

# Reporte de Sostenibilidad 2021



*Impulsando el desarrollo de un Chile emprendedor y sostenible*



# Índice

03

Mensaje Presidenta del Directorio CCS

05

Mensaje Gerente General CCS

1

## SOMOS LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO 7

- 1.1 Descripción de nuestro quehacer | 8
- 1.2 Visión y Propósito | 9
- 1.3 Industrias a las que representamos | 10
- 1.4 Órganos de Gobierno | 11
- 1.5 Organizaciones en las que participamos | 15
- 1.6 Hitos 2021 | 16
- 1.7 Premios y Reconocimientos | 17

2

## ESTRATEGIA DE DESARROLLO 18

- 2.1 Transformación de la CCS | 19
- 2.2 Grupos de interés y Canales de Comunicación | 23
- 2.3 Gestión de Riesgos y Control Interno | 24

3

## SOSTENIBILIDAD EN LA CCS 26

- 3.1 Gestión de la Sostenibilidad | 27
- 3.2 Principales Avances en Sostenibilidad | 29
- 3.3 Desafíos 2022 | 37

4

## GOBERNANZA, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO 38

- 4.1 Gobierno Corporativo | 39
- 4.2 Gobernanza, Ética y Cumplimiento | 41

5

## SOCIO AL CENTRO 43

- 5.1 Nuevo Enfoque Estratégico | 44
- 5.2 Comités de Trabajo | 48
- 5.3 Representación e Influencia | 50

6

## EMPRESAS DEL FUTURO 54

- 6.1 Estudios e Innovación | 55
- 6.2 Comercio Digital | 56
- 6.3 Resolución de Reclamos en Línea | 61

7

## DESARROLLO ORGANIZACIONAL 63

- 7.1 Dotación | 64
- 7.2 Gestión de la Cultura Interna | 66
- 7.3 Reclutamiento y Selección | 67
- 7.4 Desarrollo de Capacidades | 68
- 7.5 Diversidad e Inclusión | 69
- 7.6 Seguridad y Salud Laboral | 71

8

## SERVICIOS A LA COMUNIDAD 72

- 8.1 Boletín Comercial | 73
- 8.2 Centro de Capacitación de la Cámara | 76
- 8.3 RedNegocios | 78
- 8.4 Centro de Arbitraje y Mediación | 80

9

## ANEXOS Y METODOLOGÍA 88

- 9.1 Metodología | 89
- 9.2 Índice GRI | 93

## Mensaje de la Presidenta del Directorio

En mi rol de Presidenta del Directorio de la Cámara, me enorgullece poner a disposición de nuestros grupos de interés y la comunidad, nuestro primer Reporte de Sostenibilidad en nuestros 103 años de existencia.

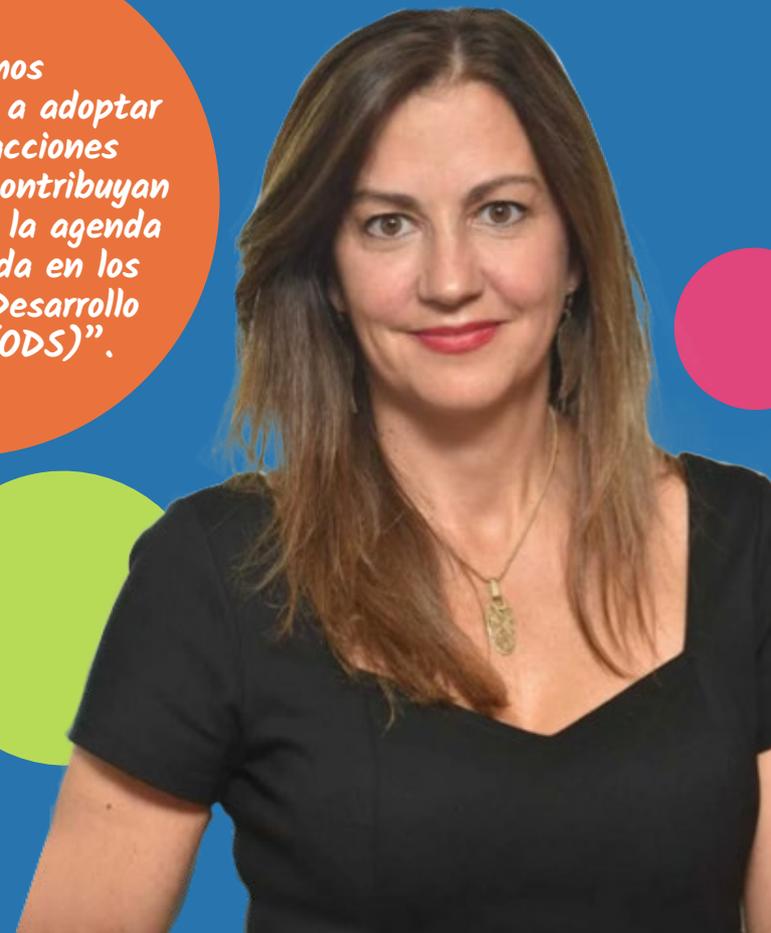
Para todos quienes somos parte de la Cámara, su elaboración representa un hito relevante en nuestra historia, que se inscribe en el desafío de ser una organización referente, que lidera el comercio futuro, sostenible y promueve un Chile emprendedor.

Estamos conscientes de que los retos ambientales, sociales y económicos a los que nos enfrentamos como humanidad, requieren de la contribución pública y privada. Por eso, desde nuestra asociación estamos comprometidos a adoptar y promover acciones concretas que contribuyan a las metas de la agenda global plasmada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente en

lo que se refiere a la lucha contra la corrupción, el fomento de una producción y consumo responsable, la reducción de las emisiones y gestión de residuos para contribuir con la acción climática y en general a un desarrollo empresarial sostenible que permita construir una sociedad más equilibrada e inclusiva.

En la Cámara se congregan los sueños y dolores de más de 2500 empresas socias, de las cuales un 70% son Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Es por eso que, a lo largo de nuestra historia, nos hemos comprometido activamente en apoyar su desarrollo y en buscar soluciones a sus problemas, poniendo a su disposición herramientas que le aportan valor a su gestión, anticipando las tendencias de una economía cada vez más digitalizada y global, así como la promoción de estándares éticos que son determinantes para la construcción de confianzas en un entorno cada vez más exigente.

*“Estamos comprometidos a adoptar y promover acciones concretas que contribuyan a las metas de la agenda global plasmada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)”.*





En esa dirección, nuestra Cámara está liderando una serie de iniciativas y cambios organizacionales para mantenernos a la altura de los desafíos que se nos presentan. El fuerte compromiso de nuestro equipo permitió avanzar sin descanso en todos los proyectos comprometidos para el periodo 2020 y 2021, dos años fuertemente impactados por la pandemia.

Gracias a su dedicación, durante 2021 logramos renovar nuestro Consejo y Directorio, facilitando todos los medios para que las empresas socias pudieran plasmar sus preferencias de manera virtual. En este proceso, fui honrada con la confianza de las empresas socias y espero ser la primera de muchas mujeres que dirijan nuestra asociación hacia los objetivos que nos propusimos.

Buena parte del trabajo desarrollado en 2021, así como todas las iniciativas que estamos emprendiendo para conducir a nuestro gremio por el camino de la sostenibilidad, están plasmadas en este documento, que fue elaborado siguiendo los lineamientos de los Estándares GRI, el más utilizado en el mundo para la elaboración de reportes de sostenibilidad. Los contenidos expuestos consideraron una amplia consulta a nuestros grupos de interés, para recoger sus inquietudes sobre nuestro quehacer.

A nombre del Directorio y del equipo ejecutivo, quiero expresar nuestro profundo agradecimiento a todas las personas que participaron en este proceso y que hicieron posible su desarrollo.

**María Teresa Vial Alamos**  
**Presidenta**  
**Cámara de Comercio de Santiago**

## Mensaje del Gerente General

Con la elaboración de nuestro primer Reporte de Sostenibilidad, estamos cumpliendo uno de los desafíos de nuestra estrategia de sostenibilidad, elaborada en el período 2019-2020, a través de la cual nos propusimos velar por la perdurabilidad de la asociación, contribuir a la sostenibilidad y creación de valor de nuestros socios y del país.

Consciente de que nuestro accionar es determinante para construir vínculos de confianza con nuestros socios, el sector público y la ciudadanía, en 2021 continuamos fortaleciendo la gobernanza y las bases éticas de nuestro funcionamiento. Elaboramos nuevas políticas y normativas internas, entre las que se cuentan el primer Modelo de Prevención de Delitos de la Cámara.

De esta manera, afianzamos nuestro compromiso para combatir la corrupción e instalar los más altos estándares de transparencia, que garanticen una conducta empresarial responsable, lo que también plasmamos a través de nuestra activa participación en la Alianza Anticorrupción de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (UNCAC) Chile.

También avanzamos en la consolidación de una estructura interna acorde a los nuevos desafíos derivados del proceso de transformación organizacional que iniciamos en 2019.

En materia ambiental, por tercer año consecutivo medimos nuestra huella de carbono, lo que dará paso a un plan de reducción de emisiones y lograr nuestra meta de la Carbono Neutralidad en 2025.



*“En materia ambiental, nos impusimos la meta de llegar a la Carbono Neutralidad en 2025”.*

Pensando en la sostenibilidad de nuestros socios potenciamos la promoción de nuestros Principios de Conducta Empresarial, diseñados para fortalecer su vinculación con sus clientes, proveedores y comunidad. También robustecimos nuestra agenda gremial con la creación de nuevos comités de trabajo y ampliamos el alcance de nuestros eventos e-commerce, incluyendo nuevas marcas. En alianza con otras industrias y cámaras regionales, invitamos a los eventos cyber a Pymes de regiones y fundaciones sociales.

Asimismo, bajo el alero del Centro de Arbitraje y Mediación de Santiago (CAM Santiago), desarrollamos una moderna plataforma de Resolución en Línea (ODR), para apoyar a las empresas en la entrega de respuestas

oportunas a los consumidores que depositan su confianza en cada experiencia de compra.

Hacia la comunidad, nuestros esfuerzos en innovación posibilitaron la creación de plataformas colaborativas para PYMES y un proyecto para apoyar a mujeres emprendedoras fuertemente golpeadas por la pandemia. Desde nuestras filiales, el CAM Santiago fortaleció sus líneas de trabajo para promover el arbitraje y la mediación como mecanismos de diálogo para superar los desacuerdos y lograr una justicia eficaz y eficiente. Nuestra RedNegocios desarrolló una nueva plataforma que le permitirá entregar sus servicios de evaluación de proveedores a empresas más pequeñas y, adicionalmente, incorporó aspectos de

sostenibilidad en sus evaluaciones para promover un abastecimiento responsable. En esa misma dirección, el Boletín Comercial lanzó un nuevo servicio en alianza con una start up, dirigido a pequeñas empresas que requieren con urgencia gestionar sus incobrables. Finalmente, desde nuestro Centro de Capacitación posibilitamos la certificación de competencias y habilidades de personas que trabajan en el comercio y también de aquellas que se encontraban sin trabajo para ampliar sus posibilidades en la búsqueda de empleo.

Estas son algunas de las principales temáticas que compartimos en nuestro reporte, el que esperamos contribuya a la sostenibilidad de nuestro gremio y del país.

En otra línea, queremos muy especialmente comprometernos más que con los avances en sostenibilidad que hemos logrado en este último período, en mejorar las brechas que este reporte nos permite visualizar. Estamos convencidos de, como en todo ámbito de la acción empresarial o gremial en nuestro caso, la perfección no es una meta, sino un camino de mejora continua.

No pretendemos sólo mostrar nuestros avances en este camino, sino más importante aún, señalar hacia donde queremos aspirar y, de esa manera, seguir contribuyendo a 'Impulsar el Desarrollo de un Chile Emprendedor, de manera sustentable y viviendo en nuestra propia organización lo que esperamos de nuestros socios.

**Carlos Soubllette**  
Gerente General  
Cámara de Comercio de Santiago



# Somos la Cámara de Comercio de Santiago



- 1.1 Descripción de nuestro quehacer
- 1.2 Visión y Propósito
- 1.3 Industrias a las que representamos
- 1.4 Órganos de Gobierno
- 1.5 Organizaciones en las que participamos
- 1.6 Hitos 2021
- 1.7 Premios y Reconocimientos



# 1.1

## Descripción de Nuestro Quehacer

Somos la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), una organización gremial sin fines de lucro fundada en 1919. Representamos a 2.400 empresas grandes, medianas y pequeñas vinculadas al sector del comercio.

A lo largo de estos 103 años de existencia, nuestro principal quehacer ha sido apoyar el desarrollo empresarial sostenible del gremio, a través de diversas herramientas, servicios y productos diseñados para contribuir a los procesos de mejora continua y gestión de las empresas que conforman la Asociación.

Adicionalmente cumplimos una importante labor en la representación de las inquietudes de nuestros socios ante la autoridad y sus grupos de interés. También velamos por la reputación del sector.

En relación al cuidado reputacional, realizamos un importante trabajo en la promoción de buenas prácticas empresariales y trato justo a los consumidores, de manera de generar un entorno favorable y de confianza para el desarrollo de los negocios.

Para recoger las preocupaciones de nuestros socios ponemos a disposición comités de trabajo, donde pueden plantear sus temas de interés y, de esa manera, robustecer la agenda gremial.

Estamos ubicados en Monjitas #392, en la ciudad de Santiago.

# 2.400

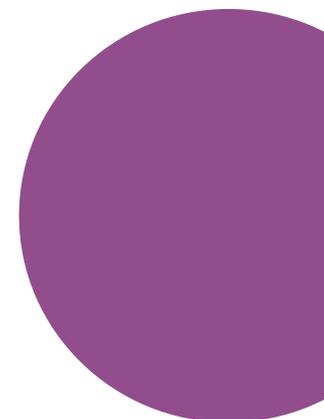
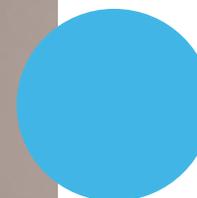
*empresas grandes, medianas y pequeñas vinculadas al sector del comercio son representadas por CCS*





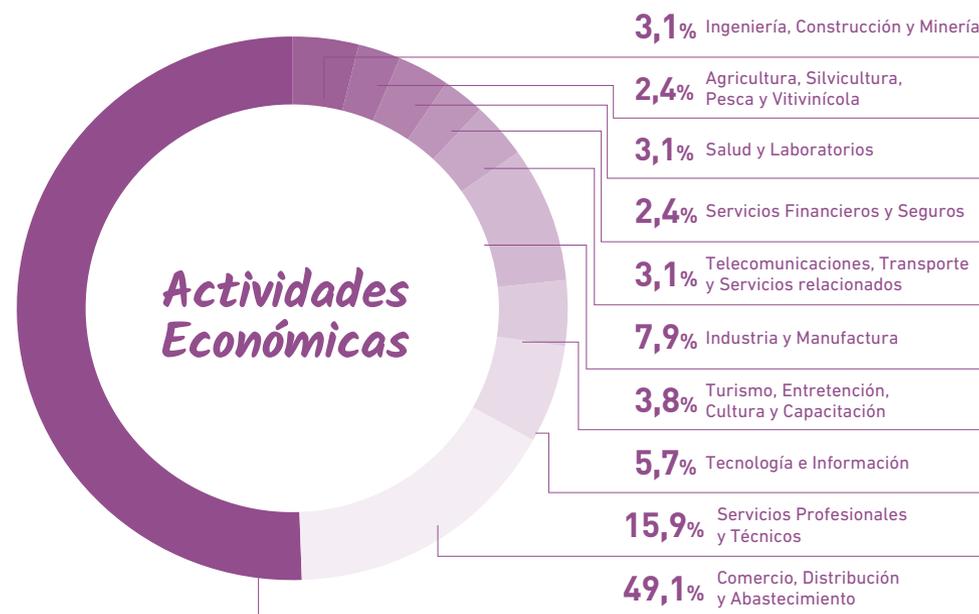
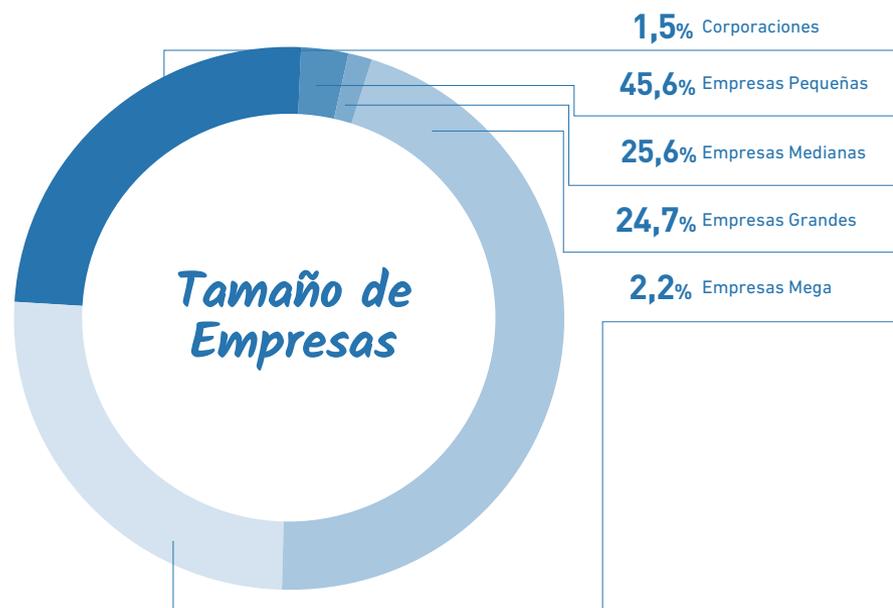
## 1.2 Visión y propósito

En el marco de un proceso de Transformación Organizacional, a contar del año 2020 redefinimos nuestra visión y propósito.



# 1.3

## Industrias a las que representamos



# 1.4

## Órganos de Gobierno

### 1.4.1 Directorio

El directorio es elegido a través de un proceso en el que participan todas las empresas socias. En 2021, por primera vez en nuestra historia, una mujer fue elegida como presidenta del directorio. (Más información del proceso eleccionario en pág. 40)



**María Teresa Vial A.**  
Presidenta



**Peter Hill D.**  
Past President



**Cristián Abbott A.**  
Director



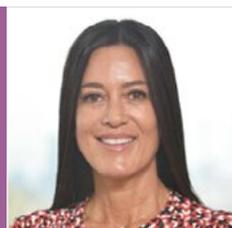
**Andrés Calderón V.**  
Director



**Alberto Ferrán L.**  
Director



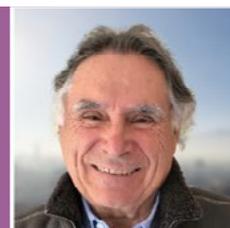
**Ricardo Hepp de los R.**  
Director



**Josefina Montenegro A.**  
Directora



**Holger Paulmann M.**  
Director



**Ernesto Tironi B.**  
Director



**Marcela Varas C.**  
Directora



**Marcos Villalón U.**  
Director

## 1.4.2 Consejo



- 1 Cristián Abbott A.
- 2 Ricardo Alonso R.
- 3 Juan Gerardo Arteaga C.
- 4 Ricardo Bennett de la V.
- 5 Catalina Bravo I.
- 6 Andrés Calderón V.
- 7 Claudia Castro H.
- 8 Andrea Carvallo M.
- 9 María Agélica Charlín D.
- 10 Marcela Espinosa G.
- 11 Alberto Ferrán L.

- 12 Marcelo Forni L.
- 13 Ricardo Hepp de los R.
- 14 Felipe Andrés Jara
- 15 Eduardo Marcel
- 16 Alfonso Márquez de la Plata
- 17 Josefina Montenegro A.
- 18 Arnaud Nguyen
- 19 Julio Enrique Morales R.
- 20 Cecilia Pardo P.
- 21 Holger Paulmann M.
- 22 Christian Real B.

- 23 Ernesto Tironi B.
- 24 Diego Vergara A.
- 25 Marcela Varas C.
- 26 María Teresa Vial A.
- 27 Marcos Villalón U.
- 28 Catalina Vorwerk B.
- 29 Hans Cristoph von Marttens
- 30 María José Zaldívar L.
- 31 Esteban Alvano K. (\*)
- 32 Carlos Eugenio Jorquiera (\*)
- 33 Peter Hill D. (\*)

### Consejeros eméritos

- 1 Alfonso Ardizzoni M.
- 2 Juan Cuneo S.
- 3 Patricio González G.
- 4 Alfonso Larraín S-M.
- 5 Florencio Ortúzar G.

(\*) Past President



### 1.4.3 Administración

Al cierre de diciembre 2021, el equipo de la Cámara estaba conformado por 216 profesionales, un 56% de mujeres y 44 % hombres. En la alta administración, la representación de las mujeres en los cargos era equivalente a la de los hombres. (\*\*)

Del total de cargos ejecutivos con reporte directo al gerente general, el 47% eran liderados por mujeres al cierre de este ejercicio.



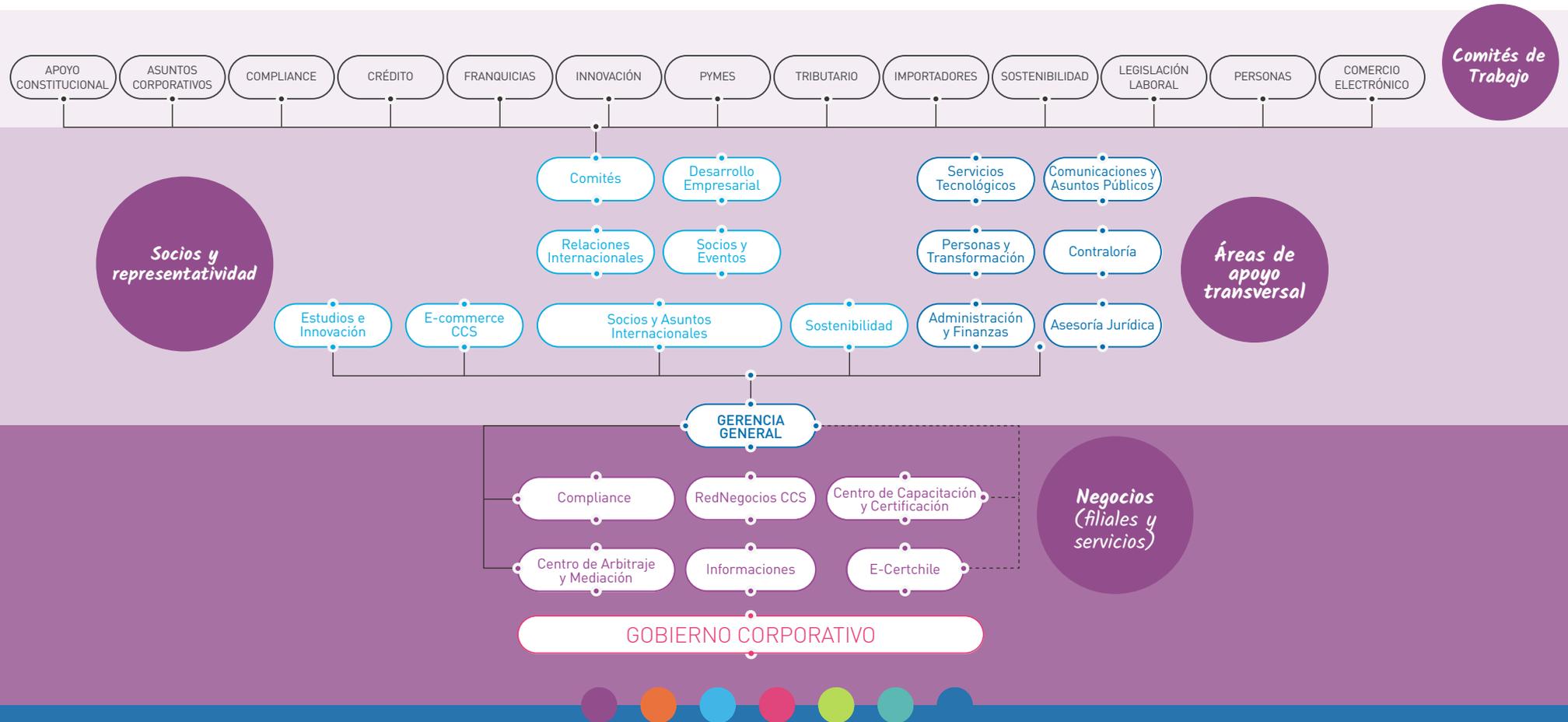
- 1 **María Teresa Vial**  
Presidenta del Directorio
- 2 **Carlos Soublette**  
Gerente General
- 3 **Verónica Torres**  
Gerente Sostenibilidad
- 4 **Joselyn Piña**  
Gerente de Contraloría
- 5 **Benjamín Astete**  
Gerente Resolución en Línea
- 6 **Soledad Castro**  
Gerente Comunicaciones
- 7 **George Lever**  
Gerente de Estudios
- 8 **Leonor Poduje**  
Gerente Administración y Finanzas
- 9 **Ximena Vial**  
Directora Jurídica CAM
- 10 **Jazmina Santibañez**  
Directora Legal & Jurídica
- 11 **Yerka Yukich**  
Directora Ejecutiva CCS
- 12 **Juan Francisco Velasco**  
Gerente Servicios Empresariales, Asuntos Internacionales y Gremial.
- 13 **Oscar Carrasco**  
Gerente Servicios Tecnológicos
- 14 **Fernanda Ortiz**  
Gerente Compliance
- 15 **Paula Lapostol**  
Gerente Personas y Transformación
- 16 **Francisco Arguello**  
Gerente Informaciones Comerciales

(\*) Macarena Letelier, Directora del Centro de Arbitraje y Mediación Santiago; Rodrigo Mujica Gerente RedNegocios; Francisco Arthur Gerente y Raúl Muñoz, Gerente de Servicio Empresariales y Asuntos Exteriores, no pudieron participar en esta fotografía.

(\*\*) En la fotografía participaron personas que asumieron el cargo de gerentes en 2022.



### 1.4.4 Estructura Gremial



# 1.5

## Organizaciones en las que participamos

Nos vinculamos activamente con diversas organizaciones, tanto del ámbito nacional como internacional, a fin de generar lazos de colaboración y cooperación que nos permitan robustecer nuestro quehacer y afianzarnos como un referente en la actividad gremial.

A continuación, se presentan nuestras principales participaciones en:

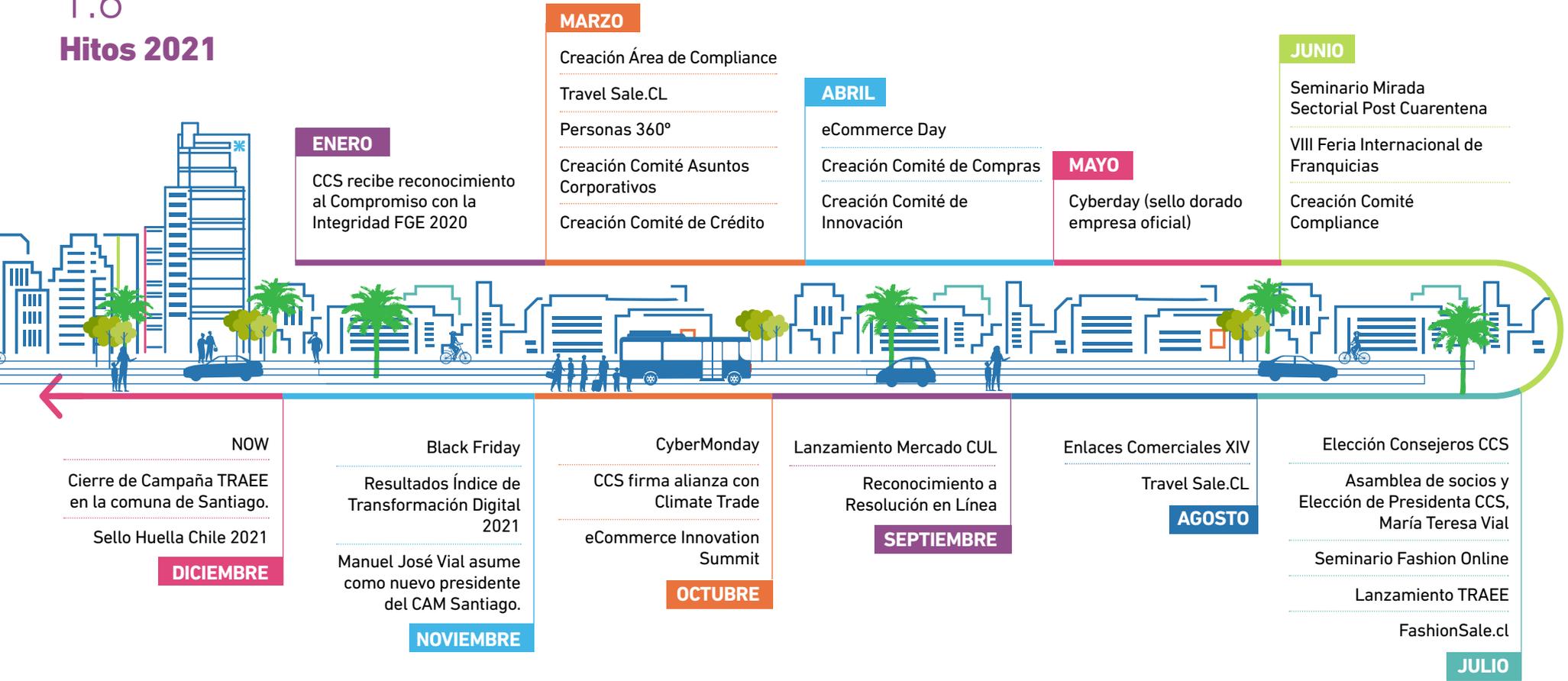
### A NIVEL NACIONAL

- Cámara Nacional de Comercio (CNC)
- Fundación País Digital
- Asociación de Marketing Directo y Digital (AMDD)
- Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información (ACTI)
- Asociación Chilena de Publicidad (ACHAP)
- Chiletec
- Cámara de Comercio de Valparaíso
- Cámara de Comercio de Puerto Montt
- Capítulo Local, Comisión de las Naciones Unidas contra la Corrupción (UNCAC).

### A NIVEL INTERNACIONAL

- Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO)
- Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC), presidiendo la instancia Macarena Letelier, directora de nuestra filial CAM.
- International Chamber of Commerce (ICC), y su sede en Chile.

# 1.6 Hitos 2021



# 1.7

## Premios y reconocimientos

**RECONOCIMIENTO AL COMPROMISO CON LA INTEGRIDAD PARA ORGANIZACIONES NO EMPRESARIALES**, entregada por la Fundación Generación Empresarial.

**LA PLATAFORMA DE RESOLUCIÓN EN LÍNEA (ODR) FUE FINALISTA EN LA CATEGORÍA "MEJOR PROYECTO DIGITAL"**, organizado por la Cámara de Comercio Internacional (ICC) y su Federación Mundial de Cámaras.

**CERTIFICACIÓN AENOR** de Sistema de Gestión de Seguridad de la Información, de acuerdo con la Norma ISO/IEC 27001.

**CERTIFICACIÓN IQNET MANAGEMENT SYSTEM.**

**SELLO COVID-19 ACHS**

**SELLO HUELLA CHILE 2021**



# Estrategia de Desarrollo

- 2.1 Transformación de la CCS
- 2.2 Grupos de interés
- 2.3 Gestión de Riesgos



2

## 2.1 Transformación de la CCS

Luego de cumplir 100 años, en el año 2019, nuestro Directorio se planteó la interrogante sobre si estábamos preparados para abordar los desafíos de una industria cada vez más digitalizada y más presionada por un consumidor cada vez más exigente y globalizado. De esta respuesta surgió un proyecto de transformación organizacional que se propuso como objetivo estratégico convertirnos en la asociación gremial líder en el comercio futuro en los próximos cinco años. Este gran desafío nos impulsó a modernizarnos, estar más conectados entre nosotros como equipo, ser el mejor socio de nuestros socios y una organización líder referente.

Bajo esta visión definimos un nuevo propósito -Impulsar el desarrollo de un Chile emprendedor- y un marco estratégico sustentado en cinco pilares que guían nuestro quehacer hacia resultados concretos. A partir de estos nuevos pilares estratégicos diseñamos



30 planes de acción y pusimos en marcha un profundo cambio en nuestra estructura organizacional orientado a fortalecer el trabajo en equipo y así responder oportunamente a las crecientes necesidades de nuestros socios. Entre las medidas adoptadas, creamos nuevas áreas y gerencias -Contraloría, Compliance,

Personas y Sostenibilidad- y robustecimos las áreas existentes, entre ellas, la Gerencia Gremial, Servicios Empresariales y Asuntos Internacionales, encargada de la gestión más directa de los socios, la agenda y representación gremial.

*Ser el mejor socio de nuestros socios y ser una organización líder referente.*



**PILAR ESTRATÉGICO**

**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

<p><b>SOCIO AL CENTRO</b></p> <p>→</p>	<p>Instalar la agregación de valor a los socios como criterio central para la toma de decisiones.</p>	<p>Mejorar la atracción y fidelización de socios, por medio de un relacionamiento proactivo y constructivo con los mismos.</p>	<p>Promover instancias efectivas de networking nacional e internacional con foco en la generación de negocios.</p>	<p>Proporcionar capacidades y herramientas de gestión relevantes a los socios para potenciar el desarrollo y crecimiento de sus negocios.</p>
<p><b>REPRESENTATIVIDAD E INFLUENCIA</b></p> <p>→</p>	<p>Demostrar liderazgo en el mundo gremial (Chile) y regional.</p>	<p>Fortalecer comités de trabajo, mejorar la coordinación y generar sinergias entre ellos.</p>	<p>Influir de manera proactiva en las leyes y políticas que afectan al gremio.</p>	
<p><b>EMPRESAS DEL FUTURO</b></p> <p>→</p>	<p>Ofrecer nuevos servicios (y/o negocios) acorde a las necesidades emergentes de los socios.</p>	<p>Entregar contenidos de calidad a los socios en torno a tendencias relevantes para sus negocios.</p>	<p>Posicionarnos como un facilitador del desarrollo digital y el comercio electrónico.</p>	<p>Promover la innovación y el uso de nuevas tecnologías.</p>
<p><b>DESARROLLO ORGANIZACIONAL</b></p> <p>→</p>	<p>Desarrollar el talento requerido para el proceso de transformación de la CCS y sus desafíos permanentes.</p>	<p>Facilitar una cultura organizacional que soporte la nueva estrategia y el desarrollo de capacidades de adaptación al cambio.</p>	<p>Implementar sistemas y procesos que sustenten el plan de transformación desde lo estructural.</p>	
<p><b>SOSTENIBILIDAD</b></p> <p>→</p>	<p>Asegurar la sostenibilidad futura de la CCS.</p>	<p>Posicionar a la Cámara como referente de sostenibilidad en Chile, por medio de la socialización de iniciativas en esta materia.</p>	<p>Facilitar el desarrollo sostenible de los socios.</p>	<p>Generar impacto medible en la sociedad.</p>



## Cultura Interna

La trascendencia de la transformación nos llevó a replantearnos nuestra cultura interna. Fruto de este proceso surgieron nuevos pilares culturales. Creamos un Comité de Cultura que está integrado por representantes de todas las áreas de la Cámara y actualmente su gestión está a cargo de la Gerencia de Personas y Transformación. El Comité de Cultura se encarga de impulsar las transformaciones y de apoyar el Plan de Cultura Anual.

### Nuestros nuevos pilares culturales son:



**DESARROLLO DE PERSONAS:**  
hacemos progresar a las personas, haciéndolas responsables de su desarrollo.



**RESPECTO AL OTRO:**  
somos respetuosos de la diversidad de puntos de vista, sin discriminar.



**EVOLUCIÓN CONTINUA:**  
somos innovadores en nuestras acciones.



**COMUNICACIÓN TOTAL:**  
estamos comunicados, escuchamos a las personas y a los equipos.



**TRABAJO EN EQUIPO:**  
colaboramos más allá de nuestras áreas, privilegiando los intereses de la organización.



**LO MEJOR DE TI:**  
hacemos nuestro trabajo con excelencia y de manera sostenible.



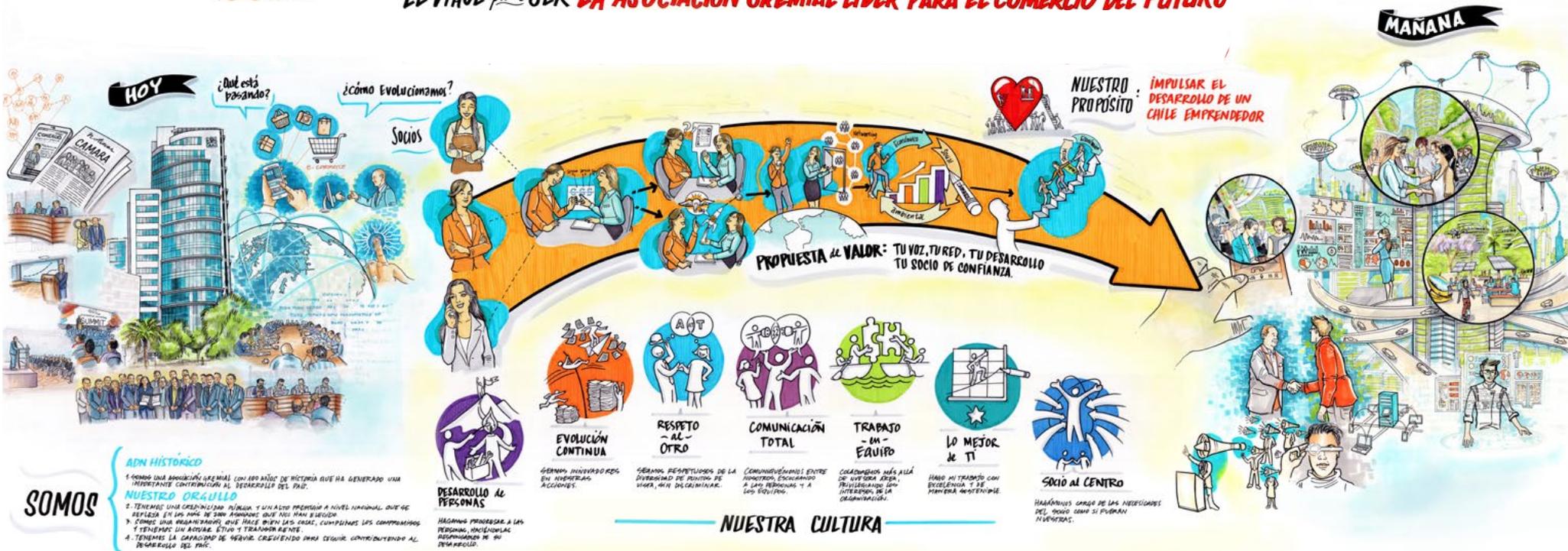
**SOCIO AL CENTRO:**  
nos hacemos cargo de las necesidades del socio como si fueran nuestras.





# EVOLUCIÓN CCS

EL VIAJE para SER LA ASOCIACIÓN GREMIAL LÍDER PARA EL COMERCIO DEL FUTURO



## 2.2

### Grupos de Interés y Canales de Comunicación

Definimos y gestionamos nuestros asuntos materiales considerando seis grupos de interés. Con ellos mantenemos una relación permanente a través de canales formales de comunicación, para identificar sus inquietudes

**AUTORIDADES NACIONALES Y REGIONALES** →

Reuniones formales para plantear las inquietudes del medio solicitadas siguiendo los lineamientos de la plataforma de lobby.

**COLABORADORES** →

Medios de comunicaciones internas, programa de diálogos internos, sistema de evaluación de desempeño, otros.

**PROVEEDORES** →

Comunicación directa entre cada gerencia o área con sus respectivos proveedores, ya que la gestión de proveedores es descentralizada.

**SOCIOS** →

Comités de trabajo, página web, talleres y webinars, Asamblea de Socios, Consejo, Directorio, otros.

**ORGANISMOS ALIADOS** →

Reuniones bilaterales, iniciativas conjuntas, otros.

**COMUNIDAD INTERNACIONAL** →

Reuniones formales para plantear inquietudes del medio y afianzar lazos de cooperación, reuniones bilaterales, iniciativas conjuntas, otros.

## 2.3

### Gestión de Riesgos y Control Interno

Como parte de nuestra nueva estrategia corporativa, en 2019 decidimos incorporar la gestión de riesgos y el control interno en nuestra administración.

En esa dirección creamos la Gerencia de Contraloría, a cargo de liderar este proyecto. Sus resultados y avances se reportan a un Comité de Directores, integrado por la presidenta del Directorio, cuatro directores y el gerente general.

Dada su envergadura y el momento en que se inicia -post estallido social y luego la pandemia- la ejecución de esta iniciativa quedó en manos del equipo interno de la Gerencia de Contraloría. Se acordó ejecutarlo de manera gradual con el apoyo de servicios externos específicos, según las necesidades.

En 2020 iniciamos el levantamiento de todos los procesos internos y sus riesgos

involucrados. También desarrollamos planes de acciones mitigatorios para cada riesgo que se encontrara dentro del apetito de riesgo o se encontrara con clasificación de riesgo reputacional, trabajo que fue realizado en conjunto con cada una de las gerencias y áreas que componen la organización. El ejercicio tomó cerca de dos años y requirió de un proceso de sensibilización interna, a través del cual se explicó a las personas que estos procesos conllevan un esfuerzo de resiliencia que les invita a replantearse las formas en que desarrollan su quehacer.

Como resultado surgieron las primeras matrices de riesgo, que nos permitieron avanzar en el diseño de los primeros planes de acción, en línea con la Política de Riesgo y Control Interno, la cual dispone que los riesgos calificados como altos y muy altos deben contar con un plan de gestión a cargo de las áreas responsables.

En una mirada de mediano y largo plazo, en 2022 iniciamos un trabajo para impulsar una cultura interna que adopte la gestión de riesgos como un proceso de mejora continua. Esto requiere de un trabajo más integrado y no en silo.

En materia de buenas prácticas, como Cámara adoptamos el Modelo para la Gestión de Riesgos COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Commission) y la norma ISO 31000, como una manera de apoyar la evaluación y priorización de los riesgos. También utilizamos el Modelo de las Tres Líneas, que permite segmentar rol y función dentro de una organización.



#### DESAFÍOS 2022:

Avanzar en la mejora continua de los procesos, manteniendo vivas las matrices de riesgos.

Impulsar una cultura interna sobre gestión de riesgos. Se realizarán inducciones a todos los colaboradores cuando ingresen a la Cámara, sean estos internos o externos.

Reevaluar los riesgos, buscando la eficiencia de los procesos y ejerciendo la mejora continua.

Establecer KPI por gerencia, para contar con indicadores que permitan medir el grado de cumplimiento de los planes desarrollados.

Incorporar la gestión de riesgo preventiva en cada proyecto nuevo que iniciemos en la Cámara y en nuestras filiales.



## BARÓMETRO EMPRESARIAL

Para potenciar la gestión de nuestra ética, decidimos incorporarnos al Barómetro de Valores e Integridad de la Fundación Generación Empresarial, con el objetivo de identificar fortalezas y debilidades para consolidar una cultura ética en la institución. Se trata de una encuesta que mide la definición, vivencia y comunicación de valores empresariales. El conocimiento de las herramientas de prevención de conductas antiéticas, la presencia de conflictos éticos y el compromiso

de las jerarquías con la integridad al interior de las instituciones.

En 2021 recibimos una Distinción Especial por nuestro compromiso con la integridad, junto a otras cuatro organizaciones no empresariales.

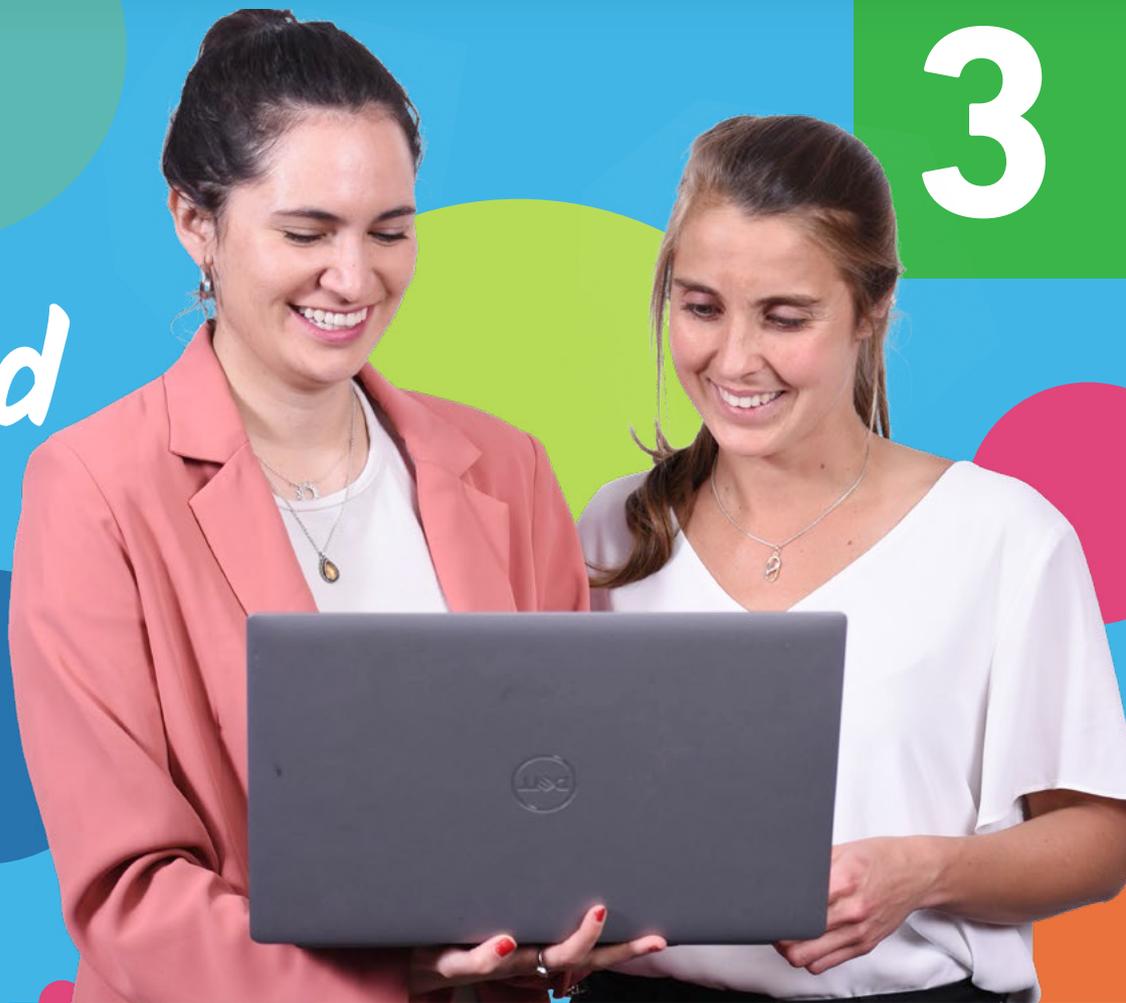




3

# Sostenibilidad en la CCS

- 3.1 Gestión de la Sostenibilidad
- 3.2 Principales Avances en Sostenibilidad
- 3.3 Desafíos 2022



## ¿Por qué es material?

La sostenibilidad es uno de nuestros cinco pilares estratégicos. Desde este eje buscamos asegurar la sostenibilidad de la organización; posicionar a la asociación como un referente de sostenibilidad en Chile y facilitar el desarrollo sostenible de los socios.

## ¿Cómo se gestiona?

Nuestra herramienta de gestión primordial son los Principios de Conducta Empresarial, que entregan lineamientos y prácticas concretas que promovemos a nivel interno y entre nuestras empresas socias, a través de instancias formales.



## 3.1 Gestión de la Sostenibilidad

Desde nuestra mirada, el desarrollo empresarial sostenible constituye una senda virtuosa, que permite conectar a la industria del comercio con las necesidades del nuevo consumidor, fortalecer la relación con socios comerciales, facilitar la atracción y retención de talentos, tener licencia social para operar, ser una fuente permanente de innovación, preparar la adopción

temprana de nuevas regulaciones y abrir oportunidades a mercados e inversionistas cada vez más exigentes.

Con esta visión definimos que la sostenibilidad contribuye de una manera relevante en nuestro desafío de ser la asociación gremial que lidera el comercio futuro y promueve un Chile emprendedor. En esa dirección, la incorporamos como uno de los cinco pilares de nuestra estrategia de desarrollo como gremio.

La gobernanza de nuestra sostenibilidad considera una Gerencia de Sostenibilidad, con reporte directo a la Gerencia General, y con un Comité de Sostenibilidad, que es una instancia de trabajo gremial integrado por los socios, hacia fines de 2021.

Entre sus primeras responsabilidades, la Gerencia de Sostenibilidad se enfocó en la elaboración de la primera estrategia de sostenibilidad nuestra, que nos brindó un



marco de actuación para la toma de decisiones, gestión de los impactos y contribución al desarrollo sostenible de nuestros grupos de interés y del país. Su diseño consideró un diagnóstico y un amplio proceso de consulta del cual surgieron en 2020 los **Principios de Conducta Empresarial**, una iniciativa inédita para nuestro gremio, que entrega lineamientos y prácticas concretas que facilitan la adopción de la sostenibilidad desde el punto de vista estratégico y en su relación con los grupos de interés.

## PRINCIPIOS DE CONDUCTA EMPRESARIAL



### 3.1.1 Implementación de los Principios de Conducta Empresarial

Para que los principios sean adoptados por nuestras empresas socias y también a nivel interno, mantenemos una comunicación y análisis permanente sobre sus temáticas. Realizamos talleres y charlas, desarrollamos iniciativas y también apoyamos proyectos externos, con el propósito de aterrizarlos en acciones concretas.

Con ese mismo enfoque el Comité de Sostenibilidad crea y valida diversos proyectos relacionados con el contenido de los principios. Sus integrantes comparten buenas prácticas asociadas a los principios y, al mismo tiempo, están comprometidos con promover sus lineamientos al interior de sus empresas, procurando que sean entendidos como una herramienta que les permite gestionar sus riesgos a través de un proceso de mejora continua y generación de una cultura más colaborativa.

Para ampliar el alcance de los Principios de Conducta Empresarial, en 2021 intensificamos nuestros esfuerzos en materia de sensibilización. Las medidas adoptadas fueron incluidas en el Welcome Pack (Pack de Bienvenida) dirigido a los nuevos socios.

#### EMPRESAS ADHERIDAS A LOS PRINCIPIOS DE CONDUCTA EMPRESARIAL

Número de Empresas adheridas

**5**  
2020 | **94**  
2021

% de empresas adheridas respecto del total de socios

**0,22%**  
2020 | **4,65%**  
2021

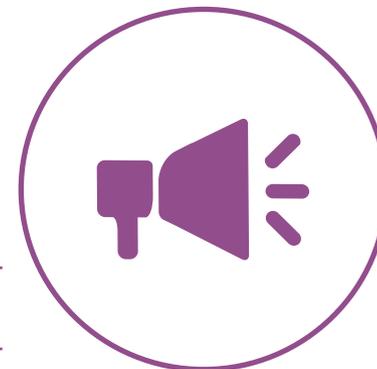
Total Socios

**2.318**  
2020 | **2.021**  
2021

# 3.2

## Principales Avances en Sostenibilidad

# Principio 1



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

Prácticas asociadas	Implementación	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir y transparentar el propósito de la organización desde la alta dirección.</li> <li>Promover desde el directorio la evolución del gobierno corporativo y su integración con el entorno.</li> </ul>	<p><b>Nivel Interno</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Sensibilización interna.</b> Para reforzar nuestros compromisos en la cultura interna, incorporamos la sostenibilidad en nuestro programa de inducción dirigido a los nuevos colaboradores.</li> </ul>	<p><b>Dirigidas a los socios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Capacitaciones sobre Propósito.</b> Realizamos nuestro primer taller en 2020 sobre <i>"Propósito: La base para una estrategia empresarial sostenible"</i>. En 2021 continuamos con <i>"Integración del propósito a la estrategia del negocio"</i>, <i>"Cómo tu propósito empresarial contribuye a alcanzar el máximo potencial"</i>. Entre 2020 y 2021 participaron 145 empresas en estas capacitaciones.</li> </ul>



# Principio 2



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

### Prácticas asociadas

- Garantizar que los bienes y servicios que proporcionan sean conformes con las normas vigentes en materia de salud y seguridad de los consumidores.
- Proteger la privacidad de los consumidores.
- Promover una relación ética, no discriminatoria o engañosa.
- Facilitar a los consumidores mecanismos de reclamo.

### Implementación

#### Contribución a iniciativas externas

- **Trabajo conjunto con el Sernac.** Trabajamos en forma conjunta con el SERNAC en la identificación y fomento de prácticas de protección al consumidor como sistema preventivo más allá de la ley. Realizamos un conversatorio sobre "Oportunidades y desafíos para las empresas en su relación con el consumidor", dirigido a las empresas integrantes del Comité de Sostenibilidad de la CCS, con el objetivo de conocer la manera en que las empresas abordan su relación con el consumidor, su relacionan con el SERNAC como ente regulador en materia de consumo.

# Principio 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

Prácticas asociadas	Implementación	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos.</li> <li>• Respetar la libertad sindical y de representación.</li> <li>• Velar para que en todas sus actividades rija el principio de igualdad de oportunidades y trato, así como la no discriminación.</li> <li>• Capacitar y procurar el desarrollo de los trabajadores en todos los niveles.</li> </ul>	<p>Nivel Interno</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seguridad laboral y calidad de vida.</b> Nos propusimos avanzar en el ámbito de la Salud y Seguridad Laboral y la incorporación de jornadas flexibles.</li> <li>• <b>Elaboración de la Política de Seguridad de Datos interna y externa.</b></li> <li>• <b>Adopción de tecnologías sustentables en el edificio corporativo.</b></li> </ul>	<p>Dirigidas a los socios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Creación del Comité de Personas.</b> Este nuevo comité de trabajo dirigido a los socios, busca aportarles valor abordando la gestión y desarrollo de la cultura organizacional, a través de un espacio que genera aprendizajes. Adicionalmente, busca representar a nuestros socios sobre sus inquietudes frente a las autoridades gubernamentales en materia de legislación laboral.</li> </ul>



# Principio 4



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

### Prácticas asociadas

- Contribuir en la generación de una mayor simetría en las relaciones de comercio y prestaciones de servicios con sus proveedores.
- Realizar un proceso continuo para obtener y gestionar información de sus socios comerciales sobre sus prácticas económicas, sociales y ambientales.
- Alentar a sus socios comerciales para que desarrollen prácticas responsables.
- En la medida de lo posible, brindar capacitación tecnológica para que sus proveedores puedan mantenerse vigentes.
- Mantener una comunicación efectiva (canal de comunicación) con los socios comerciales.
- Establecer planes de emergencia con sus socios comerciales, para asegurar la continuidad operacional en situaciones de crisis y/o emergencia.

### Implementación

Nivel Interno	Dirigidas a los socios	Contribución a iniciativas externas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Elaboración de la Política de Abastecimiento.</b></li> <li>• <b>Desarrollo de pautas internas para la contratación de servicios.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Guía de Cadena de Suministro Sostenible.</b> Busca impulsar las mejores prácticas en las relaciones comerciales entre los socios mandantes y proveedores. Contiene las etapas principales en la relación mandante-proveedor, lineamientos, buenas prácticas, riesgos, oportunidades e indicadores de desempeño distinguidos en seis niveles progresivos de adopción. Más información en <a href="https://www.ccs.cl/html/guia/">https://www.ccs.cl/html/guia/</a></li> <li>• <b>Creación del Comité de Compras el 2021.</b> Este comité de trabajo dirigido a los socios, busca responder a la necesidad de mejorar las prácticas de las áreas de compras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Participación en la red de Suministro Responsable Latam.</b> Esta iniciativa busca promover la sostenibilidad y actuación responsable en las cadenas de suministro de Latinoamérica a través del diálogo y la cooperación entre gremios, empresas, gobierno, organizaciones no gubernamentales y otras instituciones.</li> </ul>



# Principio 5

## Principio 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.**



### Prácticas asociadas

- Fomentar una cultura de respeto hacia el medioambiente y entorno en el que se desarrolla la empresa.
- Medir y mitigar los impactos negativos en el medio ambiente ocasionados por la operación de la empresa.
- Considerar el apoyo a acciones de conservación y/o regeneración de los ecosistemas afectados.
- Monitorear y gestionar potenciales riesgos vinculados al cambio climático.
- 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.
- Generar sistemas de cumplimiento efectivos, identificando indicadores que permitan medir y reportar tales impactos ambientales.
- 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.

### Implementación

#### Dirigidas a los socios

- **APL Aparatos Eléctricos y Electrónicos (AEE).** En 2019 iniciamos el trabajo que derivó en la implementación del Acuerdo de Producción Limpia (APL) para Aparatos Eléctricos y Electrónicos (AEE). Contó con la participación de 19 empresas productoras e importadoras de Aparatos y comprometió la participación de diversos servicios públicos. En 2021 se desarrollaron trece campañas de recolección en cinco comunas comprometidas con el APL, a través de una modalidad complementaria entre recolección domiciliar y puntos limpios, que logró recolectar alrededor de 30 toneladas provenientes de más de 5.300 aparatos.
- **Lanzamiento de TRAEE.** En el marco del APL AEE, creamos la marca TRAEE -Transformación de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos- con la finalidad de sensibilizar a la comunidad sobre estos residuos y su responsabilidad de disponerlos de manera correcta, para que estos circulen y sean recursos que puedan volver a generar valor. **(Más información en <https://www.traee.cl/>)**



#### CIFRAS EN REDES SOCIALES EN 2021

→ **316** publicaciones

→ **5.768** seguidores

→ Publicaciones en Instagram alcanzaron a **789.792** personas, y **12.186** interacciones.

→ Más información en [www.traee.cl](https://www.traee.cl)

# Principio 5



## Principio 5

Implementación	
Nivel Interno	Contribución a iniciativas externas
<p>• <b>CCS carbono neutral al 2025.</b> Buscando contribuir con los esfuerzos globales para mitigar los impactos del Cambio Climático, nos propusimos lograr la Carbono Neutralidad al 2025 en nuestras operaciones.</p> <p>• <b>Medición Huella de Carbono.</b> Comenzamos a medir nuestra Huella de Carbono en 2019 siguiendo los lineamientos de Huella Chile. En 2021 realizamos la tercera medición y dio como resultado que emitimos 484 tCO<sub>2</sub>e un 35% inferior respecto de 2020. Diseñaremos un plan de reducción que debutará en 2022.</p> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 20px;"> <p>2019 → <b>671</b> Ton CO<sub>2</sub>eq</p> <hr/> <p>2020 → <b>745</b> Ton CO<sub>2</sub>eq</p> <hr/> <p>2021 → <b>484</b> Ton CO<sub>2</sub>eq</p> </div>  </div>	<p>• <b>Economía circular de Chile al 2040.</b> Integramos el comité estratégico que apoyó la construcción de una hoja de ruta para acelerar la transición del país hacia este modelo.</p> <p>• <b>Pacto Chileno de los Plásticos (PCP).</b> Participamos en el proceso de identificación de los desafíos en cada una de las metas del Pacto, para la construcción de una hoja de ruta que permita abordarlos.</p> <p>• <b>APL (ASIPLA).</b> Suscribimos este acuerdo liderado por la Asociación Gremial de Industriales del Plástico</p> <p>• <b>Programa Súmate a Innovar de Corfo.</b> Apoyamos este programa facilitando y difundiendo sus beneficios y alcance entre nuestros socios.</p> <p>• <b>Unidos por la Acción Climática.</b> Nos unimos a esta iniciativa compuesta como diversas instituciones, que busca promover que las empresas aumenten su ambición climática y sean carbono neutrales. La alianza se suscribió en la COP25.</p> <p>• <b>Alianza para la Acción Climática Chile (ACA).</b> Nos hicimos parte en 2021 de esta iniciativa liderada por la ONG Fondo Mundial para la Naturaleza. Se lanzó en la COP26 con el objetivo de conectar a diversos actores sub-nacionales y no estatales para acelerar la transición a sociedades bajas en carbono y resilientes al cambio climático.</p> <p>• <b>Capacitaciones con Huella Chile.</b> En 2021 apoyamos esta iniciativa que tiene la finalidad de enseñar a las empresas a medir, reducir y compensar los gases de efecto invernadero emitidos por su operación.</p> <p>• <b>Alianza CCS con Climate Trade.</b> Esta plataforma conecta a desarrolladores de proyectos de mitigación con aquellos buscan compensar sus emisiones.</p>

# Principio 6



## 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 DERECHO.

Prácticas asociadas	Implementación		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar y adoptar mecanismos y programas o medidas de ética y cumplimiento.</li> <li>Capacitar a sus colaboradores y socios comerciales sobre la importancia de respetar los valores y compromisos de la empresa y las leyes.</li> <li>Disponer para sus trabajadores, socios comerciales y público en general de canales de denuncia confiables y de fácil acceso.</li> <li>Asegurar que ningún colaborador o socio comercial sufra represalias o discriminación por reportar, de buena fe, sobre las irregularidades</li> </ul>	Nivel Interno	Dirigidas a los socios	Contribución a iniciativas externas
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Elaboración del primer Reporte de Sostenibilidad de la CCS.</b> Este reporte espera ser la base para el futuro reporte integrado, el cual se espera desarrollar el 2024.</li> <li><b>Compliance.</b> En 2021 creamos la Gerencia Compliance y el Modelo de Prevención de Delitos requerida por la Ley 20.393.</li> <li><b>Programa de diálogos internos.</b> Esta iniciativa alojada en el eje de Gobierno Corporativo, surge en el marco del cambio cultural y es gestionado por la Gerencia de Personas y Transformación.</li> <li><b>Posicionamiento de la sostenibilidad en la CCS.</b> Difundimos nuestro quehacer en el ámbito de la sostenibilidad a través de la prensa, plataformas propias y alianzas con media partners (País Circular, Diario Sustentable, ComunicarSe).</li> <li><b>Barómetro de Valores e Integridad Organizacional (BVIO).</b> A partir del año 2020 incorporamos esta herramienta de la Fundación Generación Empresarial, que mide anualmente la cultura ética y de cumplimiento en las organizaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Promoción de los Principios de Conducta Empresarial.</b> Realizamos una serie de acciones comunicacional para motivar entre los socios la adopción de los Principios de Conducta Empresarial.</li> <li><b>Compliance socios.</b> En 2021 creamos el primer Comité Compliance para los socios, liderado internamente por la Gerencia de Compliance.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Alianza con Chile Transparente.</b> Apoyamos la elaboración y lanzamiento de la Guía para Prevenir el Lavado de Activos.</li> <li><b>Alianza Anticorrupción de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (UNCAC).</b> Junto a la Asociación de Aseguradores de Chile, la Cámara Chileno Alemana de Comercio e Industria, el Consejo de Defensa del Estado y la Contraloría General de la República, desarrollamos el documento "Bases de un Sistema de Integridad". (Más información en <a href="http://www.alianzaanticorrupcion.cl">www.alianzaanticorrupcion.cl</a>)</li> <li><b>Elaboración guía de bolsillo de "no excusas".</b> Buscó identificar las excusas utilizadas con mayor frecuencia para justificar conductas corruptas y así poder evitarlas.</li> <li><b>Ciclo dilemas éticos.</b> Se realizaron junto a la Fundación Generación Empresarial, con el fin de fortalecer los criterios de discernimiento ante dilemas propios del negocio, a través de la identificación de buenas prácticas empresariales.</li> </ul>



# Principio 7



## RESPETAR Y PARTICIPAR ACTIVAMENTE CON LAS COMUNIDADES IMPACTADAS POR LAS OPERACIONES DE EMPRESAS, APORTAR AL DESARROLLO DE COMPETENCIAS LOCALES Y AL BIEN COMÚN DE LA SOCIEDAD

### Prácticas asociadas

- Estimular la generación de capacidades locales.
- Fomentar la formación del capital humano y el desarrollo del comercio local.
- 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.
- Desarrollar canales de información abiertos a las comunidades.

### Implementación

#### Contribución a iniciativas externas

- En 2021 bajo esta iniciativa se realizaron actividades para la navidad con el Servicio Nacional de Menores y la Fundación Sentido.



## 3.3 Desafíos 2022

### AMPLIACIÓN SECTORIAL Y APLICACIÓN DE LA GUÍA DE GESTIÓN DE CADENA DE SUMINISTRO SOSTENIBLE.

- Diseñar procesos de evaluación e implementación sostenible de cadenas de suministro, a partir de las prácticas y niveles identificados en la Guía.
- Definir las áreas prioritarias de desarrollo para la gestión sostenible de la cadena de suministro, en función de las buenas prácticas.
- Incorporar la percepción de proveedores y mandantes respecto de prácticas y oportunidades.
- Desarrollar un modelo de implementación de la guía, que sirva de base para un futuro servicio de consultoría, dirigido a principalmente empresas mandantes.
- Difundir el contenido de la Guía de Gestión de Cadena de Suministro Sostenible y capacitación sobre su implementación.

### POSICIONAR LA SOSTENIBILIDAD EN NUESTRA CULTURA INTERNA.

- El objetivo es internalizar la sostenibilidad como nuestro pilar estratégico, a través de inducciones a todos los colaboradores.

### PORTAL DE FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL.

- Crear plataforma que reúna, organice, sistematice y ponga a disposición los recursos e información sobre desarrollo empresarial sostenible.

### SOSTENIBILIDAD DEL PACKAGING UTILIZADO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

- El objetivo es desarrollar soluciones enfocadas en optimizar el packaging utilizado en el comercio electrónico y, por otro lado, en circularizar el existente a través de la ejecución de dos proyectos; un Acuerdo de Producción Limpia en Chile y el AI Invest Verde con la Unión Europea.



4



# Gobernanza, Ética y Cumplimiento

- 4.1 Gobierno Corporativo
- 4.2 Gobernanza, Ética y Cumplimiento

## ¿Por qué es material?

Basamos nuestro quehacer en altos estándares éticos que nos han permitido ganarnos una credibilidad pública y un alto prestigio a nivel nacional que se refleja en los 2.400 asociados que nos han elegido. Somos una organización referente que cautela la confianza depositada por las autoridades nacionales y locales, que se ve representada en las diferentes instancias de trabajo conjunto.

## ¿Cómo se gestiona?

Contamos con estatutos para nuestros socios y normativas internas, con prácticas empresariales de auto regulación que incluyen mecanismos de sanción y compromisos formales contra la corrupción y defensa de la libre competencia.

# 4.1

## Gobierno Corporativo

Conscientes de que la generación de confianza es fundamental para el desarrollo de nuestra industria y quehacer gremial, promovemos prácticas de autorregulación que están presentes en nuestros estatutos, regulaciones, códigos y políticas internas.

En este marco, nuestro gobierno corporativo tiene como objetivo primordial promover el desarrollo del sector comercio en Chile de acuerdo con los principios de la libertad de comercio, la sana y libre competencia y la iniciativa privada en materia empresarial.

Los principales órganos que conforman nuestro gobierno corporativo son los siguientes:

- **Asamblea General de Socios.** Es el máximo órgano del Gobierno Corporativo. Participan todas las empresas socias y su rol principal es aprobar las directrices gremiales y elegir a los representantes del Consejo General, instancia a la cual la Asamblea delegó la responsabilidad de dirigir la Cámara.
- **Consejo General.** Está conformado por 33 consejeros elegidos por las empresas socias en la Asamblea General de Socios, mediante un sistema abierto y transparente. Este proceso se realiza a través de un proceso virtual a cargo de una empresa externa independiente. Su función principal es definir las directrices político-gremiales de la institución, entre ellas: elegir al Directorio;

fijar las políticas y acciones generales; supervigilar las actividades; pronunciarse acerca de renuncias, inhabilidades o remociones de directores y consejeros y designar a sus reemplazantes. Interviene con amplias facultades para dirimir conflictos entre nuestros asociados.

- **Directorio.** Está integrado por 11 miembros elegidos por el Consejo General. A partir de julio de 2021 es liderado por María Teresa Vial, la primera mujer que asume la presidencia en la historia de nuestra organización. Se reúne con una frecuencia mensual. Entre sus funciones está convocar la Asamblea de Socios, designar al Gerente General, cautelar el buen funcionamiento interno de la organización, dictar los reglamentos o normativas internas que correspondan, entre otros.



- **Consejo de Ética y Buenas Prácticas.** Está compuesto por tres miembros titulares y tres suplentes, todos elegidos por el Consejo General por un período de dos años, con la opción de ser reelegidos de manera consecutiva por un sólo período adicional. Su función principal es facilitar y promover las sanas relaciones entre los socios, con el equipo ejecutivo o cualquiera de sus órganos, o bien con sus integrantes.

A petición del Directorio, el Consejo se pronunciará sobre aquellas materias que se sometan a su conocimiento y que pudieren involucrar la eventual afectación de los principios éticos y de buenas prácticas. Cuenta con un procedimiento establecido y resuelve según la prudencia y la equidad, procurando que las partes intervinientes tengan la posibilidad procesal de hacer sus descargos, si tal fuera el caso. En 2021, esta

instancia sancionó cinco casos y en uno de ellos se determinó la desvinculación de uno de nuestros asociados.

- **Administración.** Está conformada por una Gerencia General, responsable de liderar las gerencias incluyendo nuestras filiales: Centro de Arbitraje y Mediación (CAM Santiago); RedNegocios; Informaciones; Centro de Capacitación y Certificación y e-Certchile.

## PROCESO DE ELECCIONES CONSEJERO

- Todos las empresas socias tiene derecho a presentar su candidatura al Consejo General. Las y los interesados se presentan según su tamaño.
- La votación se realiza en la Asamblea Ordinaria de socios mediante un proceso virtual.

- Todas las empresas socias tiene derecho a ejercer un voto en la elección de los integrantes del Consejo General.
- Previamente a la votación la CCS ofrece una capacitación de la plataforma de votación en línea a todos las socias y socios que lo requieran.

## Financiamiento a la política

Como parte de nuestras normativas internas y de autorregulación, nuestra asociación no financia partidos políticos como tampoco centros de pensamiento (Think Tank) o cualquier otra entidad asociados a colectividades políticas.



## 4.2

# Gobernanza, Ética y Cumplimiento

Nuestra gobernanza se rige por un marco interno fundado en principios éticos y de buenas prácticas, políticas corporativas, códigos internos y reglamentos, cuyo cumplimiento es promovido y vigilado por el Comité de Ética. A partir de 2021, contamos con un Modelo de Prevención de Delitos, que aborda los delitos tipificados en la Ley 20.393.

### CAPACITACIÓN EN COMPLIANCE ONLINE COLABORADORES 2021

3

NÚMERO DE CHARLAS

+250

NÚMERO DE ASISTENTES

### 4.2.1 Prevención de Delitos

Con la adopción de nuestro primer Modelo de Prevención de Delitos, quisimos manifestar explícitamente nuestra posición respecto de la corrupción, cohecho, lavado de activos y otros delitos. Su implementación vino acompañado de la creación de la Gerencia de Compliance y primera Oficial de Cumplimiento.

Durante 2021 la nueva gerencia se enfocó en la redacción, implementación, levantamiento de información y establecimiento de una matriz de riesgo que identificó 16 tipos de delitos señalados en la Ley 20.393 que podrían impactar el quehacer gremial.

Pusimos en marcha el primer Canal de Denuncias al que pueden recurrir de manera anónima y confidencial todas las personas que sospechen de alguna actividad que pudiese implicar una violación a las leyes, reglamentos, políticas internas y principios

éticos que nos rigen. La plataforma es gestionada por la Gerencia de Compliance y Oficial de Cumplimiento. Al cierre de 2021 no se registraba denuncias.

En el marco de este trabajo elaboramos políticas corporativas, desarrollamos un proceso de levantamiento de información y análisis sobre la percepción interna sobre la corrupción. También, realizamos capacitaciones sobre compliance de forma remota.

Pensando en los socios, en 2021 creamos el Comité de Compliance con la secretaria ejecutiva a cargo de la Gerencia de Compliance. Al cierre del periodo 30 empresas participaban activamente en el Comité de Compliance.



### DESAFÍOS 2022:

- Elaborar una matriz de riesgos relacionada con la Ley 20.393.
- Lanzamiento del Código de Ética en 2022.
- Reforzar el trabajo con las pymes socias sobre temas de Anticorrupción y Fraudes.
- Iniciar un plan de capacitaciones sobre compliance y difusión mensual sobre el área.
- Iniciar un plan de capacitación sobre la Ley 20.393 el segundo semestre de 2022.
- Implementar un Comité de Ética dentro de nuestra organización y sus filiales.
- Capacitar mensualmente a las personas que se integran a la Cámara..

## 4.2.2 Nuevas políticas internas

En 2021 también fue un año activo en la elaboración de políticas internas, en línea con el fortalecimiento de nuestra gobernanza.

• **Administración y Finanzas.** En el marco de las definiciones que surgieron del Modelo de Prevención de Delitos, la Gerencia de Administración y Finanzas dio el vamos para la elaboración de la Política de Contratación de Bienes y/o Servicios. Contamos con una gestión de proveedores descentralizada y la nueva Política de Contratación vino a establecer todas las condiciones bajo las cuales se puede contratar un proveedor. Entre ellas, el debido resguardo del cumplimiento de la Ley 20.393 en la prestación del servicio, que a su vez está alineada con la nueva Política de Conocimiento de Terceros, que considera hacer un due diligence a nuestros proveedores para que cumplan con valores y estándares nuestros. Su lanzamiento está comprometido para 2022.

También, en relación a nuestros proveedores, el área estableció nuevas pautas internas para la contratación de servicios. Determinamos que todas las contrataciones que superen el millón de pesos deben considerar un proceso de licitación. Para montos de mayor envergadura, se acordó recurrir a la filial RedNegocios que cuenta con una plataforma electrónica online que permite evaluar y monitorear riesgos comerciales, financieros, tributarios, legales, laborales, técnicos, de higiene y seguridad, medioambientales de proveedores y contratistas.

Adicionalmente, la Gerencia de Administración y Finanzas desarrolló la Política de Productos Financieros -sobre la tenencia de tarjeta de crédito- y la política de Cobranzas, que define el tipo de cobranza según tipo de socios (tamaño). De esta nueva Política surgieron indicadores para medir el tiempo promedio de pago a los proveedores y de incobrabilidad, cuyos resultados se presentan cada seis meses en el comité interno de gerentes.

• **Normativas vinculadas a compliance.** La implementación del Modelo de Prevención de Delitos generó la elaboración de una serie de políticas internas: Políticas de Denuncias e Investigación; Conflictos de Interés; Regalos y Hospitalidades; Interacciones con Funcionarios Públicos; Conocimiento de Terceros; Inversiones y Prevención de Delitos.

• **Transformación y Personas.** La Gerencia de Transformación y Personas avanzó en la elaboración de las políticas de Alcohol y Drogas; Selección y Contratación; Personas y Desempeño y un Plan de Incentivos. También elaboró la Política de Procedimientos de la Gerencia de Personas y Transformación, además de crear un Comité de Aplicación de Políticas y Procedimientos.

• **Contraloría.** Lanzó su Política de Riesgo y Control Interno, en el marco de un arduo y amplio trabajo que conllevó la construcción de su mapa de riesgos.



## DESAFÍOS 2022:

Elaboración de las siguientes políticas:

- Política de Contratación de Bienes y Servicios
- Política de Compra
- Política de Relaciones con la Comunidad y Plan de Inversión Social
- Política de Manejo de Residuos

También se implementaron las Políticas de Emprendimiento y Sostenibilidad.



# Socio al Centro

- 5.1 Nuevo Enfoque Estratégico
- 5.2 Comités de Trabajo
- 5.3 Representación e Influencia



5



## ¿Por qué es material?

Responder oportunamente a las necesidades de nuestros socios, representar sus problemáticas ante las autoridades, son cruciales para la perdurabilidad de nuestra asociación.

## ¿Cómo se gestiona?

Contamos con una estructura organizacional dedicada a la creación de valor para nuestros socios, comité de trabajo específicos y beneficios con atractivas condiciones.

# 5.1

## Nuevo Enfoque Estratégico

Con la definición del Socio al Centro como uno de nuestros pilares estratégicos, emprendimos una serie de cambios internos para abordar los nuevos desafíos. Entre ellos están los implementados en la Gerencia

de Servicios Empresariales, que en 2021 se transformó en la Gerencia de Servicios Empresariales, Asuntos Internacionales y Gremial (GSEAI & Gremial). Esta gerencia es la que tiene a su cargo la gestión directa de la necesidades de los socios, la agenda gremial, la coordinación y articulación de las relaciones de representatividad de nuestra Cámara con los organismos del Estado e instituciones intermedias.

Entre los desafíos encomendados a esta área están instalar la agregación de valor a los socios como un criterio central para la toma de decisiones. Mejorar la atracción y fidelización de los socios por medio del relacionamiento proactivo y constructivo con ellos, y promover instancias efectivas de networking nacional e internacional con foco en la generación de negocios. También busca proporcionar a nuestros asociados, capacidades y herramientas de gestión relevantes para potenciar el desarrollo y crecimiento de sus negocios.

### 5.1.1 Estrategia comercial

Para lograr sus objetivos la GSEAI & Gremial inició en 2021 una reestructuración interna, que consideró la creación de la nueva Subgerencia Comercial, que se integró a las existentes subgerencias de Asuntos Internacionales y a la de Productos y Eventos. Esta última se transformó en la Subgerencia de Marketing.

A nivel comercial, a la Subgerencia Comercial se le encomendó el diseño de una nueva estrategia comercial que debutará en 2022 y que tendrá un fuerte foco en la atracción de nuevos socios. Para abordar este desafío contemplamos una reorganización profunda, que considera preparar al equipo interno en la adopción de nuevas habilidades comerciales, incorporación de nuevos profesionales, adecuación del sistema de incentivos para que esté acorde con los nuevos lineamientos, entre otros.





En el ámbito de la fidelización, realizamos un exhaustivo levantamiento del ciclo de vida del socio y las fases que lo componen, a través de encuestas y entrevistas, las que también aplicamos a todas las personas de la organización que tenían contacto con ellos. Esta investigación permitió identificar las fortalezas y aspectos que se requieren potenciar y sobre los cuales se enfocará la gestión 2022.

También iniciamos el desarrollo de una moderna plataforma CRM (Customer Relationship Management), la cual contempla un sistema de atención al cliente que permitirá contener la información en un solo lugar, ordenarla y segmentarla, definir flujos, entre otras características. Su implementación está prevista para el segundo semestre de 2022.

### 5.1.2 Servicios y beneficios a los socios

Proveemos a nuestros socios de servicios y beneficios que aporten valor a su gestión empresarial. Nos preocupamos de mantener a nuestros asociados actualizados e informados sobre las tendencias y evolución de los temas relevantes para su negocio.

Este quehacer lo abordamos a través de la generación de estudios y el monitoreo permanente de las tendencias, prestaciones y beneficios, entre los que se considera el acceso a seminarios, talleres, webinar y workshop. En estas instancias se exponen los temas críticos para la industria, entre ellos, aspectos tributarios, labor gremial, negocios y tendencias, personas, sostenibilidad y e-commerce.

La Subgerencia de Marketing de Socios es la encargada de coordinar una agenda de eventos, a través de los cuales se abordarán los temas que se van tratar en las distintas modalidades. En un entorno cambiante, esta agenda se va flexibilizando para dar espacio a los temas emergentes con el objetivo de que las empresas siempre estén actualizadas con las últimas tendencias empresariales.

Respecto de 2020, en 2021 se observó un crecimiento en el número de sesiones y asistentes a estas instancias.

N° de Webinar	
60 2020	88 2021
N° de workshop	
0 2020	3 2021
N° de grandes eventos	
6 2020	6 2021
Total de Participantes	
20.145 2020	21.347 2021
Tasa de usabilidad de los beneficios	
XX% 2020	89% 2021



## Amplia oferta de beneficios

Los socios disponen de una amplia oferta de beneficios alineados a las temáticas estratégicas y también a las necesidades de las distintas empresas, de acuerdo a su tamaño y rubro. Entre los beneficios se consideran ofertas en capacitación, asesorías, programas de descuentos con líneas aéreas, cursos, diplomados, habilitación de un portal de trabajo, descuentos en aplicaciones de traslado de pasajeros, entre otros.

En su gran mayoría estos servicios son provistos por empresas socias que previamente debieron postular sus propuestas. Disponemos de un comité integrado por profesionales de distintas áreas que se encarga de evaluar las prestaciones ofrecidas y si cumplen con la entrega de valores preferenciales y únicos para nuestros socios.

Dentro de esta oferta también se contemplan beneficios especiales en los servicios que ofrecen nuestras filiales como RedNegocios, Resolución en Línea (ODR), Boletín Comercial y el Centro de Arbitraje y Mediación (CAM).

En 2021 incorporamos cuatro nuevos beneficios, totalizando 24 al cierre de año, mientras que la tasa de usabilidad de los beneficios alcanzó al 89%.

Para facilitar nuestra comunicación con los socios, también activamos una aplicación móvil, APP RED CCS, que entre otras funcionalidades permite acceder de manera rápida a los beneficios.

## Comunicación hacia los socios

También durante este periodo avanzamos en la omnicanalidad de la comunicación, de manera tal que una misma información fuera accesible desde todas las plataformas a las que tienen acceso los asociados, a fin de facilitar la comunicación.



## IDENTIFICACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES PARA LOS SOCIOS

Para identificar los temas relevantes para nuestras empresas asociadas contamos con mecanismos formales de interacción directa:

- **Encuentros networking con los socios.** Se realizan de forma presencial, con una frecuencia mensual, con el objetivo de conocer de manera cercana sus problemáticas más relevantes, sus temas de interés, la percepción de nuestro

quehacer entre otros. Con la pandemia estos encuentros se desarrollaron en formato online y para el ejercicio 2022 esperamos retomarlos en el formato presencial.

- **Encuestas a los socios.** Se utilizan especialmente para levantar las necesidades de capacitación de los socios según sus preocupaciones.

- **Reuniones uno a uno.** Estos encuentros son generados proactivamente por nosotros y también por los mismos socios para levantar sus inquietudes. Junto con estrechar lazos, este formato ha demostrado ser muy eficaz para identificar temas específicos que preocupan a nuestros socios y que requieren ser abordados con mayor profundidad a través de seminarios, donde participan expertos que pueden provenir de las mismas empresas.



### 5.1.3 Asuntos internacionales

Otro ámbito de apoyo a los socios está vinculado con el relacionamiento internacional. Contamos con la Subgerencia de Asuntos Internacionales, responsable del relacionamiento con todos los organismos públicos y privados en Chile que tienen relación con el comercio exterior.

Entre sus responsabilidades, también favorece, construye y mantiene instancias de cooperación con las Cámaras de Comercio en los principales mercados que sean de interés para el comercio exterior chileno y nuestros socios. Además, nos representa en instancias internacionales, – tales como la ICC – International Chamber of Commerce, de la cual es el capítulo chileno; ICC Chile – además participa en la AICO, Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio.

Entre sus principales ejes de acción está:

- **Apoyo a la internacionalización de las empresas socias.** Este apoyo implica contar con diversos mecanismos como misiones comerciales, recepción de misiones extranjeras, ruedas de negocio, firmas de acuerdo de cooperación y actividades de promoción comercial que incluyen participación en ferias y eventos, actividades donde se hace transferencia de conocimientos y también de relacionamiento con las autoridades locales respecto de problemáticas que los propios socios levantan.
- **Servicios a empresas que no son socias.** Por ejemplo, ofrecemos la organización de reuniones, recepción de misiones comerciales, ruedas de negocio.
- **Cooperación y vinculación a nivel internacional.**

#### Apoyo a la crisis de abastecimiento

A petición de nuestros socios, en 2021 abordamos la crisis logística y de suministro que afectó al sector importador y exportador del país, debido al fuerte incremento del costo del transporte internacional. Propiciamos el fortalecimiento de las relaciones con los mercados de Latinoamérica, para evitar las largas distancias y el alto costo del transporte, para asegurar de esta manera la cadena de suministro. Además, levantamos esta urgencia ante las autoridades del Ministerio de Hacienda y Economía, entre otras acciones, para posicionar el tema en la agenda pública.

También realizamos misiones comerciales virtuales a Perú, Ecuador y Colombia.



## 5.2 Comités de trabajo

La agenda gremial se nutre de los temas de interés y principales preocupaciones de nuestros socios que son planteadas, en su gran mayoría, a través de los comités de trabajo en donde se abordan temas específicos. Cada comité tiene una secretaría ejecutiva ejercida por nuestros propios gerentes expertos en cada uno de estos tópicos. La Secretaría tiene por función principal llevar la agenda de trabajo anual y velar por el fiel cumplimiento de la normativa sobre libre competencia que rige para las organizaciones gremiales.

La agenda anual y temas que la conforman, es presentada por el presidente de cada comité con el apoyo de su respectiva secretaría ejecutiva, en representación de sus integrantes. Los integrantes de los comités validan la agenda anual en la primera sesión de marzo y plantean sugerencias en caso de que existan.



Para fortalecer el trabajo gremial se creó un área específica a cargo de coordinar y de potenciar los mecanismos de escucha con los integrantes de los comités. Se incorporaron focus group para conocer más de cerca sus inquietudes.

### REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN EN LOS COMITÉS DE TRABAJO

- Todas las empresas pueden inscribirse en un comité de trabajo.
- Los interesados deben mantener el pago de sus cuotas al día para efectuar la postulación
- Su ingreso es evaluado por la alta administración, para despejar potenciales conflictos de interés. Cada comité está presidido por uno de los socios participantes.

Adicionalmente, organizamos el primer encuentro presencial post pandemia que congregó a todos los presidentes de los comités y a parte de sus integrantes (máximo 10), nuestro gerente general, la presidenta del Directorio, las y los secretarios ejecutivos

y las coordinadoras. El objetivo fue proponer alcances relacionados a sus áreas de trabajo en torno al Proceso Constituyente, también estrechar los lazos e identificar oportunidades de trabajo conjunto. Para este 2022, el objetivo es realizar una nueva instancia

## 5.2.1 Principales avances en la gestión de los comités de trabajo

**I. Informe Anual.** En el ámbito de las buenas prácticas, en 2021 se incorporó la elaboración de un informe anual donde se revisan los temas trabajados durante el año y se compara con la agenda aprobada a principios del ejercicio. Se presenta en una reunión de trabajo en la que participan todas las secretarías ejecutivas, la presidenta del Directorio y el gerente general. El objetivo es plasmar el trabajo realizado y visualizar eventuales propuestas de la agenda para el año siguiente.

Si bien todos los comités de trabajo tratan de avanzar en torno a una agenda previamente establecida, en 2021 se identificaron temas emergentes que requerían ser tratados con una mayor urgencia y profundidad, adaptándose así a la contingencia y nuevas exigencias que deben cumplir nuestras empresas socias.

**II. Nuevos Comités.** Creamos seis nuevos comités de trabajo: Compras, Compliance, Crédito, Innovación, Asuntos Corporativos y Apoyo Constituyente. Adicionalmente, se planteó un nuevo enfoque para el Comité de Importadores, el cual incluirá a las empresas exportadoras, pasando a ser el Comité de Comercio Internacional, que comenzará a regir en 2022. Al cierre de 2021, más de 100 empresas socias participaron activamente en los comités de trabajo.



## 5.2.2 Transparencia y buenas prácticas en libre competencia

En línea con los requerimientos de la Fiscalía Nacional Económica (FNE), en cada sesión de trabajo nuestras ejecutivas a cargo de la coordinación de los comités de trabajo leen una declaración (disclaimer) sobre las buenas prácticas de Libre Competencia que se deben resguardar. Realizan un acta que resume todos los temas y acuerdos adoptados en la sesión, sea online o

presencial. También, registran la asistencia de sus participantes (nombre, apellido y empresa). Las actas de las reuniones son publicadas en nuestra página web para que cualquier persona las pueda revisar.

Al cierre de 2021, no formábamos parte de ninguna investigación relativa a la posible vulneración de la Libre Competencia.

## 5.3 Representación e Influencia

En el ámbito de la representación gremial, nuestra labor es servir de puente entre el gremio, las autoridades y grupos de interés. Junto con presentar las problemáticas de nuestros socios a la autoridad y colaboramos en iniciativas legales en donde es requerida la visión del gremio.

Estamos sujetos a la Ley Lobby. Para velar por el correcto cumplimiento de la norma, contamos con un sistema de registro obligatorio para todas las reuniones que sostenemos con las autoridades.

### ACTIVIDAD GREMIAL



### Ámbito legislativo

Como parte de nuestro quehacer gremial, representamos la opinión de nuestra industria en los proyectos ley y normativas que impactan su quehacer. Esta actividad la realizamos a través de los canales formales que las autoridades pone a disposición para

este fin. En ese contexto, en 2021 participamos en la discusión de las siguientes iniciativas:

- Proyecto de Ley que establece medidas para incentivar la Protección de los Derechos del Consumidor (Ley 21.298).

- Proyecto de Ley de Protección de Datos Personales.

- Proyecto de Ley sobre Mediación, a través del Centro de Arbitraje y Mediación (CAM).

## PRINCIPALES INICIATIVAS COMITÉS DE TRABAJO 2021



### COMITÉ DE APOYO CONSTITUCIONAL

Creado en 2021, permitió recoger las inquietudes y propuestas constitucionales del gremio, como también, servir de fuente de información periódica, confiable y consistente.

Otro de sus objetivos fue la colaboración en la formación y capacitación de los miembros en los aspectos que ellos requirieron. También se coordinaron las comunicaciones frente a la opinión pública, medios especializados y la propia Convención Constituyente.



### COMITÉ DE ASUNTOS CORPORATIVOS

Creado en 2021, abordó entre otros temas el Proceso Constituyente en Chile, el nuevo escenario político de Perú y la experiencia de Israel en la apertura del comercio en medio de la crisis sanitaria. También, abordó la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial como compromiso oficial con las comunidades.

Se desarrolló de un Ciclo de Conversaciones para conocer los Programas de Gobierno de los candidatos presidenciales.



### COMITÉ DE COMERCIO ELECTRÓNICO (CCE)

Su objetivo primordial es promover el desarrollo electrónico en el país basado en buenas prácticas.

Entre sus principales acciones en 2021 están la coordinación de los eventos masivos a cargo del CCE: e-commerce Day, Fashion Online, e-commerce Innovation Summit y eCommerce Day Cross Border.

También organizó eventos promoción de comercio electrónico: CyberDay (mayo), CyberMonday (octubre), Black Friday (noviembre).

Se realizó el lanzamiento Desafío Mujeres Emprendiendo en el e-Commerce, junto con el Ministerio de la Mujer y la Sofofa (4.500 inscritas). También se creó la Plataforma Apóyame Aquí.



### COMITÉ DE COMPLIANCE

Creado en 2021 con el objetivo de orientar a los socios en temas concernientes al ámbito de Compliance.

Entre los temas tratados en 2021 está el Proyecto de ley de Protección de Datos Personales y Privacidad, Sentencias de la Corte Suprema respecto a las tendencias en Compliance y Libre Competencia, Modificaciones a la Ley N° 20.393; Compliance y Derecho de los Consumidores (Ley 19.946) y Compliance y Nueva Constitución, entre otros.



## PRINCIPALES INICIATIVAS COMITÉS DE TRABAJO 2021



### COMITÉ DE CRÉDITO

Comenzó a operar a partir de junio de 2021, bimensualmente, con el objetivo de generar un espacio de encuentro entre las principales administradoras de crédito para compras en casas comerciales de empresas socias CCS



### COMITÉ DE COMPRAS

Inició sus actividades en 2021 para abordar los aspectos que involucra el aprovisionamiento responsable contemplado en nuestra hoja de ruta.

Entre los temas abordados estuvieron presentes: impulsar la agenda de DD.HH. en proveedores, gestión sostenible de la cadena de suministro y fortalecimiento del ecosistema de proveedores, mitigación de gases de efecto invernadero, desarrollo de proveedores Pyme y Pronto Pago, probidad y transparencia, entre otros.



### COMITÉ DE FRANQUICIAS

Su propósito es promover la industria de las franquicias en un marco de autorregulación y ser un referente local e internacional en la implementación de este modelo de negocios.

En 2021 se realizaron una serie de talleres y la VII versión de la Feria Internacional de Franquicias (FIF).



### COMITÉ DE IMPORTADORES

Su objetivo es representar y transmitir las inquietudes de los importadores a las autoridades competentes y dar a conocer las problemáticas y prioridades del sector.

Durante 2021, su agenda estuvo centrada en analizar las problemáticas que enfrentan las empresas en el proceso de importaciones y exportaciones. También en certificaciones de productos eléctricos y electrónicos, ley de modernización tributaria, pandemia, entre otros.



### COMITÉ DE INNOVACIÓN

En 2021 reemplazó al Comité de Tecnología, con el objetivo de crear valor a través de la innovación y colaborar para contribuir al desarrollo empresarial y del país.

Su agenda de trabajo estuvo centrada en identificar las brechas en materia de gestión de innovación corporativa entre los participantes del comité y entregar herramientas para cerrarlas.



## PRINCIPALES INICIATIVAS COMITÉS DE TRABAJO 2021



COMITÉ DE PERSONAS

Entre sus objetivos está propiciar la generación de un ambiente adecuado para compartir prácticas, desafíos, experiencias y conocimientos relacionados con el manejo en la gestión de crisis económico-social, laboral y de salud ocupacional.

Como parte de su agenda 2021, se abordaron las iniciativas legislativas en la esfera laboral; gestión de crisis y contingencia laboral; talento del futuro y nuevas formas de liderar; nuestros Principios de Conducta Empresarial y su puesta en práctica.



COMITÉ DE PYMES

Su objetivo es potenciar el desarrollo de las PYMES, definiendo brechas y entregando herramientas que permitan fortalecer sus modelos de negocio actuales.

Su agenda de temas está centrada en el financiamiento; gestión y posicionamiento; transformación digital, experiencia y networking, entre otras.



COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

Su objetivo es promover el equilibrio entre la contribución económica de las empresas y sus impactos sociales, ambientales y de gobernanza, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) suscritos por Chile.

La agenda 2021 se centró en temas de integridad empresarial, compliance, gobierno corporativo, matriz de riesgos y DD.HH. Abordó los aspectos críticos de la relación de la empresa con los proveedores; relación de la empresa con los consumidores y buenas prácticas, entre otros.



COMITÉ TRIBUTARIO

Su objetivo es analizar la legislación y contingencia tributaria para mantener informados a nuestros asociados en estas materias, a través de talleres que se realizan periódicamente.

En la gestión 2021 se destaca la realización de talleres tributarios mensuales en donde se abordaron proyectos de ley presentados en el Congreso, leyes dictadas, resoluciones del SII, circulares y jurisprudencia del ámbito tributario, que afecten puedan afectar a nuestras empresas socias.





# Empresas del Futuro

- 6.1 Estudios e Innovación
- 6.2 Comercio Digital
- 6.3 Resolución de Reclamos en Línea



6



## ¿Por qué es material?

Para ser la asociación líder del comercio del futuro necesitamos anticiparnos a las tendencias, promover la innovación y el desarrollo de soluciones que le permitan a nuestros socios acceder los beneficios de la economía y comercio digital.

## ¿Cómo se gestiona?

Desarrollamos estudios, plataformas de innovación e impulsamos el comercio digital organizando los eventos cyber más importantes y masivos del país. Asimismo, promovemos relaciones de confianza y trato justo a los consumidores que participan en estos eventos, a través de robustas prácticas de auto regulación dirigidas a los socios que participan en el Comité de Comercio Digital (CCE).

# 6.1

## Estudios e Innovación

A través de nuestra área de estudios dedicamos importantes esfuerzos a realizar un seguimiento exhaustivo de la evolución del comercio, de las temáticas contingentes (evolución de la economía, empleo y desempleo, otros) y de los fenómenos que generan cambios en la toma de decisiones y nuevos hábitos de

los consumidores. De esta manera buscamos anticiparnos a los escenarios futuros que impactarán el mercado local.

En 2021, desde nuestra área de estudios, nos concentramos en levantar información sobre el proceso de reactivación económica, del empleo y los impactos de la pandemia en el comportamiento de los consumidores. Realizamos recomendaciones sobre las estrategias de movilidad, funcionamiento del comercio físico y digital, reactivación de los sectores presenciales e instrumentos de apoyo al proceso de recuperación.

El monitoreo permanente sobre la evolución global del sector se ha convertido en un insumo relevante en la creación de iniciativas que buscan promover la innovación y el emprendimiento entre nuestras empresas socias, para que puedan incorporar de manera eficaz las oportunidades que les ofrece una economía cada vez más digitalizada.



En esa dirección, hemos focalizado nuestros esfuerzos en el desarrollo de plataformas de colaboración digitalizadas. En 2021 lanzamos la plataforma Mueve, para vincular la creciente oferta de los operadores logísticos y la necesidad de las empresas, sobre todo de las más pequeñas, por acceder a la mayor oferta disponible de servicios de logística.

En el ámbito del emprendimiento, en 2021 desarrollamos una iniciativa que buscaba



premiar con recursos económicos proyectos y negocios impulsados por mujeres emprendedoras. En total participaron 4.500 mujeres y se reconocieron a 10 proyectos. A partir de esta experiencia, esperamos desarrollar una plataforma colaborativa que permita promover la vinculación entre mujeres emprendedoras, canalizar las líneas de apoyo que disponemos como también las provenientes desde nuestra red de partners y del sector público.

Para 2022, está previsto desarrollar una plataforma para las franquicias y otra relacionada con los desafíos de innovación y de emprendimiento.

### **Apoyo a exportadores**

También desde el área de estudios, brindamos un importante apoyo a los socios exportadores de servicios a través de iniciativas que buscan remover barreras y mejorar su acceso a los mercados.

Este trabajo considera esfuerzos de sensibilización a empresas pequeñas que tienen poca experiencia en la exportación de servicios, así como también de capacitación en temáticas como el manejo de contabilidad y seguimiento del mercado, beneficios tributarios, declaración de los insumos, entre otros. Contamos con una alianza con ProChile para esta línea de trabajo.

Entre las iniciativas desarrolladas en 2021, lanzamos el Manual para el Exportador de Servicios y la Guía de Exportación de Servicios Creativos en las ramas audiovisual y diseño.

## 6.2 Comercio Digital

En 2011, cuando el comercio electrónico en Chile estaba en una fase aún incipiente, organizamos el primer evento cyber en Chile y Latinoamérica. El número de marcas participantes y la demanda de los consumidores superó con creces nuestras expectativas y desde entonces, hemos mantenido un rol dinamizador del comercio digital, organizando los eventos cyber más grandes del país. También impulsamos un marco de autoregulación de buenas prácticas comerciales éticas y de trato justo al consumidor; y participamos activamente en iniciativas impulsadas desde el sector público y privado.

Nuestras líneas trabajo las canalizamos esencialmente a través del Comité de Comercio Electrónico (CCE) que creamos

en 2010. A diferencia de los otros comités de trabajo, el CCE tiene una Mesa Ejecutiva integrada por 15 miembros que representan a las más de 600 empresas socias y sus 800 marcas e-Commerce que formaban parte del comité hacia fines de 2021.

Entre sus principales funciones, la Mesa Ejecutiva del CCE define los eventos cyber del año y cautela el fiel resguardo del cumplimiento de las normativas internas que rigen las prácticas comerciales de las empresas participantes. También encarga el desarrollo de iniciativas para abordar las tendencias de la economía digital, a través de seminarios de alto interés entre los que se cuentan el eCommerce Day, eCommerce

Innovation Summit y Fashion Online, y la realización de estudios que buscan monitorear la evolución del rubro y su relación con los consumidores, entre otras iniciativas.

### 6.2.1 Eventos cyber 2021

Nuestros eventos cyber multimarcas se mantienen como los más grandes del país. El CyberDay y CyberMonday mostraron en 2021 un importante incremento de las marcas, transacciones y ventas respecto del año anterior.

El CyberDay, desarrollado el primer semestre, convocó a 795 marcas. En total, se registraron 15 millones de unidades vendidas y US\$640 millones en ventas, un 65 % superior a los US\$368 millones del año 2020.

*El CyberDay y CyberMonday mostraron en 2021 un importante incremento de las marcas, transacciones y ventas respecto del año anterior.*

Una tendencia similar mostró CyberMonday, realizado el segundo semestre. Obtuvo ventas de US\$455 millones, superiores en un 49 % respecto de los US\$305 millones logrados en 2020.

Pese a este incremento en las transacciones, la tasa de reclamos medida por el número de reclamos Sernac dividido por el número de transacciones, mantuvo sus bajos niveles llegando al 0,013 % en 2021.



## Nuevos eventos

Como una manera de contribuir a mitigar los efectos que generó la pandemia en determinados rubros, ampliamos la oferta de eventos cyber en alianza con otras asociaciones gremiales. En ese marco, en 2021 se realizó la segunda versión del Travel Sale, organizado en conjunto con la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (ACHET) y la Federación de Empresas de Turismo de Chile (Fedetur), con el objetivo de reactivar una de las industrias más deprimidas como consecuencia de la pandemia. Adicionalmente se lanzó la primera versión del FashionDay para la industria de la moda, también impactada ante



## APOYAMEAQUÍ.CL

En el marco de la pandemia se desarrolló la plataforma [www.apoyameaqui.cl](http://www.apoyameaqui.cl), con el objetivo de facilitar el acceso a empresas que no contaban con plataformas e-Commerce, a las plataformas de Marketplace. Apoyameaqui.cl está abierta a empresas socias y no socias. Durante 2021 logró subir 28 plataformas Marketplace.



la imposibilidad de abrir sus tiendas físicas a causa del COVID 19.

Otro evento debutante fue el BlackFriday. Organizamos este evento en alianza con las Cámaras de Comercio de Puerto Montt y Valparaíso, donde en total participaron 500 marcas nacionales y regionales. Para esta ocasión se habilitó una aplicación especial con la ubicación física de las tiendas, logrando cerca de mil registros.

## 6.2.2 Gobernanza y buenas prácticas

De manera temprana y sin la existencia de una normativa que regulara el incipiente mercado e-commerce, creamos un Código de Buenas Prácticas con apoyo del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), para orientar a las empresas sobre los comportamientos y compromisos necesarios para brindar un trato justo al consumidor. Además, considera sanciones en caso de incumplimientos, que pueden determinar la suspensión de un socio de participar en los eventos cyber o incluso su salida del CCE.

En este marco, una de las tareas relevantes del 2021 fue la actualización del Código de Buenas Prácticas. Esta acción fue motivada tanto por

los avances tecnológicos del e-commerce como también por la promulgación del Reglamento de Comercio Electrónico dictado por el Ministerio de Economía y la nueva Ley Proconsumidor.

Para la actualización de nuestro Código, iniciamos un arduo trabajo interno que contó con el apoyo de las áreas legales de las empresas socias. Como resultado, logramos una renovación del documento con nuevas mejores prácticas que también contó con la revisión del SERNAC.

*Los socios que quieran integrarse al CCE deben pasar por un proceso de auditoría realizado por una entidad independiente.*

### REQUERIMIENTOS PARA SER PARTE DE CCE

- **Participantes.** Para ser parte del Comité de Comercio Electrónico (CCE) los interesados deben ser socios de la Cámara. La membresía al Comité tiene un costo adicional que se define en función del tamaño de la empresa.
- **Beneficios de ser parte del CCE.** Entre los principales beneficios, las empresas socias del CCE pueden participar en los eventos cyber que organiza el Comité. Las interesadas deben pagar un costo por participar. Adicionalmente, se ofrecen talleres en donde se abordan temáticas como ciberseguridad, medios pagos, logística, que buscan apoyar a los socios en su gestión. Se imparten dos veces al año antes de cada evento cyber.
- **Adhesión a las Buenas Prácticas.** Es obligatorio para todas las empresas participantes la adhesión al Código de Buenas Prácticas del CCE. Para mayor claridad se ofrecen talleres para asegurar su correcta interpretación. Adicionalmente, todas las empresas que participan en los eventos cyber deben cumplir compromisos y requerimientos específicos que tienen como principal objetivo velar por la experiencia de los consumidores que participan.
- **Proceso de Auditoría.** Todos los socios que quieran integrarse al CCE deben pasar por un proceso de auditoría realizado por una entidad independiente.

### 6.2.3 Seguimiento y tendencias

A través del Centro de Estudio de Economía Digital, realizamos estudios que buscan anticiparse a las tendencias de la economía digital y su potencial impacto en el sector. Bajo ese contexto nace NOW, una iniciativa que busca identificar señales y tendencias emergentes para traducirlos en escenarios potenciales de nuevos negocios para los próximos diez años.

En 2021 realizamos dos reportes NOW: el Mapa de Transformaciones Sectoriales Producto de la Pandemia y las Industrias Creativas como Motor de Crecimiento para el País.

Además, en alianza con empresas de research, realizamos encuestas frecuentes con el objetivo de monitorear el impacto de determinados fenómenos en los hábitos de consumo en el e-commerce. A partir de la pandemia, efectuamos mensualmente una encuesta para entender los sentimientos de los consumidores, cambios de hábitos y la experiencia de su primera compra.



### 6.2.4 Desafíos CCE para el 2022

Pensando en el 2022, el Comité se propuso una serie de desafíos:

- Subir nuevas y más regiones en 2022.
- Capacitar a las empresas socias y no socias del CCE en materia de comercio electrónico. El objetivo es que las empresas cuenten con

colaboradores con un perfil de competencias adecuado a esta actividad. El desafío es generar un programa para formar más talentos.

- Retomar las ruedas de vinculación presenciales entre los socios que fueron canceladas desde fines de 2019.

Número de marcas participantes CyberDay	
566 2020	795 2021
Número de marcas participantes CyberMonday	
601 2020	735 2021
Tasa de reclamos CyberDay (Reclamos Sernac como % de las transacciones)	
0,029% 2020	0,016% 2021
Tasa de reclamos CyberMonday (Reclamos Sernac como % de las transacciones)	
0,010% 2020	0,010% 2021

## 6.3

## Resolución de Reclamos en Línea

Resolución en Línea una plataforma digital de resolución de disputas en línea (ODR, por sus siglas en inglés -online dispute resolution) orientada a ayudar a las empresas y a los consumidores a conectarse y llegar a acuerdos cuando no se ha resuelto un reclamo a través de los canales de atención internos.

Esta iniciativa nace en 2020 como un proyecto del Centro de Arbitraje y Mediación (CAM) de nuestra Cámara. A partir de 2021 se transforma en una unidad independiente, avanzando a constituirse en una filial o spin-off, en consideración a sus especificidades: modelo de suscripción propio, necesidades de desarrollo e inversiones constantes en tecnología, entre otras.

A diferencia de los canales tradicionales, Resolución en Línea cuenta con una avanzada tecnología de negociación asistida por algoritmos (Solución Directa), que ofrece propuestas de solución según tipo de reclamo y la realidad de cada empresa. A través de un botón habilitado en la web de la empresa suscriptora, sus clientes acceden a la plataforma y eligen la propuesta de solución que les ofrece el sistema. En un promedio de 48 horas, la empresa responde la solicitud aceptando la propuesta del consumidor o enviando una nueva propuesta con el objetivo de lograr un acuerdo en un máximo de diez días corridos.

Para casos más complejos, la plataforma ofrece la mediación online con profesionales expertos formados por el CAM, en convenio con el Colegio de Mediadores de Chile.

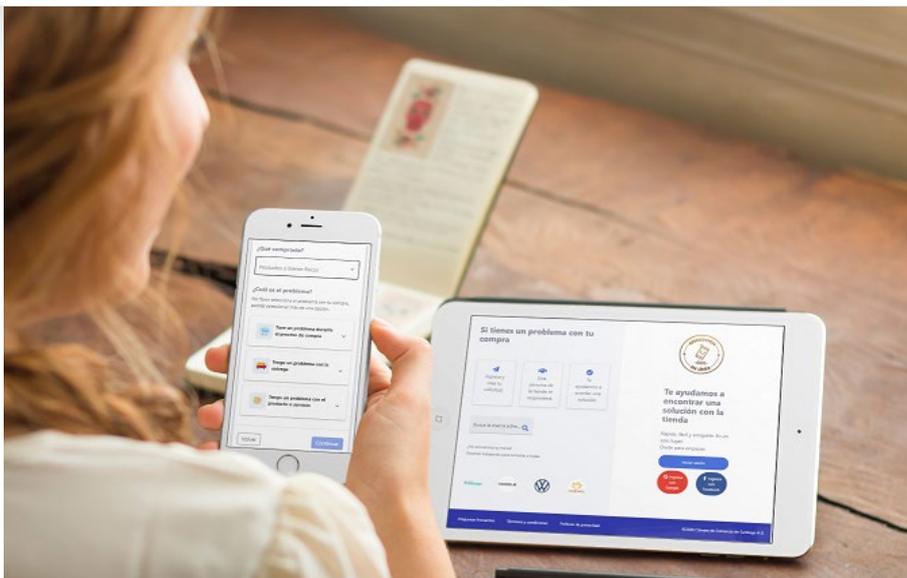
La plataforma puede ser contratada por todas las empresas, sean o no socias de la CCS. Para motivar la adopción de este tipo de estándares por parte de nuestras empresas socias, en 2021 incluimos la utilización de sistemas de resolución de disputas online dentro de los lineamientos del Código de Buenas Prácticas del Comercio Electrónico.

Al cierre de 2021, 163 marcas estaban suscritas al sistema y se recibieron 178 solicitudes. Del total de solicitudes, el 59% se resolvió con una sola interacción y el 56% cerró con un acuerdo, de los cuales el 41% se alcanzaron en menos de 24 horas. Esto demuestra la eficacia del sistema y la facilidad con la que se resuelven los reclamos en la plataforma.



## DESAFÍOS 2022:

- Estructurar Resolución en Línea como spin-off de la CCS, incubada por la misma bajo una lógica de startup.
- Lanzar la web para empresas y difusión de la plataforma.
- Incorporar mejoras continuas y nuevas funcionalidades, entre ellas integraciones vía API, mediación on demand, mantenedor de usuarios, entre otros.
- Implementar un modelo de suscripción con planes de acuerdo con las necesidades de las empresas y con beneficios especiales para nuestros socios.
- Desarrollar alianzas y colaboraciones para ampliar el impacto del servicio.



## RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

Entre los hitos importantes de 2021 está el reconocimiento que recibió nuestro desarrollo, de parte de La Federación Mundial de Cámaras, de la Cámara de Comercio Internacional (ICC). La entidad destacó a Resolución en Línea como uno de los mejores competidores en la categoría "Mejor Proyecto Digital".



## SOLICITUDES





# 7



# Desarrollo Organizacional

- 7.1 Dotación
- 7.2 Gestión de la Cultura Interna
- 7.3 Reclutamiento y Selección
- 7.4 Desarrollo de Capacidades
- 7.5 Diversidad e Inclusión
- 7.6 Seguridad y Salud Laboral



## ¿Por qué es material?

Los desafíos que nos propusimos requieren de un equipo de profesionales, con liderazgo, que trabaje en equipo y cuente con un alto compromiso y adhesión con nuestros desafíos estratégicos.

## ¿Cómo se gestiona?

Nuestra Cámara cuenta con políticas internas, planes de capacitación, sistemas de evaluación de desempeño y un plan de beneficios para velar por la calidad de vida laboral. También brinda entornos de trabajo seguros.

## 7.1 Dotación

Al cierre de 2021, nuestro equipo estaba conformada por 216 colaboradoras y colaboradores, un 3,3% superior que en 2020. El 56% son mujeres, mientras que el 44% son hombres, todos contratados con jornada completa y con acceso a una amplia gama de beneficios, entre los que destacan el pago total de las licencias médicas, bonos de antigüedad y de vacaciones, aguinaldos de fiestas patrias y navidad. También contamos con un seguro de salud, que cubre el ámbito dental y catastrófico. Adicionalmente, para fortalecer la calidad de vida de nuestros colaboradores, en 2021 adoptamos medidas enfocadas a la flexibilidad horaria, para potenciar la conciliación laboral y vida personal.



SINDICALIZACIÓN	
Número de sindicatos	
1 2020	1 2021
% de sindicalización	
62% 2020	60% 2021
Cobertura de convenios colectivos	
100 2020	100 2021
Huelgas en el año	
0 2020	0 2021
Acuerdos de negociación colectiva	
0 2020	1 2021

*En sus más de 100 años de historia, hemos mantenido una relación con nuestro sindicato libre de huelgas y paralizaciones.*

En nuestros más de 100 años de historia hemos mantenido una relación de colaboración con nuestro sindicato. En 2021, de mutuo acuerdo, la administración y la dirigencia sindical acordaron realizar, por primera vez, una negociación colectiva no reglada, que refleja el buen clima de trabajo. Como parte del proceso se revisaron y mejoraron los beneficios del convenio colectivo vigente. Al cierre de año, nuestra organización tenía una tasa de sindicalización que representaba al 60% de la dotación.



# 7.2

## Gestión de la Cultura Interna

La Gerencia de Personas y Transformación, creada en 2020, es la principal encargada de impulsar los cambios organizacionales. En esa dirección definió su propuesta de valor: “desde nuestra especialidad trabajaremos juntos instalando las capacidades y la cultura para impulsar el desarrollo de un Chile emprendedor”.

La Gerencia asumió la gestión del Comité de Cultura; diseñó un Plan de Cultura Anual; definió indicadores y metas de cultura para cada área y para todo el equipo en su conjunto.

Entre sus primeras medidas incorporó al Comité de Cultura, a representantes de todas las áreas (19 personas) con el objetivo de contar con una visión más cercana sobre su percepción y sus expectativas del cambio.

Respecto del Plan de Cultura, su objetivo primordial en 2021 fue facilitar la adopción de los cambios en la Abordamos el pilar Socio al Centro a través de la iniciativa “Viaje del Socio”, que buscó concientizar internamente, el impacto que tiene el trabajo de cada persona en la propuesta de valor que ofrecemos a las empresas asociadas.

También realizamos charlas sobre sostenibilidad y los desafíos que afrontamos en esta materia.

En 2021 fortalecimos nuestras instancias de diálogo a través de reuniones ampliadas entre el equipo y los máximos líderes, con el objetivo que todas las personas que integramos el equipo conozcamos de primera fuente los principales avances de nuestros objetivos estratégicos.

Adicionalmente se dictaron charlas motivacionales y se lanzó un programa de reconocimiento dirigido a aquellas personas con un desempeño destacado. Diseñamos actividades especiales; entre ellas: la Navidad con Sentido, el Lado B y Mira la Cámara.

Otro esfuerzo importante fue el diseño de un plan de marketing y de comunicación interna, desde donde surgió la imagen de marca de los pilares culturales que sirvieron de base para el despliegue de una campaña interna anual, enfocada en la difusión de estos ejes.



Para evaluar la percepción sobre los cambios culturales que estamos impulsando, aplicamos encuestas para medir la favorabilidad y satisfacción de las personas en relación a su gerencia y a nivel de nuestra Cámara en su conjunto.

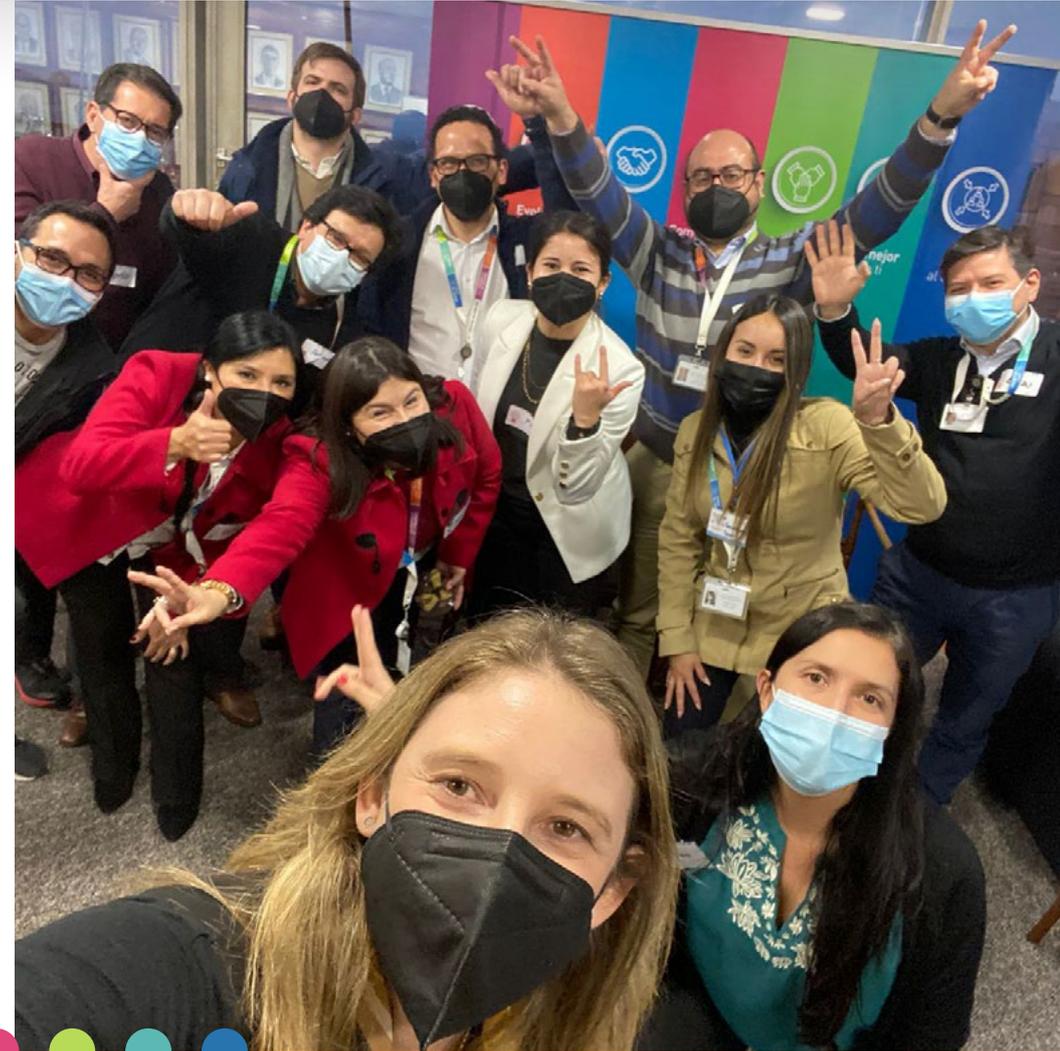
En 2021 decidimos incorporar estos indicadores como parte de las metas estratégicas de quienes ocupan cargos gerenciales, las que están indexadas a sus bonos anuales como una manera de reforzar el compromiso con la cultura organizacional.



## 7.3 Reclutamiento y Selección

También durante este periodo fortalecimos el Modelo De Gestión de Personas, específicamente, en las etapas de Selección y Reclutamiento. Creamos un equipo experto interno que se hizo cargo de la gestión de ambos procesos, sin intermediarios externos. Definimos los perfiles y las competencias requeridas e incorporamos fuentes de reclutamiento más profesionalizadas, además de LinkedIn.

Otro avance importante en este ámbito fue la incorporación de un proceso de inducción, que cuenta con la participación de las distintas áreas y sus líderes, quienes explican su quehacer y aquellos temas que son críticos para nuestra organización. En 2021, todas las personas que ingresaron participaron por este proceso.



## 7.4 Desarrollo de Capacidades

Contamos con un plan de capacitación que busca fortalecer las habilidades técnicas y personales de todo el equipo y que son necesarias para avanzar en nuestros desafíos estratégicos.

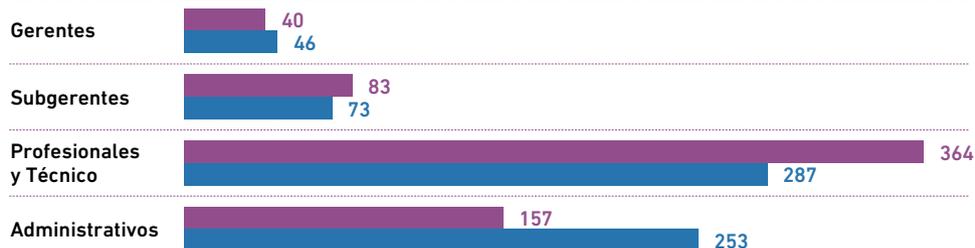
En 2021, la inversión en capacitación se incrementó en un 198% respecto de 2020, mientras que las horas promedio de capacitación por persona subieron un 29% respecto del mismo periodo.

Los esfuerzos estuvieron centrados en distintos ámbitos, entre los más importantes está la formación del liderazgo. Para apalancar el cambio se comenzó un trabajo profundo con los líderes de nuestra organización, que consideró abordar temas de conexión con colaboradores y cercanía con el cliente interno. Las jefaturas y los equipos internos participaron en talleres de comunicación y entrega de feedback. Por último, también capacitamos al equipo en aspectos legales que atañen a su quehacer.

Otro foco de inversión en capacitación fue el nuevo sistema de evaluación de desempeño, implementado en 2021. El modelo elegido es una Evaluación en 360, que busca que todas las personas, especialmente los líderes de nuestra institución, sean evaluados por su equipo, pares, jefes y además, desarrollen capacidades de autoevaluación. En 2020 se realizó un piloto del sistema y en 2021 se expandió hacia el 100% de las y los colaboradores.

Otro ámbito al que destinamos esfuerzos de formación fue hacia la Inclusión. Queremos darle un mayor impulso a la incorporación de personas con discapacidad, a migrantes, personas de la comunidad LGTBIQ+, convencidos del valor que tiene la conformación de equipos diversos. Con ese objetivo realizamos talleres de sensibilización como también un plan de capacitación.

Horas de capacitación por cargo



Total anual de horas de capacitación	
645 2020	659 2021
Horas promedio de capacitación por trabajador	
3 2020	3 2021
Monto invertido en capacitación (en \$)	
8.278.117 2020	24.684.257 2021
Monto invertido por trabajador en capacitación (en \$)	
97.821 2020	356.442 2021

# 7.5

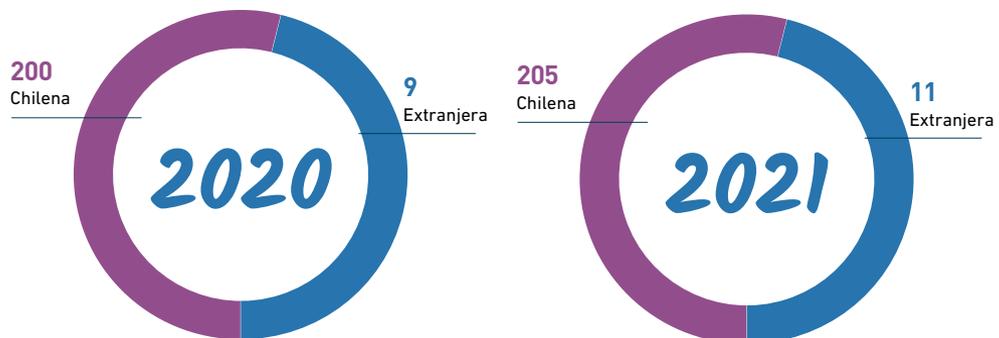
## Diversidad e Inclusión

Nuestra Cámara está integrada por un grupo diverso de mujeres y hombres, pertenecientes a distintos niveles etarios. En materia de género, la participación de las mujeres está presente en todos los estamentos y toma de decisiones de la organización.

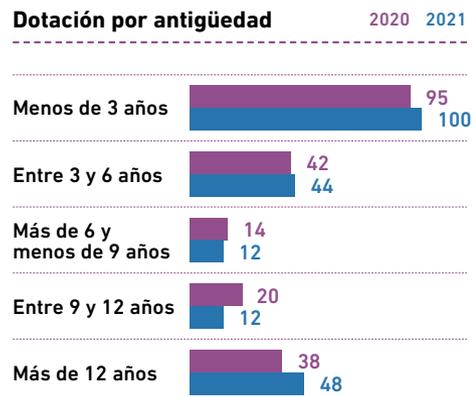
A partir de 2021, nuestro directorio está conformado por once integrantes, tres mujeres y siete hombres. Por primera vez en nuestros 100 años de historia, la presidencia del Directorio está liderada por una mujer. La

administración, en tanto, está liderada por un gerente general y 16 gerencias, lideradas por siete mujeres y cinco hombres.

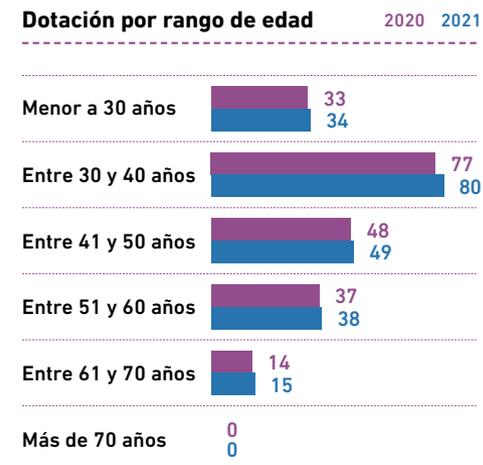
### Dotación por nacionalidad



### Dotación por antigüedad



### Dotación por rango de edad



### 7.5.1 Brecha salarial

Para reportar nuestra brecha salarial, voluntariamente, adoptamos los requerimientos de la nueva normativa para las memorias financieras NCG 461 dictada por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), que mide la brecha como el porcentaje que el salario bruto de las mujeres representa respecto del salario bruto de los hombres, en conformidad con sus roles y responsabilidades. La CMF solicita expresar esta diferencia considerando la media (promedio) y la mediana(\*).

Al cierre de 2021, nuestro equipo estaba conformado por 122 mujeres que representaban el 56,5% de la dotación total. En este mismo periodo, los cargos ejecutivos con reporte directo al Gerente General eran ocupados por 18 mujeres y 20 hombres. Por categoría, cuatro mujeres ocupaban cargos gerenciales mientras que las siete restantes

eran lideradas por hombres. En el caso de las subgerencias y jefaturas, catorce mujeres se desempeñaban en estos cargos y trece hombres.

En cuanto a la brecha salarial, calculada siguiendo los lineamientos de la NCG 461, en los cargos gerenciales se observa que las mujeres en promedio recibían un salario un 3% superior respecto de sus pares hombres. Esta diferencia es similar al estimar la brecha utilizando la mediana. En el caso de las subgerencias y jefaturas, el promedio indica que los salarios de las mujeres son un 9% mayor que la de sus pares hombres. Sin embargo, esta diferencia se revierte al estimar la mediana. Bajo esta medida estadística, el salario de las mujeres en esta categoría es equivalente al 94% de lo que reciben sus pares hombres.

Una situación similar ocurre en la categoría profesionales y técnicos. En promedio el salario de las mujeres es 1% superior al de los hombres. Sin embargo, al calcular la brecha utilizando la mediana, el salario de las mujeres equivale al 93% del que reciben sus pares hombres.

En el caso de los administrativos, el salario promedio de las mujeres equivale al 85% de los hombres, sin embargo esta disminución se reduce al estimar la mediana, en donde el salario de las mujeres representa el 95% de lo que ganan sus pares hombres.

Tenemos el compromiso de avanzar hacia una política de diversidad e inclusión, que entre sus objetivos buscará avanzar en mayores niveles de equidad.

#### BRECHA SALARIAL MUJERES HOMBRES POR CATEGORÍA

##### Media de Brecha Salarial

**103%**  
GERENTES

**109%**  
SUBGERENTES Y JEFATURAS

**101%**  
PROFESIONALES Y TÉCNICOS

**85%**  
ADMINISTRATIVOS

##### Mediana Brecha Salarial

**103%**  
GERENTES

**94%**  
SUBGERENTES Y JEFATURAS

**93%**  
PROFESIONALES Y TÉCNICOS

**95%**  
ADMINISTRATIVOS

(\* La mediana es un estadístico de posición central que parte la distribución en dos, es decir, deja la misma cantidad de valores a un lado que a otro.

## 7.5.2 Inclusión

Cumplimos con la Ley de Inclusión, la cual exige a las organizaciones que el un por ciento de su dotación esté representada por personas discapacitadas, acreditadas por el Registro Nacional de Discapacidad. Al cierre de 2021, dos personas cumplían esta condición.

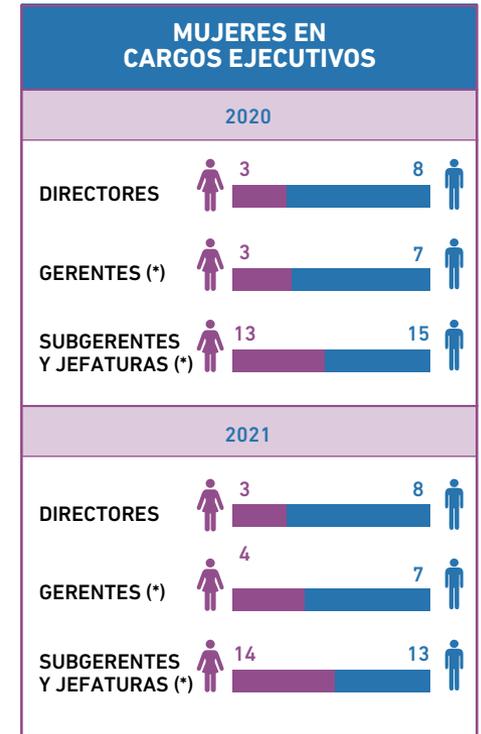
Como asociación, nos propusimos abordar la inclusión más allá del cumplimiento legal. Esta temática forma parte de los pilares estratégicos de la Gerencia de Personas y Transformación y, en esa dirección, en 2021 comenzamos a sentar las bases que nos permitirán profundizar esta línea de trabajo.

Entre las iniciativas impulsadas, el área desarrolló una campaña de inclusión y talleres de sensibilización sobre discapacidad dirigidos a toda la organización y, además, se activaron procesos de selección inclusivos. También, realizamos una encuesta y un catastro interno para identificar a personas



con discapacidades no acreditadas. En materia de beneficios, entregamos a las personas con discapacidad un mayor cupo para la rendición de gastos médicos y tienen días administrativos.

En cuanto a la infraestructura, en 2021 habilitamos estacionamientos inclusivos y realizamos ajustes en los puestos de trabajo de las personas con discapacidad que trabajan en nuestra Cámara.



(\*) Reporte directo a la Gerencia General

# 7.6

## Seguridad y Salud Laboral

Contamos con una unidad de Prevención de Riesgos, dependiente de la Gerencia de Personas y Transformación. Para gestionar la Seguridad Laboral y Salud Ocupacional ofrecemos un Plan de Prevención y Salud y Seguridad Ocupacional, adherido a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). Además, tenemos un comité paritario

y un reglamento interno que se rediseñó en este periodo.

Durante los años 2020 y 2021 la gestión de esta unidad se orientó en dar respuesta a los requerimientos y resguardos sanitarios producto de la Pandemia, entre los que se

TITULARES			
	M <sup>o</sup> Soledad Castro Winter COORDINADORA PERIODÍSTICA		Branco Barroza López SUPERVISOR CONTROL MEDICOS DE PAÑO
	Marisel Muñoz Pradenas JEFA DE RRHH		
SUPLENTES			
	Paula Ramos Torres SUPERVISORA DE SUCURSALES Y CAÑALES		Rodrigo Lee Miranda ANALISTA PROGRAMADOR SENIOR
	Elizabeth Lagos Rubio SUBGERENTE DE ASUNTOS INTERNACIONALES		

cuentan el diseño de protocolos de seguridad y un plan de retorno seguro a la oficina, la elaboración de políticas - de alcohol y drogas o de procedimientos en la gerencia-, entre otras iniciativas.

En reconocimiento por su gestión y por el trabajo realizado, la ACHS nos entregó el Sello Covid 19.

Las medidas adoptadas fueron compartidas con los socios a través de la página web, para apoyarlos en su quehacer.

También en 2021, elaboramos una matriz para identificar los peligros y riesgos laborales – entre ellos los psicosociales-, que consideró la

incorporación de medidas de control y riesgos residuales. Establecimos un procedimiento de Reporte de Accidentes, con miras a implementar un Sistema de Gestión en Salud y Seguridad Ocupacional (SG-SSO) basado en la norma OHSAS 18.001. La intención de la gerencia es implementar a cabalidad todos sus lineamientos y requerimientos en 2023.

En otros aspectos, en 2021 se realizaron operativos oftalmológicos y capacitación sobre ergonomía. En 2022, se incorporarán operativos de salud cardiológica, gimnasia de pausa y ejercicios compensatorios.

### CIFRAS 2021

**0,5%**  
TASA DE ACCIDENTABILIDAD

**0%**  
TASA DE FATALIDAD

**0%**  
TASA DE ENFERMEDADES PROFESIONALES

**3**  
PROMEDIO DE DÍAS PERDIDOS POR ACCIDENTE



# Servicios a la Comunidad

- 8.1 Boletín Comercial
- 8.2 Centro de Capacitación de la Cámara
- 8.3 RedNegocios
- 8.4 Centro de Arbitraje y Mediación



8

## ¿Por qué es material?

A través de nuestras filiales principales aportamos como gremio a brindar oportunidades y a la promoción del diálogo como un mecanismo para lograr justicia y acuerdos, a todas las empresas y personas que lo necesiten.

## ¿Cómo se gestiona?

Nuestro Boletín Comercial permite generar evaluaciones crediticias y aclaración de protestos que posibilitan a las personas y empresas a acceder a financiamiento. Contamos con un Centro de Capacitación que ofrece una amplia gama de cursos y además acredita a las personas para que trabajen y se desarrollen en el comercio. Nuestra RedNegocios realiza evaluaciones a proveedores que les permiten a las empresas ampliar su cadena de suministro y a los proveedores ampliar su red de clientes. A través del Centro de Arbitraje y Mediación (CAM), buscamos instalar el diálogo como un mecanismo eficiente y eficaz para la resolución de conflictos.

## 8.1 Boletín Comercial

Nuestro Boletín de Informaciones Comerciales o Boletín Comercial es un banco de datos de información económica, financiera, bancaria o comercial de personas y empresas. Nace en 1928 bajo el Decreto Supremo N°950 del Ministerio de Hacienda, con el objetivo de servir como herramienta de apoyo a los procesos de evaluación crediticia y riesgo comercial.

Su principal fuente de financiamiento es la venta del informativo a empresas distribuidoras de información de carácter económico, financiero, bancario o comercial, según la definición de la Ley N° 20.575 Art. N°2.



Recopila y publica semanalmente la siguiente información:

- Los protestos de letras de cambio y pagarés efectuados en las notarías del país.
- Los protestos de cheques efectuados por los bancos.
- Las cuotas morosas derivadas de mutuos hipotecarios y de préstamos o créditos de bancos, sociedades financieras, administradoras de mutuos hipotecarios, cooperativas de ahorros y créditos, organismos públicos y empresas del Estado sometidas a la legislación común.
- Las aclaraciones de protestos y cuotas morosas, de modo de informar al mercado los pagos o regularizaciones de los incumplimientos comerciales publicados previamente en él.

Con el objetivo de actualizar oportunamente los antecedentes comerciales de los titulares



de los datos, las aclaraciones se aplican diariamente en la base de datos del Boletín y, complementariamente, son informadas diariamente a los burós de crédito.

Para resguardar la información de las personas, nuestra filial cuenta con sistemas y mecanismos acreditados por la norma internacional ISO 27.001 de la Seguridad de la Información, que busca asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información de una organización y de los sistemas y aplicaciones. En 2021 se logró la reacreditación. A la fecha no se han registrado fugas de información como tampoco ha sido víctima de hackeos con resultados adversos para la organización.

### 8.1.1 Sucursal Virtual

La creciente digitalización de las entidades comerciales y financieras, como también de los consumidores, dieron un fuerte impulso a la digitalización del Boletín Comercial.

Desde la sucursal virtual, las personas tiene acceso a su información comercial y económica. Se pueden realizar trámites concernientes a las aclaraciones de protestos y cuotas morosas, que antes sólo se podían hacer presencialmente. Además, se hizo un nuevo formato para los certificados, más moderno y fácil de entender por los usuarios. A partir de 2021, para acceder a la sucursal virtual las personas pueden registrarse en el sitio a través de su clave única.

El proceso de digitalización también significó cambios en la estructura interna y el cierre de dos de las tres sucursales en Santiago. Sin embargo, se mantuvo la sucursal Mac Iver, ubicada en la ciudad de Santiago, y la sucursal La Serena -que dependen directamente de nuestra filial-, junto con las 20 oficinas regionales que son gestionadas en comodato por las cámaras regionales. Su mantención responde a la necesidad de atender a las personas que no están tan digitalizadas.



#### NÚMERO DE VISITAS A LA PÁGINA WEB

894.389  
2020

939.700  
2021

NÚMERO DE VISITAS  
% DE TRANSACCIONES VIRTUALES  
RESPECTO DEL TOTAL DE  
TRANSACCIONES A LA PÁGINA WEB

39%  
2020

54%  
2021

### 8.1.2 Nuevos servicios a las Fintech

La pandemia y la crisis económica impactaron negativamente el volumen de transacciones de nuestro Boletín Comercial, como consecuencia de una disminución de los niveles de morosidad y una activa reprogramación de deudas promovida desde los bancos.

A fin de mitigar el impacto y ampliar la cobertura de difusión de la información que entregamos, se tomaron algunas acciones. Entre ellas, se suscribió una alianza con la

empresa cobranzaonline.com, a través del cual pudo abrirse a un nuevo nicho de mercado conformado por micro y pequeñas empresas, para que publiquen las facturas impagas de sus clientes y de esa manera, mejoren la recuperación de sus incobrables y accedan a mejor información para su proceso de evaluación comercial.

#### PROYECTO “BOLETÍN COMERCIAL TE AVISA”

Boletín Comercial TE AVISA tus cambios, es un servicio gratuito que permite a las personas mantenerse permanente y oportunamente informadas a través de su correo electrónico, de los cambios producidos en sus antecedentes comerciales del Boletín Comercial. El servicio avisa al suscriptor cada vez que se produzcan cambios asociados a su RUT en las bases de datos del Boletín Comercial y Sistema INFOCOM administradas por las CCS.



### DESAFÍOS 2022:

- Digitalización de las Agencias Comerciales. Terminar la digitalización de las agencias para evitar el uso del papel, en línea con los desafíos de nuestra estrategia de sostenibilidad.
- Nuevos servicios en la Sucursal virtual. Para este 2022 está planificado subir las reclamaciones judiciales que actualmente se gestionan vía correo electrónico. El objetivo es llevarlas a la sucursal virtual, para hacer un mejor seguimiento.
- Reforzamiento de información a los usuarios. También está en los planes subir a la web información de utilidad sobre el funcionamiento del boletín, para los usuarios y comunidad general, usando un lenguaje más amigable y fácil de entender.



## 8.2 Centro de Capacitación de la Cámara

A través de nuestro Centro de Capacitación buscamos contribuir al perfeccionamiento de las personas al interior de las empresas, en respuesta a las crecientes necesidades de desarrollo de talento. Está acreditado por el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y posee la Certificación de Calidad NCh 2728, que permite a las empresas usar la franquicia tributaria para capacitación.

Cuenta con una vasta oferta de seminarios, cursos, diplomados y programas corporativos desarrollados a medida de cada empresa, en modalidad presencial y de e-learning, como también, en formatos abiertos (para todo público) y cerrados (a solicitud de cada empresa). Las principales áreas de capacitación permanentes son: Comercio Exterior - Logística, Abastecimiento - Ventas, Marketing - Administración, Finanzas - Recursos Humanos, Computación y Tecnología, e Idiomas.

Otro importante ámbito de su quehacer es su rol en la certificación de habilidades y conocimientos para las personas que se desempeñan en el comercio.



*En medio de la pandemia, certificamos a personas desempleadas en oficios asociados al comercio.*

### 8.2.1 Modelo Virtual

Hasta antes de la pandemia, el 95% de las capacitaciones del Centro eran presenciales. Sin embargo, producto de esta nueva situación, tuvo que reinventar su modelo de capacitación para revertir el impacto en sus resultados.

Entre las medidas adoptadas, se decidió volcar los planes de estudios a la modalidad virtual. Además, se potenció alianzas con partners internacionales, principalmente de España, en búsqueda de nuevos proveedores de cursos

online. Esto permitió robustecer su oferta, especialmente del ámbito tecnológico, como por ejemplo con cursos de office.

En esta misma línea, en 2021 se comenzó a diseñar una oferta para abordar las temáticas relativas a la transformación digital, específicamente, en programación web, inteligencia artificial, gestión de datos, entre otras.

## 8.2.2 Certificaciones

Otro ámbito de gestión relevante es el servicio de acreditación dirigido a personas que trabajan en el comercio en competencias y oficios, definidos en 24 perfiles de cargo. Dada las restricciones sanitarias en 2021, las y los postulantes no pudieron realizar sus prácticas en las tiendas como solía ocurrir previo a la

pandemia. Para mantener la continuidad de las certificaciones el Centro reacondicionó los salones donde se realizaban las clases presenciales para que los postulantes pudieran recrear las situaciones de consumo que los acreditadores necesitaban validar para acreditarlas. Bajo esta modalidad se logró acreditar a 920 personas en el periodo.

Adicionalmente, en el marco de su alianza con ChileValora, el Centro capacitó a personas desempleadas para que pudieran certificarse en uno de los oficios y, de esa manera, ampliar sus posibilidades en la búsqueda de empleo.



### DESAFÍOS 2022:

La plataformas online le permitieron a nuestro Centro de Capacitación a abrirse a nuevas posibilidades de negocios. Actualmente se está explorando ofrecer sus servicios de capacitación en Latinoamérica y, en esa dirección, están realizando conversaciones con otras cámaras LATAM.

### BENEFICIOS A LOS SOCIOS

Dentro de las actividades se hace una parrilla de actividades.

- Se ofrecen capacitaciones gratis y con descuentos.
- Se realizan talleres, por ejemplo, sobre nuevas legislaciones.
- Se realizan cursos más profundos de especialización.



## 8.3 RedNegocios

Nuestra filial RedNegocios es una plataforma de monitoreo electrónica, online, dirigida a las empresas para apoyarlas en su relación con proveedores. Sus servicios comprenden evaluar y monitorear riesgos comerciales; financieros; tributarios; legales; laborales; técnicos; de higiene y seguridad; y medioambientales, de proveedores y contratistas. También cuenta con una parrilla programática de capacitaciones, con el objeto de apoyar a los proveedores a familiarizarse con la plataforma y en su desarrollo empresarial.

Su creación surge de nuestra búsqueda por ampliar hacia el sector privado, la experiencia y conocimiento que adquirimos a cargo de la gestión de la plataforma estatal ChileProveedores, dedicada a las licitaciones y contrataciones de servicios para el sector público. Este servicio lo dejamos de prestar en 2021.

Comenzamos con una expansión gradual, hasta que en 2019 RedNegocios se adjudicó el registro de proveedores de Codelco, integrado por 4.500 empresas aproximadamente-. Los proveedores de Codelco representan el 60% del total de empresas inscritas en su plataforma y su incorporación dio un gran impulso para RedNegocios, que entre 2020 y 2021 logró incrementar su cartera de clientes de 20 a 32 empresas de gran tamaño, como por ejemplo Walmart, Cencosud, Falabella, BCI, Cencosud, autopistas, entre otras.

### 8.3.1 RedNegocios 4.0

Entre las principales acciones realizadas en 2021, la empresa inició la construcción de una nueva plataforma digital, RedNegocios 4.0, que permitirá responder de mejor manera a los requerimientos de sus clientes.



Como parte de sus objetivos, a través de RedNegocios 4.0 podremos ampliar las posibilidades de participación de empresas más pequeñas, a través de la entrega de servicios acorde a sus necesidades.

La nueva plataforma contará con procesos automatizados que le permitirán acceder de manera directa a fuentes de información oficiales y públicas. Con esta nueva opción, RedNegocios podrá ofrecer informes con

distintos niveles de profundidad, comenzando por los básicos a menor precio y los más completos a un precio mayor.

Otra ventaja es que los clientes podrán ampliar su búsqueda de proveedores registrados y auditados más allá de su cartera actual. En paralelo, a los proveedores registrados se les ampliarán las posibilidades de nuevos mandantes.



## DESAFÍOS 2022:

- **Plataforma RedNegocios 4.0.** Finalizar la construcción, lo que implica liberar las cinco entregas que contempla el proyecto.
- **Aumentar el número de clientes.** De todos los tamaños y rubros, a partir de una oferta adecuada a sus necesidades y posibilidades de pago.
- **Nuevo reporte de Compliance.** Desde la nueva plataforma se esperan generar reportes de Compliance básicos y automáticos, hasta los más completos.
- **Organizar la primera Rueda de Negocios de RedNegocios.** Con proveedores y empresas.

### Nuevos productos

También en 2021 RedNegocios desarrolló dos productos nuevos.

- **Medición del estado de la sostenibilidad.** Este instrumento nace para abordar los impactos de la pandemia en el trabajo y luego se fue adaptando hacia una medición general de la sostenibilidad de las empresas evaluadas. La consulta incluye preguntas sobre si la empresas reporta la gestión de su sostenibilidad, si cuentan con indicadores, entre otras temáticas.

La encuesta tiene distintos grados de profundidad dependiendo de su tamaño. En el caso de las más grandes, se evalúa a la administración y a los trabajadores para cruzar la información.

- **Medición de la continuidad operativa.** Este instrumento se crea para evaluar el estado de salud de las empresas proveedoras luego de la pandemia, para conocer si están en condiciones de seguir prestando sus servicios.



## 8.4 Centro de Arbitraje y Mediación

Nuestra filial el Centro de Arbitraje y Mediación de Santiago (CAM Santiago) es una institución sin fines de lucro, fundada en 1992. Su objetivo principal es ofrecer mecanismos de resolución adecuada de conflictos, que contribuya a una justicia eficaz y eficiente en términos de costos y plazos.

Su administración es liderada por una Dirección Ejecutiva, una Dirección Jurídica, una Oficina de Estudios y Relaciones Internacionales, la Unidad de Arbitraje, la Unidad de Mediación, la Unidad de Finanzas y la Unidad de Comunicaciones.

### 8.4.1 Servicios Principales

Los servicios que ofrece el CAM Santiago son: arbitrajes nacionales e internacionales, mediación, dispute boards y resolución en línea (ODR). Hoy es el único Centro en Chile que ofrece servicios de mediación en el ámbito civil y comercial.

Cuenta con un código de ética; cláusulas especiales pensadas para ser incorporadas en los contratos comerciales como mecanismo de resolución de conflictos; comité de buenas prácticas y reglamentos de arbitraje nacional e internacional, mediación y dispute boards.

Los servicios del Centro están disponibles para todas las personas naturales y jurídicas, que tengan o no contemplado en su relación contractual recurrir a mecanismos de solución de controversias ante el CAM Santiago. Las tarifas de cada servicio están publicadas en la web, para que las personas



puedan estimar, en base a la cuantía de su causa, el costo promedio y máximo que puede involucrar el juicio y el tiempo que tomará.

A modo de ejemplo, un proceso arbitral del Centro podría durar en promedio 12 a 13 meses, aproximadamente, y en los casos de procedimientos abreviados t-tramitados ante los árbitros jóvenes-, un plazo inferior a 6 meses. Estos plazos son menores a los que tomaría una causa similar en la justicia ordinaria. Asimismo, tratándose de

una mediación, el promedio de duración del proceso es de 78 días corridos.

El Centro dispone de su servicio e-CAMSantiago, un moderno sistema de tramitación electrónica para los procesos de mediación y arbitraje institucional, que le permitió durante la pandemia. En 2021, el 40 % de las solicitudes de arbitraje que recibió esta plataforma correspondieron a regiones. Además, en el periodo 2020 y 2021, la mayoría de las audiencias ocurrieron de forma virtual.



## Nómina de Árbitros

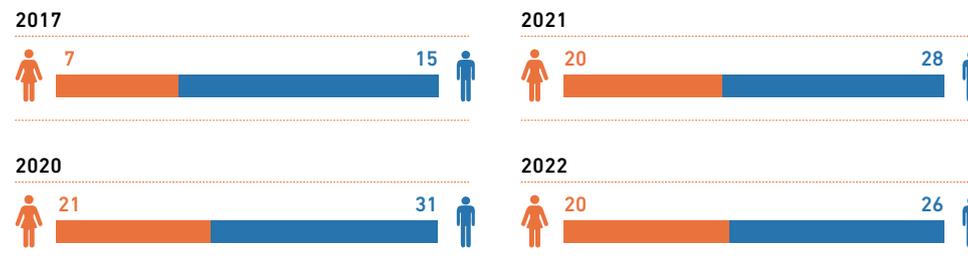
Nuestro Centro cuenta con una Nómina General de Árbitros, compuesta por destacadas abogadas y abogados, a quienes se les asignan causas cuya cuantía supera las 2.000 UF. También, mantiene una Nómina de Árbitros Jóvenes (AJ CAM Santiago) que asumen causas con una cuantía menor a 2.000 UF

La iniciativa de los AJ CAM Santiago nació en 2017 con 22 profesionales a quienes se les asignaron litigios con cuantías de hasta 500 UF. El trabajo de este equipo se fue perfeccionando, lo que permitió que hacia finales de 2020 se sumaran nuevos integrantes, incorporándose a la nómina 30 nuevos árbitros jóvenes. Además, se les permitió asumir litigios con cuantías de hasta 2.000 UF.

El CAM mide sus impactos a través de indicadores entre los que se cuentan:

1. Aumento de la solicitud de ingresos de arbitraje y mediación.
2. Porcentaje de causas que terminan en acuerdo.
3. Satisfacción de experiencia vivida en el mecanismo de la mediación.
4. Participantes en los cursos de formación.
5. Mediaciones efectivamente realizadas.

## Número de árbitros jóvenes que integran el CAM



## Principales hitos en 2021

### I. Arbitraje

Durante 2021 se recibieron 402 ingresos, una cifra inferior a las 430 causas ingresadas en 2020. Esta diferencia se revierte al revisar el porcentaje de causas finalizadas que optaron por mecanismos conciliatorios. Del número total de arbitrajes finalizados durante 2020, el 25,8% de las causas que se cerraron terminaron por acuerdos, mientras que el 31,4% por sentencias. En 2021 en cambio, el 32,8% de las causas que se cerraron terminaron por acuerdos, mientras que el 25,7% por sentencias.

Otro aspecto relevante son los formatos en que se desarrollaron las audiencias. En 2020 el 3,6% del total de las audiencias fue presencial, mientras que el 96,4% online. En 2021, en cambio, el 17,9% fue presencial y el otro 82,1% online. Esta fuerte tendencia a la virtualidad le permitió al CAM Santiago entregar sus servicios durante la pandemia y facilitó inmensamente el acceso a los mecanismos adecuados de resolución de controversias a personas naturales y jurídicas



a lo largo de todo Chile. Durante estos dos años se realizaron más de 3.200 audiencias en formato virtual.

Durante 2021 nuestro Centro marcó un hito en su historia superando las cinco mil causa de arbitrajes administradas desde su creación.

### II. Mediación

En 2021 se ingresaron un total de 53 solicitudes de mediación, un 21% provenientes de otras regiones del país. En este incremento se explica tanto por las mediaciones obligatorias (estipuladas en los contratos mediante cláusulas) como por las voluntarias (por acuerdo de las partes).

Durante este periodo, más del 60% de las mediaciones que llegaron hasta el final del proceso lograron cerrar en acuerdo. Respecto de 2020 el porcentaje de acuerdo subió 16 puntos, al igual que el promedio de las cuantías involucradas, que aumentó en un 25% pasando de 36.062 UF a 44.941 UF. Ambos incrementos son significativos si se comparan con lo que ocurría hace cuatro años, cuando casi el 50% de las mediaciones solicitadas no se realizaban. Al cierre de 2021, ese porcentaje se había logrado reducir al 16%.

Otro aspecto relevante es que más del 80% de los participantes que finalizaron el proceso de mediación (con o sin acuerdo) se declaró satisfecho con el proceso y recomendaría a otros utilizarlo.

### MEDIACIONES

#### Número de Ingresos

**39**  
2020 | **53**  
2021

#### Sólo cláusula de arbitraje

**15%**  
2020 | **17%**  
2021

#### Cláusula escalonada

**67%**  
2020 | **74%**  
2021

#### Sólo cláusula de mediación

**-**  
2020 | **3%**  
2021

#### Ingreso voluntario

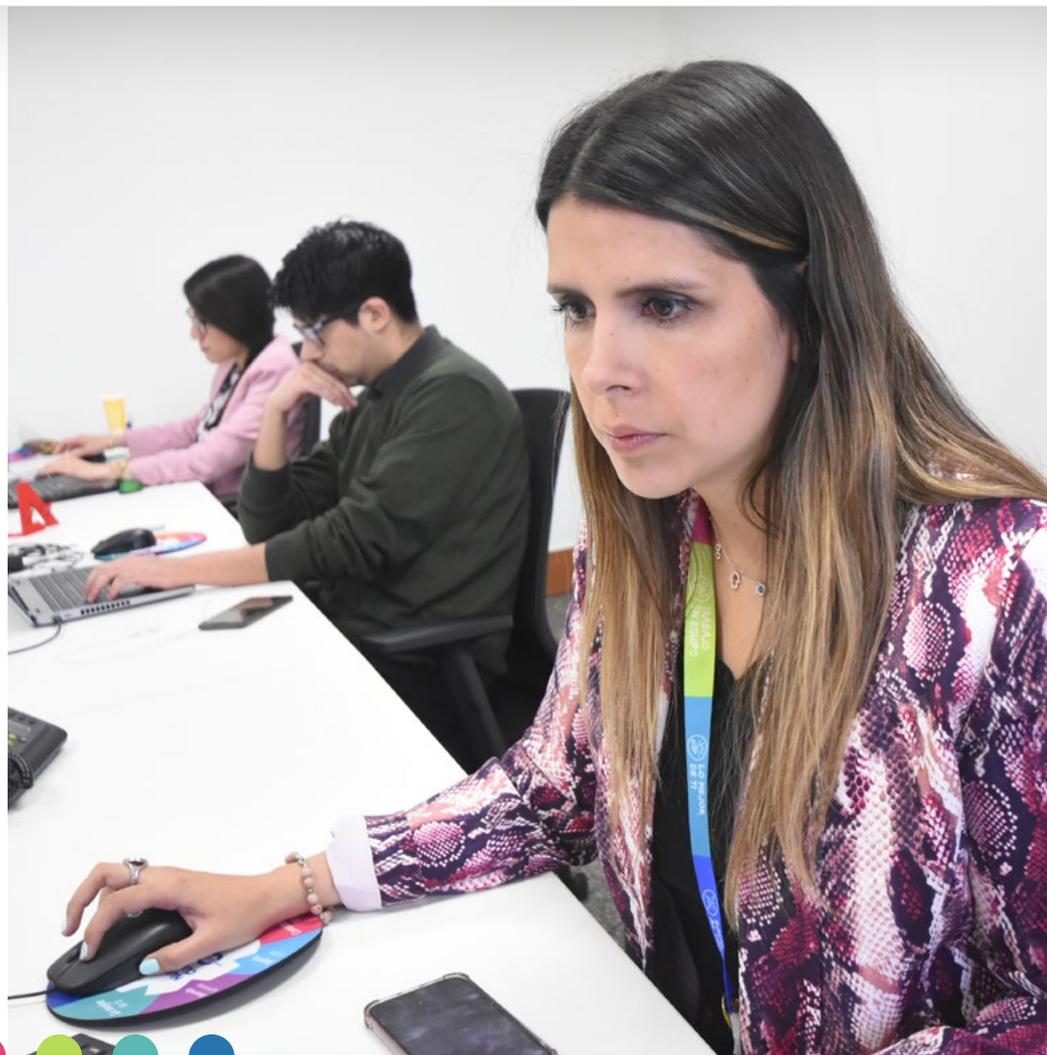
**18%**  
2020 | **6%**  
2021

#### Acuerdos

**46%**  
2020 | **62%**  
2021

#### Promedio cuantías

**34.062 UF**  
2020 | **44.941 UF**  
2021



## MIL MEDIACIONES PRO BONO

El Programa 1.000 Mediaciones Online Pro Bono surgió en 2019, con el propósito de apoyar a las PYMES en la resolución de conflictos derivados de incumplimientos contractuales ocurridos durante el estallido social. También el proyecto buscó posicionar el diálogo como una vía de solución de conflictos en momentos de alta tensión en el país. Contó con el apoyo del Colegio de Mediadores de Chile A.G. y del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. En medio de la crisis sanitaria el proyecto se enfocó en las empresas y personas impactadas por incumplimientos contractuales suscitados durante la crisis sanitaria, con cuantías menores a 3.000 UF.

Con el propósito de difundir esta iniciativa se suscribieron convenios de colaboración con la Sofofa,

Corporación Nacional de PYMES (Conapyme), Asociación Chilena de Municipalidades, Banco Estado, Asociación de Emprendedores de Chile (Asech), Asociación Nacional de Cooperativas de Chile y Sistema B.

Adicionalmente, la Unidad de Mediación, a cargo de administrar la entrega del servicio, realizó diversas actividades (académicas y de difusión), con el objeto de promover el programa, así como diversos tópicos propios de la mediación civil y comercial.

Entre abril de 2020 y marzo de 2022 se habían ingresado 107 solicitudes de mediación. Si bien no se logró la meta numérica si se cumplió el objetivo de generar una amplia difusión sobre la mediación y sus beneficios.

## PRINCIPALES CIFRAS DEL PROGRAMA

107

SOLICITUDES FUERON INGRESADAS ENTRE 2020 Y MARZO 2022

42%

DE LAS SOLICITUDES EFECTUADAS FUERON DE PERSONAS NATURALES, LAS RESTANTES, DE PERSONAS JURÍDICAS.

81%

DE LAS SOLICITUDES FUERON VOLUNTARIAS (SIN CLÁUSULA CONTRACTUAL)

41%

AMBAS PARTES DECIDIERON PARTICIPAR EN EL PROCESO DE MEDIACIÓN, Y SE LLEGÓ A UN ACUERDO.

28%

DEL TOTAL DE LAS SOLICITUDES INGRESADAS PROVINIERON DE REGIONES

24%

AMBAS PARTES DECIDIERON PARTICIPAR EN EL PROCESO DE MEDIACIÓN, Y NO SE LLEGÓ UN ACUERDO.

## 8.4.2 Formación y Capacitación

Desde su creación, el CAM Santiago realiza importantes esfuerzos de vinculación con la comunidad para dar a conocer su quehacer. Entre las iniciativas que realiza se destacan:

### PARTICIPANTES CURSOS DE FORMACIÓN

119  
2019

211  
2020

184  
2021

#### I. Cursos y diplomados

El CAM Santiago ofrece una formación continua sobre los métodos adecuados de resolución pacífica de conflictos. Desde su Oficina de Estudios y Relaciones Internacionales y la Unidad de Mediación se organizan constantemente cursos, seminarios y charlas de extensión dirigidos a abogadas y abogados y a la comunidad

general, con énfasis en arbitraje, mediación y dispute boards.

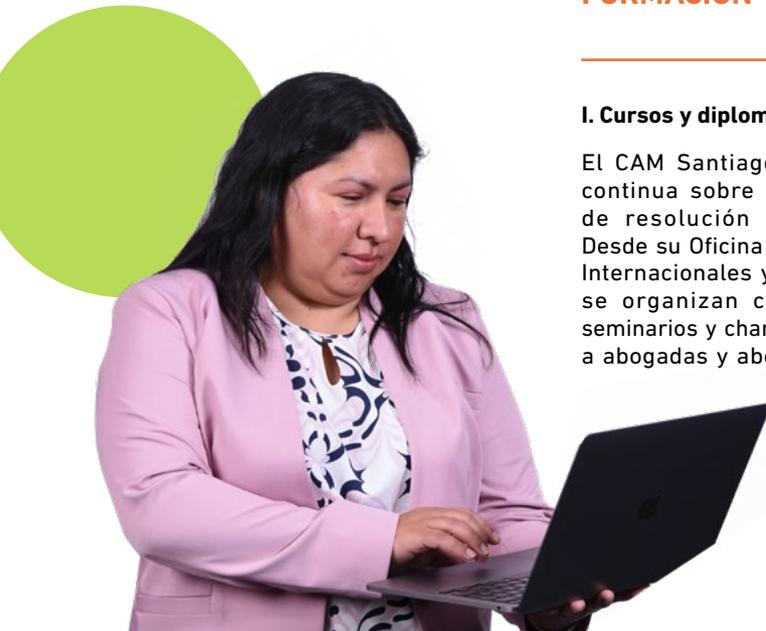
Para su difusión se utilizan las redes sociales, principalmente LinkedIn (para abordar al segmento de profesionales) e Instagram (pensando en jóvenes estudiantes). Todas las actividades son grabadas y publicadas en su página web y canal de youtube.

También se elabora el Informativo CAM Santiago, una publicación de carácter técnico que busca compartir casos de estudios y tendencias en el ámbito del arbitraje y la mediación.

#### II. Charlas y Convenios

Otra actividad importante de difusión son las charlas en universidades locales y la posibilidad de que los estudiantes realicen pasantías. También mantiene convenios con prestigiosas universidades extranjeras para apoyar la formación de profesionales dedicados al arbitraje.

Adicionalmente, durante el 2021 se desarrollaron dos pre-Competencias Internacionales, más de 15 eventos organizados o coorganizados y más de 21 eventos patrocinados que contaron con la participación de integrantes del CAM Santiago. La suma de estos esfuerzos permitió alcanzar a más de 2.250 participantes y/o inscritos.



## 8.4.2 Presencia Internacional

Nuestro Centro participa activamente en organizaciones arbitrales a nivel internacional, como es el caso de la Cámara de Comercio Internacional (ICC), cuya sección nacional se encuentra conformada por más de 50 socios. Cada año, un importante número de integrantes del comité nacional asiste a una de las conferencias regionales más grandes, ICC Miami Conference, que en 2021 alcanzó una participación cercana a 30 profesionales chilenos.

Así también, es parte de la Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC), integrada por 29 centros de arbitraje de 25 países. En noviembre de 2021, la presidencia de CIAC recayó en la directora ejecutiva del CAM, Macarena Letelier, la primera mujer en ocupar este cargo y la segunda vez que recae en un directivo de la CCS.

Adicionalmente, se firmaron convenios de cooperación institucional con otros Centros de Arbitrajes Internacionales de países como

España, Uruguay o Singapur, y con el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI). Además, se establecieron convenios con instituciones académicas, como la Universidad de Chile.

También en el ámbito internacional, el Centro representa a Chile en la APEC, específicamente, en la Comisión de Mecanismos de Resolución de Conflictos. Además, contribuye semestralmente con Dispute Resolution Data, base de datos mundial sobre mediación y arbitraje comercial internacional.

En octubre de 2021, la Oficina de Estudios y Relaciones Internacionales publicó la primera edición del «Observatorio Jurisprudencial de Arbitraje Nacional e Internacional», cuyas distintas entregas se encuentran disponibles de forma permanente en los Informativos del CAM Santiago.

## 8.4.3 Desafíos del CAM

Entre los desafíos más relevantes de nuestro Centro para 2022, destacamos:

- Aumentar la cantidad de solicitudes de mediación y arbitraje y, junto con eso, la cantidad de causas terminadas durante 2022, en comparación al 2021.
- Aumentar la incorporación de la mediación entre los socios de la CCS.
- Cerrar las alianzas que se están gestionando para el 2022, con la INAPI y OMPI, en relación con la propiedad intelectual.
- Publicar durante el próximo año un libro, relacionado con la celebración de los 30 años de historia del Centro de Arbitraje y Mediación de Santiago.

## PROYECTO DE LEY MEDIACIÓN CIVIL Y COMERCIAL

EL CAM Santiago mantiene una línea de cooperación permanente con el sector público y una activa participación en organismos arbitrales internacionales, lo que lo ha convertido en una organización referente. En este contexto, participó activamente en la elaboración y promulgación de la Ley de Mediación Civil y Comercial que ingresó al Congreso. Su equipo interno se puso a disposición del Ministerio de Justicia y de la Comisión de Reforma Procesal Civil para apoyar la iniciativa e impulsar la mediación como un mecanismo de resolución de conflictos en los distintos ámbitos, más allá de lo comercial. Desde la mirada de nuestro Centro, este proyecto de ley constituye una gran oportunidad para posicionar en la población los beneficios de la mediación.



## CONCEPTOS CLAVE

- **Mediación.** Procedimiento mediante el cual las partes buscan llegar a un acuerdo con la asistencia de un tercero (mediador, designado por las partes o por el Consejo Directivo del CAM Santiago, que permite a las personas naturales y jurídicas contar con una alternativa rápida, económica y eficaz para resolver sus controversias, pudiendo alcanzar acuerdos satisfactorios y protegiendo, a su vez, las relaciones comerciales y personales.
- **Arbitraje Nacional.** Mecanismo para la resolución pacífica de controversias en que el árbitro -designado por las partes o por el Consejo Directivo del CAM Santiago- resuelve un conflicto

a través de una sentencia definitiva, de carácter obligatorio. En su historia 5.057 casos de arbitraje han sido sometidos a la competencia de los árbitros del CAM, involucrando a más de 3.500 empresas y estudios jurídicos.

- **Arbitraje Internacional.** Mecanismo para resolver conflictos jurídicos y económicos transfronterizos de manera eficiente, clara, transparente y confiable. Cuenta con un reglamento de arbitraje comercial internacional que aborda los principales aspectos del procedimiento arbitral, con altos estándares éticos y de calidad, y con un sistema judicial favorable al arbitraje.

- **Dispute Board.** Es un sistema adecuado de resolución pacífica de controversias, de carácter técnico, en virtud del cual un panel de expertos independiente, constituido normalmente al inicio de la ejecución del contrato, ayuda a las partes a resolver sus desacuerdos a través de la asistencia informal y la emisión de recomendaciones o decisiones, según el modelo que se adopte.

- **Resolución en Línea ODR.** Plataforma digital de resolución de disputas en línea (ODR) que permite gestionar y resolver todo tipo de conflictos, de forma simple, cercana y eficiente, facilitando la colaboración y los acuerdos. (más información en pág. 61)





# 9

# Metodología e Índice GRI



9.1 Metodología

9.2 Índice GRI



# 9.1

## Metodología

### 9.1.1. Alcance

El informe que presentamos a continuación fue elaborado siguiendo los lineamientos de los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) en su opción Esencial y las normativas vigentes. La información fue proporcionada por las áreas a cargo de la gestión de los temas reportados.

Con el fin de entregar a los lectores una visión más integral de la evolución de nuestra Asociación Gremial, se incluyeron cifras de periodos anteriores.

Las consultas y sugerencias sobre los contenidos se deben enviar a [xtorres@ccs.cl](mailto:xtorres@ccs.cl) gerente de sostenibilidad o bien al equipo de la gerencia: [navaria@CCS.Cl](mailto:navaria@CCS.Cl); [jdiaz-tmp@ccs.cl](mailto:jdiaz-tmp@ccs.cl); [pmartinez-tmp@ccs.cl](mailto:pmartinez-tmp@ccs.cl)

### 9.1.2 Aplicación de los principios de los Estándares GRI

- **Participación de los grupos de interés.** Para la priorización de los contenidos, se consideraron los resultados de una encuesta de materialidad desarrollada en 2021 dirigida a todos los grupos de interés.
- **Contexto de sostenibilidad.** Este informe recoge los principales temas sociales, ambientales y económicos asociados a las actividades de la Cámara, los efectos de la pandemia de COVID-19 en 2021 y los desafíos para la industria de Comercio.
- **Materialidad.** Este informe se centra en los temas relevantes que surgieron en el proceso de materialidad realizado para este reporte.
- **Exhaustividad.** La información que contiene este informe fue validada por las distintas áreas y fuentes internas.





### 9.1.3 Principios para garantizar la calidad de la información divulgada

- **Precisión.** A través de la elaboración de este primer Reporte de Sostenibilidad, la Cámara busca aportar todos los antecedentes que requieren sus stakeholders para formarse una visión adecuada de la gestión corporativa.
- **Equilibrio.** Este informe anual incluye los avances y de los desafíos corporativos de la Cámara.
- **Claridad.** Este documento fue elaborado con un lenguaje claro y preciso, para facilitar la comprensión de sus contenidos.
- **Comparabilidad.** La información del año 2021 fue complementada con indicadores de años anteriores para entregar una visión global del desempeño de nuestro quehacer gremial.
- **Fiabilidad.** Los contenidos de este reporte fueron validados por las áreas a cargo de la gestión de los temas.
- **Periodicidad.** Nuestro compromiso es publicar nuestro reporte con una frecuencia bianual.

### 9.1.4 Identificación de los asuntos materiales

- **Contexto de sostenibilidad.** Realizamos una revisión exhaustiva de los compromisos que adoptamos en 2021, las variables de nuestro entorno social y económico, nuevas regulaciones, cobertura de prensa, entre otros.
- **Análisis fuentes secundarias.** Consideramos los compromisos y lineamientos de las políticas internas que tenemos en la Cámara, información que entregamos a nuestros grupos de interés a través de nuestros canales de comunicación, entre otros.
- **Consulta a los grupos de interés.** Realizamos una encuesta de materialidad dirigida a las empresas asociadas, miembros del directorio, colaboradores de la Cámara y sus filiales, proveedores, autoridades nacionales,

comunales, organismos de reguladores, usuarios del CAM Santiago. Un total de 140 personas respondieron la consulta. En el ejercicio expusimos 48 temas relevantes que fueron elegidos a partir de nuestros lineamientos de estratégicos, nuestra estrategia de sostenibilidad; iniciativas estratégicas, factores del entorno económico, social y ambiental que impactaron nuestra gestión en 2021. A los participantes se les solicitó seleccionar los 20 temas de mayor interés para poder desarrollarlos con mayor profundidad.

- **Entrevistas representantes grupos de interés.** Adicionalmente, se realizaron entrevistas a los representantes de los grupos de interés más críticos: socios, representantes del directorio, autoridades



nacionales y de municipios, organismos reguladores, proveedores.

- **Entrevistas principales ejecutivos.** Se entrevistaron a los gerentes de primera línea para conocer las prioridades de cada área y sus aportes desde la perspectiva de la sostenibilidad. En esta ronda, también se incluyó a los encargados de las áreas específicas.

- **Adicionalmente se revisaron**

- A. Estándares contemplados por el Global Reporting Initiative (GRI) Standards, para la elaboración de reportes de sostenibilidad.
- B. Las iniciativas de organizaciones y centros especializados en temas de sostenibilidad
- C. Reporte de Sostenibilidad Cámara de Comercio de Colombia.

### 9.1.5 Principales preocupaciones grupos de interés

- 1 Transformación cultural y digitalización
- 2 Apoyo a empresas para acceder a la economía digital
- 3 Convenios y beneficios socios
- 4 Canales de vinculación con la comunidad
- 5 Estrategia de sostenibilidad CCS
- 6 Promoción buenas prácticas ambientales socios
- 7 Aporte a empresas pequeñas que no son socias
- 8 Propósito y visión CCS
- 9 Gestión Huella de Carbono.
- 10 Gestión de proveedores, pago oportuno, selección según criterios ESG
- 11 Alianzas para aumentar la empleabilidad de los jóvenes
- 12 Adhesión a los principios de conducta empresarial
- 13 Condiciones laborales, seguridad laboral, beneficios, capacitación y desarrollo.
- 14 Actividades de representación de los socios
- 15 Funcionamiento y legitimidad y buenas prácticas.
- 16 Mujeres en altos cargos, inclusión y diversidad
- 17 Servicio apoyo a los socios en la gestión de Recursos Humanos
- 18 Aportes inversión social
- 19 Funcionamiento CAM Santiago

### 9.1.6 Matriz de Materialidad

	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
Preocupaciones por los grupos de interés														(1)						1
																(2)				2
		(7)														(3)				3
																		(4)		4
												(5)								5
								(6)												6
																				7
																		(8)		8
							(9)													9
		(10)																		10
			(11)																	11
								(12)												12
											(13)									13
																			(14)	14
														(15)						15
											(16)									16
						(17)														17
					(18)															18
										(19)										19
	<span style="float: left;">-</span> <b>Importancia de los impactos económicos, sociales y ambientales CCS</b> <span style="float: right;">+</span>																			

## 9.2 Índice GRI

CÓDIGO	NOMBRE INDICADOR	PÁGINA
102-1	Nombre de la organización	8
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	8
102-3	Ubicación de la sede	8
102-4	Ubicación de las operaciones	8
102-5	Propiedad y forma jurídica	8
102-6	Mercados servidos	8
102-7	Tamaño de la organización	8
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	64
102-9	Cadena de suministro	8-10-23
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	19
102-11	Principios o enfoque de precaución	No aplica

CÓDIGO	NOMBRE INDICADOR	PÁGINA
102-12	Iniciativas externas	15
102-13	Afiliación a asociaciones	15
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	27
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	24
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	9
102-18	Estructura de gobernanza	10
102-40	Lista grupos de interés	23
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	65
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	23
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	90

CÓDIGO	NOMBRE INDICADOR	PÁGINA
102-44	Temas y preocupaciones claves mencionados	90
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	90
102-47	Lista de temas materiales	90
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No hay cambios
102-50	Periodo objeto del informe	2021
102-51	Fecha del último informe	2021
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	vtorres@ccs.cl
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	89
102-55	Índice de contenidos GRI	93
102-56	Verificación externa	No cuenta con verificación

CÓDIGO	NOMBRE INDICADOR	PÁGINA
<b>GOBERNANZA ÉTICA Y CUMPLIMIENTO</b>		
103	Enfoque de gestión	40
415-1	Políticas Públicas	41
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionadas con la corrupción	41
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	(No hay casos en 2021)
103	Enfoque de gestión	27
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	34
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	34
305-3	Otras emisiones indirectadas de GEI (alcance 3)	34



CÓDIGO	NOMBRE INDICADOR	PÁGINA
<b>DESARROLLO ORGANIZACIONAL</b>		
103	Enfoque de gestión	64
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	64
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	68
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	69
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	70
<b>EMPRESAS ADHERIDAS A LOS PRINCIPIOS DE CONDUCTA RESPONSABLE</b>		
103	Enfoque de gestión	28
Indicador propio	Número de empresas	28

CÓDIGO	NOMBRE INDICADOR	PÁGINA
<b>EMPRESAS DEL FUTURO</b>		
103	Enfoque de gestión	55
Indicador propio	Marcas participanes en los eventos cyber	60
<b>FUNCIONAMIENTO DEL CAM SANTIAGO</b>		
103	Enfoque de gestión	28
Indicador propio	Número de ingresos mediaciones CAM Santiago	83
Indicador propio	Incorporación Arbitros Jóvenes	81

