiento de la dignidad de la persona humana y se orientan al bien común, para lo cual se identifican áreas relevantes del quehacer empresarial y se proponen directrices y acciones concretas tendientes a implementar mejores prácticas.

Tradicición, contexto e implementación

Estos Principios proponen directrices que, tomando la tradición de la CCS y, reconociendo las diferencias de contexto en el que se desenvuelven las empresas socias, deben ser analizados para efectos de determinar de qué forma se relacionan con el propósito de cada empresa y cómo pueden implementarse en su realidad concreta, debiendo efectuarse una evaluación continua de su aplicación¹.

Adopción y priorización

Para una adecuada implementación de estos Principios, es fundamental que el organismo directivo de cada empresa decida su adopción, y tome las medidas tendientes a su plena aplicación. Ello implica, entre otros, determinar aquellos temas materialmente relevantes, debido a sus impactos en la sociedad o el medio ambiente, y que deban ser abordados en forma prioritaria².

Educación, medición y debida diligencia

Finalmente, se deberá promover el conocimiento y educación de estos Principios al interior de cada empresa, y con sus grupos de interés, a efectos de generar una cultura de cumplimiento. Asimismo, se deberá medir su implementación, reportar los avances y evitar infracciones, las que pueden ser reportadas y conocidas por el Comité de Ética de la CCS.

¹- Estos Principios se basan en la tradición de la CCS y en mejores prácticas y documentos internacionales que contienen los más altos estándares de conducta empresarial responsable que en cada caso se indican, por lo que se recomienda revisar los documentos citados para efecto de aclarar dudas o buscar metodologías en su implementación.

²- Este proceso de materialidad debe repetirse regularmente, e involucrar a todos los sectores de la empresa, así como a los grupos de interés relevantes, de manera de captar los riesgos cambiantes que le pueden afectar.

LOS PRINCIPIOS DE CONDUCTA EMPRESARIAL DE LA CCS



1

Explicitar el propósito de la empresa y su contribución a la sociedad.



2

Promover un trato justo a los consumidores, garantizando la calidad y confiabilidad de los productos y servicios ofrecidos.



3

Promover prácticas laborales sanas y constructivas, procurando la generación de empleos y la capacitación y/o adaptación de la fuerza laboral para los desafíos del futuro.



4

Procurar una conducta responsable con sus proveedores y socios comerciales, así como en la cadena de suministro, evitando generar impactos negativos y promoviendo prácticas justas de comercio.



5

Identificar e integrar el impacto recíproco entre la empresa y el medioambiente, permitiendo la coexistencia con el ecosistema y maximizando el bienestar de las futuras generaciones.



6

Implementar una cultura de ética e integridad que se traduzca en prácticas honestas de operación, promoviendo la libre competencia, la solidez institucional y el Estado de Derecho.



7

Respetar y participar activamente con las comunidades impactadas por sus operaciones, aportar al desarrollo de las competencias locales y al bien común de la sociedad.

PRIMERO

EXPLICITAR EL PROPÓSITO DE LA EMPRESA Y SU CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD.

Toda empresa, al ofrecer bienes y servicios, está satisfaciendo una necesidad de la sociedad. Para efectos de explicitar la contribución al bien común, las empresas socias de la CCS deberán manifestar su propósito de manera simple y clara.

Para ello, se espera que las empresas,

- 1 Definan y transparenten el propósito de la organización desde la alta dirección** de la empresa, verificando que los incentivos y estrategias de negocio estén alineados con dicho propósito.
- 2** En la medidas de sus posibilidades, pero tendiendo a una mejora continua, **promuevan desde el directorio la evolución del gobierno corporativo y su integración con el entorno**, mediante:
 - i) el desarrollo de modelos de negocios que integren objetivos económicos, sociales y ambientales;
 - ii) la identificación de aquellos riesgos e impactos materialmente relevantes, y;
 - iii) la implementación de un estándar de debida diligencia, es decir, de un proceso que permita identificar, prevenir y atenuar tales impactos negativos, así como informar la manera en que abordan estos impactos³.
- 3 Consideren, como un elemento central en la articulación de su propuesta de valor, el respeto de la dignidad de la persona humana**, estableciendo los mecanismos adecuados para promover y proteger el respeto de los derechos esenciales de los trabajadores, proveedores, comunidades y, en general, de todos los grupos de interés de la empresa.

SEGUNDO

PROMOVER UN TRATO JUSTO A LOS CONSUMIDORES, GARANTIZANDO LA CALIDAD Y CONFIABILIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS⁴.

El trato justo a los consumidores implica garantizar la calidad y confiabilidad de los productos y servicios ofrecidos. Para ello, las empresas deberán entregar información exacta, veraz y oportuna que sea suficiente para que los consumidores puedan tomar sus decisiones de compra con conocimiento de las condiciones efectivas de venta y postventa.

Para tales efectos, las empresas socias de la CCS deberán,

- 1 Garantizar que los bienes y servicios que proporcionan sean conformes con las normas vigentes en materia de salud y seguridad de los consumidores**, incluidas aquellas sobre advertencias sanitarias e información de seguridad. Se buscará, también, entregar información sobre el impacto del consumo en la salud o el medio ambiente, recomendando el consumo saludable y responsable.
- 2 Proteger la privacidad de los consumidores**, a través de mecanismos adecuados de control, seguridad, transparencia y consentimiento en lo relativo a la recopilación y utilización de sus datos personales⁵.
- 3 Promover una relación ética, no discriminatoria o engañosa⁶** con los consumidores, especialmente, respecto de aquellos en situación vulnerable.
- 4 Promover la educación de los consumidores**, para que estos puedan tomar decisiones con conocimiento de los bienes, servicios y mercados comprendiendo el impacto económico, medioambiental y social de sus decisiones y promover el consumo sostenible⁷.
- 5 Facilitar a los consumidores mecanismos de reclamo** que sean accesibles, con tiempos definidos y eficaces, sin costos ni cargas innecesarias. En lo posible, avanzar a sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos y de compensación, como la mediación.

⁴- Para su implementación, véase: Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (Parte I, XVIII); las Directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas, el Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Santiago y la ISO 26000 (Apartado 6.7).

⁵- Directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas (P.9)

⁶- Ibid (P:8)

⁷- Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (P:55)

TERCERO

PROMOVER PRÁCTICAS LABORALES SANAS Y CONSTRUCTIVAS, PROCURANDO LA GENERACIÓN DE EMPLEOS Y LA CAPACITACIÓN Y/O ADAPTACIÓN DE LA FUERZA LABORAL PARA LOS DESAFÍOS DEL FUTURO⁸.

Las empresas socias de la CCS observarán una relación sostenible y constructiva con sus trabajadores, para lo cual deberán,

- 1 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos** para todos los trabajadores, especialmente para aquellos más vulnerables, e impidiendo cualquier forma de discriminación, trabajo infantil o forzoso.
- 2 Respetar la libertad sindical y de representación** que tienen sus trabajadores, y promover las consultas y la cooperación respecto a cuestiones de interés común con la empresa.
- 3 Velar para que en todas sus actividades rija el principio de igualdad de oportunidades y trato, así como la no discriminación**, generando un ambiente respetuoso e inclusivo de trabajo, teniendo en especial consideración a migrantes, mujeres y grupos vulnerables que han tenido menores oportunidades de acceso al mercado laboral.
- 4 Asegurarse de capacitar y procurar el desarrollo de los trabajadores en todos los niveles**, permitiéndoles la obtención de competencias profesionales y promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente, especialmente considerando los desafíos tecnológicos.

⁸- Para su implementación, véase: Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (Parte I, V), la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la OIT, y la Declaración del Centenario de la OIT para el Futuro del Trabajo.

CUARTO

PROCURAR UNA CONDUCTA RESPONSABLE CON SUS PROVEEDORES Y SOCIOS COMERCIALES⁹, ASÍ COMO EN LA CADENA DE SUMINISTRO, EVITANDO GENERAR IMPACTOS NEGATIVOS Y PROMOVRIENDO PRÁCTICAS JUSTAS DE COMERCIO¹⁰.

Consciente del impacto que tienen las decisiones de contratación en la cadena de suministro, las empresas socias de la CCS están llamadas a contribuir en la generación de un aprovisionamiento responsable y resiliente, mediante la integración de consideraciones económicas, sociales y ambientales que permitan el fortalecimiento de la cadena de suministro, generando mayores oportunidades para las organizaciones y personas con las cuales se relacionan comercialmente, sus trabajadores y comunidades.

Para tales efectos, las empresas socias de la CCS, deberán,

- 1 Contribuir en la generación de una mayor simetría en las relaciones de comercio y prestaciones de servicios con sus proveedores**, procurando establecer relaciones equitativas y no discriminatorias, asegurando el pago justo y oportuno, plazos de entrega adecuados y contratos que promuevan la estabilidad y progreso de las relaciones.
- 2 Realizar un proceso continuo para obtener y gestionar información de sus socios comerciales sobre sus prácticas económicas, sociales y ambientales**, de manera de poder contribuir al desarrollo de mejores prácticas y a la resiliencia de la cadena de abastecimiento.
- 3 Alentar a sus socios comerciales para que estos desarrollen prácticas responsables**, enfatizando los beneficios y ventajas comerciales que obtendrán al llevarlas a cabo. De esta forma, es deseable que apoyen y capaciten a los proveedores que deseen mejorar sus prácticas conforme el estándar de estos principios, de manera que su uso constituya una situación deseable y reconocida en el comercio.

⁹- De acuerdo a las Reglas de la ICC para Combatir la Corrupción, "Los Socios Comerciales incluyen: (i) Terceros y (ii) Joint Ventures (sociedades conjuntas) y socios de consorcios, así como contratistas y proveedores." (P6)

¹⁰- Para su implementación, véase: Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Las Reglas de la ICC para Combatir la Corrupción y la ISO 26000 (Apartado 6.6).

CUARTO

- 4 En la medida de lo posible, brindar capacitación tecnológica para que sus proveedores puedan mantenerse vigentes,** y ofrecer sistemas eficientes de solución de controversias, especialmente a empresas de menor tamaño, tales como la mediación o el arbitraje.
- 5 Mantener una comunicación efectiva (canal de comunicación) con los socios comerciales que permita una comunicación bidireccional, transparente y oportuna.** En este canal se proporcionará, al menos, información respecto a canales de denuncia, existencia y aplicación de protocolos éticos y de probidad pertinentes, así como acceso oportuno a información respecto de nuevas oportunidades de negocio y desarrollo.
- 6 Establecer planes de emergencia con sus socios comerciales que habiliten y proporcionen procesos que aseguren la continuidad operacional en situaciones de crisis y/o emergencia,** tales como procesos de pago y solicitud de requerimientos, aplicación de controles específicos (adecuados y no inhibidores) para los procesos de compra y habilitación de proveedores.

QUINTO

IDENTIFICAR E INTEGRAR EL IMPACTO RECÍPROCO ENTRE LA EMPRESA Y EL MEDIOAMBIENTE, PERMITIENDO LA COEXISTENCIA CON EL ECOSISTEMA Y MAXIMIZANDO EL BIENESTAR DE LAS FUTURAS GENERACIONES¹¹.

Las empresas socias de las CCS, en sus respectivos ámbitos, deberán implementar las medidas que sean adecuadas para determinar, internalizar y gestionar la relación bidireccional entre la empresa y el medioambiente, considerando la incidencia que tienen uno en el otro, tanto el impacto de sus actividades en el medioambiente, como el impacto ambiental en su operación. Ello constituye una ventaja para anticiparse a las exigencias del entorno, minimizar riesgos e identificar oportunidades.

En efecto, identificar los impactos y gestionar los recursos ambientales son claves para mantener la continuidad operacional y responder así al deber de entregar a las futuras generaciones un patrimonio ecológico que les permita sustentar la vida en el planeta. Para ello, es importante considerar la ciencia como base de conocimiento para la gestión de riesgos y amenazas ambientales, pues ella puede orientar la acción de las empresas, para lo cual se sugiere buscar colaboración con entidades que provean o desarrollen dicho conocimiento.

Es en dicho contexto que las empresas socias de las CCS, en sus respectivos ámbitos, deberán implementar las siguientes medidas,

¹¹- Para su implementación, véase: Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (Parte I, VI) e ISO 26000 (Apartado 6.5)

QUINTO

- 1 Fomentar una cultura de respeto hacia el medioambiente y entorno en el que se desarrolla la empresa,** considerando que funciona en un ecosistema que pudiera verse afectado por la producción de bienes o servicios, promoviendo una gestión ambiental responsable, ética y sostenible, con un mirada de largo plazo
- 2 Medir y mitigar los impactos negativos en el medio ambiente ocasionados por la operación de la empresa,** considerando variables tales como huella hídrica, huella de carbono, uso de energía, biodiversidad, extracción de recursos y generación de residuos. Para ello se debe considerar que los impactos se enmarcan en un escenario condicionado por el cambio climático, por lo que se deberá hacer frente a los problemas ambientales de adaptación y mitigación para transitar a una economía más limpia, baja en carbono y resiliente al clima.
- 3 Considerar el apoyo a acciones de conservación y/o regeneración de los ecosistemas afectados,** gestionando eficientemente los recursos y residuos a través de una lógica de economía circular.
- 4 Monitorear y gestionar potenciales riesgos vinculados al cambio climático,** tanto físicos como de transición, que pudiesen afectar la viabilidad del negocio, implementando procesos de debida diligencia.

El cambio climático está afectando a personas, ecosistemas y medios de subsistencia en todo el mundo, amenazando el suministro de alimentos, agua e infraestructura, entre otros. Chile cumple con siete de los nueve criterios de vulnerabilidad climática que establece el Panel Intergubernamental del Cambio Climático, por lo que es razonable anticipar profundos impactos a la actividad empresarial derivados de los cambios en el clima, que la empresa debe identificar y adaptarse.

- 5 Velar por una mejora continua en el impacto medioambiental de la empresa y, cuando corresponda, de su cadena de suministro, incorporando tecnología e innovación en los procesos.**

QUINTO

- 6 Generar sistemas de cumplimiento efectivos, identificando indicadores que permitan medir y reportar tales impactos ambientales.** En efecto, las medidas que se tomen en relación con el medioambiente deben ser transparentes, comunicadas e incluidas en reportes no financieros. Inversionistas, nacionales e internacionales, están pidiendo a las empresas reportes ambientales actualizados y relevantes, que les permitan evaluar de qué manera el cambio climático podría afectar en la valorización empresarial.
- 7 Proveer información transparente y verificable a los consumidores acerca de los factores ambientales relacionados con la producción de bienes o servicios, tomando en consideración la cadena de valor.** En este sentido, se deberá promover que los consumidores puedan tomar decisiones de compra lo más informadas posible, dándoles la posibilidad de conocer el impacto medioambiental de la producción de bienes y servicios, de manera que sean un factor a considerar a la hora de adquirirlos.

IMPLEMENTAR UNA CULTURA DE ÉTICA E INTEGRIDAD QUE SE TRADUZCA EN PRÁCTICAS HONESTAS DE OPERACIÓN, PROMOVRIENDO LA LIBRE COMPETENCIA, LA SOLIDEZ INSTITUCIONAL Y EL ESTADO DE DERECHO¹².

Se espera que las empresas socias de la CCS desarrollen una cultura de ética e integridad y, que les permita desplegar su máximo potencial, fomentando una relación transparente y justa con los actores públicos y privados del mercado, una libre y leal competencia entre los mismos, y evitando valerse de figuras que constituyan abusos o simulaciones para efectos tributarios.

Para tales efectos, las empresas socias deberán, conforme a sus condiciones y contexto,

- 1 Elaborar y adoptar mecanismos y programas o medidas de ética y cumplimiento,** para prevenir y detectar actos que contravengan o potencialmente contravengan las políticas y valores de la compañía y las normas vigentes, especialmente en materia de libre competencia, protección al consumidor y anticorrupción;
- 2 Transmitir y capacitar a sus colaboradores y socios comerciales sobre la importancia de respetar los valores y compromisos de la empresa y las leyes,** asegurándose de contar con los recursos y competencias necesarias para promover una cultura de integridad..
- 3 Disponer para sus trabajadores, socios comerciales y público en general de canales de denuncia confiables y de fácil acceso,** que resguarden la información del denunciante, y a través de los cuales puedan reportar contravenciones a las normas legales o de empresa, incluso de manera anónima.
- 4 Asegurar que ningún colaborador o socio comercial sufra represalias o discriminación por reportar, de buena fe, sobre irregularidades.** Asimismo, deberán corregir y tomar las medidas apropiadas frente a las infracciones acreditadas.

¹²- Para su implementación, véase: Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (Parte I, VII y X), Las Reglas de la ICC para Combatir la Corrupción y la ISO 26000 (Apartado 6.6).

SÉPTIMO

RESPETAR Y PARTICIPAR ACTIVAMENTE CON LAS COMUNIDADES IMPACTADAS POR SUS OPERACIONES, APORTAR AL DESARROLLO DE COMPETENCIAS LOCALES Y AL BIEN COMÚN DE LA SOCIEDAD¹³.

Toda empresa se encuentra inserta en una comunidad respecto de la cual, sin perjuicio de los diferentes contextos, debe mantener relaciones constructivas, basadas en el respeto, la transparencia y el desarrollo mutuo. Una comunidad cohesionada, que valora la acción empresarial, cuida sus instalaciones y faenas, y genera un ambiente favorable para el desarrollo empresarial.

Para ello, se recomienda,

- 1 Estimular la generación de capacidades locales**, mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, que implique conocimiento mutuo, respeto y colaboración que permita detectar y desarrollar posibilidades de colaboración en el desarrollo de proyectos.
- 2 Fomentar la formación del capital humano y el desarrollo del comercio local**, a través de capacitaciones y desarrollo para que puedan ser parte activa de la cadena de suministro, participando del desarrollo empresarial en el territorio. Se deberá velar, especialmente, para que los socios comerciales, proveedores o contratistas cumplan estos Principios y eviten todo tipo de abuso, discriminación o explotación indebida en su propia cadena de suministro, especialmente en cuanto a las comunidades más vulnerables.

¹³- Para más detalles, véase las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y los documentos asociados a la relación con comunidades de las respectivas áreas e ISO 26000 (Apartado 6.8).

SÉPTIMO

- 3 En lo posible, y según su impacto, la empresa deberá identificar agrupaciones de la sociedad civil o grupos intermedios con los cuales establecer un diálogo.** En caso que existan comunidades indígenas o pueblos originarios, se deberá efectuar un esfuerzo, de buena fe, por generar instancias de diálogo que propendan al desarrollo sostenible, conforme a su cosmovisión y tradiciones.
- 4 Desarrollar canales de información abiertos a las comunidades,** que permitan a la empresa identificar, mitigar y reparar posibles impactos de sus operaciones en las mismas. En caso de conflicto, se deberán facilitar canales de diálogo y métodos alternativos de solución de controversias, que permitan resolver las diferencias de manera temprana, dar viabilidad a proyectos y evitar la judicialización.

Prevención

Estos Principios han sido contruidos tomando en cuenta el proceso de actualización jurídica y legislativa que ha tenido lugar en nuestro país, así como las mejores prácticas contenidas en instrumentos internacionales. Sin perjuicio de ello, se hace presente que estos Principios no tienen por finalidad actuar como síntesis ni reemplazar el marco normativo que rige a las empresas en Chile, y que deben respetar.

Estos principios consisten, por tanto, en una guía o directrices para que las empresas socias de la CCS puedan encontrar espacios de generación de confianza, de autorregulación y de implementación de mejores prácticas que les permitan liderazgo y responsabilidad con su entorno, contribuyendo con el desarrollo sostenible.