

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
CARRERA CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR



**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGIÓN Y SU IMPACTO
EN LA COMUNIDAD**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

ISABEL CAÑET CANIULEN
VIRGINIA CHANQUEO CALVILLAN

PROFESOR SUPERVISOR
SRA. MARLYN RIOS MARTÍNEZ

- JUNIO 2008 -

**UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
CARRERA CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR**



**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO
EN LA COMUNIDAD.**

51121



**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**ISABEL CAÑET CANIULEN
VIRGINIA CHANQUEO CALVILLAN**

**PROFESOR SUPERVISOR
SRA. MARLYN RÍOS MARTINEZ**

-JUNIO 2008-

Agradecimientos

Comienzo estas líneas agradeciendo a todas las personas que han estado conmigo en momentos buenos y algunos no tan buenos, a mi madre Carmen que ha sido un pilar fundamental, siempre incondicional a mi lado, con sus palabras llenas de ternura y amor, a mi padre Francisco, a mi hermanito que siempre confió en mí, a mi hermanita Patty que me apoyo por sobre todas las cosas postergándose a sí misma por mí, solo yo se como me apoyo. Toda mi hermosa familia que a puso muchas ilusiones en mí, que espero nunca defraudarlos porque los amo demasiado, y a pesar de todas las adversidades que nos ha puesto la vida siempre hemos permanecido juntos en alma.

También agradezco a mis amigos Mayi, Verito, Lucy, Nany, Antigua, Gaby, Carola, Luzma, Genito, JC, Trana, Oscar, Waldo, sin duda personas que siempre mantendré en mi corazón y espero me acompañen por mucho tiempo mas. No ha sido fácil llegar a esta etapa, aun recuerdo cuando entre a la U, parecía que todo estaba en contra, como si el destino se empeñara en no dejarme escribir otra historia en la vida de mi familia, pero aquí estoy finalizando mi carrera, con bastante porfía, con bastante satisfacción.

También agradezco al hogar Pelontuwe, donde aprendí a valorar aun más mis orígenes, respetarlos y luchar por reconstruir mi hermosa cultura... Pelontuwe como dijo una amiga es el mejor lugar para un joven mapuche...Mapuche, eso es lo que soy, y pienso ahora que no podría haber sido otra cosa, aunque mi cedula de identidad diga lo contrario...

Y como dejar de agradecer la dedicación de mi compañera Virginia o la Pilma, que juntas desde que entramos a la U hemos pasado por bastantes historias, y su hermoso hijo, que es ahora mi ahijado Llefken un nuevo Weichafe para nuestro pueblo. Tal vez me falta espacio para expresar lo que siento en estos momentos, alegría, pena, sentimientos encontrados al fin, también para agradecer a todos los que han colaborado y me han apoyado, pero finalmente quiero dedicar este logro a mi hermosa gente, a mi querido Willio, y a todo mi amado pueblo...

MARRICHIWEW!!!

Isabel Cañet Caniulen

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

INDICE DE CONTENIDOS

Capítulo 1. Introducción	6
1.1 Introducción	7
Capítulo 2. Marco Teórico	10
2.1 Antecedentes generales	11
2.2 Definición de RSE	12
2.3 Principios de la RSE	14
2.4 Áreas de la RSE	15
2.4.1 Ética Empresarial	15
2.4.2 Calidad de Vida laboral	16
2.4.3 Medio Ambiente	16
2.4.4 Comercialización y Marketing Responsable	17
2.4.5 Compromiso con la Comunidad	18
2.5 Análisis histórico y desarrollo	19
2.5.1 Análisis histórico y desarrollo a nivel mundial	19
2.5.2 Análisis histórico y desarrollo en Chile	21
2.5.3 Análisis histórico y desarrollo, caso región de la Araucanía	23
2.6 Argumentos en contra y a favor de la RSE	24
2.6.1 Algunos Argumentos en contra de la RSE	24
2.6.2 Algunos Argumentos en contra de la RSE	25
2.7 Ventajas competitivas y beneficios	26
2.7.1 Ventaja Competitiva de la RSE	26
2.7.1.1 Enfoque Contractual	26
2.7.1.2 Enfoque Utilitarista	27
2.7.2 Beneficios de la RSE	29
2.8 Cadena del valor y la RSE	30
2.8.1 Los Stakeholders	30
2.8.2 RSE, responsabilidad de todos	33
2.8.2.1 Responsabilidad Social Estatal	33

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.8.2.2	Responsabilidad de las Organizaciones Sociales	34
2.8.2.3	Responsabilidad Social Universitaria	35
2.8.2.4	Responsabilidad Social de las PYMES	36
2.8.2.5	Consortio de Responsabilidad Social	38
2.9	ISO 26.000	39
2.9.1	Propósito de la Norma	40
2.9.2	Temas que Interfieren en la Responsabilidad Social	41
2.9.3	Etapas de Elaboración de la Norma	42
2.9.4	Aplicación de la Norma	42
2.9.5	ISO 26.000 y la Normativa Nacional	43
Capítulo 3.	Desarrollo de la RSE con la comunidad	45
3.1	Desarrollo de la RSE al interior de la Empresa	46
3.1.1	RSE con la comunidad	46
3.1.1.1	Convivencia sustentable con la comunidad	46
3.1.1.2	Actores que participan en una convivencia sustentable	49
3.1.1.3	Motivaciones para generar una convivencia sustentable	50
3.1.1.4	Relación convivencia v/s desarrollo sustentable	51
3.1.1.5	Comunicaciones Empresa – Comunidad	53
3.1.1.6	Las Comunicaciones Estratégicas y la Gestión de la Reputación	54
3.1.2	Normativa legal: RSE con la Comunidad	55
3.1.2.1	Superintendencia de servicios sanitarios	55
3.1.2.2	Misión	55
3.1.2.3	Objetivos	56
3.1.2.4	Funciones de la Superintendencia	56
3.1.2.5	Fijar tarifas de Agua Potable y Alcantarillado	56
3.1.2.6	Otorgar concesiones de Agua Potable y Alcantarillado	57
3.1.2.7	Fiscalizar Servicios Sanitarios	57
3.1.2.8	Control de residuos Industriales Líquidos y Rieles	57
3.1.2.9	Legislación y Normativa	57

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.1.2.10	Legislación y normativa sanitaria	58
3.1.2.11	Legislación y normativa ambiental	59
3.1.2.12	Instrucciones y circulares	60
3.1.2.13	Jurisprudencia	60
3.1.3	Implicancias tributarias de la Responsabilidad Social	60
3.1.3.1	Franquicias tributarias para la Implementación de la RSE	60
3.1.3.2	Límites al uso de franquicias tributarias	61
3.1.3.3	Donaciones deducidas como crédito fiscal	62
3.1.3.4	Donaciones deducidas como gasto	63
3.1.3.5	Tipos de donaciones	66
3.2	Normativas de donaciones efectuadas por ESSSI	67
3.2.1	Ley donaciones con fines educacionales	67
3.2.2	Ley donaciones con fines deportivos	67
3.2.3	Normativa donaciones al cuerpo de bomberos	67
3.3	Donaciones y las IFRS	68
 Capítulo 4. Análisis de una empresa regional con respecto a la RSE		72
4.1	Antecedentes generales de la empresa	73
4.1.1	Identificación de la empresa	73
4.1.2	Organigrama ESSSI	74
4.1.3	Visión ESSSI	75
4.1.4	Misión ESSSI	75
4.1.5	Objetivos ESSSI	75
4.1.6	RSE ESSSI y su compromiso con la comunidad	75
4.1.7	Programas y políticas implementadas	76
4.1.7.1	Escuela básica municipal F – 538	76
4.1.7.2	Club deportivo de labranza	77
4.1.7.3	Décima compañía del cuerpo de bomberos de Labranza	77
4.2	Imagen de ESSSI	78
4.2.1	Medios de comunicación	78
4.2.2	Como revertir la mala imagen	79

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

4.2.3 Reclamos de la comunidad	79
4.3 Planta de tratamiento de Aguas servidas	80
4.3.1 Planta de tratamiento Aguas Servidas de ESSSI	82
4.3.1.1 Tratamiento preliminar	82
4.2.1.2 Tratamiento primario	82
4.2.1.3 Tratamiento secundario	83
4.2.1.4 Desinfección	83
4.2.1.5 Generación de lodos	83
Capitulo 5. Aplicación en la Empresa San Isidro	85
5.1 Cumplimiento de ESSSI de los requisitos Tributarios	86
5.1.1 Donaciones con fines educacionales	86
5.1.2 Donaciones con fines deportivos	87
5.1.3 Donaciones al cuerpo de bomberos	88
5.2 Antecedentes contables ESSSI	89
5.3 Donaciones y su implicancia tributaria	90
5.3.1 Donación deducida como crédito	91
5.4 Formulario 22	93
5.4.1 Recuadro N°7 LIR	93
5.5 Encuestas	94
5.5.1 Encuestas a la empresa	95
5.5.2 Encuesta a la comunidad	97
5.6 Recomendaciones	100
Capítulo 6. Conclusiones	104
6.1 Conclusiones de Investigación	105
Bibliografía	110
Anexos	112
Anexo A: Entidades Dedicadas a la Promoción de la RSE	113
Anexo B: Normas y Estándares RSE	114
Anexo C: Legislación y Normativa Para las Empresas de Servicios Sanitarios	118

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Donación Como Crédito	63
Tabla N° 2 Efecto Neto de Donación como Gasto y Crédito	64
Tabla N° 3 Efecto Neto de Donación como Gasto y Crédito	66
Tabla N° 4 Directorio Empresa San Isidro	74
Tabla N° 5 Donaciones Con Fines Educativos	86
Tabla N° 6 Donaciones Con Fines Deportivos	87
Tabla N° 7 Donaciones al cuerpo de Bomberos	88
Tabla N° 8 Donaciones Empresa San Isidro	91
Tabla N° 9 Actualización Donaciones Empresa San Isidro	92
Tabla N° 10 Créditos Imputables Impuesto Primera Categoría	94
Tabla N° 11 Resultado encuesta comunidad Pregunta 1	97
Tabla N° 12 Resultado encuesta comunidad Pregunta 3	98
Tabla N° 13 Resultado encuesta comunidad Pregunta 4	99

INDICE DE GRAFICOS

Grafico N° 1 Resultado encuesta comunidad Pregunta 1	98
Grafico N° 2 Resultado encuesta comunidad Pregunta 3	99
Grafico N° 3 Resultado encuesta comunidad Pregunta 4	100

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Conceptos de Responsabilidad Social.	13
Figura N° 2: Principios de Responsabilidad Social.	14
Figura N° 3: Ventajas Competitivas de Responsabilidad Social.	28
Figura N° 4: Stakeholders o Grupos de Interés.	32
Figura N° 5: Temas que interfieren en la Responsabilidad Social.	41
Figura N° 6: Tipos de Relaciones entre la empresa y la Comunidad.	49
Figura N° 7: Convivencia Sustentable	55
Figura N° 8: Organigrama ESSSI	74
Figura N° 9: Proceso de Interacción con la Comunidad.	103

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad de las empresas actuales es un concepto complejo y multifacético, que involucra aspectos económicos, sociales, políticos y ambientales que trascienden las fronteras de las organizaciones y se extienden a toda la sociedad y al medio ambiente. Las empresas son actores clave en la creación de valor, no solo en términos económicos, sino también en términos sociales, ambientales y de gobernanza. En este contexto, la responsabilidad social empresarial (RSE) se define como el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, más allá de sus objetivos comerciales inmediatos.

Este libro tiene como objetivo principal proporcionar una visión general de la RSE y su impacto en la comunidad. El primer capítulo, **CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN**, establece el marco conceptual y metodológico del estudio. El segundo capítulo, **CAPÍTULO 2: EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, define los términos clave y los principios que rigen la RSE. El tercer capítulo, **CAPÍTULO 3: EL IMPACTO DE LA RSE EN LA COMUNIDAD**, analiza los efectos positivos y negativos de la RSE en la sociedad. El cuarto capítulo, **CAPÍTULO 4: LA RSE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION**, presenta un caso de estudio que ilustra la aplicación de la RSE en una empresa real. El quinto capítulo, **CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**, resume los hallazgos del estudio y ofrece sugerencias para mejorar la RSE en las empresas de servicios de la región.

Actualmente, el interés de las empresas por la RSE ha crecido significativamente, lo que refleja una mayor conciencia social y ambiental. Las empresas están siendo cada vez más evaluadas no solo por sus resultados financieros, sino también por su impacto social y ambiental. En este contexto, la RSE se ha convertido en una herramienta estratégica para las empresas que buscan mejorar su reputación, atraer talento y contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.

El presente libro pretende ser una guía para las empresas que deseen implementar una estrategia de RSE efectiva. Se ofrece una visión general de los conceptos clave y se presentan ejemplos prácticos de cómo las empresas pueden aplicar la RSE en su día a día. El libro también incluye recomendaciones basadas en la evidencia para mejorar la RSE en las empresas de servicios de la región.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

CAPITULO 1. INTRODUCCION

1.1.- INTRODUCCION

La revolución de las comunicaciones en el siglo XX produjo cambios sociales, políticos y económicos que derivaron en la formulación de las tradicionales concepciones a cerca del mundo y el rol participativo del hombre en los temas como derechos humanos, reformas laborales, importancia de la sociedad, ecología y medio ambiente, temas que comienzan a debatirse abiertamente en el plano internacional de un mundo globalizado, dando cabida a nuevas exigencias sociales de comportamiento.

Este fue el escenario ideal para que la empresa también tuviera que comenzar a responder ante las personas cada día más interesadas e informadas, ya no solo respecto de sus productos y servicios, sino también a cerca de sus procesos productivos y su funcionamiento interno. Es en este contexto en donde se desarrolla una nueva concepción de negocios que visualiza a la compañía como parte de la sociedad, como un “ciudadano corporativo” obligado a responder responsablemente ante ella, complementando la rentabilidad y el lucro, con el actuar ético y el desarrollo sustentable.

Actualmente el interés de las empresas por lograr ventas y utilidades mayores ha generado en muchos casos un abuso, tanto con el Recurso Humano que la sustenta, como con el medio ambiental y social que las acoge. Estas prácticas provocadas por errados razonamientos de desarrollo poco sustentable, a corto plazo entregan un éxito económico, pero en el tiempo solo contribuyen a la destrucción de valores éticos-empresariales, y ha una reputación de ser una empresa poco comprometida y abusiva.

Como se puede vislumbrar, el problema tiene que ver con nuevos cambios experimentados en el mundo. Ya no solo el consumidor exige productos y servicios de calidad que los satisfagan, sino que en este mundo tan competitivo, se está valorando la imagen social, la ética, y el compromiso no solo con las ganancias corporativas de la empresa, sino el aporte a la sociedad en todos sus ámbitos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

El interés por abordar este tema surge privilegiando una mirada que se enfatiza en el ámbito de las relaciones de la empresa con la comunidad, analizando el concepto de desarrollo sustentable, el cumplimiento de las normas y leyes existentes en el ámbito nacional con respecto a este tema y finalmente, la necesidad de conocer si los esfuerzos de una empresa regional de servicios, por instalar el concepto de responsabilidad social en su ámbito externo corresponde con las acciones tendientes dentro de su ámbito interno, en otras palabras, si se constata una innovación en su gestión interna, en orden, por ejemplo, de integrar a los miembros de la comunidad en la resolución de problemas que los afectan.

Para la realización de esta investigación tomaremos como objeto de estudio a la Empresa de servicios sanitarios San Isidro (ESSSI), analizando su RSE con la comunidad, para ello se utilizaran distintos métodos e instrumentos de investigación, tales como entrevistas, encuestas a los distintos actores involucrados, visitas a la empresa, a la comunidad, etc.

La presente investigación plantea como hipótesis reconocer que muchos de los problemas sociales, son producto de una desigual relación y falta de comunicación entre empresa-comunidad, para ello proponemos el siguiente objetivo general, Conocer el origen y desarrollo de la RSE en Chile, la región y el mundo y como objetivos específicos, los que se mencionan a continuación:

- Realizar un estudio de los problemas existentes entre la planta de tratamiento de aguas servidas de propiedad de la empresa San Isidro y la comunidad aledaña.
- Analizar la RSE en un área, mediante entrevistas y encuestas.
- Evaluar el impacto de las donaciones a nivel contable y tributario.
- Evaluar el impacto de las IFRS en las donaciones.
- Conocer la Normativa legal de Chile por la que se rige esta empresa.

Para alcanzar estos objetivos, esta investigación se desarrolló de la siguiente forma: En el capítulo I se hace una breve introducción al tema. El capítulo II, contiene el marco teórico que sustenta esta investigación. El Capítulo III se enfoca a una de las áreas de la RSE, con la comunidad. El Capítulo IV se elabora un análisis de una empresa regional. En el Capítulo V se

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

aplican los conceptos y análisis en una empresa regional de la región de la Araucanía.

Finalmente en el Capítulo VI se efectúan las distintas conclusiones de investigación.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

CAPITULO 2. MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES GENERALES

La responsabilidad de la empresa con la sociedad se describe tradicionalmente simplemente como filantropía. El origen del término radica en el hecho que el concepto de paradigma en la forma tradicional de hacer negocios, que se refiere a una Responsabilidad Social Empresarial (RSE), enfoque de negocio que toma en cuenta los factores sociales, ambientales y económicos de la actividad empresarial, integrados en los negocios por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, para contribuir a un desarrollo sostenible.

CAPITULO 2:

MARCO TEORICO

Durante la última década la responsabilidad social en la empresa se ha convertido en un tema cada vez más relevante. El concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) ha evolucionado en el tiempo, yendo más allá del cumplimiento de la ley y de la acción filantrópica para considerar temas más centrales del negocio, como el manejo de riesgos, la innovación y la creación de valor.

La preocupación por la RSE en sentido moderno, ha sido liderada principalmente en los diferentes países por organizaciones sin fines de lucro, gobiernos y de otro por organizaciones que tienen su origen en Europa o los Estados Unidos. Estas iniciativas y leyes se mayoría apoyadas por grandes empresas locales y algunas multinacionales, y promueven el carácter voluntario de la RSE. No encontramos evidencia de organizaciones reguladas de consumidores o accionistas, u otras organizaciones de la sociedad civil, que de manera proactiva y pública exigen un comportamiento empresarial responsable al legislativo, gubernamentales que indiquen una normativa clara sobre la responsabilidad de la que hasta ahora es un comportamiento voluntario de las empresas.

El país cuyo avance en el tema es el más destacado es Brasil, donde cerca de 140 empresas ofrecen reportes públicos de gestión de RSE preparados por el Instituto Ethos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

CAPÍTULO 2. MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES GENERALES

La responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicionalmente simplemente como filantropía. El motor del presente trabajo de título trata del cambio de paradigma en la forma tradicional de hacer negocios, que se conoce como Responsabilidad social empresarial (RSE), enfoque de negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, para contribuir a un desarrollo económico sustentable.

Durante la última década la responsabilidad social de la empresa se ha convertido en un tema cada vez más central en las agendas corporativas. Muchas empresas han avanzado en el tema, yendo más allá del cumplimiento de la ley o de la acción filantrópica para considerar temas más centrales del negocio, como el manejo de riesgo, la innovación, y la creación de valor.

La preocupación por la RSE en sentido moderno, ha sido liderada principalmente en los diferentes países por organizaciones sin ánimo de lucro, promovidas a su vez por organizaciones que tienen su origen en Europa o los Estados Unidos. Estas iniciativas son en su mayoría apoyadas por grandes empresas locales y empresas multinacionales, y promueven el carácter voluntario de la RSE. No encontramos evidencia de organizaciones regionales de consumidores o accionistas, u otras organizaciones de la sociedad civil, que de manera proactiva y pública exijan un comportamiento empresarial responsable, ni desarrollos gubernamentales que indiquen una tendencia clara hacia la regulación de lo que hasta ahora es un compromiso voluntario de las empresas.

El país cuyo avance en el tema es el más destacado es Brasil, donde cerca de 500 empresas ofrecen reportes públicos siguiendo las líneas propuestas por el Instituto Ethos

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

(llamados “balance social”), la Bolsa de Valores de San Paulo ha iniciado una clasificación de empresas similar al Dow Jones Sustainability Index, que refleja el compromiso con la RSE de empresas cuyas acciones son transadas en bolsa, y el tema de la RSE hace parte de la agenda pública del sector privado, la sociedad civil y el gobierno. Grandes empresas locales, como Natura, por ejemplo, no sólo publican reportes de sostenibilidad siguiendo las guías de la Global Reporting Initiative (GRI) sino que efectivamente han integrado la RSE como parte de su estrategia empresarial.

2.2. DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En nuestros días, la RSE no se concibe como una disciplina autónoma, sino que se ha integrado en el discurso de los negocios éticos, en las nuevas teorías de gestión empresarial, e incluso ha sido analizada desde la perspectiva de las relaciones públicas y la comunicación corporativa. De esta manera no existe una definición conceptual única, sino que es posible encontrar gran cantidad de estas según el autor y el énfasis que se le quiere dar. Para efectos de este estudio se han considerado dos definiciones correspondientes a las visiones de tres organizaciones dedicadas al estudio y fomento de la RSE en Chile y en el extranjero.

La primera de ellas es la entregada por la Comisión europea, definición oficializada el año 2001 a través del “**libro verde**”, texto elaborado como marco para el ejercicio de la responsabilidad social empresarial de las empresas en Europa, donde la RSE es entendida como *“La integración voluntaria por parte de los privados, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. De acuerdo con lo anterior, ser socialmente responsable implica ir más allá del cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y la relación con sus interlocutores”*.

En segundo lugar, está la perspectiva entregada por la fundación **Acción RSE**, entidad privada sin fines de lucro que opera en Chile y que define la RSE como *“una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personal, la comunidad y el medio ambiente”*. En base a lo anterior, para los efectos de este estudio la

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

responsabilidad social empresarial ha sido definida como “Un conjunto comprensivo de políticas, prácticas y programas que se incorporan de manera voluntaria a la gestión empresarial, con el objeto de convertir a la compañía en “un buen ciudadano corporativo” en el contexto de una relación armónica y estable con su comunidad tanto interna como externa y el medio ambiente para legitimarla frente a la sociedad”.

La idea que sustenta la responsabilidad social empresarial (RSE) se refiere al compromiso que la organización tiene con la sociedad en la que desarrolla sus actividades, ya sea como institución social, como organización económica particular o como el conjunto de individuos que la integran. En virtud de este compromiso, la empresa ha de asumir en cada momento los valores de la sociedad y utilizarlos como los criterios que han de regir sus operaciones. En la actualidad estos valores orientan la finalidad de la empresa hacia el bienestar social e implican que su desempeño debe ser juzgado no sólo en términos de rentabilidad económica, sino en función del impacto que sus actividades tienen en los ámbitos económico, social y medioambiental.

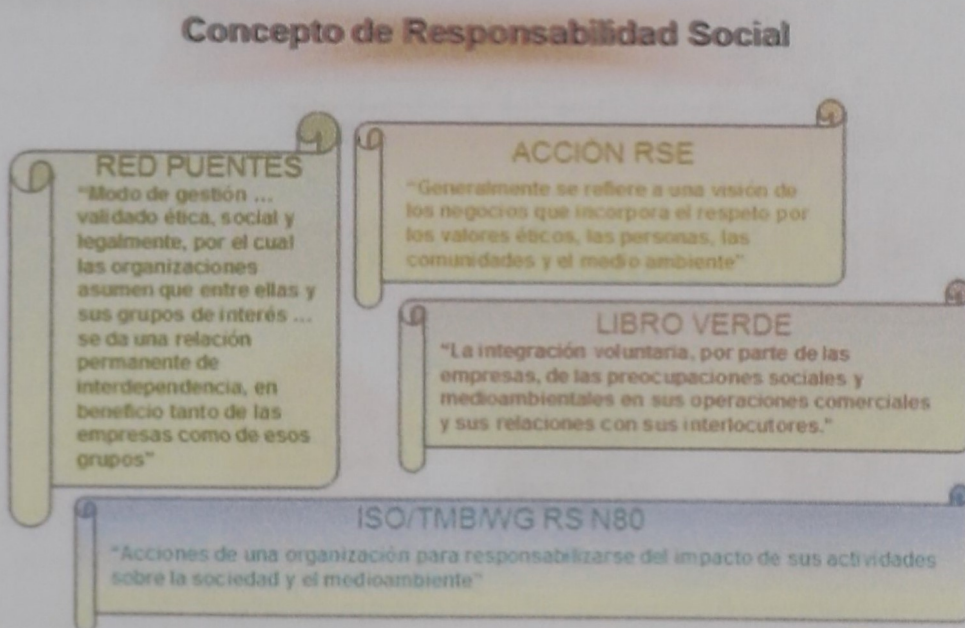


Figura Nº 1: Conceptos de Responsabilidad Social¹

¹ Acción RSE, (2004). "El ABC de la Responsabilidad empresarial en Chile y en el Mundo", 1era edición, Acción RSE, Chile.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.3 PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Se distinguen entre los generales, substantivos y operacionales.

- Los principios generales son aquellos que se refieren al cumplimiento de las convenciones y declaraciones internacionalmente reconocidas, respeto a la ley y reconocimiento a las partes interesadas de ser escuchadas, cumpliendo también con el deber de responder.
- Los principios substantivos se aplican sólo a los resultados por los cuales la organización es responsable, a los impactos que provoca en el medio ambiente, los derechos humanos, las prácticas laborales, el gobierno de la organización (sobre todo materias de corrupción), prácticas de negocio justas, involucramiento de la comunidad, y aquellos asuntos ligados a los consumidores.
- Los principios operacionales se aplican a la naturaleza y calidad de los procesos, al proceso de implementación de los principios substantivos, incluyendo por tanto la rendición de cuentas, la integración de los temas de RS en sus sistemas de gestión y procesos de tomas de decisiones, entre otros.

Principios de la Responsabilidad Social

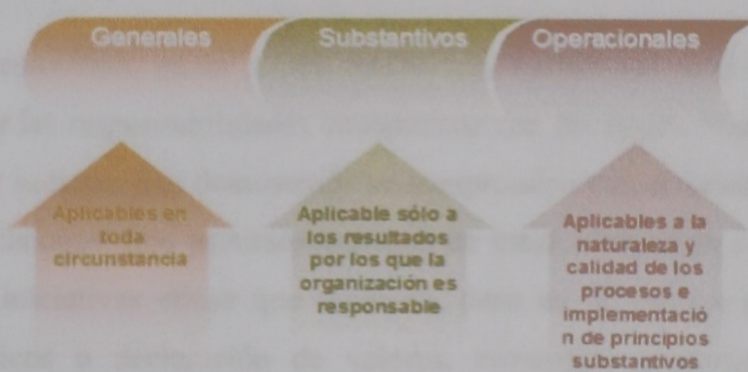


Figura N° 2: Principios de Responsabilidad Social²

² Acción RSE, (2004). "El ABC de la Responsabilidad empresarial en Chile y en el Mundo", 1era edición, Acción RSE, Chile.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.4 AREAS DE LA RSE

2.4.1 Ética Empresarial

Códigos de valores y ética, gobiernos corporativos, competencia leal, relación público privada. La ética empresarial se refiere a cómo una compañía integra el conjunto de valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) en sus propias políticas, prácticas y en la toma de decisión en todos los niveles de la empresa. Adicionalmente, la ética empresarial implica comportarse de acuerdo a los estándares legales, además de su adherencia a las leyes y regulaciones internas.

En la década anterior, la ética empresarial se refería principalmente a la implementación de códigos legales que delinearan en detalle lo que los empleados podían o no podían considerar como una conducta errada, tales como los conflictos de intereses o el uso impropio de recursos de la empresa. Hoy un gran número de empresas están diseñando programas de ética basados en valores, definiendo los valores éticos y entregando procesos y herramientas necesarias para la toma de decisiones, tanto para resolver dilemas complejos como los del día a día, en éstos se incluyen temas como la privacidad del empleado, estándares globales, marketing dirigido a niños, entre otros.

La ética se ha convertido en un campo mucho más sofisticado en el cual las empresas deben lograr balancear las responsabilidades económicas con las éticas. Numerosas empresas de distintos tamaños y sectores han demostrado su compromiso con el desarrollo de procesos éticos de toma de decisiones. Los procesos exitosos de estas compañías usualmente se han institucionalizado en iniciativas éticas que incluyen, pero no se limitan a, declaración de misión, principios éticos o declaración de valores, estrategias comunicacionales éticas, capacitación en ética y grupos de discusión, evaluaciones continuas y sanciones.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.4.2 Calidad de vida Laboral

Balance entre vida personal-laboral, diversidad, respeto, no discriminación, salud, seguridad y condiciones de trabajo, desarrollo profesional y personal, participación y despidos (desvinculaciones).

La calidad de vida laboral generalmente se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, horarios flexibles de trabajo, salud y bienestar, seguridad laboral, cuidado a sus dependientes y beneficios domésticos.

Empresas líderes están elaborando políticas y prácticas innovadoras en este campo, las cuales reflejan y respetan las necesidades de todos los trabajadores de acuerdo al conjunto de objetivos de la empresa, y que incluyen la atracción y retención de los mejores talentos.

2.4.3 Medio ambiente

Reciclaje, ahorro energético, diseño y construcción “ecológica”, prevención de la contaminación. En los últimos años, la responsabilidad medioambiental se ha expandido hacia un compromiso substancialmente mayor que seguir al pie de la letra la aplicación de todas las regulaciones gubernamentales existentes o llevar a cabo algunas iniciativas de reciclaje y manejo eficiente de la energía. Es el medio ambiente el pilar más renombrado en esta década para la adopción y la difusión de políticas RSE, incluso llegando a ser al motivo por el cual muchas empresas han debido pagar multas millonarias, o simplemente quebrar.

Muchos ciudadanos, organizaciones medioambientales y compañías líderes hoy se encuentran definiendo sus responsabilidades medioambientales como un involucramiento desde una aproximación comprensiva de las operaciones de la compañía, sus productos y facilidades lo cual incluye la valoración de los productos, los procesos y servicios; la eliminación de los desechos y emisiones; la maximización de la eficiencia y la productividad

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

de todas sus asignaciones y recursos; y las prácticas de minimización que pudiesen causar efectos adversos para el goce de los recursos planetarios para las futuras generaciones.

Un gran número de compañías, en un amplio rango de sectores y áreas geográficas, han encontrado el valor y la ventaja competitiva provenientes de las iniciativas medioambientales. Tales iniciativas caen en una gran variedad de categorías, incluidas la prevención de la polución, uso eficiente de la energía, diseño medioambientalmente amigable, administración de la cadena de distribución, ecología industrial y desarrollo sustentable. Las empresas líderes han acogido un gran número de estas iniciativas al mismo tiempo que están integrando la responsabilidad medioambiental como un valor central del negocio en todos los niveles de sus operaciones.

2.4.4 Comercialización y Marketing responsable

Marketing con causa social, ética publicitaria y técnicas de venta, privacidad del consumidor, calidad, seguridad y etiquetado del producto.

El marketing responsable cruza un amplio rango de actividades empresariales que definen las relaciones de la compañía con sus consumidores. Estas actividades pueden ser agrupadas en seis categorías: (1) manufactura e integridad del producto; (2) divulgación, embalaje y etiquetado; (3) marketing y publicidad; (4) prácticas de venta; (5) precios; y (6) distribución. En cada una de estas áreas, las empresas en el mundo están rearmando sus estrategias de negocios para dirigir las hacia nuevos temas tales como la privacidad y la tecnología, el marketing dirigido a niños, las altas expectativas en el tema de productos seguros e impacto medioambiental, al mayor escrutinio por parte de los consumidores y de las organizaciones no gubernamentales, y a la globalización del movimiento de consumidores.

El espectro de temas relacionados con el marketing responsable se ha expandido en los últimos años hacia una amplia gama de tópicos que incluyen la responsabilidad medioambiental, la relación de la empresa con sus competidores, uso y consecuencias de sus productos y servicios, y hacia temas algo más filosóficos como el consumo de su propia naturaleza.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Al mismo tiempo que los empresarios deben satisfacer primero los criterios claves de los consumidores – tales como el precio, calidad, apariencia, sabor, disponibilidad, seguridad y conveniencia – existen otros factores en el mercado que están tomando gran importancia. La globalización del comercio y de la competencia ha puesto el mayor valor de las empresas y de las marcas no solo como un asunto de confianza sino también relacionado con el sentido de lealtad y compromiso de los consumidores. Este nuevo tipo de relación ha llevado a las empresas a examinar sus operaciones de frente a como ellos pueden ser percibidos, directa o indirectamente, por sus consumidores y otros stakeholders.

2.3.1 Antecedentes, Orígenes y Evolución a Nivel Mundial

2.4.5 Compromiso con la comunidad

2.4.5.1 Apoyo a proyectos o causas sociales, voluntariado corporativo, reporte social y evaluación de desempeño.

Apoyo a proyectos o causas sociales, voluntariado corporativo, reporte social y evaluación de desempeño.

Esta área se refiere al amplio rango de acciones tomadas por la empresa para contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera, apoyando iniciativas o causas sociales. Cuando estas iniciativas se diseñan y ejecutan estratégica y programadamente, no tan sólo se entrega un beneficio a los receptores, sino que además estas iniciativas refuerzan la reputación de las empresas y sus marcas, productos y valores en las comunidades locales donde ellas tienen intereses comerciales significativos, así como en el resto del mundo.

La empresa a través de estas acciones programadas busca maximizar el impacto de sus contribuciones en habilidades, recursos, tiempo, productos, servicios, administración de conocimiento y otros que dirige hacia las comunidades en las cuales ellas operan. Las compañías hace muchos años que se vienen involucrando con sus comunidades locales, frecuentemente jugando un rol importante en el campo de la filantropía, con el ánimo de ser un buen ciudadano corporativo. Hoy en día las empresas se involucran con la comunidad en una gran variedad de formas (incluidas las donaciones de productos o servicios, creación de proyectos de trabajo voluntario, préstamo de ejecutivos y administradores, realización de proyectos de apoyo a causas sociales, etc.) y por una amplia gama de razones.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Una de las principales razones es que los stakeholders (inversionistas, consumidores, empleados, grupos de interés público y oficiales de gobierno) están llevando a las empresas hacia mayores estándares de ciudadanía y demandando que su red de impacto en la sociedad sea positiva. Adicionalmente, los esfuerzos de las empresas están siendo motivadas por los beneficios económicos que conlleva el involucramiento con la comunidad.

2.5 ANALISIS HISTORICO Y DESARROLLO

2.5.1 Análisis Histórico y Desarrollo a Nivel Mundial

A raíz de los planteamientos propios de la RSE podemos situarla en 1920 con el desarrollo de la filantropía empresarial de manera sistemática, aunque en esta época estuvo muy vinculada al principio de caridad y a la acción de la empresa como tal, ese principio de caridad consideraba que la filantropía ya no era un acto individual centrado en la acción del empresario o el dueño de la empresa, sino que era algo que se vinculaba con toda la empresa. Este principio posteriormente será complementado con el principio de administración, el cuál supondrá que las empresas, en especial sus directivos, deberán generar riqueza y beneficios pero también deberán convertirse en administradores de recursos sociales considerando el impacto de estas acciones.

Por otro lado, las consecuencias económicas de la segunda guerra mundial pueden ser consideradas como otro punto de partida para situar el debate sobre la RSE debido a los cambios en el sistema económico, social y político mundial. Así también los cambios ocurridos a finales de los años sesenta, principalmente en Estados Unidos, provocarán que el debate sobre la RSE se enmarque no solo en su función económica o de la relación que establece con sus stakeholders (clientes, proveedores y accionistas), sino que también un mayor involucramiento de la empresa en la solución de los problemas sociales.

El pensamiento predominante en los setenta e inicios de los ochenta liderados por Friedman, sostiene que el único objetivo de la RSE es aumentar sus beneficios y por lo tanto

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

no debe abocarse a resolver los problemas sociales. En estos planteamientos, las donaciones y obras caritativas son asuntos individuales, y por lo tanto un directivo no debe confundir sus responsabilidades profesionales con sus responsabilidades como individuo. Esta creencia, predominó en una generación de empresarios, economistas y tomadores de decisión que lideraron la dirección en el mundo de la empresa y en la formulación de políticas en América Latina.

Algunos autores incluso postulan que el inicio de una mayor preocupación por la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue en los años 90, se vio impulsada con la caída del muro de Berlín. Ese sería el momento en que los gobiernos reconocen que dejarán de ser un factor decisivo en el mundo y que deberán ceder terreno a otros actores sociales. A esto se suma el surgimiento de nuevas tecnologías y, particularmente, de Internet, herramienta que abrió a las sociedades y forzó a las compañías a ser más transparentes en sus transacciones. La globalización, por su parte, ha dejado en evidencia la creciente brecha entre los que tienen tecnología y quienes no la tienen, y como las empresas pueden ser una fuerza impulsora de estos temas y asumir su responsabilidad.

Sin embargo, hoy se abre un campo para la deliberación. Entre los factores que están en la base de estas demandas son la crisis de confianza de la sociedad respecto de las actividades de las empresas; la demanda por una mejor calidad de vida; la exigencia hacia los directivos de las empresas para que no actúen buscando solo el beneficio de los accionistas; el reconocimiento del poder de la empresa, y por lo tanto la necesidad de regular los intereses de los grupos de la sociedad y el mayor peso que tiene la opinión pública. Otro factor para esta nueva apertura es la incapacidad de los sistemas públicos estatales para responder satisfactoriamente a las demandas de la población, legitima el ingreso de otros actores al debate sobre propuestas de desarrollo.

Por último, una muestra de acuerdos globales respecto de este tema fue lo sucedido en 1999 en la ciudad de Davos; donde el secretario general de las naciones unidas propuso por primera vez la iniciativa que desafiaba a los empresarios a promover, dentro del ámbito de las empresas, valores considerados como universales en el ámbito de los derechos humanos,

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

estándares en el trabajo y medio ambiente, suscrito el 2002 en la sede central de este organismo el Pacto Global. La finalidad de este acuerdo es ayudar a fortalecer los pilares sociales de los cuales cualquier economía, debe estar empapada si quiere sobrevivir y crecer. Las compañías que firmaron dicho acuerdo se comprometieron a traducir los principios del Pacto en prácticas corporativas concretas y evaluables.

En la actualidad, las empresas han entendido y aceptado que éste es un mundo complejo y que la capacidad de permanecer no depende sólo de los asuntos comerciales específicos que tradicionalmente acapararon su atención.

De esta manera, la responsabilidad social empresarial emerge como un importante distintivo de la nueva economía, que algunos han catalogado “economía desnuda” o “economía de absoluta transparencia”, cuyo elemento diferenciador es que ya no importa sólo “cuánto gano”, sino también “cómo lo gano”. Se produce entonces, un vínculo indisoluble entre la RSE y lo que se conoce como sustentabilidad, la capacidad de generar valor y perdurar en el tiempo a partir del uso responsable de los recursos sociales.

En esta esfera, han surgido también conceptos como las inversiones socialmente responsables y los fondos éticos, que pone atención en el destino de los dineros y en la concordancia de los objetivos de la empresa con las instituciones beneficiadas. También se han acuñado nuevos términos que nacen a partir del involucramiento del sector privado en las esferas colectivas. Aparece en forma habitual el concepto de ciudadanía de las entidades o “ciudadano corporativo”.

2.5.2 Análisis Histórico y Desarrollo en Chile

Chile presenta un desarrollo incipiente tanto en lo que respecta a la discusión del concepto de RSE, como a la implementación de este como una acción y estrategia en la empresa. El discurso y la práctica de la RSE en Chile es extremadamente reciente y hay poca (o casi ninguna) literatura sobre la misma, o tentativas para explicarla. Cualquier cosa que se diga es extremadamente tentativa e impresionista. Hay dos líneas básicas de explicación, que

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

enfatan el desarrollo de percepciones entre las élites empresariales, y el insumo gerencial que viene principalmente de afuera.

Es posible encontrar indicios que revelan la participación de los privados desde los tiempos de la colonia plasmados en iniciativas de asistencia a mendigos, hogares de niños y enfermos, como parte de obras de caridad efectuadas por la iglesia Católica y de financiamiento de carácter auto generado o mediante donaciones. Sin embargo, estos intentos adquieren ciertas características de formalización y estructura sólo a partir del siglo pasado, que se caracterizó por una participación estatal débil, y por responder a requerimientos de orden fundamentalmente ético o religioso, de corte absolutamente individual. En este contexto se sustentan y organizan entidades como hospitales, orfanatos, asilos de ancianos, etc.

En la segunda mitad del siglo XIX se constituye la sociedad protectora de la infancia. Otra institución que emerge en el campo de la acción privada fue la de las hermanas de santa cruz que construyó escuelas gratuitas con servicio médico para pobres.

Las transformaciones sociales, políticas y culturales a comienzos del siglo XX tuvieron una fuerte incidencia en el desarrollo de la filantropía impulsada por las empresas, especialmente debido al efecto provocado por la laicización de la beneficencia, el surgimiento de nuevos actores sociales, el desarrollo de nuevos lazos de asociatividad y el fuerte intervencionismo estatal. Posteriormente, durante el siglo XX y en el contexto de las profundas transformaciones políticas, económicas y sociales especialmente entre el año 1930 y comienzos de 1970, la RSE chilena se circunscribió principalmente a donaciones, efectuadas a título personal por los dueños, accionistas o ejecutivos, orientadas a instituciones de beneficencia y obras sociales vinculadas principalmente a la iglesia o a otros movimientos espirituales de tendencia laica.

Respecto a cual ha sido el papel desempeñado por la empresa chilena en otorgar apoyo y/o financiar proyectos de interés social como parte de su accionar, es posible concluir que si bien existen algunos ejemplos desde mediados del siglo pasado en el ámbito de la educación, cultura, vivienda y salud, estos han alcanzado muy poca visibilidad en la realidad nacional. En

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

relación con la situación actual que se encuentra en el tema de la RSE, es posible confirmar que aún no se cuenta con un marco conceptual definido que permita comprenderla y desarrollarla sistemáticamente.

No es sino en esta última década donde se ha ampliado el horizonte de los empresarios y han logrado ver la necesidad de implementar estrategias de RSE, que cada vez son más valoradas por los clientes y por los grupos de interés relacionados en Chile

2.5.3 Análisis Histórico y Desarrollo, caso Región de la Araucanía

Reconocido es el escaso nivel alcanzado por la RSE en la región, en especial teniendo en cuenta en índice de competitividad regional que poseemos (último), el escaso desarrollo industrial que alcanzamos, y la fuerte población de pymes (98% de las empresas regionales). Aún así podemos concluir que el desarrollo es similar al resto del país, comenzando con un desarrollo filantrópico, orientado y guiado por entidades religiosas, y posteriormente laicas. Según estudios realizados por Pro Araucanía, en la región es conocido el tema de RSE por las empresas y las personas en general. Si bien da cuenta de varias tareas llevadas a cabo por determinadas empresas, estas corresponderían principalmente a grandes instituciones, y la forma principal de atender el tema de la RSE es mediante donaciones a fines tales como de beneficencia, educacionales, y otros.

Una buena política de responsabilidad social para la región de la Araucanía requiere que las empresas tengan conciencia de la diversidad cultural que posee esta región, para efectos de tener buenas relaciones con la comunidad, deben tratar de lograr encontrar espacios de dialogo y de negociación frente a los diversos intereses en conflicto. Su éxito va a depender de la participación de los actores relevantes, del respeto que exista entre ellos y la confianza que se logre mediante el cumplimiento de los dichos y promesas, para tratar de construir una sola visión estratégica de desarrollo, elaborada gracias a una interacción constante entre sector público, sector privado y sociedad civil.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Los hechos muestran que cada vez existe más conciencia en la región acerca de la RSE, pero que aún presenta un desarrollo incipiente aunque el tema es bien conocido, en este momento en la región hay de todo, hay algunos que van más adelante que otros, hay pioneros en temas de RSE, y hay otros que no hacen nada al respecto.

2.6- ARGUMENTOS A FAVOR Y EN CONTRA

Tradicionalmente, la visión económica de la empresa ha definido a esta como a una organización cuyo objetivo es la maximización de beneficios. Recientemente, sin embargo, ha ganado fuerza la visión de que la empresa debería tener un comportamiento Socialmente Responsable.

Con este término calificaríamos a la empresa, que no se preocupa solamente de la maximización del beneficio, sino que además tiene en cuenta el impacto de sus decisiones y estrategias sobre otros agentes partícipes de la propia empresa, los stakeholders. Como son los trabajadores, los clientes, la comunidad local en la que la empresa actúa, etc.

Se han expresado muchos argumentos a favor y en contra de la RSE. La mayoría de los argumentos radican en considerar la empresa primordialmente como un sistema económico, responsable solamente ante los propietarios, o como un sistema socioeconómico que debe responder a varios grupos de interés. Es decir, la RSE, no es una idea de total consenso. El punto de vista a favor de la RSE considera los intereses económicos de la organización compatibles con una mayor responsabilidad social, mientras que el punto de vista contrario señala que estos intereses son contradictorios.

2.6.1 Alguno de los argumentos en contra de la RSE son:

- El sistema de mercado competitivo funciona eficientemente solo cuando las organizaciones se concentran en la actuación económica y subraya los intereses de los accionistas. Este modelo asegura un uso óptimo de los recursos de la sociedad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Como instituciones económicas, las empresas deben especializarse en lo que saben hacer mejor: la producción eficiente de bienes y servicios. Las ganancias son una recompensa para el desempeño social efectivo.
- La empresa no debe perseguir metas sociales, esa función debe dejarse en manos de otras instituciones en la sociedad.
- Cualquier tentativa altruista en la RSE representa una asignación de los recursos de los accionistas que en realidad deberían ser entregados como ganancias.
- La empresa ejerce un gran poder económico. La RSE provocaría que las corporaciones tuvieran una influencia indebida sobre muchas otras actividades. Se debe valorar el pluralismo y evitar la concentración de poder.
- La empresa que tiene interés en las responsabilidades sociales está en desventaja competitiva frente a las que no lo tienen. Eso va en desmedro principalmente de la competencia internacional.

2.6.2 Algunos argumentos a favor de la RSE son:

- La situación puramente competitiva no existe y el ambiente económico actual no asegura automáticamente la ubicación óptima de los recursos. No hay una garantía de eficiencia y equidad.
- Las empresas no son solamente instrumentos económicos. Sus actividades tienen importantes efectos sociales. Las ganancias por si solas no son el único indicador de la actuación social.
- Los administradores no están generalmente entrenados para tener a la RSE en sus decisiones, sin embargo, el efecto social en sus acciones es inevitable. Muchas corporaciones tienen enormes recursos, algunos de los cuales deberían ser canalizados hacia las actividades relacionadas con el bienestar social.
- La RSE no necesariamente utiliza erróneamente los intereses de los accionistas. A largo plazo, el tomar en cuenta las responsabilidades sociales reforzará los intereses de los accionistas.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Una mejor sociedad ofrece la oportunidad para mejores condiciones futuras. Las inversiones para mejorar la estructura social crearán un favorable clima empresarial.

Así las posiciones a favor de la RSE contemplan cuestiones más amplias y a largo plazo, en cambio el punto de vista contrario se preocupa más por la rentabilidad inmediata.

Por ejemplo, en primer lugar, el trabajo clarifica lo que a nuestro juicio significa el concepto de responsabilidad social corporativa. De acuerdo con nuestra opinión, la RSC no depende solo de las consecuencias de las acciones de la empresa sobre los “stakeholders”, hay que tener en cuenta la motivación real de la empresa. La política medioambiental de la empresa recibiría pues el calificativo de socialmente responsable cuando esta vaya mas allá de lo que redunde en interés de los accionistas, en beneficio, por ejemplo, de la comunidad local.

2.7 VENTAJA COMPETITIVA Y BENEFICIOS DE LA RSE

2.7.1 Ventaja Competitiva de la RSE

La RSE genera una serie de ventajas competitivas en las empresas que podemos clasificar bajo dos enfoques: el contractual y el utilitarista.

2.7.1.1 Enfoque Contractual

Estas ventajas son consecuencia de la legitimidad social alcanzada por aquella firma que actúa conforme a los elementos (explícitos e implícitos) del contrato social.

- La RSC induce a la empresa a orientar sus actividades hacia la legitimidad social, lo que permite justificar tanto el poder que la sociedad le confiere como su propia existencia.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- La RSC genera en la empresa una dinámica de concordancia con los valores y expectativas que motivan a los agentes sociales y hace posibles, fructíferas y sostenibles las relaciones entre empresa y sociedad.

2.7.1.2 Enfoque Utilitarista

Este enfoque resalta la capacidad de la RSE para generar beneficios, no sólo para la comunidad, sino también para la propia empresa.

- La RSE puede contemplarse como una oportunidad de generar ventajas debido a la incorporación de la firma a nuevos ámbitos de actuación como el social, el medioambiental, el cultural, etc. Esto supone la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades, que implican oportunidades de negocio en áreas alejadas de los objetivos tradicionales.
- Asumir la propia RSE puede generar también una mejor comprensión de la propia organización, al enfrentar sus planteamientos y objetivos a la evolución de las expectativas sociales, y una plataforma conceptual para promover cambios en su estructura y gestión. La RSE actúa aquí como promotora de la innovación empresarial.
- Los empleados también se benefician de esta expansión del horizonte de la empresa pues la RSE favorece un avance en su nivel de habilidades y conocimientos. Del mismo modo, la mayor participación de los trabajadores en los procesos de toma de decisiones, propugnada por la RSE, propicia un mejor clima laboral.
- La RSE favorece la autonomía de la empresa pues, en ausencia de regulaciones legales, es ella misma quien orienta sus operaciones (conforme a sus peculiaridades) respecto de los asuntos sociales que le afectan. En caso de que se dictaran disposiciones legales en este sentido, la experiencia de las empresas pioneras en el campo social supondría una clara ventaja competitiva sobre el resto.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Una empresa comprometida con los valores de la comunidad gozará de mayor confianza entre los ciudadanos. Esto supone un impulso para su imagen pública que puede traducirse en una mayor aceptación de sus operaciones y productos; lo que constituye un síntoma de diferenciación empresarial.
- Al promover la solución de problemas sociales sin la intervención gubernamental, la RSE fomenta un clima de consenso que acrecienta la cohesión social
- La RSE también puede generar una mejora del contexto competitivo, de lo que se beneficia tanto la firma como el conjunto de la sociedad. Se entiende que la RSE que únicamente produce logros económicos sólo es buena para la empresa, en cambio, las actividades benéficas no relacionadas con las actividades de la firma sólo producen beneficios sociales. Pero a largo plazo, los objetivos sociales y económicos buscados por la empresa pueden no entrar en conflicto, sino integrarse sinérgicamente. Esta circunstancia es posible si los gastos empresariales se orientan hacia proyectos que produzcan mejoras sociales y empresariales simultáneamente. En ese espacio común donde convergen los intereses de la actividad social de la empresa y los de los accionistas se produce una mejora general del contexto competitivo.

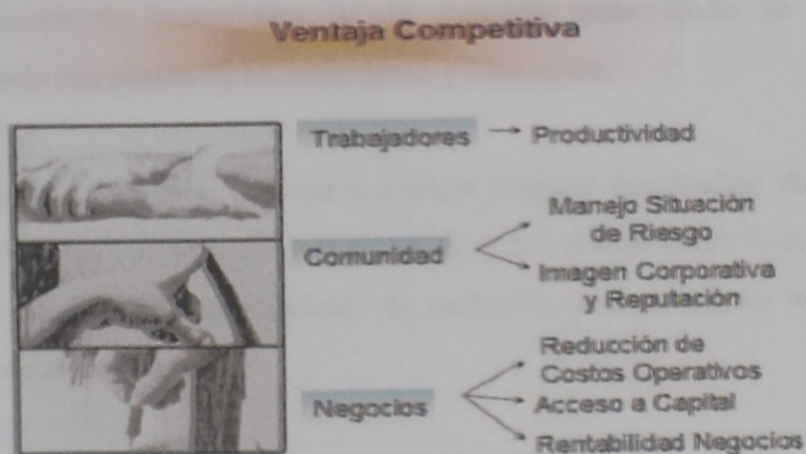


Figura N° 3: Ventajas Competitivas de Responsabilidad Social³

³ Acción RSE, (2004). "El ABC de la Responsabilidad empresarial en Chile y en el Mundo", 1era edición, Acción RSE, Chile.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.7.2 BENEFICIOS DE LA RSE

Entre los beneficios más importantes de la Responsabilidad social están:

- Mejora la imagen corporativa y la reputación empresarial: Frecuentemente, los consumidores son atraídos por marcas y compañías que tienen una buena reputación en áreas de la RSE. Una empresa considerada socialmente responsable, puede beneficiarse de su reputación en el público y la comunidad empresarial, aumentando simultáneamente su habilidad para atraer capital y potenciales asociados.

Frecuentemente, diversas empresas líderes son citadas en los medios de comunicación y recomendadas a los inversionistas que buscan entidades socialmente responsables. Muchas de las listas anuales sobre empresas incluyen la participación activa en la comunidad como parte de los parámetros a medir.

- Reducción de costos de operación: Algunas iniciativas de Responsabilidad Social, pueden reducir los costos de operación en una forma dramática, por ejemplo, muchas iniciativas desarrolladas para mejorar el impacto ambiental, el reciclaje que genera ingresos a las compañías por la venta de dichos residuos. En el área de recursos humanos, se ha comprobado que las empresas socialmente responsables, tienen un menor número de ausentismo, y de rotación aumentando su productividad y disminuyendo sus costos de reclutamiento y formación.

- Favorece la capacidad de reclutar y retener mejores empleados: Aquellas empresas, que tienen fuertes compromisos en material de Responsabilidad Social frecuentemente les resulta más fácil el reclutamiento de personal, la retención del mismo, reduciendo los costos de entrenamiento.

- Fortalece la relación con la comunidad.

- Fortalece la lealtad de los consumidores: Cada vez es mayor el número de consumidores que prefieren en sus compras productos provenientes de empresas

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

socialmente responsables que no abusen de niños, que no contaminación del ambiente, y que no modifiquen la genética), por ejemplo según , el 79% de los Norteamericanos toman en cuenta a la hora de sus compras a aquellos productos fabricados en forma responsable, en España el 35% de los consumidores han castigado a las empresas y el 90% prefieren pagar mas siempre y cuando las empresas sean socialmente responsables. En una encuesta en Argentina, el 86,5 por ciento de los consumidores dicen que la responsabilidad social pesa al definir sus compras; el 52,6 por ciento está dispuesto a pagar más por el precio de productos de empresas socialmente responsables, y el 77 por ciento, a dejar de comprar las mercaderías de las irresponsables.

- Mejora la calidad y la productividad: Una empresa socialmente responsable, mantiene mejor relaciones con sus trabajadores, clientes y proveedores, lo cual redundo en la calidad de sus productos y la productividad de sus actividades beneficiando a su entorno y accionistas.
- Reduce el incumplimiento con aspectos mandatorios.
- Aumenta la rentabilidad: Una encuesta publicada por la revista Bussines Week (2002) realizada a un grupo de empresas durante un periodo de 3 años, demostró que aquellas empresas socialmente responsables, tuvieron un mayor retorno de capital que aquellas que no lo eran.

2.8 CADENA DE VALOR Y LA RSE

2.8.1 Los Stakeholders

Son todos quienes se ven impactados por, o que pueden impactar a una organización, incluyendo individuos, grupos y otras organizaciones. La palabra impactar no está utilizada en un sentido negativo. Algunas definiciones distinguen entre los diferentes tipos de stakeholders,

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

diferenciando entre primarios, todos aquellos que son impactados o pueden impactar directamente y secundarios, tienen un interés en los impactos y quienes muchas veces pueden impactar, pero ellos mismos no son directamente impactados. A pesar de que se efectuó tal diferenciación, la opinión generalizada fue que tal materia debía ser vista al analizar la identificación de los stakeholders. Se discuten también otros modelos de categorización o de formas de priorizar los stakeholders, como aquel planteado por Mitchell, Agle & Wood en el año 1997, que identifica tres categorías -latente, expectante y definitivo- usando criterios de poder, legitimidad y urgencia. Otro modelo es de Rawlins, Plowman & Stohlton el año 2005, que relaciona la identificación de stakeholders a su organización, atributos, situación y estrategia comunicacional.

- **Industria:** Empresas productivas o de servicios de cualquier tamaño que actúen a nivel local, nacional, regional o internacional, u organizaciones o asociaciones de empresas o empresarios. No pueden representar a la industria las empresas relacionadas a estandarización, consultorías en general y servicios de asesorías, a menos que sean nominadas como representantes de la industria por la Oficina Nacional de Normalización (ONN).
- **Gobierno:** Puede ser cualquier organismo del sector público que actúe a nivel local, nacional, regional o internacional, representado por un funcionario gubernamental, o por alguien nominado fuera del gobierno.
- **Consumidores:** Representados por medio de una organización o agencia relacionada a intereses de consumidores. **Trabajadores:** Sólo podrán participar organizaciones que representen a los trabajadores, de acuerdo a lo establecido en la Convención 135 de la OIT.
- **Organizaciones no gubernamentales (ONGs):** No deben estar vinculada al desarrollo de estándares o servicios relacionados, no debe representar los intereses específicos del gobierno, la industria, los sindicatos o grupos de consumidores.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Servicios, apoyo, investigación y otros: Corresponde a organizaciones o individuos que no pertenezcan a otra categoría de stakeholders y que busquen un entendimiento avanzado de RS a través de la educación, el entrenamiento, los estudios académicos y la investigación, para que de esta forma desarrollen estándares voluntarios y herramientas relacionadas a RS, prestando servicio y apoyo a la implementación y actividades de RS.

Stakeholders o Grupos de Interés

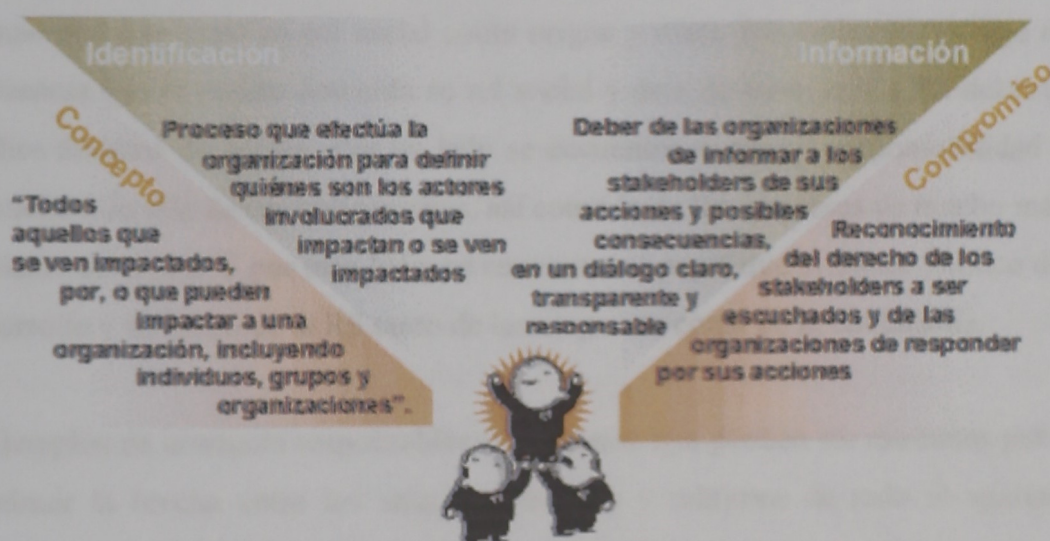


Figura N° 4: Stakeholders o Grupos de Interés⁴

⁴ Acción RSE, información general. www.accionrse.cl, Chile.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.8.2 RSE, Responsabilidad de Todos

Existen organizaciones que intervienen directamente en el desarrollo social, económico y cultural de una ciudad, los cuales forman parte y han comenzado a ser evaluadas como generadores de bienes sociales por parte de la comunidad. Si trabajan unidas, reconociendo el valor agregado de una acción sinérgica y sistémica, se puede realzar y desarrollar mejor y rápidamente una acción social que no solo beneficie a la comunidad, sino que a la vez las potencie como organizaciones, y les abra las puertas para un marco desarrollo sostenible.

2.8.2.1 Responsabilidad Social estatal

La responsabilidad social del estado es un concepto que para muchos es redundante, ya que afirman que este tiene un rol social como origen y meta. Sin embargo, es bajo el amparo de esa creencia que el estado descuida su rol social y deja de innovar. La RS del estado tiene dos amplios ámbitos de acción. Por un lado se encuentra su propia responsabilidad social, la que va mucho más allá de sus obligaciones, así como la de las empresas va mucho más allá del cumplimiento de la ley. Y por otro lado, se encuentra el papel que el sector público debe jugar en el desarrollo y fomento de la RS tanto de las empresas como de la ciudadanía.

Ejemplos de conducta responsables socialmente que pueden ser asumidas por el estado son disminuir la brecha entre los salarios máximos y mínimos de todo el aparato estatal; aumentar la empleabilidad estatal a discapacitados; reducir oportunidades de corrupción, transparentar las licitaciones, dar seguridad económica y social a los ciudadanos; establecer políticas ambientales sustentables al interior de los organismos públicos; otorgar flexibilidad laboral a mujeres en edad fértil; y así tantos otros que, tal como sucede en las empresas, no pueden ser decisiones aisladas, sino solo eslabones dentro de una cadena global de RS. Hoy hemos visto episodios en que nuestro estado ha incurrido en prácticas sistemáticas de poca responsabilidad social (MOP-Gate, Chile deportes, educación, desigualdades socio-económica, etc.), lo cual nos desorienta sobre el verdadero e inherente rol social que debería tener el estado.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

En la medida que las empresas adoptan la RS, no solo se vuelven más competitivas, sino que además colaboran con el mejoramiento de las condiciones sociales de las comunidades, aliviando indirectamente la labor estatal y readecuando la utilización de los recursos públicos (fuente; Lozano, 2006. RSE y PYMES: una apuesta por la excelencia empresarial). El desarrollo de la RSE se vuelve no solo estratégico para las empresas, sino también para el aparato estatal completo y los gobiernos que lo gestionan.

A modo de ejemplo, la encuesta realizada por la empresa consultora ADIMARK y fundación PROHUMANA durante el año 2006, indica que más del 65% de los ciudadanos del país califica como malo o insuficiente la labor del estado en la Responsabilidad Social.

2.8.2.2 Responsabilidad Social de las organizaciones sociales

Las organizaciones sociales son entidades de por sí preocupadas y fomentadoras del área social del país. Pero es importante hacer la diferencia entre las Organizaciones con clara vocación social, y los grupos sociales de marcada línea ideológica partidista.

Las organizaciones sociales que promueven en forma eficiente la Responsabilidad Social, cumplen un rol educativo, y que es complementario al rol de la empresa y del estado, siendo los impulsores de buenas prácticas, a favor del medio ambiente, y de acciones de bienestar social, tanto recreativas y de esparcimiento, como laborales. Importante labor cumplen acá:

- Agrupaciones Ecologistas y Ambientalistas, que se preocupan de trabajar en conjunto con empresas y el estado en busca de soluciones preactivas a los problemas de desechos y contaminación, fomentando la producción limpia, y la implantación de normas de calidad ambiental.
- Agrupaciones sindicales, que participan activamente dentro de las empresas en forma respetuosa y con ideas claras, tanto de mejorar las condiciones laborales para los trabajadores, pero sin dejar de tener presente las necesidades, debilidades y fortalezas de la empresa como entidad corporativa.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Entidades de ayuda a los necesitados, tanto de orden cristiano-religioso, como laico. Estas organizaciones cumplen un rol muy importante pues trabajan y amparan activamente a personas que no solo poseen problemas socioeconómicos, sino que muchas veces presentan enfermedades, o anomalías tanto físicas como mentales. La Teletón es un ejemplo de estas entidades.
- Organizaciones sociales deportivas, artísticas y culturales, que fomenten la distracción y el esparcimiento, fundamentales en los momentos actuales de la vida laboral moderna donde los índices de estrés y problemas psicológicos de los trabajadores. En muchos países el deporte es un eje fundamental en políticas empresariales, reconociendo el aumento de la productividad con trabajadores que realizan este tipo de prácticas extra-laborales.

Es así, como se aprecia que las organizaciones sociales son parte complementaria y necesaria dentro de esta RSE y su relación con el entorno, más aún, reconocidas son las organizaciones que pasan a ser líderes e impulsores de estas prácticas dentro de la comunidad. Junto a esto, en la misma encuesta ADIMARK-PROHUMANA las entidades sociales son las mejor evaluadas, con solo un 24% que califica su accionar como malo.

2.8.2.3 Responsabilidad Social Universitaria

Actualmente vivimos en un mundo cambiante e interdependiente. La velocidad de las transformaciones tecnológicas, con su incidencia social, así como la globalización económica y cultural plantean complejos desafíos a la formación que entregan las instituciones universitarias. Hoy más que nunca vuelven a ser vigentes preguntas como: ¿para qué se está formando profesionales?, ¿sabemos lo que necesita el mercado?, ¿estamos formando profesionales?

En la Universidad se ha depositado tradicionalmente la responsabilidad de formar al más alto nivel a las futuras generaciones, además de realizar la investigación necesaria para crear y difundir la cultura. Todo ello bajo el supuesto de que la Universidad es un componente

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

esencial en el desarrollo social que debe contribuir al incremento de la producción, la satisfacción de las necesidades sociales y la elevación de los niveles de vida de la población, así como participar en la transformación de la sociedad. De esta forma la Universidad es vista por las grandes organizaciones como “proveedores” de recurso humano calificado, y de investigación y desarrollo de nuevas formas de evolución en las distintas actividades profesionales.

Sin embargo el mayor énfasis en la educación universitaria está puesto aún en la discusión de teorías y la transmisión de conocimientos. Asimismo, es limitado el número de estudiantes que tienen la oportunidad de darles una dimensión social a sus aprendizajes, aplicándolos concretamente y en beneficio comunitario. No obstante, prácticamente todas las universidades consideran, dentro de sus declaraciones de principios, valores y objetivos relacionados con la responsabilidad social. Son menos las instituciones que han logrado integrar efectivamente estos aspectos a su quehacer, transformando los valores en virtudes y los objetivos en acciones.

Una perspectiva de Responsabilidad Social en la educación superior favorece la función de la universidad, en la medida en que la proyecta y la pone en contacto con la realidad: le da oportunidad de probar, en situaciones concretas, el grado de eficiencia profesional de sus egresados o futuros profesionales y le permite, sobre la base de estas experiencias de servicio a la comunidad, actualizar su curriculum y sus técnicas según las exigencias de la realidad. Así la universidad dejó de ser un ente de tipo formativo, sino que debe estar preocupado de los cambios y realidades sociales, para entregar soluciones y profesionales acordes a esa realidad.

2.8.2.4 Responsabilidad Social de las PYMES

En el ámbito de la RSE y PYMES, se constata que existe una maduración paulatina en el tema por parte del conjunto de empresas. Si bien existen diversos agentes involucrados, el modelo de difusión ha sido fundamentalmente a través de grandes empresas. En particular, un

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

rol estratégico ha jugado el establecimiento de acuerdos entre privados para impulsar la temática en nuestro país. Las tres razones principales porque las pymes no desarrollan actividades de RSE, tanto externas como medioambientales, son creer que no son actividades relacionadas con la empresa (no se tiene impacto ambiental que es similar), la falta de recursos financieros y la empresa nunca se lo ha planteado. Por otra parte, son razones poco importantes la falta de recursos humanos, la falta de apoyo público y el que no se prevea ningún tipo de beneficio al hacerlo.

Las razones más importantes esgrimidas para llevar a cabo las actividades de RSE son de tipo ético y religioso, así como mejorar las relaciones con los públicos de interés externos a la empresa (comunidad, autoridades, clientes y proveedores), pero en las actividades de RSE internas y medioambientales pesan más los resultados económicos y la satisfacción laboral de los trabajadores, así como el cumplimiento de la legislación correspondiente.

Las principales razones encontradas por las que las pymes nacionales se implican en actividades de RSE son las siguientes:

- Búsqueda de nuevos factores que potencien la competitividad empresarial.
- La exigencia de una mayor interdependencia por parte de empresas nacionales con el resto del mundo, lo cual trae asociado un proceso de transculturización empresarial.
- Las exigencias que imponen los consumidores de países desarrollados respecto de los bienes importados, donde las empresas nacionales participan en dichos mercados o son parte de cadenas o eslabonamientos productivos en este ámbito.
- La existencia de consumidores “consientes”, los cuales se encuentran en condiciones de sancionar a las empresas por sus actuaciones negativas. Vale decir, los ingresos de los consumidores determinan su actuación como posible sancionadora.
- La existencia de grandes acuerdos a nivel mundial en esta materia, que impulsan la participación de empresas en éstos ámbitos.
- El logro de una ventaja competitiva, que permita la diferenciación dentro del mercado.
- La perspectiva y fundamentación ética del rol de la empresa dentro de la sociedad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Las Pymes deben ser vistas no como el eterno hermano menor de las grandes empresas, sino como un proveedor importante en la cadena de valor, donde ambos deben alcanzar estándares de responsabilidad social, con su mundo interno, con el entorno y entre ellos mismos como gran y pequeña empresa. Esta forma de complementación, es fundamental para que el resto de las transacciones comerciales tengan un sustento de confianza y sea una relación duradera.

2.8.2.5 Consorcios de Responsabilidad Social

La RSE es una tarea común que no solo debe involucrar a los empresarios, sino a los múltiples actores sociales que conforman la sociedad. Esto precisa de la conformación de alianzas con gremios empresariales y numerosas asociaciones que comparten objetivos comunes orientados a elevar el perfil de competitividad de sus organizaciones con el fin de apalancarse en las iniciativas de cada una de ellas y potenciar la capacidad de convocatoria a todos los directamente implicados en el tema.

Un consorcio viene siendo en forma simple el contrato por el cual dos o más personas o instituciones se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener algún beneficio, por lo general que se traduzca en lo económico, manteniendo cada una su propia autonomía. Corresponde a cada miembro del consorcio realizar las actividades propias del consorcio que se le encargan y aquellas a que se ha comprometido. Al hacerlo, debe coordinar con los otros miembros del consorcio conforme a los procedimientos y mecanismos previstos en el contrato.

Los consorcios de empresas en PRO de una eficiente RSE, les entrega conocimiento, reducción de los costos de implementación, una ventaja para competir internacionalmente, un intercambio de prácticas, un avance progresivo y acelerado, una relación más involucrada con la comunidad, un poder superior para negociar e influir, en resumen, entrega la capacidad para alcanzar mejores ventajas competitivas. Por ejemplo, en el tema de la contaminación, industrial de un mismo rubro, pueden invertir en procesos de producción limpia, de una forma

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

menos costosa y efectiva. También el conocimiento de una materia determinada es posible compartirlo entre los miembros del consorcio, o simplemente para realizar acciones de gasto social, en ayuda a alguna institución benéfica, como por ejemplo cuando en muchas tiendas se nos pide el vuelto para colaborar con alguna de estas entidades.

Los consorcios entre empresas, también han alcanzado uniones entre empresas y organizaciones sociales, Empresas-Universidad, Empresas-Estado, y un sinnúmero de posibles alianzas que fomentan las acciones de RSE. Estas actividades se están volviendo cada vez más comunes, proyectándose que dentro de los próximos 5 a 7 años serán los consorcios de empresas de RSE, el motor para la apertura de todos los sectores a convertirse en entidades socialmente responsables.

2.9.- ISO 26.000

La Organización Internacional para la Estandarización conocida también como ISO, es una institución no gubernamental, compuesta por representantes de los organismos de normalización (ONs) de diferentes países.

En el año 2003 ISO estableció un AG o Grupo Consultivo en responsabilidad social, para ayudar a decidir una eventual ISO en el campo de RS. De esto derivó un extenso reporte que incluye una revisión de las iniciativas en RS a nivel mundial, además de identificar los aspectos que debieran ser considerados por ISO. El AG o Grupo Consultivo concluyó que ISO debería ir a la delantera con el trabajo sobre RS, fijando los primeros lineamientos en el "New Work Item Proposal" (NWIP) o propuesta de nuevo trabajo, donde se contemplaron las primeras bases de la organización, administración y funcionamiento del WG o Grupo de Trabajo, sistemas de comunicaciones, las primeras orientaciones sobre el alcance, contenido, aplicación, tipo, propósito y oportunidad de la norma, su procedimiento de elaboración y aprobación, el calendario propuesto y los beneficios esperados.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.9.1 Propósito de la Norma

El NWIP en el segundo anexo o anexo B, se plantea el propósito o justificación de la norma, las razones para la estandarización y la información detallada sobre los asuntos conceptuales relacionados a RS. El objetivo que se plantea es el de:

- Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.
- Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los stakeholders (Grupos de Interés) incluyendo los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.
- Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.
- Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

- Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.
- Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores);

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;
- Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), y
- Complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

2.9.2 Temas que interfieren en la RS

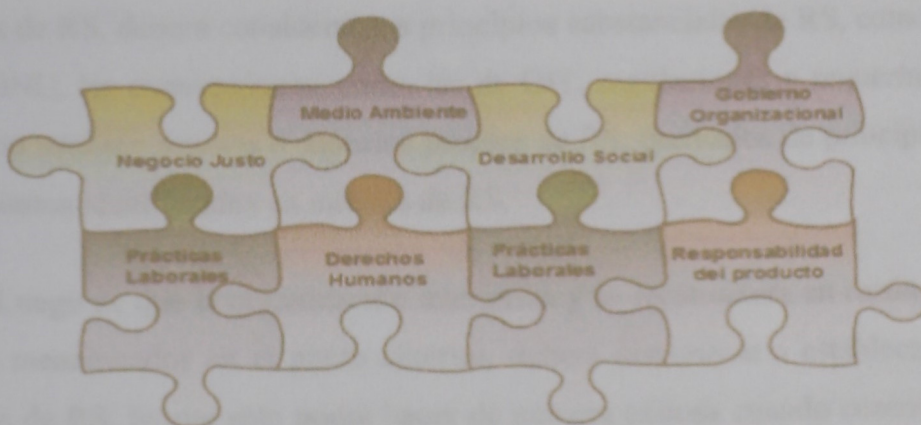


Figura N° 5: Temas que interfieren en la Responsabilidad Social⁵

⁵ Acción RSE, información general. www.accionrse.cl, Chile.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2.9.3 Etapa de Elaboración de la Norma

Se definen como etapas clave de este proceso de formación de ISO de RS, la preparatoria, la etapa de comité, la de borrador y finalmente de la de aprobación y publicación, esta última debiese terminar el cuarto trimestre del 2008, pero según se dijo en la tercera Conferencia Internacional, lo más probable es que se postergue al primer trimestre de 2009. Según el esquema original nos encontraríamos hoy en la etapa de borrador.

2.9.4 Aplicación de la Norma

La aplicación de la norma está contenida también en el NWIP, es ahí donde se define que será aplicable para todo tipo de organizaciones, independiente a su tamaño, locación, naturaleza de sus actividades y productos, su cultura, sociedad y medioambiente en el que lleva a cabo sus actividades.

Primero, cuando una organización se propone definir la orientación de sus políticas en materias de RS, deberá considerar los principios substanciales de RS, como es el Pacto Global de la ONU, las convenciones, como las de OIT, regulaciones y requerimientos legales, etc. Así como también asuntos o aspectos propios de RS, derivados de principios, convenciones u otros asuntos identificados en materia de RS.

Luego de que la organización interioriza y se reestructura en razón de los principios o asuntos mencionados en el punto anterior, deberá disponerse a establecer su compromiso y políticas de RS, lo que sólo podrá hacer de manera exitosa cuando contraste la situación real en que se encuentra, contra los principios y asuntos antes observados. Para esto tendrá que definir cómo se aplican los principios y cuáles son los asuntos relevantes, considerando siempre la visión de los stakeholders, mediante un proceso interactivo y participativo.

Por último y sólo luego de lo anterior, podrá la organización establecer los objetivos y programas necesarios para satisfacer y dar cumplimiento a su compromiso social. Las actividades deberán ser monitoreadas y los resultados contrastados, evaluados y revisados.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Este proceso deberá entre otros, ser siempre gobernado por sus principios, como lo es la transparencia. En el transcurso del proceso deberá siempre mantenerse el diálogo con los stakeholders y ellos deben verse involucrados y comprometidos en la organización de actividades relacionadas a RS.

2.9.5 ISO 26000 y la Normativa Nacional

Tal y como lo enunciaba el gobierno de Chile en sus observaciones emitidas luego de realizada la Primera Conferencia Internacional, si bien esta norma no forma parte de la normativa jurídica internacional, deberá siempre mantener consonancia con la normativa chilena (incluyendo tratados internacionales, en virtud del artículo 5 de la CPE), tomar en consideración aspectos de derechos humanos; medioambientales; laborales y de participación ciudadana.

Se esmera el gobierno en dejar claro que su participación en la construcción de ISO 26.000, no afecta en modo alguno las facultades de los organismos estatales para verificar, controlar y fiscalizar el cumplimiento de las regulaciones nacionales. Corresponde al Estado regular las normas básicas laborales y medioambientales, y su fiscalización y control en el ámbito nacional, por lo tanto los acuerdos no tienen carácter jurídico vinculante para el Estado, haciéndose reserva de sus facultades reguladoras y fiscalizadoras.

Por todo lo anterior, tampoco sería correcto decir que el cumplimiento de ISO 26.000, significaría por sí misma, en caso alguno una especie de "certificado" de cumplimiento de las normas legales chilenas.

A través del Instituto Nacional De Normalización (INN), nuestro país ha participado desde el inicio del estudio de esta norma, siendo uno de los 32 países que se adhirieron a la idea de elaborar un estándar sobre Responsabilidad Social. "Ésta es la primera vez que Chile

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

participa activamente en la creación de una norma como parte del grupo de trabajo en el cual hay representantes nacionales de cada uno de los sectores involucrados en su elaboración”,

Cada país interesado en participar de esta iniciativa creó un Comité Espejo Nacional, con el propósito de establecer posiciones locales sobre los sucesivos borradores desarrollados por el Grupo de Trabajo (WG, por su sigla en inglés). Cada comité interactúa con el WG y está integrado por instituciones de sectores representativos que identifican a los distintos grupos de interés (stakeholder), los que a su vez están representados por un experto, quien es el encargado de coordinar y liderar los grupos de tareas en los cuales participe. En Chile, la coordinación a nivel nacional de las actividades del comité la realiza el INN, institución que además es representante ante la ISO.

Actualmente, en el Comité Espejo de Chile hay 89 participantes que representan a 57 organizaciones, de los 6 grupos de stakeholder (gobierno, industria, ONGs, sector académico y consultores, consumidores, trabajadores). En su rol de entidad coordinadora, el INN es el facilitador, en el sentido de orientar las comunicaciones entre grupos, generando discusión y debate y dando pie a generar conclusiones y puntos de vista representativos. Los resultados de este trabajo se expresan en las reuniones internacionales que se han desarrollado en el proceso de elaboración de esta norma.

Además, el INN es el encargado de la producción y organización de la Sexta Reunión Plenaria que se llevará a cabo en Santiago en septiembre de 2008. Chile será sede de la discusión del texto definitivo de la norma en septiembre de 2008, en una reunión que convoca a más de 350 expertos de 52 países.

CAPÍTULO 3:

DESARROLLO DE LA RSE CON LA COMUNIDAD

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.1 DESARROLLO DE LA RSE AL INTERIOR DE LA EMPRESA

En el presente trabajo de investigación hemos elegido un área de la responsabilidad social, dentro de las cinco mencionadas en el marco teórico.

Si bien otros temas también son importantes, no hemos querido ahondar en ellos debido principalmente a la gran cantidad de información que ello significa obtener, contrapesado con el tiempo que tenemos para ejecución del presente trabajo.

Los temas fundamentales dentro del área escogida, pueden resumirse en los siguientes puntos;

- Referido al proceso que debe generarse para el logro de una sociedad más equitativa, justa y sustentable.
- Conocer la Normativa legal de Chile por la que se rige esta empresa y que interviene en esta área.
- Evaluación del impacto de las donaciones a nivel contable y tributario
- Evaluación del impacto de las IFRS en las donaciones.

3.1.1 RSE Con La Comunidad

3.1.1.1 Convivencia Sustentable con la Comunidad

El mundo actual se caracteriza por cambios permanentes que lo hacen complejo, pero apasionante y esperanzador. Las certezas científicas e ideológicas se han ido derrumbando para dar paso a una visión de la realidad que aún no alcanzamos a comprender del todo. Ante la velocidad de los actuales cambios, personas, comunidades y naciones sienten la impotencia de haber perdido el control sobre su futuro.

Sin embargo, hoy más que nunca el futuro no es algo que se espera, sino que se construye. Los problemas complejos de la modernidad requieren soluciones también complejas, que comprometan activamente a todos los sectores sociales. Ni el mejor de los

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

gobiernos, ni los empresarios bien intencionados, ni la más empoderada sociedad civil pueden resolverlos por sí solos aisladamente. Es de la acción concertada de todos los actores de donde surgirán las soluciones que precisamos. De ello se desprende la necesidad de idear formas sustentables de convivencia.

La Convivencia Sustentable alude a la necesidad que, en un territorio dado, los diferentes actores: del sector gubernamental, empresarial y comunitario, se conozcan, asuman la legitimidad de los diferentes roles, visiones e intereses y, desde esa interrelación, logren generar un tipo de sociedad que satisfaga razonablemente sus diferentes aspiraciones.

Es preciso asumir que el desafío no es sencillo, debido a los altos niveles de desconfianza que caracterizan a nuestra población, lo que constituye una traba a la hora de constituir equipos de trabajo con personas provenientes de otros sectores.

La convivencia es un elemento fundamental de la cultura de un pueblo, ya que a través de ella se desarrollan niveles de identidad, de compromiso, de cooperación y de confianza entre sus diversos componentes, con miras a un desarrollo global. La convivencia se genera en un ámbito sociocultural y, en el más amplio sentido de la palabra, significa la acción de vivir con otro u otros, de compartir un espacio, en función de un proceso colaborativo de satisfacción de necesidades mutuas y de generación de una identidad común.

Los procesos de Convivencia Sustentable son aquellos en los cuales es posible desarrollar “un sistema cultural donde los individuos, organizaciones, instituciones y otros agentes sociales conforman un sistema fundado en lazos de confianza y cooperación, ligados a un sentido de identidad y tendientes al desarrollo común”.

Un proceso de convivencia sustentable

- Es voluntario.
- Implica la construcción de relaciones de confianza entre los involucrados.
- Requiere el desarrollo de canales de comunicación de doble vía entre los actores.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Implica adecuarse a la dinámica de cada actor social, lo que conlleva un cambio en las dinámicas de las relaciones sociales.
- Requiere de apertura para ampliar la propia interpretación de la realidad, incluyendo la de otros.
- Necesita de creatividad para identificar formas en que cada actor puede beneficiar al otro.
- Precisa un cambio cultural profundo, basado en valores como la colaboración, la responsabilidad, la confianza, el respeto y el reconocimiento del otro como un actor legítimo.

Situaciones que se pueden dar en la convivencia

1. No se presentan tensiones o conflictos, ya que existe un cierto dominio que uno de los actores genera sobre el resto, lo cual la convierte en una relación marcada por la subordinación (lo habitual es la subordinación de la sociedad civil ante la empresa o la autoridad).
2. Que se presente aquella situación en la cual los distintos actores se encuentran enfrentados en grados diversos de conflictividad y con una historia que hace del conflicto algo de larga data y no coyuntural.
3. La situación en que los actores mantienen relaciones sin conflicto manifiesto. En este caso se deben identificar dos escenarios: a) relación neutra (si bien se comparte el espacio entre los actores, no existen vínculos efectivos; es una situación de convivencia espacial), y b) relación activa positiva (aquí no sólo se comparte el mismo espacio sino que se han establecido vínculos que cuentan con el beneplácito de las partes).

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

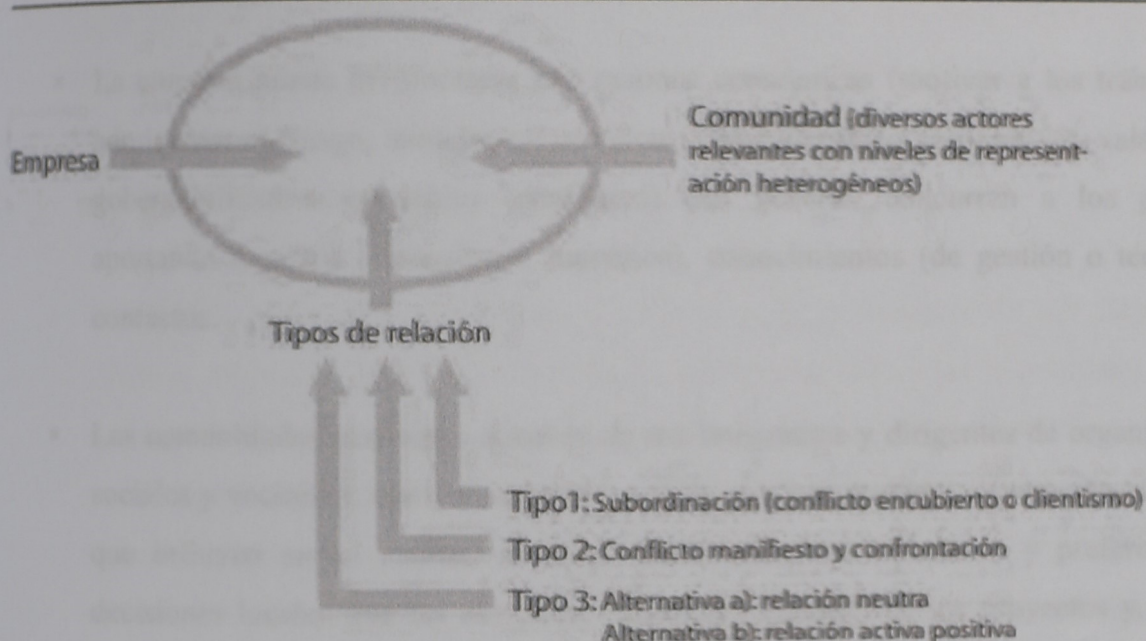


Figura N° 6: Tipos de Relaciones entre la empresa y la Comunidad⁶

3.1.1.2 Actores que Participan en una Convivencia Sustentable

Los procesos de Convivencia Sustentable comprenden un conjunto de acciones, funciones y responsabilidades, en las que interactúan, al menos, los siguientes tipos de actores: del sector privado, del sector público, de la sociedad civil.

Habitualmente, la forma en que se desarrollan las relaciones entre estos agentes sociales se caracteriza por la búsqueda de la obtención de beneficio propio, sin una visión de colaboración entre sí ni una comprensión de los espacios de legitimidad desde donde el otro se comunica. La Convivencia Sustentable favorece el tránsito de relaciones basadas en la dependencia, descrédito y la competencia, hacia relaciones caracterizadas más bien por ser equitativas y constructivas, inspiradas en la colaboración mutua, involucrando la responsabilidad social de cada uno en función del bienestar de todos. Al participar en estos procesos, cada actor tiene motivaciones particulares según su función:

⁶ Acción RSE, información general. www.accionrse.cl, Chile.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- La empresa puede involucrarse por razones económicas (motivar a los trabajadores, administrar el riesgo, manejar un conflicto, crear identidad corporativa), valóricas, de gobernabilidad o culturales (confianza). En general, concurren a los proyectos aportando recursos (financieros, humanos), conocimientos (de gestión o técnicos) y contactos.
- Las comunidades participan a través de sus integrantes y dirigentes de organizaciones sociales y vecinales, con intereses como el de resolver problemas puntuales o aspectos que influyen en su calidad de vida, hacer valer sus opiniones y preferencias en decisiones locales que las afectarán. Aportan su trabajo en los proyectos y, a veces, también recursos financieros o materiales, así como su conocimiento directo de las realidades que se abordan.
- La repartición pública (gobierno local, regional o nacional) busca insertar las iniciativas en programas de política pública y líneas de trabajo existentes, lo cual contribuye a la potenciación de los recursos humanos y financieros disponibles, así como a la sustentabilidad futura de las acciones. Puede aportar liderazgo, convocatoria, conocimiento e información de los asuntos locales, vínculos con otros actores, recursos humanos, financieros e infraestructura, entre otros.

3.1.1.3 Motivaciones para Generar Una Convivencia Sustentable

El concepto de responsabilidad social aplicado a las organizaciones puede constituir un fundamento importante para las experiencias de Convivencia Sustentable.

- Desde la perspectiva del Estado, se presenta una oportunidad para elaborar y articular políticas públicas que faciliten su rol de garante de una convivencia democrática que dé cuenta de las complejidades de la convivencia entre un estado moderno y las legítimas aspiraciones de la ciudadanía, con el objetivo de compatibilizar desarrollo,

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

crecimiento económico y calidad de vida. De este punto también es posible desprender la perspectiva de los gobiernos, este concepto implica trascender la comprensible aspiración a ser reelectos, asumiendo medidas de mediano y largo plazo, así como medidas impopulares pero necesarias.

- Desde la perspectiva de las organizaciones de la sociedad civil, los desafíos son diversos. Suponen articularse, capacitarse, generar un proyecto consensuado, aprender a relacionarse con otros para hacerlo realidad, generar alianzas con diferentes actores en que cada uno aporte desde su experiencia y posibilidad. La ciudadanía debe dejar de lado su tradicional escepticismo frente a las iniciativas gubernamentales y empresariales y no desacreditarlas desde un inicio, a menos que existan antecedentes informados al respecto, además de abrirse a la posibilidad de entablar relaciones transparentes y constructivas.
- Desde la perspectiva de la empresa, como agente relevante del desarrollo, la responsabilidad social apunta a crear valor para toda la sociedad, a relacionarse de manera positiva con todos sus públicos interesados (o actores relevantes) y a hacerse cargo de los impactos a mediano y largo plazo de sus actividades en toda la cadena de valor.

3.1.1.4 Relación de Convivencia Sustentable con Desarrollo Sustentable

La Convivencia Sustentable representa una dimensión fundamental del desarrollo sustentable. La definición más frecuentemente citada pertenece al informe “Nuestro Futuro Común”, también conocido como el Informe Brundtland, de 1987: “El desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”.

El nivel de deterioro que el planeta ha alcanzado en los últimos 50 años ha puesto en evidencia que cierto tipo de acciones y también la inacción pueden tener consecuencias

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

nocivas para el desarrollo de la vida. La tarea, por tanto, es encontrar formas innovadoras de cambiar estructuras institucionales e influenciar conductas individuales y colectivas. Se trata de tomar acción, de cambiar políticas y prácticas en todos los niveles, desde el ámbito local hasta el internacional.

El concepto de desarrollo sustentable vincula el adecuado equilibrio entre sustentabilidad económica, sustentabilidad medioambiental y sustentabilidad social.

La sustentabilidad económica se refiere a la Mantención del capital usado para la producción de bienes y servicios, en este caso no sólo el capital financiero, sino también el humano, social y natural. Por su parte, la sustentabilidad medioambiental se refiere a la capacidad del medio ambiente físico para proporcionar las materias primas necesarias para la elaboración de bienes, así como a la capacidad de asimilar la generación y disposición de residuos.

Las estrategias de desarrollo sustentable generalmente destacan la interacción entre lo local y lo global, lo que está en vías de desarrollo y lo desarrollado, y la necesidad de cooperación dentro y entre los sectores.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

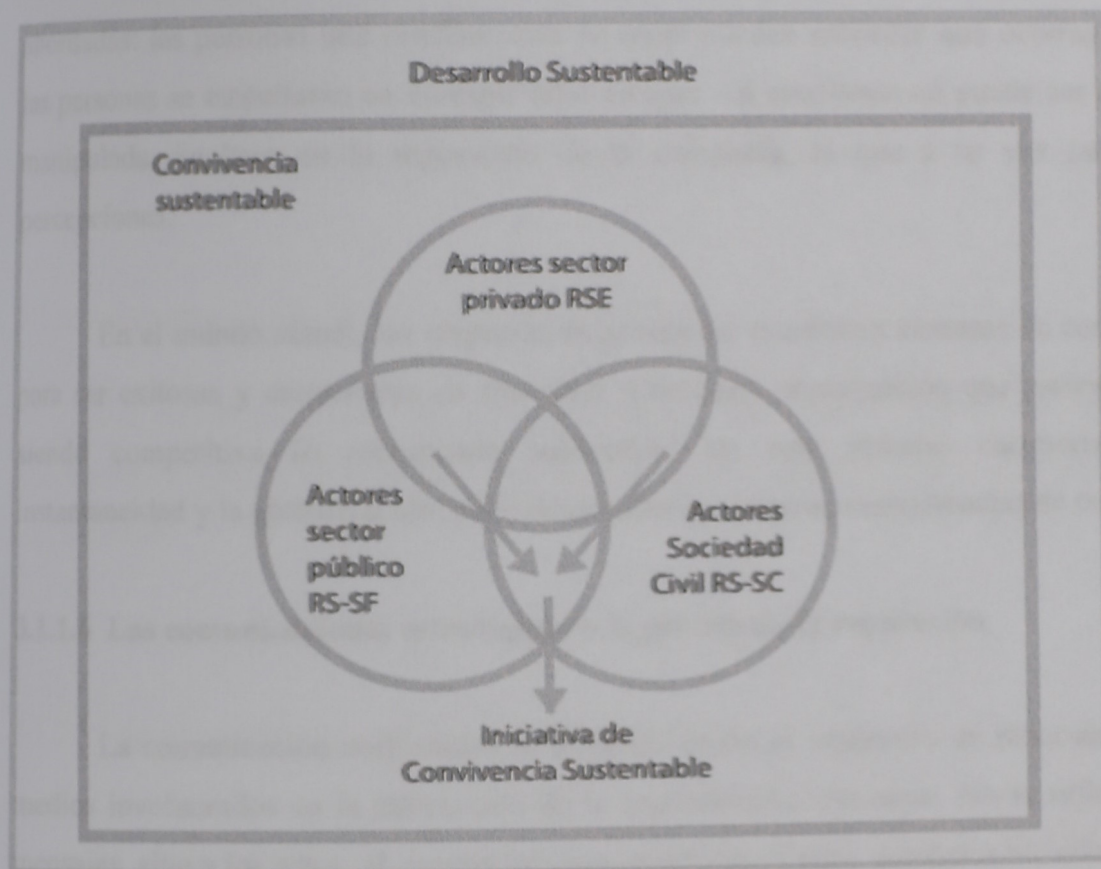


Figura N° 7: Convivencia Sustentable⁷

3.1.1.5 Las Comunicaciones de la Empresa con la Comunidad.

En la actualidad existe creciente conciencia de la relevancia de las comunicaciones para dar visibilidad a los esfuerzos de las empresas por contribuir al bien común. Dado que las comunidades son un factor que puede determinar la viabilidad de un negocio. Los aspectos críticos de las relaciones de la empresa con la comunidad son la reputación y la confianza.

La confianza es necesaria para desarrollar una reputación positiva en la comunidad. Donde hay confianza, hay respeto, hay voluntad para aceptar sus expresiones y acciones. No hay suspicacias, no hay agendas ocultas. Los problemas y las dificultades pueden ser

⁷ EMPRESA SOLIDARIA, Información general. www.empresasolidaria.gva.es, España

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

abordadas: las personas que confían unas en otras pueden entender que ocurran errores, que las personas se empeñarán en corregir tales errores. La confianza no puede ser controlada ni manipulada. Se basa en la reputación de la compañía, la que a su vez está basada en percepciones.

En el mundo actual, las empresas requieren de excelentes sistemas de comunicaciones para ser exitosas y mantenerse en ese sitio. Cualquier organización que pretenda continuar siendo competitiva (o meramente sobrevivir) en este entorno caracterizado por la instantaneidad y la globalización, debe desarrollar sus propias competencias de comunicación.

3.1.1.6 Las comunicaciones estratégicas y la gestión de la reputación

La comunicación corporativa se entiende como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la interacción de la organización con otros. No se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual, quieran o no, comunican sobre su identidad, su misión, sus valores y su forma de hacer las cosas.

Actúa como intermediaria entre la realidad corporativa y las percepciones de los públicos.

Las organizaciones emiten en forma constante señales que hablan de su misión, de sus valores, sus conductas y acciones. Esta información es procesada por sus audiencias, quienes se forman una imagen a partir de ella.

La reputación corporativa se relaciona con seis dimensiones del desempeño de una organización (Fombrum, 1996):

- Productos y servicios: la calidad, innovación, inocuidad.
- Liderazgo y visión: que sea reconocida como una empresa a la vanguardia en su rubro.
- Desempeño financiero: que obtenga buenos resultados económicos.
- Clima Laboral: reconocida como buen empleador.
- Appeal emocional: que genere sentimientos de respeto, confianza y lealtad.
- Responsabilidad Social: reconocida por prácticas de convivencia responsable con sus grupos de interés, ligada a causas nobles y acciones en favor de la comunidad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD



Las impresiones que se forman las personas de una empresa están ligadas a los mensajes que reciben respecto de cada uno de los aspectos mencionados anteriormente.

3.1.2 Normativa Legal: RSE con la Comunidad

Las empresas de servicios sanitarios que son concesionarias en Chile, se rigen por las normas impuestas por la superintendencia de servicios sanitarios, institución que trataremos a continuación.

3.1.2.1 Superintendencia de Servicios Sanitarios.

La Superintendencia de Servicios Sanitarios (SISS) es el organismo normativo y fiscalizador de las empresas concesionarias que prestan los servicios de agua potable y alcantarillado. También debe controlar y fiscalizar los residuos líquidos generados por establecimientos industriales y los vertidos de las plantas de tratamiento de aguas servidas.

3.1.2.2 Misión

Garantizar a los clientes de los servicios de agua potable y saneamiento de las zonas urbanas del país, que éstos corresponden (en cantidad y calidad) a los ofrecidos, que su precio es justo y sostenible en el largo plazo; y asegurar a la comunidad, que el agua una vez utilizada será tratada para ser devuelta a la naturaleza de forma compatible con un desarrollo sustentable. Esta responsabilidad será cumplida buscando promover la transparencia en el mercado, el autocontrol por parte de las empresas y desarrollando una actuación eficiente.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.1.2.3 Objetivos

1. Perfeccionar y desarrollar procesos conducentes a tarifas justas y sostenibles en el largo plazo.
2. Concesionar respondiendo a criterios de óptimo social, con planes de desarrollo eficaces, actualizados y fiscalizables.
3. Controlar que los precios y calidad de servicio correspondan a los compromisos asumidos por las empresas concesionarias, con ocasión del otorgamiento de la concesión y la fijación de tarifas respectiva.
4. Controlar el cumplimiento de la normativa ambiental relativa a la descontaminación de las aguas residuales.
5. Entregar a nuestros clientes información relevante, representativa y oportuna sobre la industria sanitaria, sus empresas y aspectos ambientales relacionados a la descontaminación de aguas residuales, de manera eficiente.
6. Contribuir al perfeccionamiento del sector sanitario, participando en la dictación y actualización de normas y estándares, consistentes con las obligaciones y compromisos de las concesiones.

3.1.2.4 Funciones de la Superintendencia de Servicios Sanitarios

3.1.2.5 Fijar tarifas de agua potable y alcantarillado

Las tarifas se ajustan periódicamente por inflación, y cada cinco años se determinan nuevas fórmulas tarifarias (conjunto de cargos variables y fijos determinados a una fecha de referencia).

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.1.2.6 Otorgar concesiones de agua potable y alcantarillado

Las concesiones sanitarias comprenden las etapas de producción y distribución de agua potable y de recolección y disposición de aguas servidas. Dichas concesiones se formalizan mediante decretos expedidos por el Ministerio de Obras Públicas, a proposición de la SISS.

3.1.2.7 Fiscalizar servicios de agua potable y alcantarillado

La SISS debe fiscalizar el cumplimiento por parte de las empresas sanitarias de las normas referidas a las condiciones de prestación de los servicios de agua potable y alcantarillado y el tratamiento de las aguas servida.

Algunos procesos que se fiscalizan

- Control de Calidad de Aguas Servidas
- Control de la Calidad del Agua Potable
- Control de Calidad de Laboratorios de Aguas
- Fiscalización Oficinas Comerciales - Calidad de Atención a Clientes
- Fiscalización de Licitaciones Públicas.

3.1.2.8 Controlar los residuos industriales Líquidos, Rieles.

La SISS debe fiscalizar el cumplimiento de las normas medioambientales en esta área participando en el estudio de normas de relevancia ambiental.

3.1.2.9 Legislación y Normativa

Existe variada legislación y normativa aplicable a las funciones que le corresponde desarrollar a la SISS.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

La legislación, normativa y reglamentación sanitaria que se incluye en esta sección abarca todos los temas referidos a los servicios de agua potable y recolección y tratamiento de las aguas servidas, el otorgamiento de las concesiones y fijación de tarifas, hasta las normativas que deben cumplir las instalaciones domiciliarias. Los ámbitos de acción respectivos consideran:

- El marco jurídico que crea la Superintendencia y le otorga sus competencias fiscalizadoras, reguladoras y de sanción en el ámbito sanitario y ambiental.
- El régimen de propiedad y explotación de la concesión de los servicios públicos de agua potable y aguas servidas.
- La regulación de las exigencias respecto de las instalaciones domiciliarias de agua potable y alcantarillado, tanto en el diseño como en su ejecución y puesta en explotación.
- Los procedimientos para la fijación de tarifas de los servicios de agua potable y de alcantarillado.
- Los criterios vertidos por oficios e instrucciones SISS en el ámbito sanitario, de acuerdo a sus facultades interpretativas de la legislación sectorial, dictámenes de la Contraloría General de la República y fallos judiciales que tienen interés para el sector sanitario.

3.1.2.10 Legislación y normativa sanitaria

La legislación, normativa y reglamentación sanitaria que se incluye en esta sección abarca todos los temas referidos a los servicios de agua potable y recolección y tratamiento de las aguas servidas, el otorgamiento de las concesiones y fijación de tarifas, hasta las normativas que deben cumplir las instalaciones domiciliarias. Los ámbitos de acción respectivos consideran:

- El marco jurídico que crea la Superintendencia y le otorga sus competencias fiscalizadoras, reguladoras y de sanción en el ámbito sanitario y ambiental.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- El régimen de propiedad y explotación de la concesión de los servicios públicos de agua potable y aguas servidas.
- La regulación de las exigencias respecto de las instalaciones domiciliarias de agua potable y alcantarillado, tanto en el diseño como en su ejecución y puesta en explotación.
- Los procedimientos para la fijación de tarifas de los servicios de agua potable y de alcantarillado.
- Los criterios vertidos por oficios e instrucciones SISS en el ámbito sanitario, de acuerdo a sus facultades interpretativas de la legislación sectorial, dictámenes de la Contraloría General de la República y fallos judiciales que tienen interés para el sector sanitario.

(Ver anexo C)

3.1.2.11 Legislación y normativa ambiental

La legislación y normativa ambiental se aborda en razón de la competencia establecida para la SISS por la ley 18.902, la que le otorga el control de los residuos líquidos industriales - Riles. Considera:

- La reglamentación referida al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, SEIA, sistema en el cual participa la SISS.
- Los textos completos de normas de emisión, las cuales deben ser fiscalizadas por la SISS.
- Las instrucciones de la SISS, en el ámbito de su competencia de regulación y fiscalización.
- La derogación de la ley N° 3.133, la cual estuvo vigente hasta el año 2002, y que definía el procedimiento y competencias para autorizar mediante decreto, los sistemas de tratamiento de Riles, fiscalizados por la SISS.

(Ver anexo C)

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.1.2.12 Instrucciones y circulares

Compendio de instrucciones y circulares clasificado alfabéticamente por temas, respecto de los cuales la SISS ha impartido instrucciones. Se incluye un resumen, el N° del oficio correspondiente y su fecha de emisión.

(Ver anexo c)

3.1.2.13 Jurisprudencia

La ley le asigna a la SISS la facultad de interpretar su normativa sectorial, de manera que desde la entrada en vigencia de la Ley N° 18.902, se ha llevado un registro de las principales interpretaciones de la legislación y normativa que esta institución ha establecido. La base de información permite la búsqueda ya sea por contenidos o número de oficio.

3.1.3 Implicancias Tributarias de la RSE

3.1.3.1 Franquicias Tributarias Para La Implementación De La RSE

Por la vía de diversas leyes, se ha favorecido a ciertas instituciones que son susceptibles de recibir donaciones con franquicias tributarias. En estos casos, se dan una serie de requisitos, no sólo para donante y donatario, sino además para el objeto de la donación. Una de las franquicias que contemplan estas leyes, es la exención del impuesto del que da cuenta la Ley N° 16.271 y la liberación del trámite de la insinuación. Pero desde el punto de vista del donante, la franquicia tributaria más importante la constituye la posibilidad que para efectos de la Ley de la Renta, las empresas pueden hacer uso de franquicias tributarias, en la forma de rebajas o exenciones de impuestos, cumpliendo para ello ciertos requisitos. Por este mecanismo, las empresas tienen incentivos para efectuar donaciones en dinero especies o valores en beneficio de la comunidad. Se excluyen del uso de estas franquicias tributarias a las

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

empresas del Estado con participación superior al 50% del capital. En particular, empresa del Estado, no puede efectuar donaciones.

Las donaciones son desembolsos en dinero o especies (desembolsos financieros), que efectúan libremente los contribuyentes, con el fin de ayudar a instituciones establecidas por la ley. El espíritu de la donación es que se realice en forma desinteresada (a título gratuito) por la empresa o persona donante (Art. 1386, Código Civil).

Los incentivos tributarios a las empresas que realizan donaciones son franquicias que permiten rebajar del Impuesto a la Renta el costo de la donación a través de dos mecanismos: rebaja de la donación como gasto y como crédito fiscal. El impacto en el Impuesto a la Renta es distinto en ambos casos.

Para aquellos contribuyentes que declaran Ingresos Tributarios y hacen uso de estas franquicias tributarias, la Ley establece límites tanto para la deducción de gasto y rebaja como crédito fiscal, los que operan de la siguiente forma:

3.1.3.2 Límites al Uso de Franquicias Tributarias por Donaciones

- **Límite Global a la Rebaja al Impuesto a la renta:** De la suma total de las donaciones que aplican franquicia tributaria efectuadas en un año por el donante, sólo puede utilizar para rebajar del Impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto por donaciones que no supere el 4,5 % de su Renta Líquida Imponible.
- **Límites Específicos:** Varían según los tipos de franquicias que establecen las disposiciones legales de las distintas categorías de donaciones. Sin embargo, uno de los límites de mayor aplicación, presente en la mayoría de las distintas categorías de donaciones, es el que establece para las rebajas como crédito fiscal un límite de 2% Renta Líquida Imponible o 14.000 UTM.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- *Donaciones por sobre los límites:* Si las donaciones efectuadas en un año por el donante exceden el límite global o algún límite específico, el exceso no puede rebajarse ni como crédito ni como gasto. El exceso constituirá Gasto Rechazado y se adicionará a la Base Imponible del contribuyente para el cálculo del Impuesto a la Renta que deberá pagar.

Los Gastos Rechazados serán aquellos que no pueden ser deducidos como crédito fiscal o como gasto por el contribuyente y ocurre cuando el monto total donado supera el límite global (4,5% de la Renta Líquida Imponible) o un límite específico, por ejemplo, para el caso de las donaciones con fines culturales deportivos y educacionales, éste se fija en 2% de la Renta Líquida Imponible.

Para aquellos contribuyentes que declaren Pérdidas Tributarias, su Renta Líquida Imponible será negativa, en consecuencia, no podrán hacer uso de franquicias tributarias por las donaciones que realicen. La excepción a esta regla la constituyen las donaciones establecidas en el Art. 31, N° 7 de la Ley de Renta destinadas a Programas Educacionales y Entidades de Bien Público y las donaciones del Art. 69, Ley N° 18.681 destinadas a Universidades e Institutos Profesionales reconocidos por el Estado, quienes podrán hacer uso de la franquicia por un límite de 1,6 por 1000 del Capital Propio Tributario.

3.1.3.3 Donación Deducida Como Crédito Fiscal

Respetando los límites globales y específicos y los requisitos de franquicia tributarias definidos para cada tipo de donación, el contribuyente puede rebajar el 50% del monto donado como crédito fiscal directamente del Impuesto a la Renta que deba pagar en el ejercicio.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Ejemplo: En el año 2007, el donante pagó \$ 425.000 de Impuesto a la Renta y ese año efectuó una donación por \$ 180.000, bajo este mecanismo puede deducir, en forma directa del total de impuesto a pagar, el 50% del monto de la donación es decir, \$ 90.000. De esta forma, el Impuesto a la Renta a pagar se reduce desde \$ 425.000 a \$ 335.000 por efecto de la aplicación de la donación como crédito fiscal, es decir, recupera del total donado el 50%. En consecuencia, el costo neto para el donante sería de \$ 90.000 y para el Estado sería de \$ 90.000, correspondiente a los ingresos que deja de percibir por la rebaja de la donación como crédito fiscal, significando en la práctica un aporte del Estado a las comunidades locales que se benefician de la donación.

Cálculo:

DONACIÓN COMO CRÉDITO FISCAL	
Monto de la Donación	180.000
Renta Imponible	3.500.000
Gastos	1.000.000
Renta Líquida Imponible (RLI)	2.500.000
Monto de Impuesto a la Renta (tasa de 17% sobre RLI)	425.000
Rebaja de Donación como Crédito Fiscal (50% del monto donado)	90.000
Total de Impuesto a la Renta a pagar con donación	335.000
Rebaja del Impuesto a la Renta por efecto de la Donación	90.000

Tabla N° 1 Donación Como Crédito⁸

3.1.3.4 Donación Deducida Como Gasto

Respetando los límites globales y específicos y los requisitos de franquicia tributarias definidos para cada tipo de donación, el contribuyente puede deducir el 50% de la donación

⁸ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

como gasto de la Renta Imponible, determinándose una nueva Renta Líquida Imponible, sobre la cual se calculará el Impuesto a la Renta a pagar por el contribuyente.

Ejemplo: Si el contribuyente tuvo una Renta Imponible de \$ 3.500.000 y gastos (sin donación) deducibles del Impuesto a la Renta por \$ 1.000.000, pagaría por Impuesto a la Renta la cantidad de \$ 425.000. Pero si efectúa una donación por \$ 180.000, puede imputar como gasto el 50% del monto donado, deduciéndose la Renta Líquida Imponible a \$ 2.500.000, cifra sobre la cual se calcula el Impuesto a la Renta, que ascenderá a \$ 409.700.

El imputar como gastos el 50% del monto donado genera para el contribuyente un ahorro de \$ 15.300 por rebaja de Impuesto a la Renta. En consecuencia, el costo neto de la donación para el contribuyente es \$ 88.500 (la donación menos la rebaja de Impuesto a la Renta). Para el Estado en cambio, es una donación local de \$ 15.300, que corresponde a los ingresos que deja de percibir producto de la rebaja del Impuesto a la Renta del contribuyente.

Cálculo:

EFECTO NETO DONACIÓN COMO GASTO Y CRÉDITO	
Monto de la Donación	180.000
Situación sin donación	
Renta imponible	3.500.000
Gastos	-1.000.000
Renta líquida imponible	2.500.000
Monto del impuesto la renta sin donación (tasa 17%)	425.000
Renta líquida imponible	2.500.000
Deducción de donación como gasto (50% monto donado)	90.000
Renta líquida imponible con donación	2.410.000
Total impuesto ala renta a pagar con donación	409.700
Rebaja del impuesto ala renta por efecto de la donación	15.300

Tabla N° 2 Efecto Neto de Donación como Gasto y Crédito⁹

⁹ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Impacto De La Donación

Al comparar ambos mecanismos se observa que, para el caso que la Donación sea aplicada como Crédito Fiscal, el contribuyente para un monto donado de \$180.000, puede rebajar del Impuesto a la Renta el 50% de la donación, es decir, \$ 90.000.

En cambio, para el caso que esta misma donación sea considerada un Gasto, el contribuyente puede rebajar del Impuesto a la Renta sólo \$ 15.300.

En consecuencia, los contribuyentes que realizan donaciones tienen mayores incentivos a considerar la donación como crédito fiscal que como gasto. No obstante, la determinación del monto que se puede imputar a gastos o rebajar como crédito fiscal, no depende del contribuyente sino que está normado por las disposiciones legales establecidas en cada uno de los tipos de donaciones. Dichas disposiciones legales establecen, dependiendo del tipo de donación, que los contribuyentes pueden hacer uso de ambas franquicias, es decir, rebajar un 50% de la donación como crédito fiscal y el otro 50% como gasto, o bien sólo una de ellas.

Usando la misma información de los ejemplos anteriores, el costo neto para el contribuyente es \$ 74.700, ya que por la donación le permitió reducir el Impuesto a la Renta en \$ 105.300, mientras que para el Estado el costo de la donación local es de \$ 105.300, equivalente a los ingresos que deja de percibir por la rebaja de Impuesto a la Renta del contribuyente.

EFECTO NETO DONACIÓN COMO GASTO Y CRÉDITO	
Monto de la Donación	180.000
Situación sin donación	
Renta Imponible	3.500.000
Gastos	-1.000.000
Renta Líquida Imponible	2.500.000
Impuesto a la Renta (tasa de 17% sobre RLI)	425.000

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Situación con donación	
Renta Líquida Imponible (RLI)	2.500.000
Deducción de Donación como Gasto (50% del monto donado)	-90.000
Renta Líquida Imponible (RLI) con Donación como Gasto	2.410.000
Total de Impuesto a la Renta a pagar con gasto donación (17% sobre RLI)	409.700
Rebaja de Donación como Crédito Fiscal (50% del monto donado)	-90.000
Monto de Impuesto a la Renta a pagar (donación como gasto y crédito fiscal)	319.700
Rebaja en el Impuesto a la Renta por efecto de la Donación	105.300

Tabla N° 3 Efecto Neto de Donación como Gasto y Crédito¹⁰

El impacto neto de la donación se midió por una parte, por los recursos que la empresas recuperan por el uso de la franquicia tributaria y por otra parte, por los menores ingresos que recibe el Fisco vía rebaja del Impuesto a la Renta.

Del ejercicio anterior se puede concluir que la aplicación de franquicias tributarias por donaciones, genera un efecto neto de financiamiento compartido entre la empresa y el Estado.

3.1.3.5 Tipos De Donaciones

Existen diversas leyes que establecen el uso de franquicias tributarias por donaciones, la Ley establece distintas categorías de donaciones. Las siguientes donaciones consisten en poder rebajar como gasto parte de la donación para el cálculo de la renta líquida imponible:

- Gastos por Donaciones Sociales
- Gastos por Donaciones para Fines Políticos
- Gastos por otras Donaciones del Art. N° 10, Ley 19.885.

¹⁰ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Por su parte, las siguientes donaciones consisten en poder utilizar parte de la donación como un crédito en contra de los impuestos:

- Créditos por Donaciones para Fines Culturales.
- Créditos por Donaciones para Fines Educativos.
- Créditos por Donaciones para Fines Deportivos.
- Créditos por Donaciones para Fines Sociales.
- Créditos por Donaciones para Universidades e Institutos Profesionales.

3.2 NORMATIVAS DE DONACIONES EFECTUADAS POR LA EMPRESA DE SERVICIOS SANITARIOS SAN ISIDRO.

ESSSI a través de sus programas implementados desde el año 2006 en adelante, realiza ciertas donaciones a determinadas organizaciones de Labranza, las que tienen por objetivo principal tratar de tener una buena relación con la comunidad en la cual esta está inserta.

A continuación nombraremos las donaciones efectuadas por esta empresa con su referido cuerpo legal:

3.2.1 Ley de donaciones con fines educativos

- Ley 19.247 del año 1993

3.2.2 Ley de donaciones con fines deportivos

- art n°62 y siguientes de la ley N° 19.712 del año 2001.

3.2.3 Donaciones al cuerpo de bomberos

- El artículo 31° de la Ley de la Renta N°7

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.3 Donaciones y las IFRS

Hoy en día mucho se ha hablado de las implicancias tributarias del proceso de adopción de las IFRS producto de las diferencias que trae consigo la implementación de éstas, sin embargo, hay que destacar, que la necesidad de realizar ajustes no proviene solamente como consecuencia de la adopción de las IFRS, sino que tiene sus orígenes en la aplicación de los principios de contabilidad generalmente aceptados, impartidos por el Colegio de Contadores.

En efecto, en la actualidad los principios contables ya generan diferencias (temporales o permanentes por impuestos) debido a las divergencias que existen entre los criterios impartidos por la normativa financiera y tributaria para el reconocimiento de resultados y para la valorización de activos y pasivos.

Es por esto que la visión del SII es que la adopción de las IFRS el único efecto que producirá es que la cantidad de ajustes por diferencias de criterios tributarios versus financieros se incrementarán.

Todo esto quedó expresado en el oficio N° 293 de fecha 26 de enero del 2006, en el cual el SII establece que "la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera, se enmarcan en un ámbito estrictamente contable financiero que no modifican ni afectan a las normas tributarias".

Las discrepancias entre ambos criterios no justificarían un llamado al SII para homologar sus principios a los criterios de las IFRS, debido a que esto significaría una derogación de la Ley de Impuesto a la Renta en su totalidad, dado que cambiarían los fundamentos de su hecho gravado, además de que claramente el SII no tiene atribuciones para realizar un cambio de este tipo.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Por todo esto, los llamados que se realicen al SII para que efectúe cambios en su normativa a propósito de las diferencias que existirán con el cambio de norma contable implican ignorar que en la actualidad las diferencias ya existen.¹¹

Ejemplo: Activos y pasivos por impuestos diferidos

Este ejemplo trata el caso de una entidad en dos períodos consecutivos, X5 y X6. En X5 la tasa de impuesto a la renta vigente era 40% de la renta imponible. En X6 la tasa de impuesto a la renta vigente fue 35% de la renta imponible.

Las donaciones para fines benéficos se reconocen como gastos cuando se efectúan y no son deducibles para efectos tributarios.

En X5, las autoridades competentes comunicaron a la entidad que tenían la intención de demandar judicialmente a la entidad por causa de sus emisiones sulfurosas. Aunque en diciembre de X6 la demanda no había sido presentada ante los tribunales, la entidad reconoció una provisión de 700 en X5, que era la mejor estimación de la multa que se le impondría tras la demanda. Las multas no son deducibles para efectos tributarios.

En X2, la entidad incurrió en costos de 1.250 en relación con el desarrollo de un nuevo producto. Esos desembolsos fueron deducidos tributariamente en X2. Para efectos contables, la entidad activó estos egresos y los amortizó linealmente en cinco años. Al 31/12/X4 el saldo por amortizar de estos gastos de desarrollo de producto ascendía a 500.

En X5, la entidad llegó a un acuerdo, con sus empleados activos, para suministrar asistencia médica a los mismos desde el momento de su retiro. La entidad reconoce como un

¹¹ Marcelo Alcayaga Villagra
Editor IFRS Online PuntoLEX S.A.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

gasto el costo de este plan a medida que los empleados prestan sus servicios. No se han pagado beneficios a empleados por este concepto ni en X5 ni en X6. Estos beneficios son deducibles tributariamente cuando se pagan a los trabajadores retirados.

La entidad ha estimado como probable disponer de rentas imponibles en el futuro contra las cuales podrá utilizar cualquier activo por impuestos diferidos resultante. Los edificios se deprecian linealmente a una tasa de 5% anual para efectos contables, y linealmente a una tasa de 10% anual para efectos tributarios. Los vehículos se deprecian linealmente a una tasa de 20% para efectos contables y linealmente a una tasa de 25%. En el año en que se adquiere un activo se carga contablemente al estado de resultados un año entero de depreciación.

Al 1/1/X6 el edificio de la entidad se revalorizó en 65.000, y la entidad estimó que la vida útil restante del edificio era de 20 años desde la fecha de la revalorización. Esta revalorización no afectó a la renta imponible en X6, y la autoridad tributaria no ajustó la base tributaria del edificio para reflejar los efectos de la revalorización. En X6, la entidad transfirió 1.033 desde la cuenta de reserva de revalorización a la cuenta utilidades retenidas la diferencia de 1.590, entre la depreciación actual del edificio, (3.250) y la depreciación equivalente basada en el costo del edificio (1.660), que es el valor de libros al 1/1/X6 de 33.200, dividido por los 20 años de vida útil restante, menos el impuesto diferido relacionado de 557 (ver párrafo 64 de la Norma).¹²

Gasto por el impuesto corriente

	X5	X6
Utilidad contable	8.775	8.740
Más:		
Depreciación contable	4.800	8.250
Donaciones benéficas	500	350
Multa por contaminación medioambiental	700	—
Costos de desarrollo de productos	250	250

¹² Plan de Convergencia Proyecto N° 16, Norma de Información Financiera (NIF), NIF- Chile, Impuestos a la Renta NIC 12.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Beneficios de salud	2.000	1.000
	17.025	18.590
Menos:		
Depreciación tributaria	(8.100)	(11.850)
Renta imponible	8.925	6.740
Gasto por impuesto corriente al 40%	3.570	
Gasto por impuesto corriente al 35%		2.359

FUENTE: PLAN DE CONVERGENCIA PROYECTO N° 16, NORMA DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIF), NIF-Chile, IMPUESTOS A LA RENTA (NIC 12).

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE UNA EMPRESA

REGIONAL, CON RESPECTO A LA RSE.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE UNA EMPRESA REGIONAL, CON RESPECTO A LA RSE.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

4.1 ANTECEDENTES GENERALES DE LA EMPRESA

4.1.1 Identificación de la Empresa

La Empresa de Servicios Sanitarios San Isidro S.A. nació el año 1999, por la iniciativa de un grupo de Ingenieros Civiles especialistas en el sector sanitario pertenecientes al grupo de Empresas Hidrosan. Posee dos accionistas, EL mayoritario es Empresas Hidrosan y Gustavo Silva

San Isidro el año 2000 obtuvo su primera concesión en la localidad de Labranza, comuna de Temuco, otorgada según Decreto N° 2564 del 30 de junio de 2000 del MOP. A partir de ese momento la ESSSI se hace cargo de esa localidad atendiendo inicialmente a 1.500 clientes, llegando al día de hoy a los 4.500 clientes.



El año 2002 ESSSI obtiene la concesión de la localidad de Pillanlelbún, comuna de Lautaro, otorgada según Decreto N° 160 del 31 de enero de 2002 del MOP, a partir de ese momento la Empresa obtiene una mayor presencia en la Novena Región con dos localidades cercanas a la capital regional.

A fines del 2003 ESSSI adquiere la concesión del balneario de Pichidangui en la Cuarta Región, ubicado a 197 Km de Santiago. Ello implicó un cambio en la administración de la Empresa pues ya no sólo debía atender dos localidades cercanas y dentro de una misma región sino que ahora debía extenderse más allá del lugar donde la vio nacer.

La Empresa actualmente tiene un ambicioso programa de expansión. En la Novena Región a fines del año 2007 se comenzará a abastecer a 1100 clientes en la localidad de San Ramón, comuna de Freire y se iniciarán las obras para abastecer de agua potable y servicio de

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

alcantarillado a un sector del **Fundo El Carmen** en la comuna de Temuco. Para el año 2008 está programado el inicio de las obras para abastecer a sectores de la comuna de Padre Hurtado en la Región Metropolitana, en donde ESSSI obtuvo este año la Concesión de los servicios de agua potable y alcantarillado.

DIRECTORIO		
Gustavo Silva Cabello	Ingeniero Civil	Presidente
Guillermo Ruiz Pérez	Ingeniero Civil	Director
Juan Dieguez Manfredini	Ingeniero Civil	Director
Nelson Araya Romo	Ingeniero Civil	Director
Eugenio Soto Marquez	Ingeniero Civil	Director
Rene Roco Inostroza	Ingeniero Civil	Gerente General

Tabla N° 4 Directorio Empresa San Isidro¹³

4.1.2 Organigrama ESSSI

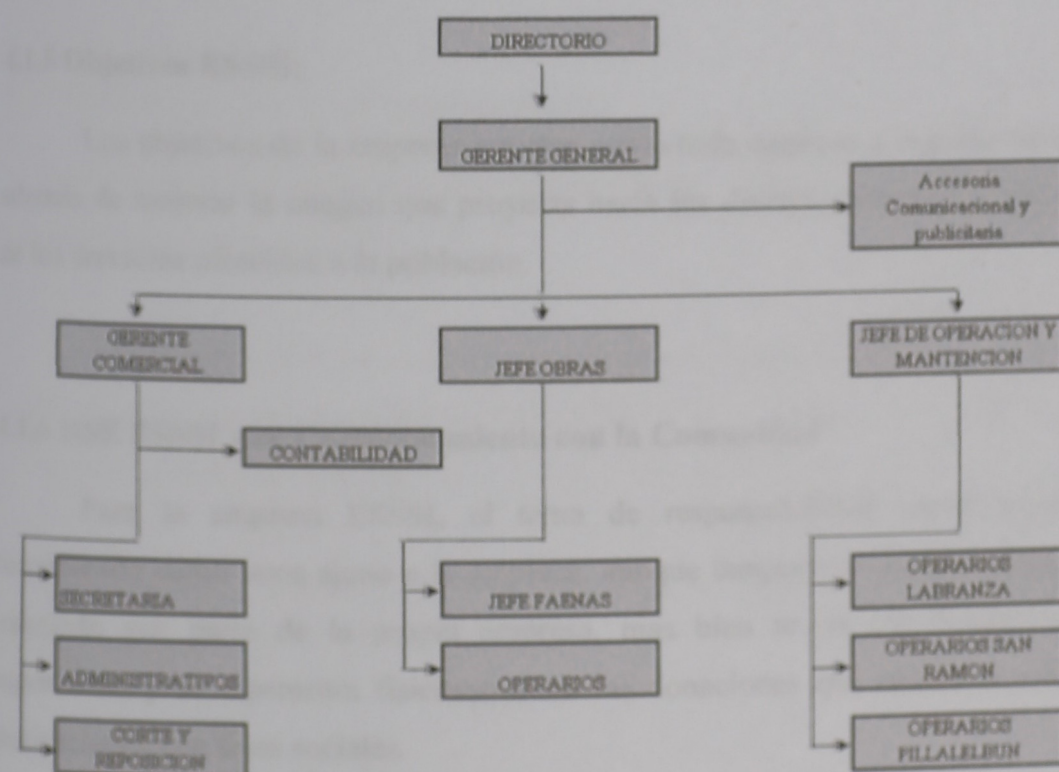


Figura N° 8: Organigrama ESSSI¹⁴

¹³ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

4.1.3 Visión ESSSI:

ESSI es una empresa relativamente nueva, por lo que recién en los últimos años la gerencia ha enfocado su interés en establecer o desarrollar estos conceptos administrativos, actualmente la empresa asume la importancia y trabaja en ellos.

4.1.4 Mision ESSSI:

Este es otro concepto no logrado aun por la empresa, reconocen su importancia y dicen que están trabajando para obtenerlo. Por lo visto o apreciado desde la observación hasta las entrevistas se presume que la empresa esta enfocada por sobre todo a mejorar su imagen con el objeto de crecer en el rubro y fortalecer la confianza de la población a la que presta sus servicios.

4.1.5 Objetivos ESSSI:

Los objetivos de la empresa apuntan como toda empresa a la generación de utilidades, además de mejorar la imagen que proyecta hacia los distintos sectores y optimizar la calidad de los servicios ofrecidos a la población.

4.1.6 RSE ESSSI y su Comportamiento con la Comunidad

Para la empresa ESSSI, el tema de responsabilidad social empresarial no es considerado como tema ajeno a la empresa, aunque tampoco es mayormente profundizado o trabajado por parte de la propia empresa, mas bien se ha ido desarrollando de forma espontánea y se representa físicamente en las donaciones que realiza la empresa a ciertas instituciones con fines sociales.

¹⁴ Elaboración Propia.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

El objetivo de dichos aportes es lograr un mayor acercamiento con la gente de la comunidad, lograr una normal convivencia, que debido al rubro de la empresa y a otros factores externos, en los últimos tiempos se ha deteriorado públicamente. Precisamente el tema público es una debilidad en la empresa ya que falta un desarrollo comercial o publicitario de estos aportes, es decir, que la comunidad en general se entere de lo que se hace y que comience a cambiar la visión que tiene de la empresa a raíz de las continuas denuncias por los medios de comunicación.

Otro punto relevante a considerar en este trabajo de investigación son las ventajas tributarias que la empresa puede obtener a raíz de las donaciones que efectúa, la idea de toda entidad comercial es optimizar el aprovechamiento de los recursos y particularmente en este caso se puede observar una oportunidad factible de reducir los impuestos gubernamentales, específicamente el impuesto a la renta.

4.1.7 Programas y Políticas Implementadas

La sucursal de Labranza de la empresa San Isidro, en la actualidad efectúa donaciones mensuales a tres instituciones:

1. Décima compañía del cuerpo de Bomberos de Labranza \$50.000
2. Escuela Básica Municipal F-538 \$55.556
3. Club Deportivo \$40.000

Estas donaciones han sido implementadas desde el año 2006 en adelante y a las siguientes organizaciones:

4.1.7.1 Escuela Básica Municipal F-538

Esta donación constituye para la escuela básica municipal F-538 un ingreso de suma relevancia ya que con esta se cancelan los honorarios del director de la banda de la escuela,

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

este ultimo entrega a la empresa una boleta de honorarios que la empresa San Isidro contabiliza como un gasto de operación por reparación de artefactos de la empresa.

Cabe recalcar que la empresa no aprovecha tributariamente parte de esta donación.

4.1.7.2 Club deportivo

De estas donaciones efectuadas no se recibe ningún comprobante, simplemente el presidente del club deportivo el sr. Fernando Mora firma después del asiento contable, como forma de validar el egreso.

Esta donación contablemente es tratada como un gasto no operacional, por otro lado la empresa no realiza ningún tipo de seguimiento de la donación.

Cabe mencionar que en este caso tampoco existe aprovechamiento tributario de parte de la donación.

4.1.7.3 Décima compañía del Cuerpo de bomberos

Las donaciones efectuadas a la compañía de bomberos también son de carácter mensual, por lo que se entrega a la empresa un recibo por el monto donado, este monto es tratado contablemente como un gasto no operacional. También la empresa tiene en la actualidad un convenio con esta compañía de bomberos, que se traduce en el cobro de las cuotas a los socios a través de la boletas de la empresa, es decir, a las personas que son socias de la compañía de bomberos, en sus boletas además aparece cobrada la cuota por pertenecer a dicha institución como socio, dinero que es recaudado por San Isidro y traspasado a las arcas de la décima compañía de bomberos de Labranza.

En esta donación tampoco se realiza un aprovechamiento tributario de parte de los montos donados por la empresa.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

4.2 IMAGEN DE ESSSI

A lo largo de la historia, es sabido que una empresa de estas características, tendrá algún grado de conflicto con la comunidad que esta cercana a la misma, todo esto dependiendo que tan responsable socialmente sea la empresa.

A lo largo de nuestra investigación logramos recopilar ciertos antecedentes, de empleados de la empresa, personas afectadas por la planta, reportajes en los medios de comunicación, entre otras.

La planta de tratamiento de aguas servidas fue construida en el año 2001, entre el camino a Carahue y el río cautín. En ese tiempo existía solo una villa, de aproximadamente unas 10 familias, las que se ubican a aproximadamente 300 metros de la planta, las que no se opusieron en ese momento a la construcción de la misma ya que según ellos entendieron que lo que se iba a construir eran copas de agua.

Posteriormente se continuó construyendo villas en los alrededores de la planta cuando esta ya estaba en funcionamiento. Actualmente la planta se encuentra prácticamente rodeada de villas.

4.2.1 Noticias en los medios de comunicación:

Es sabido por todos, que una imagen vale más que mil palabras.

Es dentro de este panorama donde se presentó hace no mucho tiempo, ciertos anuncios en televisión, dado principalmente por una demanda por parte de la comunidad aledaña a la planta, por cobros indebidos de servicios de alcantarillado, malos olores y sustancias espumosas que expedía la planta los que iban a parar a sus casas, ensuciando los vidrios, paredes, ropas tendidas, contaminación del estero Boyeco, enfermedades en los niños (granos en la cara), etc.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

4.2.2 Revertir la mala imagen a raíz de lo señalado en TV

Por las continuas denuncias aparecidas en televisión lideradas por sectores políticos regionales, la empresa ha tomado conciencia del problema que significa para ellos en términos de imagen pública, para lo cual han acordado tomar las siguientes medidas:

1. Filmar a los periodistas, debido a l manejo que se le puede dar, en definitiva buscan la noticia que venda y eso es lo que se muestra en TV.
2. Tratar de hacer las cosas bien, tratar de tener la menor cantidad de debilidades para ello están haciendo más inversiones, construcciones etc., aunque también reconocen que hay factores externos, ambientales e inevitable que no se puede controlar en este caso las medidas a tomar son del tipo correctivo.
3. Contratación de una periodista para las relaciones públicas, que tiene por objetivo acercar la empresa a la comunidad, a las autoridades, etc., para tratar de disminuir los conflictos.

Las soluciones que se les entregó a la comunidad fueron las siguientes:

Para solucionar el problema de los malos olores, la empresa realizó inversiones, la que tuvo por objetivo conectar inyectores de aire, tratamiento de lodos.

Por cobros indebidos, la superintendencia de servicios sanitarios les cobró una multa la que consistía en que no podían cobrar el tratamiento de agua desde el 17 enero al (1 semanas antes de la entrevista), en total fueron como 4 meses en que no se cobró este servicio.

4.2.3 Reclamos de la comunidad

La empresa reconoce que efectivamente hubo problemas en la planta por lo que la gente reclamó con justa razón, sin embargo lo que cuestiona la empresa es el como se organizaron y dieron a conocer la problemática. Al respecto la empresa piensa que son motivaciones políticas las que agrandaron el problema, ya que este año hay elección de alcalde y el próximo año de diputados y senadores. Están seguros que el tema va seguir siendo tocado

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

por los políticos por todo este tiempo, no solo con ESSSI, también con otras empresas e instituciones, debido a que los más beneficiados con los escándalos son efectivamente ellos.

La propuesta que hace la empresa en este sentido es que los vecinos vallan a conversar directamente con la empresa por algún problema que estos pudieran tener, debido a que la solución sería más rápida a que vallan a la radio, televisión, a realizar denuncias públicas.

4.3 PLANTAS DE TRATAMIENTO DE AGUAS SERVIDAS

Toda comunidad genera residuos tanto sólidos como líquidos. La fracción líquida de los mismos (aguas residuales) es esencialmente el agua que produce la comunidad una vez que ha sido contaminada durante los diferentes usos en los cuales ha sido empleada. Desde el punto de vista de las fuentes de generación, podemos definir el agua residual como la combinación de los residuos líquidos, aguas portadoras de residuos, procedentes tanto de residencias particulares como de instituciones públicas, y establecimientos industriales y comerciales, a los que pueden agregarse, eventualmente, aguas subterráneas, superficiales y pluviales.

Una Planta de tratamiento de Aguas Servidas debe tener como propósito eliminar toda contaminación química y bacteriológica del agua que pueda ser nociva para los seres humanos, la flora y la fauna de manera que el agua sea dispuesta en el ambiente en forma segura. El proceso, además, debe ser optimizado de manera que la planta no produzca olores ofensivos hacia la comunidad en la cual está inserta. Una planta de aguas servidas bien operada debe eliminar al menos un 90% de la materia orgánica y de los microorganismos patógenos presentes en ella.

Si se permite la acumulación y estancamiento de agua residual, la descomposición de la materia orgánica que contiene puede conducir a la generación de malos olores, además, los microorganismos patógenos presentes en ella son causantes de enfermedades que habitan en el aparato intestinal humano; también contiene nutrientes que pueden estimular el crecimiento de

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

plantas acuáticas, y pueden incluir compuestos tóxicos. Es por ello que la evacuación inmediata y sin molestias del agua residual de sus fuentes de generación, seguida de su tratamiento y eliminación, es no solo deseable sino también necesaria en toda sociedad industrializada.

Actualmente existen varios tipos de planta de tratamiento de aguas servidas, pero las más conocidas en Chile son las siguientes:

Planta de lodos activados

Requiere poca superficie. Sus equipos de control son complejos, dado que inyecta aire u oxígeno a presión, lo que tiene un gasto energético importante por los equipos que inyectan oxígeno (aire).

Para cumplir las normas de calidad y evitar la producción de malos olores se utilizan elementos químicos (cloro).

Planta de bio filtros (lombrices)

Requiere una superficie similar a la planta de lodos activados.

Su equipo de control es sencillo, ya que el sistema funciona a nivel de terreno. No utiliza elementos químicos que dañen el medio ambiente. Su gasto energético es mínimo: costo operacional de los equipos de bombeo y de la cámara de radiación.

Muy eficiente en la remoción de los contaminantes y microorganismos patógenos. Reducciones superiores al 90%.

En conclusión la planta más limpia y más eficiente en su trato con el medioambiente es la planta de bio-filtro o planta biológica.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Costos de cambio a plantas biológicas

Es sabido los beneficios de una planta de tratamiento de aguas servidas de tipo Biológico, los inconvenientes de este sistema es que su rendimiento no cubre una gran población como la creciente en Labranza, este tipo de plantas sirven para poblaciones mas pequeñas como las concesiones de San Ramón que tiene la empresa ESSSI, donde existen 1000 casas aprox. y donde se ha implementado una planta biológica.

4.3.1 Planta de Tratamiento de aguas Servidas de ESSSI

La combinación de procesos y operaciones unitarias dan lugar a diversos niveles de tratamiento de agua.

El proceso de saneamiento de aguas servidas de la empresa San Isidro de Labranza tiene las siguientes etapas:

4.3.1.1 Tratamiento Preliminar

El objetivo del tratamiento preliminar, es eliminar cualquier elemento que pueda entorpecer algunas de las etapas siguientes al tratamiento. Los principales elementos que se eliminan en esta etapa son los desechos de mayor tamaño como palos, piedras, trapos, la arena, aceites y grasas. El tratamiento preliminar que es utilizado es el uso de rejillas, que se encuentra fuera de las instalaciones de la planta de tratamiento de aguas servidas.

4.3.1.2 Tratamiento primario

El objetivo del tratamiento primario es la remoción de la materia orgánica suspendida, las tecnologías para la remoción de sólidos que son utilizados son la flotación.

Los sólidos retirados en esta etapa se separan del líquido pasando el agua servida a través de grandes estanques de decantación donde mayor parte de la materia sólida se precipita al fondo. Mas o menos el 70% de los sólidos decanta en esta etapa y se los llama "lodos" que son

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

usados en la agricultura después de pasar por un nuevo tratamiento llamado tratamiento de lodos.

4.3.1.3 Tratamiento Secundario

El objetivo del tratamiento secundario es la remoción de la materia orgánica disuelta. Esta etapa del tratamiento es muchas veces vista como la principal en una planta de tratamiento, y se define como “biológico” a aquellos procesos que utilizan organismos biológicos para la remoción de la materia orgánica, los que se “comen” la materia orgánica, donde al ingerir tal cantidad se vuelven pesados y se van al suelo.

A través del tratamiento primario y secundario de las aguas, se eliminan cerca del 90% de los sólidos en suspensión y cerca del 90% de la materia orgánica.

4.3.1.4 Desinfección

El objetivo de la desinfección es remover organismos eventualmente patógenos para el ser humano. La tecnología usada en esta planta corresponde a la cloración.

4.3.1.5 Generación de lodos

A comienzos de la década de los 90 comenzó en Chile, en forma incipiente, el proceso de construcción de plantas de tratamiento de aguas servidas. Desde el año 2000, con la publicación de la Norma de Emisión de Residuos Líquidos a Aguas Marinas y continentales Superficiales, el proceso se aceleró significativamente. Sin embargo, tras esta solución al problema de las aguas servidas, se esconde un nuevo problema ambiental que es la generación de lodos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

El lodo es un subproducto del proceso de depuración de las aguas residuales. Se produce en la mayoría de los procesos de tratamiento primario, así como secundarios.

Los problemas derivados del manejo de los lodos son complejos debido a que el lodo está formado, principalmente, por las sustancias sujetas a procesos de descomposición, responsables de carácter desagradable de las aguas residuales no tratadas.

Una vez evacuado y desaguado el lodo, se realiza el tratamiento de lodos que se utiliza para reducir el contenido del agua y materia orgánica del lodo, para ser acondicionada para su utilización final.

Los objetivos principales del tratamiento y disposición final son:

1. Reducción o eliminación de olores molestos
2. Reducción del volumen de líquido o peso de sólidos a tratar en operaciones sucesivas.
3. Reducción de los microorganismos patógenos en los lodos.

Una vez realizado este tratamiento, los lodos son puestos en tanques que posteriormente son retirados por una empresa externa en grandes camiones y son llevados a un vertedero en Chillan (no supieron explicar el nombre de la empresa externa y del vertedero donde es vertido).

CAPITULO 5:

APLICACIÓN EN LA EMPRESA SAN ISIDRO

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

5.1 CUMPLIMIENTO DE ESSSI DE LOS REQUISITOS PARA USO DE DONACIONES COMO CREDITO O GASTO

En este punto analizaremos los requerimientos o requisitos y el grado de cumplimiento de los mismos por parte de ESSSI, que son necesarios para poder hacer uso efectivo de las franquicias tributarias correspondientes a las donaciones efectuadas por esta empresa.

5.1.1 Donaciones con Fines Educativos

REQUISITOS	ESSSI	CUMPLIMIENTO
Donantes: Contribuyentes de 1° categoría que declaren renta efectiva en la línea 34 del formulario 22, determinada mediante contabilidad completa.	Según el Artículo 14 bis de la LIR: "Los contribuyentes obligados a declarar renta efectiva según contabilidad completa por rentas del artículo 20 de esta ley, cuyos ingresos por venta, servicios u otras actividades de su giro, no hayan excedido un promedio anual de 3,000 UTM en los tres últimos ejercicios.	Si hay cumplimiento: Debido a que cumple con lo establecido en el Artículo 14 bis de la LIR.
Donatarios: Establecimientos administrados por municipalidades o sus corporaciones, siempre y cuando cuenten con un proyecto educativo debidamente aprobado mediante resolución del intendente regional respectivo	Las donaciones se realizan a la escuela municipal F-538 de Labranza.	Si bien la donación se realiza a una escuela municipal, no existe un proyecto educativo, este no se encuentra aprobado mediante resolución
Forma de efectuarse las donaciones: Deben efectuarse en dinero y registrarse en el ejercicio correspondiente	Las donaciones que se efectúan a la escuela F-538 de Labranza se realizan en dineros mensuales de \$55.556.	Si bien las donaciones se efectúan en dinero y son registradas en el ejercicio correspondiente, no son registradas como donaciones, por lo mismo no cumple con el requisito.
Destino de la Donación: Para financiar un proyecto educativo aprobado por el intendente regional respectivo	Las donaciones efectuadas se hacen con el propósito de cancelar los honorarios del director de la banda de la escuela.	No hay cumplimiento: Debido a que el proyecto no está aprobado por el intendente regional

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Forma de acreditar las donaciones: La institución que percibe la donación deberá entregar un certificado al donante impreso, numerado en forma correlativa, timbrado y registrado por el SII.	El director de la banda de la escuela entrega a la empresa una boleta de honorarios por concepto de gasto de operación por reparación de artefactos de la empresa.	No hay cumplimiento: Lo que se entrega es una boleta de honorarios por concepto distinto a la donación
---	--	--

Tabla N° 5 Donaciones Con Fines Educativos¹⁵

5.1.2 DONACIONES CON FINES DEPORTIVOS

REQUISITOS	ESSSI	CUMPLIMIENTO
Donantes: Contribuyentes de 1° categoría que declaren renta efectiva en la línea 34 del formulario 22, determinada mediante contabilidad completa.	Según el Artículo 14 bis de la LIR: "Los contribuyentes obligados a declarar renta efectiva según contabilidad completa por rentas del artículo 20 de esta ley, cuyos ingresos por venta, servicios u otras actividades de su giro, no hayan excedido un promedio anual de 3,000 UTM en los tres últimos ejercicios.	Si hay cumplimiento: Debido a que cumple con lo establecido en el Artículo 14 bis de la LIR.
Donatarios: Organizaciones Deportivas a que se refiere el artículo 32 de la Ley N° 19.712, esto es, los clubes deportivos y demás entidades integradas a partir de éstos, que tengan por objeto procurar su desarrollo, coordinarlos, representarlos ante autoridades y ante organizaciones deportivas nacionales e internacionales	Las donaciones se realizan al Club deportivo de Labranza	Si hay cumplimiento: Debido a que realiza las donaciones a un club deportivo, y que además cumple con los objetivos del club, si es que se presentara la oportunidad.
Forma de efectuarse las donaciones: Deben efectuarse en dinero y registrarse en el ejercicio correspondiente	Las donaciones que se efectúan al club deportivo de Labranza se realizan en dineros mensuales de \$40.000	Si bien las donaciones se efectúan en dinero y son registradas en el ejercicio correspondiente, no son registradas como donaciones, por lo mismo no cumple con el requisito.

¹⁵ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Destino de la Donación: A los clubes deportivos, que tengan por objeto procurar su desarrollo, coordinarlos, representarlos ante autoridades y ante organizaciones deportivas nacionales e internacionales	El objetivo del club es el mencionado en los requisitos, aunque la empresa donante no realiza ningún seguimiento de la donación, solo queda a disposición del club deportivo.	Si hay cumplimiento: Debido a que la donación se hace para la institución, que cumple con los objetivos propuestos.
Forma de acreditar las donaciones: La institución que percibe la donación deberá entregar un certificado al donante impreso, numerado en forma correlativa, timbrado y registrado por el SII. Debe llevar impresa la referencia artículo 62 de la ley 19.712, destino de la donación indicando el proyecto, su objetivo y costo.	De estas donaciones efectuadas no se recibe ningún comprobante, simplemente el presidente del club deportivo el sr. Fernando Mora firma después del asiento contable, como forma de validar el egreso.	No hay cumplimiento: Debido que no se hace entrega de ningún documento que acredite fidedignamente la donación efectuada.

Tabla N° 6 Donaciones Con Fines Deportivos¹⁶

5.1.3 Donaciones al Cuerpo de Bomberos

REQUISITOS	ESSSI	CUMPLIMIENTO
Donantes: contribuyentes afectos a Primera Categoría y Global Complementario que declaren sus ingresos efectivos basándose en contabilidad completa.	Según el Artículo 14 bis de la LIR: "Los contribuyentes obligados a declarar renta efectiva según contabilidad completa por rentas del artículo 20 de esta ley, cuyos ingresos por venta, servicios u otras actividades de su giro, no hayan excedido un promedio anual de 3,000 UTM en los tres últimos ejercicios.	Si hay cumplimiento: Debido a que cumple con lo establecido en el Artículo 14 bis de la LIR.
Donatarios: donaciones que se hagan a los Cuerpos de Bomberos de la República.	Las donaciones se realizan a la décima compañía del cuerpo de bomberos de Labranza.	Hay cumplimiento de los requisitos propuestos.
Forma de efectuarse las donaciones: Estas donaciones pueden efectuarse no sólo en dinero, si no también en bienes muebles, inmuebles, valores mobiliarios, derechos o en cualquier otro tipo de bien.	Las donaciones que se efectúan a la décima compañía del cuerpo de bomberos de labranza se hacen en dinero efectivo correspondiente a \$50.000 de forma mensual.	Hay cumplimiento de los requisitos propuestos, debido a que cumple con la forma de efectuarse la donación

¹⁶ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Forma de acreditar las donaciones: Las donaciones deben ser acreditadas mediante un recibo extendido por la Institución que las recibe. Estos recibos deben ser foliados correlativamente y timbrados previamente en el Servicio de Impuestos Internos.	La décima compañía del cuerpo de bomberos de Labranza emite un recibo por el monto que le ha sido donado.	Si bien el beneficiario de la donación emite un recibo por el monto correspondiente, este no está foliado ni timbrado por el SII.
--	--	--

Tabla N° 7 Donaciones al cuerpo de Bomberos¹⁷

Las donaciones deberán circunscribirse expresamente a cada texto legal que establece la franquicia tributaria y que, en general, dicen relación con estar previsto como donante, ser para el destino que establece la norma legal, tener la naturaleza que ésta dispone, sólo hasta el monto que constituye beneficio tributario y acreditarse con el certificado previsto en la normativa. Finalmente, debe contar con la documentación contable tributaria relacionada.

Analizando los puntos anteriormente planteados, hemos podido inferir que actualmente ESSSI no podría hacer uso efectivo de las franquicias tributarias por ninguna de las donaciones que efectúa.

Por lo que será necesario que haga modificaciones a su actuar y tratar de cumplir con los requisitos señalados para hacer uso de este beneficio.

5.2 ANTECEDENTES CONTABLES ESSSI

En una de nuestras visitas a la empresa, nos fue proporcionada la siguiente información, la que es necesaria para realizar los cálculos necesarios para la determinación de la implicancia que tienen las donaciones que se realizan en efectos tributarios, específicamente en la deducción del impuesto a la renta.

¹⁷ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

RENTA LIQUIDA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007

		ANTES DE PROVISION	
		DE IMPUESTO	DEFINITIVA
RESULTADO SEGÚN BALANCE		95.173.738	76.303.546
MAS:			
2104003	PROVISION DE VACACIONES 2007	11.089.933	11.089.933
1302003	IMPTO. DIFERIDO	0	0
2104005	PROVISION INCOBRABLES 2007	13.213.621	13.213.621
1205002	DEPRESIACION ACTIVOS EN LEASING	2.052.915	2.052.915
4302002	INTERESES LEASING	317.331	317.331
	CM DEP. ACTIVO LEASING	311.981	311.981
	CM OBLIGACION POR LEASING		0
	REV. CAPITAL PROPIO FINANCIERO		0
	PROVISION DE GASTOS		0
2109001	2204001 INGRESOS ANTICIPADOS		0
	PERDIDA DEVENGADA EMPRESAS RELACIONADAS		0
	CM TRIBUTARIA INVERSION TRATACAL		0
	IMPUESTO RENTA		18.870.192
MENOS:			0
	PROVISION VACACIONES EJERCICIO ANTERIOR	-8.420.456	-8.420.456
	PROVISION INCOBRABLES EJERCICIO ANTERIOR	-8.816.735	-8.816.735
	PROVISION DE GASTOS EJERCICIO ANTERIOR		
	IMPTO. DIFERIDO		
2102012	CUOTAS PAGADAS POR LEASING	5.108.191	5.108.191
	CM ACTIVOS EN LEASING	970.609	970.609
	CM OBRAS INGRESOS ANTICIPADOS		
	COSTO OBRA INGRESOS ANTICIPADOS		
	CM INV. EMPRESAS RELACIONADAS		
	UTILIDAD DEVENGADA EMPRESAS RELACIONADAS		
	REV. CAPITAL PROPIO TRIBUTARIO		
RENTA LIQUIDA EJERCICIO		111.001.128	111.001.128
AFECTO 1ª CATEGORIA 17%		111.001.128	18.870.192
AFECTO IMPTO. UNICO 35%			
TOTAL IMPUESTO			18.870.192

5.3 DONACIONES Y SU IMPLICANCIA TRIBUTARIA

En relación a los efectos tributarios de las donaciones que son realizadas por la empresa de servicios sanitarios San Isidro S.A. para efectos de cálculos, hemos supuesto que la empresa cumple con todos los requisitos necesarios para poder utilizar las donaciones como franquicia tributaria.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

5.3.1 Donación Deducida Como Crédito

Datos:

En el año 2007, ESSSI tuvo una RLI de \$111.001.128, pagó \$18.870.192 de Impuesto a la Renta y efectuó las siguientes donaciones:

- Escuela Básica Municipal F-538: \$666.672
- Club deportivo: \$480.000
- Cuerpo de bomberos: \$600.000

Las donaciones a la escuela municipal, el club deportivo y al cuerpo de bomberos se deben actualizar según los factores de actualización para ejercicios finalizados al 31 de diciembre del año 2007, los que se encuentran en la tercera parte del suplemento operación renta 2008, considerando el mes en que se efectuó el desembolso, según las instrucciones de este mismo documento.

Monto de la Donación Escuela Municipal F-538	695.392
Monto de la Donación Club deportivo	500.680
Monto de la Donación Cuerpo de Bomberos	625.850
Total Donaciones	1.821.922
Renta Líquida Imponible (RLI)	111.001.128
Monto de Impuesto a la Renta (tasa de 17% sobre RLI)	18.870.192
Rebaja de Donación Escuela (50% del monto donado)	347.696
Rebaja de Donación Club deportivo (35% del monto donado)	175.238
Rebaja de Donación Cuerpo de Bomberos (50% del monto donado)	312.925
Total de Impuesto a la Renta a pagar con donación	18.034.333
Rebaja del Impuesto a la Renta por efecto de la Donación	835.859

Tabla N° 8 Donaciones Empresa San Isidro¹⁸

¹⁸ Elaboración Propia.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

De esta forma, el Impuesto a la Renta a pagar se reduce desde \$ 18.870.192 a \$ 18.047.258 por efecto de la aplicación de la donación como crédito del impuesto. En consecuencia, el costo neto para el donante sería de \$ 972.934 y para el Estado sería de \$822.934, correspondiente a los ingresos que deja de percibir por la rebaja de la donación como crédito, significando en la práctica un aporte del Estado a las comunidades locales que se benefician de la donación.

Las donaciones que la empresa realiza, solo pueden ser rebajadas como crédito contra la renta líquida imponible, según las leyes correspondientes.

Desarrollo

1) Total donaciones reajustadas

Mes	Factor Actualización	Donación fines educativos	Donación fines deportivos	Donación cuerpo bomberos	
Ene	1,073	59.611	42.920	53.650	
Feb	1,070	59.445	42.800	53.500	
Mar	1,072	59.556	42.880	53.600	
Abr	1,067	59.278	42.680	53.350	
May	1,061	58.945	42.440	53.050	
Jun	1,055	58.611	42.200	52.750	
Jul	1,045	58.056	41.800	52.250	
Ago	1,033	57.389	41.320	51.650	
Sep	1,022	56.778	40.880	51.100	
Oct	1,011	56.167	40.440	50.550	
Nov	1,008	56.000	40.320	50.400	
Dic	1,00	55.556	40.000	50.000	
Total donaciones		695.392	500.680	625.850	1.821.922

Tabla N° 9 Actualización Donaciones Empresa San Isidro¹⁹

¹⁹ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

2) Crédito igual a cantidad menor de los siguientes montos

14.000 UTM.....	\$ 479.108.000
50% donaciones actualizadas fines educacionales.....	\$ 347.696
35% donaciones actualizadas fines deportivos.....	\$ 175.238
50% donaciones al cuerpo de bomberos.....	\$ 312.925
Total donaciones actualizadas a deducir como crédito.....	\$ 835.859
2% renta líquida antes de agregar 50% donaciones (111.001.128* 0.02).....	\$ 2.220.023

Por tanto, el crédito total a invocar por las donaciones efectuadas ascenderá a \$ 835.859, debido a que cumple con los límites exigidos por las leyes respectivas.

5.4 FORMULARIO 22

5.4.1 Recuadro N°7 LIR

CREDITOS IMPUTABLES AL IMPUESTO PRIMERA CATEGORÍA

Línea (34 y 36)

Los contribuyentes que declaren impuesto de Primera Categoría en las Líneas 34 y 36, los créditos que pueden deducir de dicho tributo en la Columna “Rebaja al Impuesto” de las citadas líneas pueden provenir de los conceptos a que se refiere esta Sección, los cuales antes de imputarlos al referido gravamen, deben detallarse en esta Sección:

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Crédito por contribuciones de bienes raíces	365	
Crédito por rentas de Fondos Mutuos sin derecho a Devolución	368	
Crédito por donaciones para fines culturales	373	
Crédito por donaciones para fines educacionales	382	347.696
Crédito por donaciones para fines deportivos	761	175.238
Crédito por donaciones para fines sociales	773	
Crédito por inversiones en exterior, según Arts. 41 A letra A y 41 C	841	
Crédito por rentas de zonas francas y otros	392	
Crédito por Impuesto Específico a la Minería (Art. 7° tr. Ley N° 20.026/2005)	831	
Crédito por bienes físicos del activo inmovilizado del ejercicio	366	
Remanente de Crédito por bienes físicos del activo inmovilizado proveniente de inversiones A.T. 1999-2002	839	
Crédito por donaciones Universidades e Inst. Profesionales	384	312.925
Crédito por Impto. 1ª Categ. Contribuyentes Art. 14 bis	385	
Crédito por inversiones Ley Arica	390	
Crédito por inversiones Ley Austral	742	
Crédito por inversiones en el exterior, según Arts. 41A letra B y C y 41 C	387	

Tabla N° 10 Créditos Imputables Impuesto Primera Categoría²⁰

5.5 ENCUESTAS

Hemos visto hasta ahora la parte teórica, reconociendo su importancia para la empresa, pero no sabemos como las empresas valoran o logran reconocer los beneficios teóricos de la RSE. Para eso se encuestó a una empresa regional, consultando principalmente por el conocimiento de los beneficios para esta respecto a la RSE y la importancia que le otorga como medio de ventaja competitiva y forma de gestión empresarial. A su vez se realizaron entrevistas a la comunidad colindante a la planta de tratamiento de aguas servidas, con el objeto de obtener una visión más global acerca del tema.

²⁰ Elaboración propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

5.5.1 Encuesta a la Empresa

La empresa desde un inicio se mostró interesada en colaborar con este proyecto de investigación. Esta encuesta solo considera una visión global de cómo esta empresa ve el concepto de RSE.

La siguiente encuesta fue aplicada al Sr. Rene Rocco Hinostroza, Gerente General de la empresa de servicios sanitarios San Isidro, cargo que ejecuta desde los inicios de la empresa (abril del año 1999), debido a que es uno de sus creadores.

1) Tiene conocimiento del significado del término RSE

En su respuesta hace referencia que sus conocimientos sobre el tema son algo vagos, sin embargo piensa que la RSE es la responsabilidad que tienen los empresarios con la comunidad (colaborar con los vecinos) y con el medioambiente (cumplimiento de normativas).

2) Que nivel de cumplimiento de responsabilidad social tiene la empresa

Piensa que la empresa hace algo pero que podría hacer mucho más, si manejara el tema, debido a que este tema no ha sido tratado lo suficiente. También hace referencia de que la RSE viene dada por el tamaño de la empresa, donde una gran empresa debería hacer grandes cosas no así una empresa pequeña o mediana, debido a que implementar el tema implicaría asumir ciertos costos, que tal vez estas últimas no puedan solventar.

3) Actualmente, desarrolla su empresa políticas e iniciativas propias de RS

Además de las donaciones que efectúan, Tratan de mejorar las relaciones con la comunidad, invitando a la junta de vecinos a conocer la planta, tratando que los clientes tengan un buen trato por parte de los empleados de la empresa, invitarlos a conversar en la resolución de ciertos conflictos que pudieran ocurrir.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

4) Piensa que el consumidor a la hora de tomar sus decisiones, toma en cuenta el grado de RS que muestra la empresa.

El consumidor si se da cuenta del grado de RSE que muestra la empresa, por lo que es muy importante la imagen que esta muestre.

Para ESSSI el interés por la imagen proyectada es muy importante, debido a que el agua es un bien básico para la vida, las personas están obligadas a consumirla, y cualquier problema que exista con esta da origen a muchos conflictos y reclamos por parte de cualquier persona.

La imagen también es importante por los grados de competencia que se dan en este sector, aunque en este caso por las características de la empresa, esta es monopolio dentro del área de concesión por lo que no se compite por el cliente.

La competencia que se da es que el cliente al momento de pagar los consumos básicos prefiera pagar la cuenta del agua antes que la cuenta del gas, electricidad, teléfono, etc. También se da la competencia entre sanitarias por los sectores donde no existe el servicio, y es la inmobiliaria que construye las casas la que busca a las empresas sanitarias para proporcionar este servicio, en este caso la imagen sirve para que la inmobiliaria los prefiera a unas antes que a otras empresas.

5) Cual cree usted que es el principal beneficio que obtiene la empresa que es socialmente responsable.

El principal beneficio que se da es la imagen que la empresa proyecta a la comunidad (tema muy relevante para las empresa actuales), la que a través del tiempo podría traducir en beneficios económicos, aunque estos no sean tantos.

6) Cree que la RS es solo tarea de la empresa.

Toda organización debe ser responsable, debido a que todos forman parte de la comunidad. Lo ideal sería que todos los entes que conforman la sociedad, trabajasen en conjunto para lograr un acuerdo en sus intereses.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

5.5.2 Encuesta a la Comunidad

El siguiente cuestionario se ha aplicado a un universo de 20 personas, todas residentes en el sector aledaño a la planta de tratamiento de aguas servidas, las que fueron respondidas en forma presencial y anónima.

1. ¿Se siente perjudicado por la planta de tratamiento de aguas servidas?
2. ¿Por que?
3. ¿Conoce el proceso de la planta de tratamiento?
4. ¿Tiene conocimiento de algún aporte de la empresa con la comunidad?

DESARROLLO

A continuación se presentan los resultados de la encuesta aplicada de forma grafica, ordenados por preguntas, con excepción de la pregunta numero dos, que por su naturaleza solo se utiliza para complementar la pregunta numero uno.

Pregunta N° 1: ¿Se siente perjudicado por la planta de tratamiento de aguas servidas?

N° Personas encuestadas	Si me afecta	No me afecta	Indiferente o no responde
20	18	0	2

Tabla N° 11 Resultado encuesta comunidad Pregunta 1

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

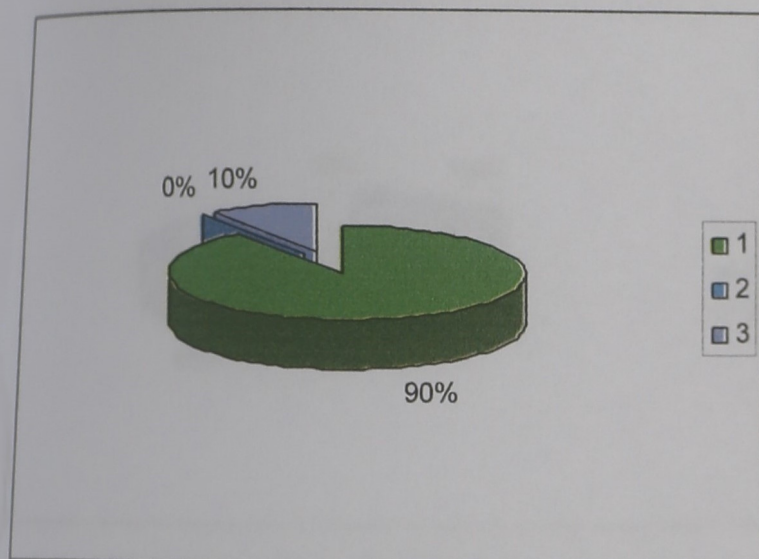


Gráfico N° 1 Resultado encuesta comunidad Pregunta 1

De acuerdo al gráfico presentado el 90% de las personas encuestadas se sienten perjudicadas por la existencia cercana de la planta de tratamiento de aguas servidas, ya que si bien reconocen que es necesaria, creen que no se debieran pagar costos tan altos en lo que respecta a la calidad de vida, es decir los costos superan a los beneficios.

Por otro lado el 10% de los encuestados se muestran indiferentes o no responden la pregunta, Mientras que del total de las personas entrevistadas ninguno manifestó no sentirse perjudicado con la presencia de la planta de administración.

Pregunta N° 3: ¿Conoce el proceso de la planta de tratamiento?

N° Personas encuestadas	Si lo Conozco	No lo Conozco	Indiferente o no responde
20	3	17	0

Tabla N° 12 Resultado encuesta comunidad Pregunta 3

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

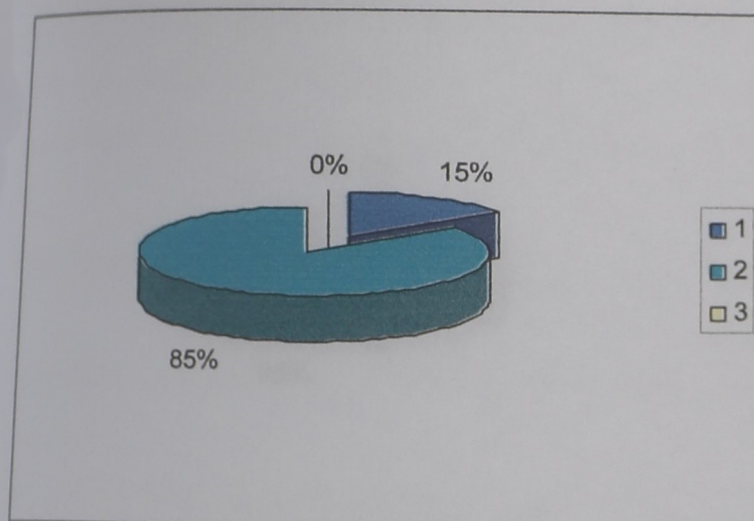


Gráfico N° 2 Resultado encuesta comunidad Pregunta 3

De acuerdo a la pregunta formulada anteriormente los encuestados respondieron en su totalidad presentando los siguientes resultados:

El 15% de las personas encuestadas respondió que no conoce el proceso de la planta de tratamiento de aguas servidas, es decir, de las personas aledañas a la planta son muy pocas las que saben realmente como funciona.

El 85% de las personas encuestadas respondió que no conoce en absoluto el proceso de tratamiento de las aguas servidas en la planta, dicen nunca haber visitado la planta, lo cual genera la desconfianza que se percibe desde la comunidad hacia la empresa.

Pregunta N° 4: ¿Tiene conocimiento de algún aporte de la empresa con la comunidad?

N° Personas encuestadas	Si tengo Conocimiento	No tengo conocimiento	Indiferente o no responde
20	1	19	0

Tabla N° 13 Resultado encuesta comunidad Pregunta 4

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

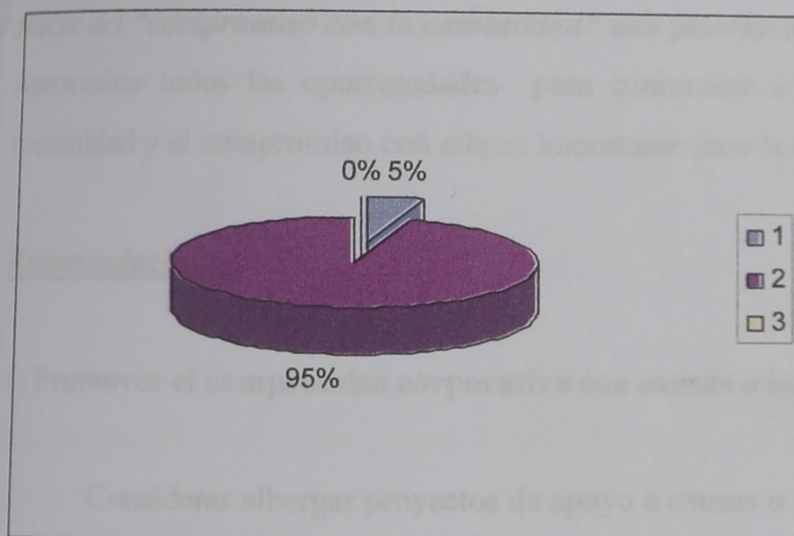


Gráfico N° 3 Resultado encuesta comunidad Pregunta 4

Con respecto a la pregunta anterior, el objetivo de esta es conocer si las personas de la comunidad tienen conocimiento de las donaciones que realiza la empresa a cualquiera de las tres instituciones de labranza (Bomberos, escuela o club deportivo).

En relación a esta pregunta las respuestas fueron:

Un 5% declaró si tener conocimiento (debido a que su hija menor estudia en la escuela municipal F-538 y pertenece a la banda de la escuela).

Un 95% restante declara no tener conocimiento de algún aporte que la empresa realice a la comunidad, cosa que contribuye a la mala imagen de la empresa.

5.6 RECOMENDACIONES PARA LOGRAR UNA MEJORA EN LA RELACIÓN EMPRESA-COMUNIDAD.

Las siguientes recomendaciones a la empresa San Isidro S.A, son efectuadas para tratar de integrar prácticas y programas socialmente responsables con a comunidad, donde el objetivo es entregar un amplio conjunto de ideas, programas y políticas, que contribuyan a alcanzar el respeto de la comunidad sin incurrir en grandes costos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Hacer del “compromiso con la comunidad” una prioridad de la administración

Aprovechar todas las oportunidades para comunicar a los empleados que el apoyo a la comunidad y el compromiso con ella es importante para la empresa.

Recomendaciones:

1) Promover el compromiso corporativo con causas o iniciativas sociales

Considerar albergar proyectos de apoyo a causas o iniciativas sociales compatibles con la misión, principios y objetivos de su empresa. Estos proyectos pueden ser desarrollados completamente por su compañía o en forma conjunta con otras empresas y corporaciones. Puede extender este compromiso a sus proveedores, clientes, accionistas o socios estratégicos. Los proyectos pueden abarcar las más diversas áreas, como por ejemplo: educación, vivienda, drogadicción, nutrición, forestación, respeto a minorías, entre otros.

2) Donaciones

Donar productos o servicios. Si es posible, contribuya con productos y servicios a las organizaciones que los necesiten. En este caso sería pertinente encontrar una forma creativa de realizar las donaciones. Que la empresa asuma el compromiso que existe en la actualidad con tres instituciones, de forma pública una vez al año, con objeto de dar a conocer a la comunidad parte de sus acciones.

3) Apoyar los eventos de la comunidad

Considere comprar entradas de eventos artísticos, culturales o deportivos que realice la comunidad, para entregárselos o venderlos con descuento a los trabajadores y clientes, ó a clientes de organizaciones sin fines de lucro que no disponen de los medios económicos para asistir.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Por ejemplo sortear o regalar entradas a los partidos del próximo mundial femenino que se desarrollara en la región, dando prioridad a ciertos grupos estratégicos (dueñas de casa, juntas de vecinos, etc.).

4) Invitar a estudiantes

Permita que los estudiantes de grupos de edad apropiados visiten su empresa. Ver y experimentar la operación de una simple oficina puede ser de gran utilidad para grupos de jóvenes. Incorpore en las visitas a trabajadores que describan sus labores y respondan preguntas. Si es apropiado, permita a los estudiantes tener una experiencia práctica. Se recomienda programar visitas a la planta de tratamiento, para estudiantes de las escuelas de labranza, principalmente de séptimos y octavos años, con sus profesores del área de ciencias.

5) Reclutar localmente

Considere reclutar y contratar personas con discapacidades en la comunidad en la que está localizada su empresa, con el objetivo de fortalecer la imagen y el compromiso de los empleados, además de ayudar al desarrollo de la comunidad local.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

ESQUEMA DEL PROCESO DE INTERACCIÓN CON LA COMUNIDAD

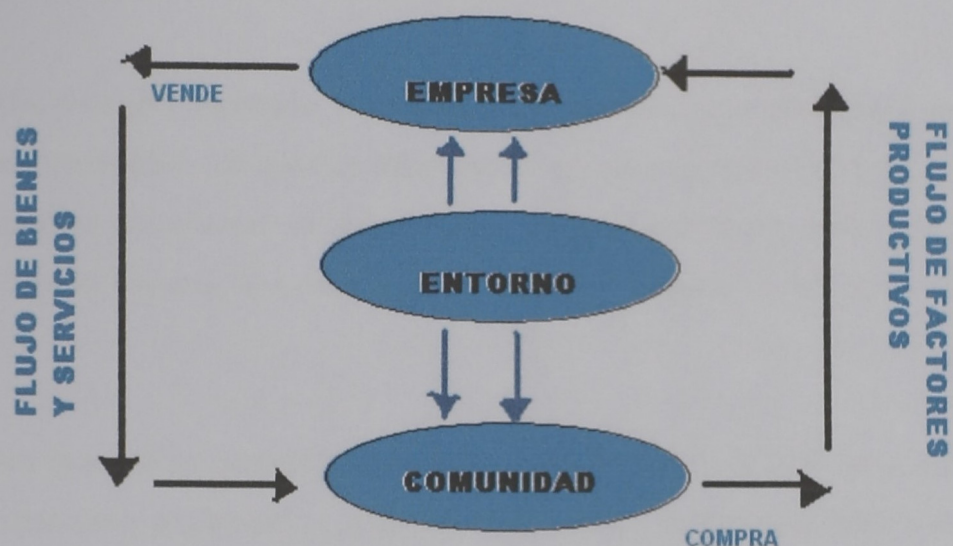


Figura N° 9: Proceso de Interacción con la Comunidad²¹

Modelo Social de la relación Empresa – comunidad, donde la empresa también se desenvuelve con el entorno natural, cultural y sociológico.

²¹ Elaboración Propia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

4.1 CONCLUSIONES DE INVESTIGACION

La RSE debe ser adoptada por todos los organismos que intervienen en el desarrollo social de una comunidad. Dentro de ellos está el rol que cumple el Estado, el que bajo sus normas y políticas debe tratar de ir más allá de sus obligaciones, dadas por las leyes que prescribe, debiendo además, fomentar y desarrollar la RS tanto en las empresas como en la ciudadanía.

Si bien la empresa cumple con las normas establecidas, la RSE no se trata tan sólo de cumplir con normas y reglamentos, si no de hacer cosas que van más allá de lo que se exige.

CAPITULO 6: CONCLUSIONES DE INVESTIGACION

A partir de lo anterior, hemos podido ver que el desarrollo que pretende la comunidad viene dado por:

- * La poca RSE que posee ESSSI
- * Las malas políticas que tiene el estado en sus empresas

Los conflictos que han ocurrido entre la empresa y la ciudadanía, deben tener de ser solucionados por todos los actores involucrados, siendo importante el rol de este actor presente, pues dentro de sus objetivos está el bien común, tanto para la comunidad, como para las empresas, para generar desarrollo, crecimiento económico y calidad de vida sin embargo, generalmente el bien ciudadano es aplastado por el bien empresarial, lo que trae consigo rencores y problemas de convivencia, descontento, desconfianza, etc.

El organismo gubernamental que interviene en este sector es la superintendencia de servicios públicos, el que tiene como misión facilitar el correcto funcionamiento de la empresa, en este caso la solución que planteó al momento de presentarse ciertos problemas en la empresa fue el cobro de una multa. Esta medida, si bien le dio la razón a la comunidad,

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

6.1 CONCLUSIONES DE INVESTIGACION

La RSE debe ser adoptada por todos los organismos que intervienen en el desarrollo social de una comunidad. Dentro de ellos está el rol que cumple el Estado, el que bajo sus normas y políticas debe tratar de ir más allá de sus obligaciones, dadas por las leyes que suscribe, debiendo además, fomentar y desarrollar la RS tanto en las empresas como en la ciudadanía.

Si bien la empresa cumple con las normas establecidas, la RSE no se trata tan solo de cumplir con normas y reglamentos, si no de hacer cosas que surjan de su propia iniciativa sin tener que esperar algo a cambio, sin embargo tenemos presente que la implementación de la RSE trae consigo ciertos costos, que las empresas no siempre están dispuestos a asumir.

A partir de lo anterior, hemos podido inferir que el descontento que provoca la empresa en la comunidad viene dado por:

- La poca RSE que posee ESSSI
- Las malas políticas que tiene el estado en esta materia

Los conflictos que han ocurrido entre la empresa y la comunidad, deben tratar de ser solucionados por todos los entes involucrados, donde lógicamente el estado debe estar presente, pues dentro de sus objetivos está el bien común, tanto para la comunidad, como para las empresas, para generar desarrollo, crecimiento económico y calidad de vida, sin embargo, generalmente el bien ciudadano es aplastado por el bien económico, lo que trae consigo rencillas y problemas de convivencia, descontento, desconfianza, etc.

El organismo gubernamental que interviene en este sector es la superintendencia de servicios sanitarios, el que tiene como misión fiscalizar el correcto cumplimiento de la empresa, en este caso la solución que planteó al momento de presentarse ciertos problemas en la empresa fue el cobro de una multa. Esta medida, si bien le dio la razón a la comunidad no

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

generó ninguna mejora en el proceso de convivencia, esto debido a que en una convivencia democrática, son todos los entes involucrados los que deben sentarse a conversar para lograr un acuerdo que satisfaga los intereses de todos.

En cuanto a las normativas Internacionales, no existe en la actualidad una normativa explícita que regule el tema de RSE y su aplicación en sectores empresariales, por lo menos no de forma unificada a nivel mundial, tampoco en nuestro país.

La Organización Internacional de Normalización (ISO), se ha pronunciado respecto al tema y ha elaborado la norma ISO 26000. Esta norma entrega guías a todo tipo de organizaciones sobre temas relacionados a la responsabilidad social. La norma pretende que las organizaciones tomen responsabilidad por el impacto de sus actividades en la sociedad y el medioambiente. Proveerá una guía a las organizaciones sobre la conducción de actividades en una forma que sea consistente con los intereses de la sociedad y el desarrollo sustentable, y basado en el comportamiento ético y el cumplimiento con las leyes aplicables e instrumentos intergubernamentales. Las diferencias geográficas, culturales y sociales son respetadas en la medida que ellas no desgasten la norma internacional acordada.

Chile, actualmente es uno de los 32 países que trabajan en la elaboración de la norma 26000, para su posterior ratificación. Para Chile constituye todo un desafío, ya que se trata de la primera vez que se trabaja en la elaboración de una norma ISO.

Al contrario de lo que muchos piensan, la adopción de una norma ISO para una empresa, no constituye en ningún caso una especie de certificación de cumplimiento de la normativa nacional, ya que la normativa ISO solo regula una estandarización de calidad a nivel internacional. Esto último no es nada motivante para una empresa nacional para realizar esfuerzos y acogerse a esta normativa ISO.

En Chile y, particularmente en la región de la Araucanía, el camino para desarrollar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial es bastante largo. Si bien se está trabajando como país en la elaboración de estándares a nivel internacional, constituye solo un paso,

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

dentro de los cuales el mas difícil es el de decidirme a implementarlo en mi empresa, donde tal vez tendré que reevaluar varias prácticas o políticas empresariales.

Lamentablemente en Chile no existen normativas, por lo tanto tampoco organismos reguladores o fiscalizadores, ni instituciones privadas o gubernamentales que regulen, incentiven o promuevan el desarrollo o implementación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

A través de las entrevistas y conversaciones con la gerencia de la empresa San Isidro, además de sus trabajadores, nos hemos dado cuenta de lo nuevo que es para ellos el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. No cuentan con un mayor desarrollo o perfeccionamiento, bordeando en el concepto de filantropía, aunque sí reconocen la importancia que tiene, sobre todo a la hora de hablar de la imagen que puede proyectar una empresa hacia el exterior.

Esta empresa en su intento por mejorar o establecer una buena imagen en la comunidad ha incorporado a su política, las donaciones, salidas y charlas a juntas de vecinos, publicidad, etc., Esto debido principalmente a las constantes denuncias en los medios de comunicación regionales por las malas condiciones o los daños que la planta de tratamiento de aguas servidas provocaría a las personas aledañas a esta, que se contrasta con los argumento que entrega la empresa, que reconoce haber hecho una fuerte inversión para mejorar sustancialmente las condiciones de la planta de tratamiento.

En cuanto a las donaciones, se consideran solo una de las medidas que se pudiesen tomar, siendo de gran efectividad en cuanto entrega beneficios a las personas que reciben la donación y a la vez a la empresa por las ventajas tributarias que se pueden tener.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial es bastante amplio, no se pretende que una empresa lo desarrolle en su totalidad, ya que es muy complejo y requiere de mucho trabajo y tiempo, lo que si se reconoce el valor que tiene en los tiempos actuales que una empresa instaure este concepto en su dinámica organizacional, que entregará un valor

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

agregado que hoy en día marca las diferencias a la hora de que el consumidor opte por un producto o servicio.

Mediante las entrevistas realizadas a los pobladores de Labranza, específicamente a un grupo aledaño a la planta de tratamiento de aguas servidas nos hemos podido percatar del descontento que existe entre la población, que se manifiesta en desconfianza y rechazo hacia la empresa. Las personas que habitan en el sector reconocen la necesidad de una planta de tratamiento de estas aguas, pero sienten que no son ellas las que debieran pagar los costos de su proceso. También hacen hincapié en el desconocimiento que tuvieron en la instalación de la planta en el sector, que ellos dicen ya era habitado por muchas familias y se proyectaba como sector urbanizado.

Por lo anterior, se vislumbra al instante la falta de comunicación entre la empresa y los pobladores del sector, existen discordancias entre lo que opina la empresa y lo que dice la comunidad que se siente afectada, que son factibles de mejorar sustancialmente con una mejor comunicación entre las partes, en torno al conocimiento de los procesos, la importancia de la existencia de una planta de tratamiento, los temores de los pobladores, etc. que conlleven a acuerdos importantes entre el sector privado y la comunidad, con el objetivo de aminorar el impacto negativo que se está provocando de forma recíproca.

Los pobladores mostraron bastante disposición en colaborar con este proyecto de investigación. Utilizan estas instancias como medio de denuncia a su problema, Manifiestan que esta situación los ha llevado a sentirse discriminados por los demás sectores, debido principalmente a los fuerte olores, que dicen, emana de la planta, que conlleva a que sus familiares no los visiten, por lo que también han tomado medidas como establecer especies de murallas de árboles desde una de las villas, para impedir o mitigar el paso de los olores, denuncias públicas, alianzas políticas entre otras. El sentimiento de discriminación que se crea en las personas tiene bastantes implicancias negativas, principalmente de tipo psicológico, como disminución de autoestima, vergüenza, etc., además de contribuir al aumento de factores en torno a la vulnerabilidad social de un sector de la sociedad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

Para que en Chile se considere responsablemente este concepto falta mucho camino por recorrer, se reconoce el trabajo de ciertos grupos o sectores, pero también se sabe que no es suficiente. Para fomentar y desarrollar este concepto es necesario concordar y ahondar en varios conceptos como desarrollo, sustentabilidad, participación, responsabilidad, etc. En los cuales se requiere no solo el trabajo de los empresarios, sino también el del estado y la comunidad en pos de concordar y buscar beneficios mutuos, donde ninguna de las partes se sienta vulnerada.

- Zúñiga, C.A., (2000). Metodología de la investigación para la Administración y la Economía", 2da edición, Prentice Hall, Bogotá.
- Consejo de las comunidades Europeas (2002). "Libro verde. Fomentar un nuevo enfoque para la RSE", Bruselas.
- Martín y Joseph M. Lomas (2006). "RSE y PYMES: Una apuesta por la sostenibilidad empresarial", 1era edición, ESADE.

Sites WEB

- Acción RSE, información general.
www.accionrse.cl, Chile.
- EMPRESA SOLIDARIA, información general. España
www.empresa-solidaria.gov.es
- PAGINA DE LA EMPRESA SAN ISIDRO, información general. Chile
www.asa.cl
- PROHUMANIA, información general, Chile.
www.prohumania.cl

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

BIBLIOGRAFIA

- PLAN DE CONVERGENCIA PROYECTO N° 16, NORMA DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIF), NIF-Chile, IMPUESTOS A LA RENTA (NIC 12).
- ACCIÓN RSE, (2004). "El ABC de la Responsabilidad empresarial en Chile y en el Mundo", 1era edición, Acción RSE, Chile.
- Bernal, C.A., (2000). Metodología de la Investigación para la Administración y la Economía", 2da edición, Prentice Hall, Bogotá.
- Comisión de las comunidades Europeas (2001). "Libro verde. Fomentar un marco europeo para la RSE", Bruselas.
- Murillo y Joseph M. Lozano (2006). "RSE y PYMES: Una apuesta por la excelencia empresarial", 1era edición, ESADE

Sitios WEB

- Acción RSE, información general.
www.accionrse.cl, Chile.
- EMPRESA SOLIDARIA, Información general. España
www.empresasolidaria.gva.es
- PAGINA DE LA EMPRESA SAN ISIDRO. Información general. Chile
www.esssi.cl
- PROHUMANA, Información general, Chile.
www.prohumana.cl

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- SOFOFA, Información general sobre empresas., Chile
www.sofofa.cl
- PUNTO LEX S.A., Editorial puntotex, IFRS online, Chile.
www.puntotex.cl/prod_ifrs

ANEXOS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

ANEXO A- ENTIDADES DEDICADAS A LA PROMOCIÓN DE LA RSE

FUNDACIÓN PROFHUMANA:

Fundación Profhumana es una organización sin fines de lucro creada en 1998 como el "Programa de Investigación para la Promoción Humana", resultado de la culminación del proyecto "La acción filantrópica como un elemento de la responsabilidad social". Este estudio surgió antecedentemente de diversos hechos, motivados la reflexión a hacer preguntas esenciales sobre el aspecto del tema. Desarrolla su trabajo en el área de la responsabilidad social empresarial (RSE) y ciudadana a través de 5 ámbitos de acción:

ANEXOS

- Investigación y desarrollo de conocimientos.
- Sensibilización de actores en el área de la RSE y responsabilidad social ciudadana.
- Promoción de espacios de diálogo y consenso entre actores involucrados de la diversidad.
- Constitución y coordinación de redes de cooperación.
- Apoyo a la elaboración de proyectos legislativos y normativos.
- Servicios de asesoría especializada.

CONSEJO NACIONAL EMPRESARIAL:

Es una organización sin fines de lucro que surge del sector empresarial chileno con el objetivo de promover la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre las empresas que operan dentro del país. Entiende la RSE como una nueva visión de los negocios que integra armonizadamente valores y respeto por los stakeholders, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Desde sus inicios ha trabajado con el respaldo de las empresas líderes en Chile en materia de RSE, quienes impulsan su actividad en conjunto con la organización. Actualmente ha sido impulsado por la Confederación de la Industria que y del Poder Judicial (CIPJ) en conjunto con algunas empresas for Social Responsibility (RSE) impulsadas por John W. Graham (JW), que cuenta con más de 1.400 empresas asociadas.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

ANEXO A.- ENTIDADES DEDICADAS A LA PROMOCIÓN DE LA RSE

FUNDACIÓN PROHUMANA:

Fundación Prohumana es una organización chilena sin fines de lucro nació en 1998 como el “Programa de Investigación para la Promoción Humana”, resultado de la elaboración del proyecto “La acción filantrópica como un elemento de la responsabilidad social”. Este estudio recogió antecedentes de diversa índole, promovió la reflexión e hizo propuestas concretas respecto del tema. Desarrolla su trabajo en el área de la responsabilidad social empresarial (RSE) y ciudadana a través de 6 ámbitos de acción:

- Investigación y desarrollo de conocimiento.
- Sensibilización de actores en el tema de la RSE y responsabilidad social ciudadana.
- Promoción de espacios de diálogo y encuentro entre actores representativos de la diversidad.
- Constitución y coordinación de redes de cooperación.
- Aporte a la elaboración de propuestas legislativas y normativas.
- Servicios de asesoría especializada.

ACCION EMPRESARIAL:

Es una organización sin fines de lucro que surge del sector empresarial chileno, con el fin de promover la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre las empresas que operan en el país. Entiende la RSE como una nueva visión de los negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Desde sus inicios ha contado con el respaldo de las compañías líderes en Chile en materia de RSE, quienes impulsan las actividades que realiza la organización. Acción RSE ha sido impulsada por la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) en conjunto con Business for Social Responsibility (BSR), institución con sede en Estados Unidos, que cuenta con más de 1.400 empresas asociadas.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

CORFO:

La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), creada en 1939, es el organismo del Estado chileno encargado de impulsar la actividad productiva nacional. A la luz del fortalecimiento adquirido por el sector privado para llevar a cabo las inversiones que plantea el progreso del país, CORFO debió, entonces, redefinir su misión, reorientando su rol de fomento productivo hacia el desarrollo de las capacidades competitivas de las empresas chilenas, especialmente las de menor tamaño.

ANEXO B: NORMAS Y ESTÁNDARES RSE

Las normas y certificación de RSE sirven como garantía ética para los consumidores y usuarios de productos y servicios en general. Los beneficios de la normalización RSE para la empresa son múltiples, pero el principal es que mejora la relación entre la empresa, trabajadores, gobierno y comunidad. También desarrolla la confianza y satisfacción de las organizaciones por parte de los públicos de interés, stakeholders, y aumenta la conciencia por estos principios de responsabilidad social en la empresa. La globalización es un factor relevante para el proceso de normalización. En el caso de Chile las empresas son competitivas a nivel internacional, por lo cuál demostrar lo que se lleva a cabo en cuestión de RSE a través de certificación es un valor agregado muy apreciado que hace más fácil y más responsables los negocios internacionales.

B.1.- LEGISLACIÓN CHILENA

Se dice que la RSE comienza donde la ley termina. En Chile, la implantación de esta visión de negocios se caracteriza por su foco en la transformación social y el desarrollo de una conciencia democrática, con un énfasis en la solución de las responsabilidades sociales. Es por ello que existe una extensa lista de legislaciones asociadas a las áreas temáticas de RSE, que

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

se enumeran a continuación y cuyos textos completos pueden ser encontrados fácilmente ingresando el número y artículo en el sitio web de la Biblioteca del congreso Nacional.

Ética empresarial:

- Normas para la defensa de la libre competencia. DL 211 de 1973.
- Ley que crea el tribunal de defensa de la libre competencia. Ley N° 19.911 de 2003.
- Operaciones de Crédito de Dinero (anti usura). Ley 18.010, 27 de junio de 1981.
- Ley de protección de datos y Privacidad. Ley 19.628, 28 de agosto de 1999.

Medioambiente:

- Ley sobre bases Generales del Medio Ambiente. Ley 19.300, 9 de marzo de 1994.
- Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico. DFL 33, 27 de octubre de 1981.

Compromiso con la comunidad:

- Ley de Donaciones con fines Educativos. Ley 19.247 Art. 3, 15 de septiembre de 1993.
- Ley de Donaciones con fines culturales. Ley 18.985 Art. 8, 28 de junio de 1990.
- Ley de Donaciones con fines deportivos. Ley 19.712, 9 de febrero de 2001
- Ley sobre Junta de Vecinos y demás organizaciones comunitarias. Ley N° 19.418 de 1997.
- Ley sobre impuesto a la Renta. Decreto Ley N° 824 de 1974.
- Ley sobre Rentas Municipales. Decreto ley N° 3063 de 1979.

Marketing Responsable:

- Ley de Protección al Consumidor. Ley 19.496, 7 de marzo de 1997.

Calidad de vida laboral:

- Integración Social de personas con Discapacidad. Ley 19.284, 14 de enero de 1994.
- Instituciones de salud provisional ISAPRES. Ley 18.933, 9 de marzo de 1990.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Fondo único de prestaciones de familia y Subsidio de Cesantía. DFL 150 Art. 20, 25 de marzo de 1982.
- Fondo para la capacitación y Formación Sindical. Ley 19.214, 6 de mayo de 1993.
- Fondo Nacional de Subsidio Familiar. Ley 18.611, 23 de abril de 1987.
- Fondos para la vivienda. Ley 19.281 Tit. VI, 27 de diciembre de 1993.
- Fondo Nacional de Salud FONASA. DL 2763 capítulo III, 3 de agosto de 1979.
- Dirección del trabajo. DFL 308, 6 de abril de 1960.
- Ley de Centrales Sindicales. Ley 19.049, 19 de febrero de 1991.
- Ley sobre trabajos pesados. Ley 19404, 21 de agosto de 1995.
- Ley sobre trabajadores temporeros. Ley 19.988, 18 de diciembre de 2004.
- Ley sobre trabajo extraordinario. DFL 1046, 20 de diciembre de 1977.
- Sistema de Subsidio de Cesantía. DFL 150, 25 de marzo de 1982.
- Ley de seguro de desempleo. Ley 19.728, 14 de mayo de 2001.
- Ley de Seguridad Social. Ley 19.350, 14 de noviembre de 1994.
- Régimen de Prestaciones y Protección de Salud. Ley 18.469, 23 de noviembre de 1985.
- Regula peso máximo de Carga Humana. Ley 20001, 5 de febrero de 2005.
- Registro Nacional de Discapacidad. Ley 19.284 Tit. V, 14 de enero de 1994.
- Protección a la maternidad. DFL 1 Arts. 194 al 208, 16 de enero de 2003.
- Plan de salud AUGE. Ley 19.966, 3 de septiembre de 2004.
- Organizaciones Sindicales y Negociación Colectiva. Ley 19.069, 30 de julio de 1991.
- Ley de medicina preventiva. Ley 6174, 9 de febrero de 1983.
- Ley de medicina curativa. Ley 16.781, 2 de mayo de 1968.
- Permiso especial (a trabajadores en caso de enfermedad grave de sus hijos menores). Ley 19.505, 25 de julio de 1997.

B.2 ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Un estándar es un criterio global de referencia que señala un nivel deseable, tanto de las acciones como de los resultados, en cada una de las áreas de intervención de un proyecto. El interés en la RSE ha impulsado el crecimiento sustancial de un amplio rango de estándares

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

internacionales reflejados en códigos, guías, principios y modelos de desempeño, desarrollados por una diversidad de organizaciones afines.

Los estándares han sido diseñados para guiar, apoyar y medir el comportamiento de las compañías en la implementación y mejoramiento del informe de desempeño corporativo sobre las distintas temáticas de la RSE. La mayoría de ellos exigen a las empresas el desarrollo voluntario y la implementación de políticas y prácticas, además del compromiso de cumplir un desempeño específico en áreas de la RSE.

A continuación una descripción de los estándares más importantes:

AA1000

SA8000

OHSAS18001

GRI

B.3.- NORMAS ISO

La organización Internacional para la estandarización ISO, por sus siglas en ingles, es una organización no gubernamental (ONG) con sede en Ginebra, Suiza, creada en 1947 para reunir las entidades máximas de normalización de cada país, como el Instituto Nacional de Normalización INN, de Chile. Las Normas ISO surgen de esta entidad para armonizar la gran cantidad de normas sobre gestión de calidad de los distintos países del mundo. Actualmente, existen dos grandes familias de normas ISO, las 9000 y las 14000, además de otras complementarias (ISO 8402; ISO 10011). Para el 2008, se espera el desarrollo de la ISO 26000 sobre Responsabilidad Social.

B.4.- INICIATIVAS ONU

La organización de las Naciones Unidas ONU, liderada por su secretario general Kofi Annan, ha impulsado en 1999 y en el año 2005 dos importantes iniciativas que buscan comprometer a la comunidad de negocios y a los países miembros con el desarrollo sustentable y la creación de una ciudadanía corporativa global, que impulsan básicamente

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

acciones para dar solución o sugerencias a problemas que aquejan a la comunidad, en especial dificultades de tipo desigualdad social, y acceso a tecnologías.

- Metas del Milenio
- Pacto Global
-

ANEXO C: LEGISLACION Y NORMATIVA PARA EMPRESAS DE SERVICIOS SANITARIOS

C.1. LEGISLACION Y NORMATIVA SANITARIA

- Ley de Tarifas de los Servicios Sanitarios Decreto con Fuerza de Ley N° 70 del Ministerio de Obras Públicas (Publicado en el diario Oficial de 30 de Marzo de 1988).
- Ley General de Servicios Sanitarios Decreto con Fuerza de Ley N° 382 de 1988 del Ministerio de Obras Públicas (Publicado en el Diario Oficial el 21 de junio de 1989).
- Ley de la Superintendencia de Servicios Sanitarios (Ley 18.902, publicada en el Diario Oficial el 27 de Enero de 1990 y sus modificaciones).
- Reglamento del decreto con fuerza de ley n° 382 de 1988, del ministerio de obras públicas referido las concesiones sanitarias de producción y distribución de agua potable y de recolección y disposición de aguas servidas y de las normas sobre calidad de atención a los usuarios de estos servicios

.2. LEGISLACION Y NORMATIVA AMBIENTAL

- Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.

El D.S. N°30 de 1997, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, fue modificado por el D.S. N°95 de 2001, del mismo ministerio. Este decreto aprobó también un texto refundido, coordinado y sistematizado que se presenta a continuación.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LA REGION Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- Ley 19300 de 1994, correspondiente a la ley de bases del medioambiente, que establece el sistema de evaluación del impacto ambiental.

C.3 INSTRUCCIONES Y CIRCULARES

En el uso de sus facultades, la SISS imparte instrucciones aplicables a los entes fiscalizados, tanto del sector sanitario como industrial, las que se encuentran en esta sección, identificándose alfabéticamente en relación al tema tratado. Contienen un resumen de la instrucción y el número y fecha del oficio mediante el cual se dispuso cada instrucción.

Los instructivos son los siguientes:

Aguas Servidas – Alcantarillado	Fuentes de agua potable
Aportes Financieros Reembolsables	Grifos
Artefactos Sanitarios	Impuestos
Bienes afectos a la Concesión	Información
Boletas de Servicio	Instalaciones domiciliarias
Calidad de Atención a Clientes	Interconexiones
Captaciones de aguas subterráneas y superficiales	Laboratorios
Cargos fijos	Materiales
Carné de instaladores	Medidores
Cloración	Multas
Coberturas	Norma Decreto Supremo SEGPRES N°90/2000
Cobros	Normalización
Comercialización aguas servidas	Notificación de suspensión del servicio
Concesiones de Servicios Sanitarios	Obligatoriedad de la conexión
Consumos	Obligatoriedad del servicio
Continuidad y calidad	Presión del agua potable
Control de calidad del agua potable	Proyectos de agua potable y aguas servidas
Corte de suministro	Reclamos
Cuentas de consumo	Refacturaciones
Derechos de aprovechamiento de aguas	Reglamento de Instalaciones Domiciliarias de AP y ALC – RIDAA
Diámetro	Residuos líquidos industriales (RILES)
Estadísticas	Sobre consumo
Estanques	Subsidio de agua potable
Exámenes	Suspensión del servicio
Expropiaciones	Tarifas
Factibilidad	Tratamiento de aguas servidas
Facturación - compendio instrucciones	Verificación del funcionamiento de medidor

