

META QUE ABORDA LA INICIATIVA: **16.6** Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.

Resumen Ejecutivo

Se trata de un programa de *compliance* corporativo, enfocado en la constante prevención, detección y mejora, en el cual los miembros de la compañía (altos mandos, líneas medias y trabajadores de línea de producción) trabajan de manera horizontal y en pie de igualdad para la capacitación conjunta en los valores y políticas inclusivas que promueve la empresa, reforzando su compromiso.

La experiencia trasciende la mera transmisión de conocimiento: puede vivenciarse a partir de la dinámica horizontal y participativa. Actividades lúdicas se combinan con charlas teóricas e inquietudes de los propios equipos, para dar lugar a un entendimiento conjunto sobre los valores internos y externos de la compañía, su finalidad y sus políticas, con el fin de multiplicar su impacto positivo y de las buenas prácticas una ventaja competitiva.

Las buenas prácticas son parte de la esencia de Whirlpool y, por ello, desde hace más de 15 años, la compañía ha estado fortaleciendo la transmisión y construcción de sus valores, a través de conductas éticas y claras hacia adentro y hacia afuera. Salir a ganar, pero haciendo siempre lo correcto es la premisa que se desarrolla en su Manual de Integridad: una pieza que orienta diariamente cada práctica de la marca, permeando las acciones de sus empleados para mantener una deontología confiable.

Esta política se ha profundizado anualmente, con la implementación del manual y de diversos canales de consulta, escucha y denuncia. De esta manera, ante una situación irregular, cualquier empleado de la compañía, sin importar su rango o función, puede contactar a sus superiores, al departamento de recursos humanos o al departamento de compliance, comprendido en el área de legales, de manera directa o anónima. Así, cada miembro de la organización puede contribuir a mantener el eje ético de las prácticas organizacionales.

Pero, ¿cómo transformar el enfoque para que el respeto y la inclusión -valores centrales de Whirlpool- pudieran plasmarse de manera concreta y particular? Si bien ya se realizaban capacitaciones frecuentes, en muchas de las oportunidades sólo se limitaba a los líderes de equipo, lo que no aseguraba de manera comprobable que los contenidos permearan hacia cada uno de los trabajadores.

Por ello, durante 2018 tuvo lugar un hito fundacional: la creación de la semana de compliance. Un programa de prevención, detección y mejora, en el cual los miembros de la compañía (altos mandos, líneas medias y trabajadores de línea de producción) trabajaron de manera horizontal y en pie de igualdad, para la capacitación conjunta en los valores de la empresa.

La semana de compliance, en realidad, no se limitó a los siete días, dada la relevancia y profundidad que buscó dársele a esta actividad. Por ello, del 19 de noviembre al 7 de diciembre, y durante una hora quince diaria, se trabajó en pos de un objetivo en común: reforzar los valores y políticas de la compañía en todo el personal, incluyendo pasantes.

Para lograrlo, se establecieron los siguientes objetivos específicos:



Objetivo:
 PROMOVER SOCIEDADES PACÍFICAS E INCLUSIVAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE, FACILITAR EL ACCESO A LA JUSTICIA PARA TODOS Y CONSTRUIR A TODOS LOS NIVELES INSTITUCIONES EFICACES E INCLUSIVAS QUE RINDAN CUENTAS

- #ODSConexos**
- ODS 5** Igualdad de género
 - ODS 8** Trabajo decente y crecimiento económico
 - ODS 10** Reducción de las desigualdades

#TipoDelIniciativaYLocalización
POLÍTICA EMPRESARIA

- Involucrar a todos los miembros de la compañía, sin importar su jerarquía y función.
- Plantear dinámicas que habilitaran una participación verdaderamente horizontal.
- Articular a todas las áreas entre sí, especialmente a aquellas que no suelen tener contacto en los procesos cotidianos de trabajo, para establecer un intercambio enriquecedor, desde el punto de vista del conocimiento, pero también en lo que respecta a los vínculos.
- Abrir instancias de construcción conjunta, para no anclar la propuesta a una mera transmisión de información emitida por legales, sino propiciar una oportunidad de mejora e involucramiento, desde la perspectiva de las distintas áreas de trabajo, contemplando sus particularidades.

Los mensajes clave se centraron en el contenido del manual de integridad, pero se fueron nutriendo con las propuestas surgidas en las mesas de negociación. Los puntos planteados fueron:

- “No existe una forma correcta de hacer algo incorrecto”, tal es el lema de la compañía: un modo de enfatizar que no hay matices posibles frente a una conducta que nace a partir de una motivación espuria.
- Sin integridad, no hay éxito posible: ya que, a partir de ella se crea la demanda y la confianza.
- Todo comienza en cada uno, con el impacto que generan las decisiones tomadas, y acudiendo a la palabra frente a situaciones dudosas o incorrectas. Porque la única forma de hacer negocios es con integridad, alineados con la ley y con los valores de la compañía.

#PalabrasClave: “Promoción sociedades inclusivas”, “Instituciones sólidas”, “Políticas no discriminatorias”, “Empleo pleno”, “Trabajo decente”, “Derechos laborales”, “Trabajo seguro”, “Producción y consumo”

Descripción

Whirlpool es la mayor fabricante de electrodomésticos del mundo, líder en el mercado latinoamericano. Posee oficinas propias en Argentina, Brasil, Chile, Perú, Guatemala, Ecuador, Colombia, Miami, Puerto Rico y llega a 47 países mediante distribuidores oficiales. Fue distinguida por la Agencia de Protección Ambiental de EE.UU. (EPA) como Socio del Año de ENERGY STAR® por proteger al medio ambiente mediante la fabricación de productos de bajo consumo; elegida como Marca Preferida por los consumidores según Millward Brown en 15 países de LATAM y el Caribe.

En Argentina, además, Whirlpool forma parte de los “Mejores Empleadores” y de las “100 Empresas con Mejor Imagen” según Revista Apertura. Las buenas prácticas son parte de su ADN y, por ello, desde hace más de 15 años, la compañía viene fortaleciendo la transmisión y construcción de sus valores, hacia adentro y hacia afuera, que impactan tanto en la compañía como en la sociedad misma.

Con el objetivo de promocionar sociedades más inclusivas a través de políticas no discriminatorias que fomentan el desarrollo, este trabajo se ha ido profundizando año a año y llevó a la creación de un programa de *compliance* corporativo, así como la oferta de capacitaciones y fortificación de diversos canales de consulta, escucha y denuncia, sin importar su rango o función, de manera directa o anónima.

En 2018 se creó oficialmente la “Semana de Compliance”, un programa de prevención, detección y mejora, en el cual los miembros de la compañía (altos mandos, líneas medias y trabajadores de línea de producción) trabajan de manera horizontal y en pie de igualdad, para la capacitación conjunta en los valores de la empresa. Con un antecedente positivo en México, la iniciativa se desarrolló con todo éxito, asegurando el compromiso de todos los miembros de la compañía.

Las reuniones fueron lideradas por los gerentes de las distintas áreas, con el soporte de un miembro de legales. Actividades lúdicas se combinaron con charlas teóricas y con las inquietudes de los propios equipos, para lograr un entendimiento conjunto sobre los valores de la compañía, su finalidad y sus políticas, multiplicando su impacto positivo y el de las buenas prácticas como ventaja competitiva.

Los encuentros se llevaron a cabo periódicamente. De esta manera, con una metodología clara y consistente, se llevó a cabo la instauración de los valores de la compañía, en pos de la construcción de un ambiente laboral más íntegro y ético.

• Barreras encontradas

SOCIOCULTURALES

Plantear dinámicas que habilitaran una participación verdaderamente horizontal. Articular a todas las áreas entre sí, especialmente a aquellas que no suelen tener contacto en los procesos cotidianos de trabajo. Establecer un intercambio enriquecedor desde el conocimiento, pero también en lo que respecta a los vínculos. Materializarlo en el ámbito laboral y trascender al ámbito social.

• Contribución de la iniciativa al ODS correspondiente

La iniciativa contribuye a la “Paz, Justicia e Instituciones Sólidas” (ODS16), así como a la eficiencia y transparencia en todos los niveles institucionales para un desarrollo inclusivo, sostenible y responsable en todo su alcance. Se trata de un programa de prevención, detección y mejora, en el cual los miembros de la compañía (más de 200 personas de altos mandos, líneas medias y trabajadores de línea de producción) trabajan de manera horizontal y en pie de igualdad, para la capacitación conjunta en los valores de la empresa.

El objetivo final que dará cuenta los resultados de esta iniciativa será lograr que cada colaborador, independientemente de su lugar dentro de la compañía, se convierta en un guardián y líder de las políticas corporativas de Whirlpool, dentro y fuera de la empresa.

Algunos de los indicadores utilizados para la medición de esta campaña fueron:

- Denuncias por malas prácticas e incumplimientos: La incorporación de los procesos fue tal que, al día de la fecha, Whirlpool Argentina no ha recibido denuncias por malas prácticas e incumplimientos. Esto evidencia la efectividad del trabajo transversal, y que el involucramiento colectivo promueve resultados certeros y comprobables.
- Consultas de aplicación de la normativa interna: se han incrementado las consultas al área de legales, en relación a la aplicación de la normativa interna, signo de que las acciones movilizaron el compromiso y la reflexión constante sobre las propias prácticas. Estas consultas son muy variadas y van desde cómo cuidar correctamente los activos de la empresa, hasta el desarrollo adecuado de una campaña publicitaria.

El saldo de la semana de compliance fue sumamente positivo y sentó las bases de una construcción más democrática y participativa de las políticas internas de la compañía.

Gracias a la articulación entre capacitación, ejecución y control, cada colaborador pudo hacer suyas las políticas, y es capaz de identificar con claridad cuál de ellas corresponde aplicar en cada caso.

Sin integridad no hay triunfo posible. Porque sólo a través de las personas se puede construir una empresa líder.