



UNIVERSIDAD DEL BÍO BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS CHANCADORAS QUE EXTRAEN
MINERALES NO METÁLICOS EN LA RIVERA DEL RIO ÑUBLE**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Alumna: CIRES GÓMEZ ALEXANDRA

Profesor Guía: Acuña Moraga Omar

Chillan 2015

Índice

Antecedentes Generales de la Investigación	2
Introducción	2
Objetivos de la Investigación	3
ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	4
Justificación Del Proyecto	5
Definición de Responsabilidad Social ISO 26000	7
Metodología	8
CAPÍTULO I	10
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	11
1.1.-Delimitación Conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial	11
1.2.-Origen del concepto Responsabilidad Social Empresarial	11
1.3.-Clasificación Teórica sobre Responsabilidad Social	12
1.4.-Teorías Instrumentales	14
Primer Enfoque	14
1.5.-Teorías Integradoras	14
Segundo Enfoque	14
Cuadro Resumen de los Cuatro Niveles.	16
1.6.-Teorías de Carácter Político	18
Tercer Enfoque.....	18
1.7.-Teoría Sobre la Ética y la Moral en los Negocios	18
Cuarto Enfoque	18
1.8.-Annan (1999) o Pacto Global de Naciones Unidas	20
Los Diez Principios del Pacto Mundial.....	22
1.9.-Conclusión de los Cuatro Enfoque Mencionados en la Investigación.....	25
1.10.-Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....	26
Responsabilidad Social Externa	30

Responsabilidad Social Interna	30
1.11.-Características de la Responsabilidad Social Empresarial	31
1.11.1.-Ética Empresarial	32
1.11.2.-Marketing Responsable	33
1.11.3Calidad de vida Laboral	33
1.11.4.-Medio Ambiente	34
1.11.5.-Compromiso con la Comunidad	35
1.12.-Stakeholders	35
Teoría de los Stakeholders	36
1.13.-Responsabilidad Social en el Mundo	36
1.14.-Responsabilidad Social en Chile	38
1.14.1.-Normas y Estándares que Regulan la RSE.....	38
1.14.2.-Derechos Fundamentales Inespecíficos.	40
1.14.3.-ISO 26000.....	41
1.14.4.-Norma SA 8000.....	43
1.15.-Organizaciones Encargadas de Fomentar y Apoyar la RSE en Chile	45
1.15.1.-Fundación Pro Humana:	45
1.15.2.-Acción RSE:	46
1.15.3.-RSC CHILE:.....	47
1.16.-Conclusión del Capítulo.....	49
 ANTECEDENTES DE LAS PLANTAS CHANCADORAS	 50
 2.1.-CAPÍTULO II: SECTOR INDUSTRIAL DE LAS PLANTAS CHANCADORAS	 51
2.1.1.-Introducción	51
2.2.-Orígenes del Suelo	52
 LOS ÁRIDOS	 53
2.3.-La industria del árido	54
 CICLO DE VIDA DEL ÁRIDO.....	 54
2.4.-Propiedades y características de los Áridos.....	56
2.5.-Tipos de extracciones.....	57
2.5.1.-Extracciones artesanales:	57
2.5.2.-Extracción Mecanizada:.....	58
2.6.-Los Áridos en el Mundo	58

2.7.-Los Áridos en Chile	59
2.8.-Proyecciones de Crecimiento para el sector de la construcción, Cámara Chilena de la Construcción.	60
COMPORTAMIENTO SECTORIAL DE LA CONSTRUCCIÓN EN CHILE Y SU DISMINUCIÓN EN EL AÑO 2014.....	63
2.9.-Legislación para la Extracción de Áridos.....	71
2.9.1.-Tratamiento Jurídico de la Industria del Árido	71
2.9.2.-Código Civil	71
2.9.3.-Código de Minería de 1983	72
2.9.4.-Normas ambientales vigentes	72
Normativa asociada al aire.....	73
Normativa asociada al ruido.....	74
Normativa asociada al agua	74
Normativa asociada al suelo	76
Normativa asociada a monumentos nacionales	76
Normativa asociada a flora y fauna.....	77
2.10.-Patentes, Derechos y otras prestaciones que deben pagarse en la Municipalidad	77
Patentes Municipales	77
Derechos Municipales	78
Excepción de pago de Derechos Municipales	78
2.11.-Ley 19.300 y el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA)	78
2.11.1.-El SEIA y la Industria del Árido	78
2.12.-Extracción de áridos en rívera del río Ñuble	80
2.13.-Actividad Empresarial	81
2.14.-Conclusión del capítulo	82
Introducción	84
3.1.-CAPÍTULO III: DIAGNOSTICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PLANTAS CHANCADORAS.	85
3.1.1.-Instrumento de medición de Responsabilidad Social	85
3.1.2.-Fechac, Autodiagnóstico de Origen Mexicano	85
Misión.....	85
Visión 2025	85

Política de calidad	86
Valores	86
3.3.-Descripción del instrumento de Autodiagnóstico para analizar las Plantas Chancadoras	88
Descripción del Instrumento	89
3.4.-Instrucciones para aplicar el instrumento de Responsabilidad Social	90
3.4.-Instrucciones de uso para el desarrollo del Autodiagnóstico	91
3.4.1.-Calidad de vida en la empresa	92
3.4.2.-Cuidado y preservación del medio ambiente	93
3.4.3.-Competitividad y relación con sus Stakeholders	94
3.4.4.-Compromiso con la comunidad.....	96
3.5.-Desempeño social por dimensión	97
3.6.-Balance Social de las Empresas, Resultados por Sección y Resultados del Sector Empresarial.	97
3.7.-Balance social de todas las empresas involucradas	114
4.1.- CAPÍTULO IV: PROPUESTAS DE ACCIÓN Y MEJORAS PARA LAS PLANTAS CHANCADORAS DEL RÍO NUBLE.	117
4.2.- Estrategias para consolidar la responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Chancadoras	117
4.3.- Modelo de gestión de Responsabilidad Social Empresarial	117
4.4.- Implementación de estrategias para superar las debilidades en el sector empresarial de las empresas Extractoras de minerales del río Ñuble	122
Dimensión Calidad de Vida en la Empresa.....	122
Dimensión cuidado y preservación del medio Ambiente.	123
Dimensión Competitividad y Relación con sus Stakeholders.	124
Dimensión Compromiso con la Comunidad.....	125
4.5.-Propuestas de mejoras por empresa	126
Conclusión	132
Bibliografía	134
ANEXOS	136

Antecedentes Generales de la Investigación

Antecedentes Generales de la Investigación

Introducción

La idea de “la responsabilidad social empresarial”, desde finales de los años noventa, comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidos instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos. Aunque este concepto es relativamente novedoso, según (Melling y Jensen, 2002), citados por (Bull, 2004); sus raíces se identifican en diversas concepciones acerca de la gestión empresarial que existen en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960, donde la responsabilidad social era considerada una obligación moral y responsabilidad personal del empresario. A partir de ese momento, han ido apareciendo en el contexto internacional diversas experiencias e iniciativas que promueven el establecimiento e implementación de nuevos códigos y normas, orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con la sociedad y el medioambiente, que contribuya por tanto, al desarrollo sostenible. “La mayoría de estas recomendaciones, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales”. Bull (2004).

La responsabilidad social empresarial es probablemente uno de los más complejos retos que la gestión empresarial ha de enfrentar, el éxito en este caso radica en la habilidad para prosperar, de una manera responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico. Teniendo en cuenta que las organizaciones no son solamente centros económicos, productores de bienes y servicios, sino también agentes socializadores, en los cuales se crean valores, patrones morales y éticos, se construyen y desarrollan procesos sociales y culturales; resulta imprescindible, en la implementación de estrategias, experiencias e iniciativas de responsabilidad social empresarial, el desarrollo y la promoción de una cultura y valores organizacionales coherentes con el modelo de la sostenibilidad, tales como apertura, participación, trabajo en equipos, colaboración, responsabilidad y procesos democráticos, solidaridad, compromiso, justicia, contribución, consenso, persistencia, equidad, sensibilidad, y honestidad. “Los valores son los creadores de la

integridad y la responsabilidad, son los forjadores del optimismo y la autoestima, y de las definiciones de quiénes somos. Se vuelven manifiestos y vivos mediante la acción, incluso la acción de la declaración sincera. Un compromiso con la línea de fondo de la ética, los valores y la integridad, contribuye al desarrollo de poderosas fuerzas relacionales, tales como comprensión, libertad, igualdad, justicia, imparcialidad, respeto, responsabilidad, moral y cohesión social, que son superiores en su propio derecho, y cuando no se cumplen, obstruyen la capacidad de alcanzar, incluso, las líneas de fondo financieras de la empresa.

Considerando toda la carga moral que se le da a las Empresas con desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial, se pretende en el trabajo de Investigación a través de un sistema de autodiagnóstico comprobar cuál es el compromiso que tienen las empresas extractoras de minerales no metálicos del río Ñuble con sus stakeholders.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

- Diagnosticar el desempeño social de las plantas chancadoras que extraen minerales no metálicos en la rivera del Río Ñuble.

Objetivos Específicos

- Elaborar marco teórico sobre Responsabilidad Social en el sector industrial de extracción de minerales no metálicos.
- Diagnosticar la Responsabilidad Social de las empresas chancadoras a través del Instrumento de Auto diagnóstico Chihuahuense.
- Sugerir medidas de acción que optimicen la Responsabilidad Social en las empresas chancadoras del río Ñuble.

Antecedentes de La Responsabilidad Social Empresarial

Esta crisis ambiental se manifiesta en la existencia y agravamiento de diversos problemas ambientales que afectan el planeta a nivel global; entre los que se encuentran, el calentamiento global de la atmósfera, el agotamiento de la capa de ozono, la contaminación del agua, el aire y los suelos, el agotamiento de la cubierta forestal, la degradación del suelo, y la pérdida de especies, en el ámbito natural; así como la acentuación de las inequidades y contradicciones entre diversos grupos humanos, el menosprecio de múltiples identidades culturales, religiosas y étnicas de minorías, el incremento del desempleo, de la exclusión y marginalidad social, la discriminación por concepto de género o raza, la pobreza, el analfabetismo, **así como las dificultades en la alimentación, la educación y la salud pública, en el ámbito social.**

(García, 2007)

Este concepto adquirió verdadera relevancia en 1987, en Nuestro Futuro Común, Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocido también como informe de la Comisión Brundtland, en la cual se definió el Desarrollo Sostenible como **“aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias”**.

En la actualidad este proyecto se articula en el marco de la globalización y del vertiginoso avance industrial, tecnológico e informativo, enfatizando la necesidad de lograr en este contexto la justicia, la satisfacción de las necesidades de todos los seres humanos

Adoptando entonces, una perspectiva sistémica del ambiente en sus dimensiones natural, social y económica, resulta indudable que apremia la incorporación de argumentos ecológicos y sociales a la planificación económica del desarrollo. Es decir, “enfrentar probablemente el más complejo reto que los negocios han enfrentado, que consiste en organizarse de manera armónica con los sistemas naturales y sociales, y asegurar prosperidad a corto y a largo plazo”. (Dixon, 2003).

Por todos estos argumentos, es evidente que la sociedad actual demanda que las organizaciones y compañías, reconozcan su capacidad de ocasionar serios impactos negativos sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial. “Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna”. (Correa, 2004).

La responsabilidad en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

“Desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea”. (González, 2004).

Justificación Del Proyecto

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que implica la obligación de las empresas e instituciones a mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética y el medio ambiente.

En este sentido, la ISO 26.000 define que los principios que deben guiar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones son la rendición de cuentas, la transparencia, el comportamiento ético y el respeto por las expectativas de los grupos de interés, el principio de legalidad, la normativa internacional de comportamiento y los derechos humanos.

El como una compañía adopta valores y criterios para dirigir y gestionar su empresa de acuerdo a los estándares legales permitiendo así un desarrollo armónico que involucra empresa, responsabilidad social y medio ambiente.

Hoy, un gran número de empresas están diseñando programas de ética, en conjunto, para que estos sean conocidos y aplicados por todos los colaboradores, poniendo énfasis en seguridad, honestidad, probidad, cumplimiento de compromiso, excelencia, sentido de cooperación, transparencia, respeto por el medio ambiente, integridad, coherencia, valoración por los demás, confianza, respeto por la vida familiar y lealtad, entre otros.

En cuanto a la calidad en la vida laboral, es necesario destacar el respeto por los derechos humanos, desarrollo de personas, equidad, diversidad, no discriminación, salud, seguridad y condiciones de trabajo, participación, conciliación, vida laboral/familiar.

Cada uno de estos aspectos juega hoy un rol fundamental en el éxito de la gestión de las organizaciones. Las principales compañías están innovando en la incorporación de prácticas para hacerse cargo de las necesidades de todos los empleados, como una forma de apoyar los objetivos del negocio y de retener a los mejores talentos. La persona está en el centro de la estrategia.

Se entiende por calidad de vida laboral como un conjunto de políticas laborales definidas por las empresas para lograr que sus colaboradores trabajen en un ambiente grato y motivador que genere intercambios abiertos y relaciones marcadas por la dignidad, cuya compensación percibida y entregada sea equitativa para ambas partes, logrando que el colaborador sienta que desarrolla un trabajo que aporta al resultado exitoso y sustentable del negocio, a la vez que alcance el equilibrio y armonía entre su trabajo, salud y vida personal.

La problemática de responsabilidad social incluye también una gestión medioambiental de protección de la naturaleza.

En Chile, dicho aspecto, debe ser enfrentado mediante iniciativas de todo orden: científico-tecnológica, jurídico-legal y de gestión.

Los directivos de las empresas tendrán una nueva agenda y buscarán un modelo de crecimiento y de progreso basado en el uso equilibrado de los recursos renovables y no renovables. Una gestión medioambiental responsable es, asimismo, vital para lograr una prosperidad futura de la sociedad.

Integrar los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial en la cadena de valor de una empresa permite optimizar su productividad, adquirir ventajas competitivas y mejorar su posición en mercados cada vez más exigentes, al mismo tiempo, agregar valor a sus procesos y servicios, lo que mejora su desempeño y la valoración por parte de los stakeholders.

El primer desafío es velar por cada una de las partes de la cadena de valor sea social y ambientalmente responsable. Y el segundo, es disminuir costos. Lo primero que se debe realizar es evidenciar las consecuencias sociales y ambientales de cada etapa de la actividad empresarial.

En la actualidad el valor de una empresa no está dado solo por la riqueza y el bienestar de ella sino que también por la contribución que hace por paliar los impactos que su operación produce en las comunidades y cómo favorece el desarrollo de las mismas.

“No existen empresas exitosas en sociedades fracasadas”, afirma Stephen Schmidheiny líder mundial del desarrollo empresarial sustentable. Es por ello que desde la mirada de la Responsabilidad Social Empresarial el panorama es claro: el crecimiento de las empresas debe estar vinculado al desarrollo de sus trabajadores y de las sociedades involucradas.

Por lo tanto, la Responsabilidad Social Empresarial apunta a considerar a los negocios como interdependientes con la sociedad y el medio ambiente. No hay un modelo único a aplicar, sino que el enfoque de cada empresa debe estar adoptado a su propio contexto y estrategia particular. El objetivo de la gestión con enfoque Responsabilidad Social Empresarial, debe considerar y generar el máximo de valor para ella y la sociedad.

Definición de Responsabilidad Social ISO 26000

La guía ISO 26.000 define la responsabilidad social como “la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas (stakeholders)

- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones

Metodología

Metodología de Investigación

El ámbito de estudio para el Seminario de Titulación es la Responsabilidad Social Empresarial, para ello se trabajará con cinco empresas cuyo rubro pertenece al de los minerales no metálicos como lo son las plantas chancadoras ubicadas en la rivera del río Ñuble las cuales serán objeto de análisis y foco principal de esta investigación.

Plantas que se visitaran:

1. Aridos Armix Ltda
2. Aridos el Boldal SA
3. Aridos Maggi Ltda
4. Aridos Cosmito Ltda
5. Productora y Comercializadora Lisola Ltda

- Para esta investigación en primera instancia se efectuará el marco teórico que consistirá en los conceptos teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial, mediante la información de fuentes secundarias, siendo necesario revisar materiales bibliográficos de libros, revistas, apuntes, folletos, artículos en sitios web, etc.
- Luego se da lugar a la descripción de antecedentes y características de las Plantas Chancadoras, la información se extraerá de fuentes primarias y secundarias. La información primaria será obtenida a través de entrevistas y encuestas que se realizarán a los trabajadores y encargados, mientras que las fuentes secundarias serán extraídas desde revistas, folletos y páginas web de las distintas plantas.

- Para la realización de diagnóstico de la Responsabilidad Social en las plantas Chancadoras, se aplicará el instrumento denominado “Instrumento de Autodiagnóstico de Responsabilidad Social” propuesto por la FECHAC (Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C.)

- Se analizará información real, después de hacer encuestas y tabulación de datos donde posteriormente se procederá a realizar un estudio sobre las relaciones de las variables cuantificadas. El nivel de investigación es de tipo descriptivo, el cual consiste en llegar a conocer la realidad de las empresas, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos productivos y relaciones interpersonales de sus trabajadores.

Capítulo I

Conceptos teóricos sobre Responsabilidad Social Empresarial

Capítulo I: Marco Teórico Responsabilidad Social Empresarial

1.1.-Delimitación Conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial

El objetivo de este capítulo es establecer una delimitación para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de introducirse en el tema de la Responsabilidad Social. Por esta razón, a continuación presentare las bases conceptuales necesarias para comenzar a comprender el tema. De esta forma, el capítulo primero presentará la siguiente estructura, en primer lugar, tendrá una reseña de los cuatro enfoques según el libro “ Responsabilidad Social Empresarial” de la Facultad de Economía y Negocio de la Universidad De Chile Publicado el año 2008, estableceremos la definición del concepto de RSE, en tercer lugar analizaremos los orígenes y su historia a través del tiempo, las características y ejes temáticos, hablaremos de los Stakeholders y finalmente se analizara la Responsabilidad Social en Chile y el mundo, normas y estándares, derechos fundamentales inespecífico, y hablaremos de las organizaciones encargadas de fomentar y apoyar la RSE.

1.2.-Origen del concepto Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial surge en Estados Unidos a finales de los años 50 y principios de los 60, a raíz de la Guerra de Vietnam y otros conflictos mundiales (como el apartheid). Despierta el interés en los ciudadanos que comienzan a creer que, a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos, están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos o con ciertas prácticas políticas o económicas éticamente censurables. Tiene un impulso importante con la aparición del libro Social Responsibilities of the Businessman, de Howar R. Bowen.

La sociedad comienza a darse cuenta del impacto de las empresas u organizaciones en su entorno y piden una mayor revisión de este efecto. Así, nace la responsabilidad social empresarial como una tendencia que no debe ser interpretada como una moda pasajera o un capricho.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), nace del cambio del modelo corporativo predominante económico a un modelo socioeconómico más amplio. El modelo económico daba más importancia a la producción, el aprovechamiento de los recursos, los intereses individuales, un rol menor para el gobierno, y un punto de vista general de las empresas como un sistema cerrado. En contraste, el modelo socioeconómico subraya la calidad general de vida, la conservación de los recursos, los intereses comunitarios, una participación activa del gobierno y un punto de vista de las empresas como un sistema abierto. El concepto de RSE asume una forma de autocontrol más que de aplicación forzada de ciertos tipos de comportamiento a partir de fuentes externas. Está estructurado para hacer que los intereses privados de las corporaciones respondan a las necesidades sociales. En cierto sentido es una alternativa a otras formas de control social como el mercado, las regulaciones gubernamentales, las actividades de los sindicatos y las presiones de los grupos de interés.

1.3.-Clasificación Teórica sobre Responsabilidad Social

Así como son muchas las teorías que explican las actividades de RSE que realizan las empresas, existen también variadas revisiones bibliográficas que buscan clasificarlas (Carroll, 1979, 1998,1999; Lantos, 2001; Garriga y Melé, 2004). Estas clasificaciones buscan entender el comportamiento de las empresas invirtiendo recursos en RSE para aquellas actividades que son de carácter económico o aquellas de carácter puramente social y éticas. Carroll (1991), por ejemplo, explica que es posible distinguir al menos cuatro tipos de acciones en responsabilidad social que gestionan las empresas:

- Responsabilidades Económicas.- se busca ser rentable para los accionistas, entregar buenos trabajos a los empleados y producir productos de calidad para los clientes.

- Responsabilidades Legales.- se busca cumplir las leyes y las reglas del juego preestablecidas.
- Responsabilidades Éticas.- se debe conducir la moral de la empresa realizando lo que es correcto y justo, evitando generar daños a terceros.
- Responsabilidad Filantrópica.- se deben hacer contribuciones voluntarias a la sociedad, dándole tiempo y dinero como una buena obra.
Por otro lado, Lantos (2001) estudia cuatro focos de compromiso de recursos en actividades de responsabilidad social:
 - Visión de generación de ganancias como fin único: esta visión está enmarcada en el ámbito económico de la RSE, en donde la generación de ganancias es el fin único de la empresa y su único deber con la sociedad es respetar las leyes vigentes (normas explícitas). Aquí la idea es generar el máximo de utilidades mientras se respeten las leyes.
 - Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado: también es una visión económica de la RSE, pero además de cumplir la ley, la empresa se entiende como una entidad que respeta tanto las leyes como las normas tácitas dadas por el entorno en que se desenvuelve.
 - Visión de bienestar social: en esta visión se lleva la ética a un nivel superior, donde la empresa debe estar consciente del daño que puede causar a la sociedad y hacerse responsable de él (gestión de externalidades negativas), integrando en esta visión las relaciones existentes con los diversos grupos de interés de una empresa.
 - Visión de empresa al servicio de la comunidad: esta visión corresponde a una visión altruista donde la empresa debe usar sus recursos de la manera más eficiente con el fin de generar bienestar en la sociedad (derramar beneficios sociales). A las dos clasificaciones anteriores se suma una tercera clasificación (Garriga y Melé, 2004) que se caracteriza por su rigurosidad formal y amplio

poder explicativo. Esta última clasificación analiza distintos trabajos de RSE en torno a cuatro grupos de teorías: Instrumentales, Integradoras, de Carácter Político, y sobre Ética y Moral. A continuación describiremos a cada uno de los grupos de teorías propuestos.

1.4.-Teorías Instrumentales

Primer Enfoque

Estas teorías se enfocan en el estudio de las actividades de RSE que permiten crear una mayor riqueza empresarial, su foco es alcanzar objetivos económicos por sobre las actividades sociales.

Las bases de la visión de Milton Friedman establece que la responsabilidad social debe recaer directamente en los individuos en sí, y no en las empresas propiamente tal, es decir, establece que la responsabilidad social entendida como una forma de generar bienestar más allá de las fronteras de la empresa no corresponde en ningún caso una obligación para la empresa ni tampoco un beneficio para ella. Según Friedman, la única obligación o responsabilidad social que posee y debe poseer una empresa es la maximización de la riqueza para sus accionistas, dentro del marco legal y las reglas del juego que hayan sido acordadas entre las partes.

1.5.-Teorías Integradoras

Segundo Enfoque

Estas teorías explican el desarrollo de actividades de RSE por el deseo de integrar diversas demandas sociales. Entre estas demandas destaca el cumplimiento de las leyes, las políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa.

Carroll establece que se debiera atender a una nueva visión unificadora de conceptos, que apunte al modo de receptividad social, el cual llama modelo de desempeño social.

Este modelo está pensado sobre la base de que existen muchas visiones distintas con respecto de la RSE y que todas son igualmente importantes. Ante esto el autor propone tres aspectos bajo los cuales analizar el desempeño social, los cuales deben estar articulados e interrelacionados. Los aspectos son: Una definición básica de Responsabilidad Social; una enumeración de los asuntos por los cuáles una responsabilidad social existe; y una especificación de la filosofía de respuesta. El autor plantea que para la existencia de una definición de RSE, que englobe todos los aspectos que se deben considerar, debe incluir las categorías económica, legal, ética y discrecional, en el sentido de “intención deliberada” del desempeño del negocio.

Cuadro Resumen de los Cuatro Niveles.

Componentes Económicos	Componentes Legales
<p>1. Es importante comportarse en una manera consistente con la maximización de ganancias por acción.</p>	<p>1. Es importante comportarse en una manera consistente con las expectativas del gobierno y las leyes.</p>
<p>2. Es importante estar comprometido con ser lo más rentable posible.</p>	<p>2. Es importante comprometerse con varias regulaciones federales, estatales y locales.</p>
<p>3. Es importante mantener una posición competitiva.</p>	<p>3. Es importante ser ciudadano corporativo observante de ley.</p>
<p>4. Es importante mantener un alto nivel de eficiencia operativa.</p>	<p>4. Es importante que una firma definida como responsable sea aquella que cumple con sus obligaciones legales.</p>
<p>5. Es importante que una firma exitosa sea definida como aquella que es consistentemente rentable.</p>	<p>5. Es importante proveer buenos productos que cumplan al menos los requerimientos legales.</p>

Componentes Éticos	Componentes Filantrópicos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Es importante comportarse en una manera consistente con las expectativas morales y normas éticas. 2. Es importante reconocer y respetar nuevas o evoluciones de norma éticas/morales y normas éticas. 3. Es importante prevenir normas éticas que comprometan el cumplimiento de las metas corporativas. 4. Es importante definir al ciudadano corporativo realizando las acciones esperadas moral y éticamente. 5. Es importante reconocer que el comportamiento integral y ético de la compañía va más allá del cumplimiento de las leyes y regulaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es importante mostrarse en una manera consistente con las expectativas filantrópicas y caritativas de la sociedad. 2. Es importante ayudar el desarrollo de las artes. 3. Es importante que los gerentes y empleados participen en voluntariados y actividades de caridad dentro de las comunidades locales. 4. Es importante ayudar a las instituciones públicas y privadas de educación. 5. Es importante ayudar voluntariamente aquellos proyectos que desarrollen una mejor calidad de vida de la comunidad. <p style="text-align: right;"><i>Fuente: Carroll 1979.</i></p>

Fuente: Carroll 1979

1.6.-Teorías de Carácter Político

Tercer Enfoque

En lo referente a las investigaciones asociadas a las teorías de carácter político, es decir, aquellas que prestan atención al poder social que adquieren las empresas en la medida que más influyen en una sociedad.

Debido al poder social adquirido, los ejecutivos son considerados personas influyentes e importantes, ya que se relacionan dentro de un ambiente de grandes corporaciones, en que sus decisiones afectan directamente a las personas. Sin embargo, los ejecutivos son también ciudadanos con intereses y visiones particulares, lo cual dificulta su rol con respecto a la labor que deben ejercer. A modo de síntesis, el autor plantea la idea de que “poder” y “responsabilidad” están estrechamente relacionados, por tanto debe existir una manera adecuada de balancearlos.

A partir de la responsabilidad que adquieren las compañías con la comunidad, es que debe existir “una especie de constitucionalismo, en donde la responsabilidad de los negocios, además de sus objetivos económicos, debe administrar sus relaciones con justicia de acuerdo al marco institucional establecido mutuamente entre todos los grupos involucrados”.

1.7.-Teoría Sobre la Ética y la Moral en los Negocios

Cuarto Enfoque

Esta vertiente pretende plasmar las bases del desarrollo de actividades socialmente responsables bajo la mirada de perseguir fines éticos o morales. Esto quiere decir que las consideraciones para realizar actividades de RSE estarán fundamentadas principalmente en parámetros de derechos universales o espirituales, y no en términos estrictamente económicos. Se destacan bajo esta mirada los valores éticos y el espíritu de servicio a la sociedad.

Freeman nos dice que debemos entender a los diversos grupos de interés, más allá de ver la competencia por los recursos dispersos y limitados, donde la razón fundamental de la actividad económica tiene que ver con la red que se forma entre los distintos actores y la colaboración y cuidado entre todos. Su visión propone que cada actor involucrado directa o indirectamente en las actividades de la empresa es parte del eslabón que agrega valor y bienestar para todos (Freeman y Gilbert, 1992). Junto con lo anterior, el autor expone dos definiciones de grupos de interés. Estas son:

- stakeholders en sentido amplio: es cualquier grupo o individuo que puede afectar los objetivos de la organización o quién es afectado por las actividades que realiza la empresa. Dentro de ellos nos encontramos con grupo políticos, grupos de presión, agencias de gobierno, asociaciones de comercio, competidores, uniones, todos los empleados, segmentos de clientes, dueños y accionistas.
- stakeholders en sentido restringido: es cualquier grupo o individuo con el cual la empresa interactúa y de los cuales depende para poder sobrevivir. Entre ellos nos encontramos con empleados, clientes, proveedores, instituciones financieras, dueños y accionistas y, en general, todos los grupos asociados en un sentido restringido.

Asimismo, Freeman clasifica a los stakeholders en dos nuevas dimensiones:

- La primera dimensión se relaciona con los intereses que tiene un stakeholder con la empresa en dos ámbitos: de capital y económico. Dueños y accionistas tienen intereses de capital. Clientes y proveedores tienen un interés económico.
- La segunda dimensión de los stakeholders tiene relación al poder, el cual va desde el poder formal de los stakeholders (poder político) hasta el poder económico de los clientes y de otros grupos directamente interesados en las actividades de la empresa.

En este sentido, se define como poder económico a la habilidad de los grupos que pueden influir en las decisiones de mercado. Asimismo, se define poder político a la habilidad de los grupos para poder afectar procesos políticos que afectan las actividades de la empresa.

1.8.-Annan (1999) o Pacto Global de Naciones Unidas

El Pacto Global nace como una iniciativa de Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas, en un discurso pronunciado ante el Foro Económico Mundial el 31 de Enero de 1999. La propuesta trae consigo la puesta en marcha de un proyecto que invita a los distintos dirigentes empresariales a sumarse a una iniciativa internacional en cuyo marco las empresas colaborarían con los organismos de las Naciones Unidas, las organizaciones laborales y la sociedad civil para promover principios sociales y ambientales de carácter universal. El primer paso operacional se lleva a cabo en Nueva York el 26 de Junio de 2000 y ha traído consigo la participación de empresas de todo el mundo a mostrar las mejores prácticas de los negocios que logren modelar una economía mundial más sostenible e inclusiva. En palabras de Kofi Annan el pacto promueve a que las empresas opten "... por sumar la fuerza de los mercados a la autoridad de los ideales universales, por conciliar la energía creativa de la empresa privada con las necesidades de los más desfavorecidos y las exigencias de las generaciones futuras"

(Annan, 1999).

El Pacto Global se propone aprovechar la fuerza de la acción colectiva para fomentar la responsabilidad cívica de las empresas de modo que éstas puedan contribuir a la solución de los retos que plantea la globalización, es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados, divididos en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción⁵. Las empresas que participan del Pacto Global entienden que son parte de un movimiento empresarial que genera mejoras en la construcción de los mercados y en la legitimización social de los

negocios, y que la participación efectiva en este movimiento logra mercados globales más estables, equitativos e incluyentes, fomentando así sociedades más prósperas.

Para el Pacto Global las empresas, el comercio y la inversión son los pilares esenciales para mantener la paz y la prosperidad en el mundo, donde acciones responsables construyen confianza y capital social que soportan un mayor desarrollo económico.

Como iniciativa, el Pacto Global es una invitación voluntaria al civismo empresarial que persigue básicamente dos objetivos:

- Incorporar los diez principios en las actividades empresariales que la empresa realiza, tanto en el país de origen, como en sus operaciones alrededor del mundo.
- Llevar a cabo acciones que apoyen los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas, como por ejemplo los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODMs).

Como se dijo anteriormente, participar en el Pacto Global implica un compromiso visible con el apoyo de diez principios universales. Estos principios son identificados como principios de consenso universal ya que se basan en la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales de trabajadores, La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, con los que las empresas deben llevar a la práctica principios éticos y valóricos asociados a los derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y corrupción.

En el siguiente Cuadro podemos ver en detalle los principios que guían el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Los Diez Principios del Pacto Mundial.

1. Derecho Humanos	2. Lucha contra la corrupción
<ul style="list-style-type: none"> • Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia. • Principio 2: Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; • Principio 4: La eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado o realizado bajo coacción; • Principio 5: La erradicación del trabajo infantil; • Principio 6: La abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
3. Medio ambiente	4. Lucha contra la corrupción
<ul style="list-style-type: none"> • Principio 7: Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental; • Principio 8: Adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; • Principio 9: Favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principio 10: Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Fuente: Elaboración en base a los Principios de "the Global Compact"

Como característica distintiva del Pacto Global nos encontramos con que los directivos de cada empresa adherida al acuerdo deben firmar un compromiso con su cumplimiento y puesta en práctica, ya que se identifica la importancia que tiene un directivo para poder llevar a cabo efectivamente el compromiso con el Pacto Global. Esto constituye una señal importante, tanto para los empleados como para los stakeholders en general, explicando que el compromiso con la ciudadanía corporativa es una prioridad estratégica y operacional.

Así, una empresa adherida al Pacto Global deberá:

- Integrar los cambios necesarios en las operaciones, de tal manera que el Pacto Global y sus principios sean parte de la gestión, la estrategia, la cultura y el día a día de la actividad empresarial.
- Publicar en el informe anual, o reporte corporativo (por ejemplo, en el reporte de sustentabilidad), una descripción de las acciones que se realizan para implementar y apoyar el Pacto Global y sus principios.
- Apoyar públicamente el Pacto Global y sus principios, por ejemplo a través de comunicados de prensa, discursos, entre otros.

Según el Pacto Global, participar de esta iniciativa trae una serie de beneficios, entre los cuales destaca que las empresas adheridas muestran liderazgo en la promoción de principios universales y de la responsabilidad cívica de las empresas para lograr que la economía mundial sea más sostenible e inclusiva, produciendo consecutivamente soluciones prácticas para problemas contemporáneos relacionados con la globalización, el civismo empresarial y el desarrollo sostenible dentro de un contexto de intereses múltiples. Además ayuda a gestionar riesgos de mejor manera, tomando una postura proactiva respecto de cuestiones críticas. Por otra parte, también permite tener acceso al entorno mundial en el que actúan las Naciones Unidas y a su poder de convocatoria ante los gobiernos, las empresas, las organizaciones laborales, la sociedad civil y otros interesados, permitiendo intercambiar prácticas recomendadas y experiencias adquiridas, mejorar la administración empresarial de las marca, la moral de los empleados y su productividad, así como la eficacia operacional.

En sí, el Pacto Global es un compromiso voluntario de las empresas que ve la responsabilidad social como parte integral de las operaciones y de la estrategia de la empresa, ya que promueve el desarrollo tanto de la sociedad como del mundo empresarial. Como tal, esta iniciativa intenta llevar a una convergencia mutuamente beneficiosa basada en principios éticos que, si en la práctica son cumplidos, los beneficios serán percibidos tanto por los stakeholders como por los directivos y dueños de las empresas.

1.9.-Conclusión de los Cuatro Enfoque Mencionados en la Investigación

El Documento Docente Responsabilidad Social Empresarial, publicado por el Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Publicado en diciembre del 2008, ilustra los distintos enfoques teóricos (Teorías Instrumentales, de Carácter Político, Integradoras, y sobre Ética y Moral) entrega una base sólida para conocer y entender en qué estado se encuentra la frontera del conocimiento respecto de los estudios sobre la RSE a nivel global.

De acuerdo con los cuatro grupos de teorías presentados anteriormente podemos ver que el foco de investigación sobre las actividades de RSE puede ser diverso. Ya sea por una razón económica, política, legal o moral, las empresas en la actualidad están desarrollando múltiples actividades que caen en las distintas definiciones de RSE y están invirtiendo una cantidad cada vez mayor de recursos con el fin de cumplir con determinados objetivos estratégicos.

Tomando en cuenta lo anterior, podemos ver que la sociedad exige a las empresas muchas formas de ser responsables, tales como cumplir con las leyes (tácitas y explícitas), cuidar de sus grupos de interés más cercanos (clientes, trabajadores, proveedores, etc.), cuidar el medio ambiente, y desarrollar actividades correctas como parte de la esencia del hombre por ser inherentemente bueno (visión religiosa de la RSE).

Existe una exigencia social para que las empresas hagan bien su negocio. Esto quiere decir que es fundamental que las empresas creen valor y no transfieran valor.

Crear valor implica un desarrollo de negocio que potencie la generación de utilidades vía aumentos en eficiencia, en innovaciones o a través de mejoras en la reputación de la empresa. Transferir valor en cambio, es generar utilidades de manera ficticia, en donde no mejora la eficiencia de un negocio, sino que los beneficios para los accionistas provienen de transferir recursos desde empleados, proveedores o clientes.

1.10.-Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

La Comisión de las Comunidades Europeas define la RSE como un concepto por el cual las compañías integran las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones de negocio y en su relación con los *stakeholders* (grupos afectados) en un fundamento voluntario.

Un concepto relacionado a este tema es el “Desarrollo Sustentable”, que es definido por Gro Harlem Bruntland como “el desarrollo que conoce las necesidades del presente, sin comprometer la responsabilidad social empresarial con la capacidad que las futuras generaciones tendrán para conocer sus propias necesidades”.

En resumen, el concepto de responsabilidad social empresarial se puede definir como, un compromiso empresarial fruto de la participación voluntaria, en el bienestar social, medioambiental, relaciones laborales, comerciales, productivas y comunicacionales.

La responsabilidad social empresarial se refiere a qué tipo de sociedad, qué tipo de país y de humanidad estamos construyendo. Surge así el concepto análogo de “Desarrollo Sustentable”, en el que las empresas justifican la responsabilidad social como la única forma de poder perdurar, conforme a las exigencias de los llamados *stakeholders*, o los grupos que potencialmente son impactados directa o indirectamente por las operaciones de las empresas, estos son los trabajadores, clientes, consumidores finales, comunidad local, accionistas, proveedores y futuras generaciones.

Para un gran número de compañías, la responsabilidad social empresarial comienza a convertirse en una parte integral de la estrategia corporativa, prácticas de operación, operaciones de negocio y desarrollo de productos. Es por ello que también se define como “Una herramienta de gestión empresarial, una nueva visión de negocios que incorpora la preocupación por el desempeño económico de la empresa y su impacto en los *stakeholders*. El desafío está en cómo introducir el concepto en la manera en que las empresas operan tanto interna como externamente. Debemos comprender que la responsabilidad social empresarial deberá estar en el ADN de cada organización, y no

como una parte anexa a ésta. La presión de la globalización, hace incrementar la expectativa en la sociedad ante la actitud social de las firmas.

Si bien podemos encontrar distintas definiciones para la Responsabilidad Social Empresarial, estas siempre convergen en los siguientes elementos:

Compromiso de las empresas: Referido a la responsabilidad o compromiso de las compañías de operar de tal forma que agregue valor a la sociedad.

Decisión voluntaria: Varias definiciones resaltan el enfoque de carácter exclusivamente voluntario de la RSE y no regulada por ley.

Beneficios para la sociedad y públicos de interés (stakeholders): Éste es un tema amplio, sin embargo algunas definiciones son específicas en listar a las comunidades, clientes, proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la compañía.

Conducta ética: La ética en estas definiciones se mueve más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocio aceptables.

Desempeño ambiental: Aunque la RSE es un concepto amplio que atañe varios aspectos de la operación del negocio en distintos ámbitos, el desempeño en el cuidado del medio ambiente es comúnmente resaltado.

Adaptabilidad: Una de las definiciones hace referencia a la importancia de adaptar la RSE al contexto y realidad de las sociedades en las que operan las empresas, es decir en diseñar un modelo de RSE que considere las particularidades del entorno en que se desenvuelven.

La responsabilidad social de la empresa supone, en sentido general, además del logro de los objetivos económicos; la aportación de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad; el cumplimiento cabal de los principios éticos, cívicos y la normatividad legal; la capacitación de los empleados, no solo en asuntos relacionados con su desempeño laboral, sino también en aspectos relacionados con el

mejoramiento personal, familiar y social; el aseguramiento de las condiciones laborales y de salud de las personas; así como la consideración de las decisiones en función de cuestiones éticas y ambientales. Según González (2005), las acciones que se pueden realizar en una empresa u organización, en los esfuerzos por desarrollar una verdadera responsabilidad social empresarial y contribuir con ello al desarrollo sostenible, deben orientarse hacia:

- Tener una política de uso racional de los recursos que evite el derroche,
- minimiza los problemas de basura e impacto ambiental por esta causa.
- Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.
- Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible.
- El manejo ético de la imagen de los productos en los diferentes medios Publicitarios.
- Crear sistemas de aislamiento de la contaminación, del ruido, de la generación de olores que creen molestia y similares a los vecinos del sector.
- Encargarse de algunas zonas verdes de la comunidad.
- Apoyar actividades de servicio comunitario del sector, escuelas, parques, deportes y otros, en la medida de sus capacidades.
- Mejorar procesos productivos no contaminantes.
- Crear sistemas de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente por la contaminación de chimeneas u otras formas que afectan el suelo, el aire y las aguas.

- Patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales, ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad.
- Patrocinar eventos comunales, de organismos cívicos, de voluntariados y similares.
- Invertir en investigaciones sociales, en la capacitación integral de los empleados.
- En procesos de retiro o desvinculación, invertir en la preparación del grupo de personas afectadas, para que se preparen en un nuevo estilo de vida, ayudando a abrir la visión y enseñando a manejar el poco capital con que cuentan. Indudablemente son muchas las acciones que pueden realizar las empresas como parte de sus estrategias y programas de responsabilidad social empresarial; dirigidas hacia el respeto por los derechos humanos, la libertad de asociación, el derecho a un sitio de trabajo seguro y sano, la compensación adecuada, la no discriminación, el respeto a la dignidad de las personas, el apoyo programas de salud pública y el control de los impactos ambientales.
- Permitir la cooperación entre diferentes grupos de interés de la empresa; facilitar la identificación de soluciones prácticas a los problemas a través de diálogos, proyectos de aprendizaje y de alianzas; Informar, motivar e incentivar la participación de otras empresas en los programas de responsabilidad empresarial; capacitar acerca de esta temática; contribuir a la creación de una cultura de responsabilidad social empresarial; promover el diálogo y el aprendizaje mediante el intercambio de las experiencias concretas y buenas prácticas de las empresas.

La Responsabilidad Social Empresarial se divide en dos áreas; una interna y otra externa, que se describen de la siguiente manera:

Responsabilidad Social Externa

Por una parte la responsabilidad social empresarial externa, se refiere a acciones, políticas y programas orientados a la comunidad, a cualquier grupo o problema social, no directamente relacionado con la empresa mediante una relación contractual o económica.

Alguna de estas acciones es:

- Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que generan costo para la empresa: apoyar actividades desarrolladas en escuelas, patrocinar parques, hacer donaciones, etc., lo que dependerá de la fortaleza financiera de la empresa.

- Acciones responsables hacia la comunidad y clientes que no genera costos para la empresa (o son mínimos): tener una política de uso racional de recursos; crear una cultura de reciclaje; respetar espacios públicos; mantener la empresa limpia y presentable; participar en la acción comunal (junta de vecinos, eventos sociales, etc.); no sobornar, no comprar artículos ilegales; contratar limitados físicos o gente excluida laboralmente; no participar de actividades que atenten contra la moral; realizar publicidad que no induzca a hábitos negativos, al contrario, promover valores éticos, crear sistemas de aislamiento de la contaminación acústica y de generación de olores desagradables; invertir en investigaciones sociales; patrocinio de deportistas, eventos comunales, etc.

Responsabilidad Social Interna

La Responsabilidad Social Interna de la empresa incluye en sus análisis diferentes aspectos del funcionamiento interno de las instituciones, considerando temas como: la responsabilidad económica de la empresa para con sus accionistas o dueños, los recursos humanos, cultura organizacional, proyección, infraestructura e imagen. Habla de la relación de las empresas con sus trabajadores, y del impacto que tienen los niveles y las condiciones de trabajo sobre quienes lo realizan. Al mismo tiempo busca

integrar de forma más concreta a los trabajadores con las empresas, otorgando un sentido de compromiso con la organización, motivando y entregando mayor seguridad e integridad para los trabajadores. Es importante recalcar que los deberes sociales internos de las empresas están sujetos a distintos organismos y tratados, tanto a nivel nacional como internacional.

Podemos decir que la responsabilidad social interna de la empresa se refiere al desarrollo de acciones, políticas y programas relacionados a dos aspectos:

- La responsabilidad económica de la empresa para con sus accionistas o dueños.
- La responsabilidad de la empresa en materia laboral, para con los trabajadores y sus familias.

1.11.-Características de la Responsabilidad Social Empresarial

Según Roberto Rabouin, de ADEN Business School, “el principal y mayor beneficio es hacer lo correcto y el que no lo ve así, no está entendiendo la RSE. Podemos hacer de nuestros trabajos lugares para ganar dinero o lugares donde desarrollarnos como personas, es nuestra decisión. De hecho, se pueden hacer ambas cosas y ser socialmente responsables. Las prácticas de RSE benefician a la gestión de la empresa, a la gestión y satisfacción del recurso humano y al ámbito donde la empresa actúa. A todos en definitiva.”

Los empleados se sienten más motivados y comprometidos porque saben que trabajan en una organización que se interesa por ellos. En consecuencia, su rendimiento sube. Los socios, por su lado, sienten que sus intereses no son descuidados y, al mismo tiempo, colaboran en mejorar a su entorno y a la comunidad.

La responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicionalmente simplemente como filantropía. Hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer 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.

A su vez, la búsqueda de los objetivos corporativos ha llevado a definir un campo de acción de las prácticas sociales, enfocando estas iniciativas dentro de cinco áreas temáticas de Responsabilidad Social Empresarial, las cuales corresponden a “*Ética Empresarial*”, “*Marketing Responsable*”, “*Calidad de Vida Laboral*”, “*Medioambiente*” y “*Compromiso con la Comunidad*”.

1.11.1.-Ética Empresarial

Ética empresarial es el conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a todos los entornos en condiciones que supone respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte.

La mayoría de las empresas han desarrollado un código de ética con la finalidad de combatir: La corrupción, El hostigamiento laboral, La difamación, Los anuncios engañosos.

Principios éticos adoptados por algunas empresas hoy en día
Responsabilidad hacia el ambiente, Intolerancia hacia la discriminación por: Raza, Color, Religión, Sexo, Edad, Impedimento Físico, Respetar las necesidades y derechos de los empleados

Tener visión Mantener un ambiente seguro y saludable Mantener una política contra el hostigamiento sexual, el tema de la ética es muy importante ya que hay empresas que fracasan por no tenerla y decepcionan a los clientes y a los empleados. Tenemos que ser responsables, respetuosos y dispuestos con las personas, pues la ética no solo es importante en el ambiente de trabajo sino en nuestro diario vivir.

1.11.2.-Marketing Responsable

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, la privacidad de los consumidores, la seguridad de los productos, entre otros. A esto se suma el hecho de que las compañías están expuestas al creciente escrutinio por parte de los consumidores y de las organizaciones no gubernamentales, y a la globalización de la opinión pública.

Aún cuando los empresarios deben satisfacer primero los requerimientos básicos de los consumidores, tales como precio, calidad, apariencia, sabor, disponibilidad, seguridad y conveniencia, existen otros factores del mercado que están tomando gran importancia.

La globalización del comercio y de la competencia ha situado el valor de las empresas y de las marcas no sólo como un asunto de confianza sino también como una decisión de lealtad y compromiso de los consumidores.

Este nuevo tipo de relación ha llevado a las empresas a examinar sus operaciones considerando, cómo ellos pueden ser percibidos, directa o indirectamente, por sus consumidores y otros stakeholders.

1.11.3Calidad de vida Laboral

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.

Los dramáticos cambios que caracterizan la Nueva Economía están remodelando el ambiente laboral. La competencia internacional requiere corporaciones innovativas, diversas y flexibles. Adicionalmente, los consumidores e inversores hacen una fuerte presión para que las empresas generen ambientes de trabajo justos, productivos y potenciadores.

La cobertura que realizan los medios de comunicación de los asuntos relacionados con la calidad de vida en las empresas se ha incrementado y realizan un seguimiento al desafío que significa realizar continuos cambios, así como el generar oportunidades equitativas y no discriminatorias en el lugar de trabajo.

1.11.4.-Medio Ambiente

Se entiende por medio ambiente al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad. Comprende el conjunto de valores naturales, culturales y sociales, existentes en un lugar o en momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras, es decir implica la relación entre seres vivos, objetos, suelo, agua, aire y elementos tan intangibles como la cultura.

El medio ambiente es, entonces. El conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas (definición de la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente en Estocolmo 1972)

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. 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 de todas sus asignaciones y recursos.

1.11.5.-Compromiso con la Comunidad

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.

1.12.-Stakeholders

Como señalo Friedman (1970), los tipos de stakeholders en si son los accionistas, pero Navarro (2008) dice que existen numerosos stakeholders, donde a su vez los agrupa en distintos tipos como se señalan en las siguientes tabas.

Stakeholders Internos: Son aquellos vinculados de manera directa a la empresa u organización, los cuales pueden ser los accionistas, socios, directivos, sindicatos, socios estraégicos, trabajadores, etc.

Stakeholders Externos: Pertenecen a los grupos de interes que nos estan vinculados orgánicamente a la empresa, como son el estado, grupos de presión, ONGs, competidores, consumidores, etc.

Teoría de los Stakeholders

Freeman (1984) plantea que la Teoría de los Stakeholders es cuando la empresa al buscar maximizar sus beneficios, empieza a buscar contratos multilaterales con sus grupos de interés que están a su alrededor.

Es por eso que Freeman (1984) para poder buscar ese objetivo, donde además agrega que nunca se debe separar de la ética de la economía, se enfoca en dos preguntas como son ¿Cuál es el propósito de la empresa? y ¿Qué responsabilidad tiene la empresa con sus Stakeholders?, para tomar con una mejor decisión, quienes son sus grupos de interés más importantes.

Pero no solamente de obtención de maximizar sus beneficios es lo que busca la empresa, sino que también necesita de un beneficio social, por lo cual Goodpaster (1991) señala que el beneficio está dado por tres niveles como son: 1) el estratégico, que aconseja “tener en cuenta” los intereses de los implicados (no propietarios) como medio para conseguir los objetivos económicos de la empresa, 2) el multifiduciario, que, ya en el plano moral, atribuye una responsabilidad fiduciaria a los directivos de la empresa frente a todos. los stakeholders, propietarios o no, en igualdad de condiciones, para la obtención de un beneficio social y 3) la “Nueva Síntesis” , que distingue entre unas obligaciones fiduciarias frente a los propietarios y otras no fiduciarias y restringidas frente a los demás implicados, con el objetivo de cumplir con un beneficio social y económico.

Por lo tanto se ve que la teoría de los stakeholders se refiere al contacto que deben tener las instituciones para que estas tengan beneficios tanto tangibles como intangibles, donde a su vez, los grupos de interés también deben recibir un beneficio social.

1.13.-Responsabilidad Social en el Mundo

Luego de los inicios de la Responsabilidad Social en la década de los 50', 60' y 70', estos comenzaron a adoptar un estándar a nivel mundial, donde países como Reino Unido, Estados Unidos y Canadá, fueron pioneros en la implementación de dicho concepto (Acción RSE, 2003). Entonces a partir de la década de los 90' surge como

presión la Responsabilidad Social dado hacia las empresas, donde los accionistas, inversionistas, trabajadores, consumidores, ONG y sindicatos gatillaron lo que es que una institución no produzca solamente, sino que también apoye y preserve lo que se encuentra a su alrededor, como es la sociedad.

Dado esto, es que la Responsabilidad Social ha tenido un apoyo no solamente empresarial, sino de varias iniciativas, agrupaciones y organismos tanto privados como públicos frente a la RS.

En julio de 2000, se modifica en el Reino Unido, la Ley de Pensiones, requiriendo la divulgación de inversiones socialmente responsables a las instituciones del rubro pensionario. Además en la misma fecha, se lanza en las Naciones Unidas el Global Compact, el cual tiene como objetivo primordial comprometer a la comunidad de negocios con nuevos principios de desarrollo sostenible en temas como los Derechos Humanos, Normas Laborales y el Medio Ambiente.

Luego en el año 2001 surgen distintas agrupaciones como estrategias para llevar a cabo la RS. En enero de ese año, la UE (Unión Europea) comienza a desarrollar una estrategia de RS para Europa, donde coincidentemente en el mismo mes se produce en el Reino Unido, la revisión de la ley de sociedades, promoviendo mayor “accountability” por impactos sociales y ambientales. Pero es en Agosto en que se promueve por primera vez una agrupación en dicho país, llamada Asociación de Aseguradores Británicos, los cuales emiten guías de revelación de inversiones socialmente responsables.

Ya en el 2002, en el marco de la celebración del World Economic Forum (WEF), los países miembros suscriben una declaración de ciudadanía corporativa, que consiste en un marco de acción para que una institución tanto pública como privada adopte la RS con cuatro pasos a seguir, que son establecer el liderazgo, definir el significado de RS en la institución, establecer e implementar propuestas y políticas y dar a conocer de manera transparente dichas acciones. Pero es en el mes de abril de 2002, donde el GRI (Global Reporting Initiative (GRI), se convierte en una institución permanente en lo que respecta a la RS.

En el mundo actual, todas las instituciones y empresarios saben que no es solamente hacer negocios a una escala global, sino que además estas se deben preocupar, dado

el escenario complejo y cambiante del mundo, conjugar los aspectos ambientales, sociales y económicos.

1.14.-Responsabilidad Social en Chile

1.14.1.-Normas y Estándares que Regulan la RSE

Existen diversas normas y certificaciones que conciernen la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE). Estas permiten garantizar un correcto funcionamiento de las instituciones y entregan diferentes beneficios, tanto para los trabajadores como para el entorno social. Lo más importante en materia de regulaciones, es que permiten mejorar la relación entre las empresas y sus trabajadores, además de la relación con el Gobierno y la comunidad. Es una forma de hacer más responsable el negocio, cosa que las empresas chilenas de a poco han ido incorporando a su estrategia.

La legislación chilena pone énfasis en la solución de las necesidades sociales. Abarca varios aspectos de la RSE, entre los que encontramos la Ética Empresarial, Medioambiente, Compromiso con la Comunidad, Marketing Responsable, y Calidad de Vida Laboral. Éste último es un tema esencial que concierne la Responsabilidad Social Empresarial Interna de las Empresas.

Cuando hablamos de calidad de vida laboral, hacemos referencia a las políticas de la empresa que involucra los recursos humanos de la misma. En este contexto encontramos temas como las remuneraciones y compensaciones, diversidad, jornada laboral, seguridad en el trabajo, salud, flexibilidad y bienestar de los trabajadores. De la misma forma se incluyen aspectos ajenos a la empresa pero que también afectan a los trabajadores, como es el cuidado de sus dependientes y los beneficios domésticos que puedan existir. Las empresas más importantes elaboran políticas y normas que avalen la calidad de vida de sus trabajadores, buscando satisfacer y respetar las necesidades de cada uno. Estas políticas son las que permiten a las grandes empresas atraer a los mejores talentos y profesionales, otorgando estabilidad interna y manteniendo un personal motivado e integrado con los objetivos de la empresa. La apertura a mercados internacionales ha dado una referencia de empresas que generan ambientes de trabajo

productivos y justos, cada vez mostrando mayores y mejores indicios de flexibilidad laboral.

Acción RSE, organización empresarial chilena cuyo fin es promover las buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social, publica en su página web, el listado de las leyes que conciernen la calidad de vida laboral en Chile, presentado a continuación:

- Integración social de personas con discapacidad. Ley 19.284, 14 de enero de 1994.
- Instituciones de Salud Previsional ISAPRES. Ley 18.933, 9 de marzo de 1990.
- 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 2.763 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 19.404, 21 de agosto de 1995.
- Ley sobre Trabajadores Temporeros. Ley 19.988, 18 de diciembre de 2004.
- Ley sobre Trabajo Extraordinario. DFL 1.046, 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 20.001, 5 de febrero del 2005.
- Registro Nacional de Discapacidad. Ley 19.284 Título 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, 03 de septiembre de 2004.

- Organizaciones Sindicales y Negociación Colectiva. Ley 19.069, 30 de julio de 1991.

- Ley de Medicina Preventiva. Ley 6.174, 9 de febrero de 1938.
- 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.
- Ley de ingreso mínimo semana corrida y remuneraciones variables. Ley 20.281 y otras, 2008.

1.14.2.-Derechos Fundamentales Inespecíficos.

Para el caso de nuestro país, la Constitución contempla un importante catálogo de derechos inespecíficos, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Derecho a la integridad física y psíquica (artículo 19 N° 1)
- Derecho a la igualdad y a la no discriminación (19 N° 2 y 16)
- Libertad de conciencia y de religión (artículo 19 N° 6)
- Derecho al honor y a la intimidad personal (artículo 19 N° 4)
- Inviolabilidad de las comunicaciones (artículo 19 N° 5)
- Libertad de opinión –expresión- e información (artículo 19 N° 12)
- Derecho de reunión (artículo 19 N° 13)
- Libertad para el ejercicio de actividades económicas (artículo 19 N° 21 y 22)

En el ámbito legal, el Código del Trabajo en su artículo 5º, modificado por la Ley 19.759, consagra la función limitadora que tienen los derechos inespecíficos, señalando que el ejercicio de las facultades que la ley reconoce al empleador, tiene como límite el respeto a las garantías constitucionales del trabajador, en especial cuando pudieran afectar la intimidad, vida privada o la honra de éstos. Esta materia ha sido ampliamente difundida por la doctrina laborista moderna en lo que se ha denominado “Ciudadanía Laboral”. El trabajador tiene derechos básicos, entre los cuales uno fundamental es que su vida privada sea respetada, ello significa que el trabajador es un ciudadano más al interior de la empresa y por lo tanto se le deben respetar todos sus derechos básicos.

La Dirección del Trabajo de Chile, define los derechos fundamentales (inespecíficos) de la siguiente forma: “Son aquellos derechos inherentes a la persona, reconocidos

legalmente y protegidos procesalmente”. También pueden conceptualizarse los derechos fundamentales como aquellos derechos subjetivos, que corresponden a todos los seres humanos dotados de status de personas, de ciudadanos o personas con capacidad de obrar.

La Dirección del Trabajo establece que en la empresa, dada la situación de jerarquía y subordinación del trabajador, pueden verse seriamente afectadas la intimidad y vida privada del trabajador, el honor y la propia imagen, el pensamiento ideológico (político, religioso, etc.), la libertad de expresión, el derecho a no ser discriminado, etc., derechos todos respecto de los cuales, el trabajador es titular al ser ciudadano. Se trata pues, de derechos de consagración constitucional que no son estrictamente laborales y que pueden ser ejercidos fuera del ámbito de la empresa, pero también dentro.

La Dirección del Trabajo establece que el titular de estos derechos, cuando se ve vulnerado dentro de la empresa tiene la facultad de exigir su respeto y observancia, pudiendo acudir para ello al órgano administrativo competente, sin perjuicio de recurrir a los Tribunales de Justicia, a quienes les corresponde en última instancia proporcionar el amparo de estos derechos. Para ello deberá acudir a la Inspección del Trabajo competente, que corresponde a aquella en la cual se encuentra territorialmente ubicada la empresa o donde materialmente desarrolla las funciones el trabajador afectado en sus derechos fundamentales.

1.14.3.-ISO 26000

El surgimiento de instrumentos específicos, la masificación de la RSE y la ampliación de su ámbito de influencia determinaron la necesidad de contar con directrices que guiarán a las organizaciones en sus esfuerzos por vincular el desarrollo productivo con los intereses de la sociedad y medio ambiente, y que a la vez sirvieran para que la comunidad y los grupos de interés evalúen el comportamiento de las empresas. En el 2004, la International Standards Organización (ISO), asumió este desafío y comenzó a trabajar, de manera participativa, en la ISO 26000, la guía que debiera aportar los elementos que hacen operativa la Responsabilidad Social y que hasta el momento se espera, sea implementada a partir del último trimestre del 2010, según el Instituto Nacional de Normalización.

Sera una norma que emitirá lineamientos en materia de Responsabilidad Social, dirigida a guiar y garantizar aspectos humanos, abarcando temas tan amplios como el respeto a los derechos humanos, la diversidad cultural, el cuidado del medio ambiente, las diferencias socioeconómicas, la preocupación por los consumidores y las buenas prácticas laborales, no incluirá requisitos ya que no tiene el propósito de ser certificatoria, regulatoria o de uso contractual, si no al contrario, será de uso voluntario.

El alcance de la norma será el siguiente:

- Asistir a las organizaciones en la orientación de sus políticas de RS en lo referido a las diferencias en materia cultural, ambiental, y legal, además de condiciones económicas de desarrollo.
- Proveer de una guía práctica relacionada a la operacionalización de RS, identificar y comprometerse con los stakeholders, e incrementar la credibilidad de los reportes y declaraciones hechas sobre RS.
- Poner el énfasis en el rendimiento y mejora de los resultados.
- Incrementar la confianza y satisfacción de las organizaciones entre sus clientes y otros stakeholders.
- Ser consistente y no actuar en desacuerdo con los documentos ya existentes, convenios internacionales y estándares ya existentes.
- No estar intencionado a reducir la autoridad del gobierno en la dirección de RS de las organizaciones.
- Promover la terminología común en el campo de RS, y ampliar la conciencia en estas materias.

Su Objetivo:

- 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 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.

Beneficios consecuentes de su aplicación:

- Facilitar el establecimiento, implementación, 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).
- 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), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

1.14.4.-Norma SA 8000

La norma *Social Accountability* 8000 (SA8000) ha sido desarrollada por la organización *Social Accountability Internacional* (SAI), institución sin fines de lucro, fundada en

Estados Unidos en el año 1997, cuya finalidad es mejorar el ambiente de trabajo y evitar transgresiones a las normas laborales, está dedicada al desarrollo, la implementación y el control de normas de responsabilidad social verificables y voluntarias.

Es una norma universal, integral, global y verificable para auditar y certificar el cumplimiento de la responsabilidad corporativa. Se aplica tanto a empresas pequeñas como a las grandes que desean demostrar a los clientes y a otros terceros interesados que sí le importa el bienestar de sus empleados. La esencia de la norma es la creencia de que todo lugar de trabajo debe ser administrado de manera tal que estén garantizados los derechos humanos básicos y que la gerencia está preparada para asumir la responsabilidad por ello.

La norma SA8000 creada con el fin de asegurar el respeto a los derechos humanos por parte de las empresas, desarrollo, entre otros, los siguientes estándares que conciernen aspectos de índole laboral y social:

- Trabajo Infantil
- Control de contratistas y subcontratistas
- Trabajo forzoso
- Salud y seguridad en el trabajo
- Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
- Discriminación
- Horario de trabajo
- Remuneraciones

De la misma forma, especifica requisitos que toda compañía debe desarrollar, mantener y aplicar en sus principios y procedimientos, y debe demostrar a las partes interesadas el cumplimiento de los mismos.

Como se ha podido apreciar, la preocupación y el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, específicamente en su enfoque interno, ha llevado al surgimiento de diversas instituciones y organismos alrededor del mundo que velan por el cumplimiento y estandarización de las normas de trabajo. En Chile, la preocupación y gestión de los estándares mundiales ha ido cobrando importancia en los últimos años.

1.15.-Organizaciones Encargadas de Fomentar y Apoyar la RSE en Chile

1.15.1.-Fundación Pro Humana:

Fundación sin fines de lucro, creada el año 1998, que busca infundir en la sociedad chilena una cultura de responsabilidad social. Reconoce las capacidades y recursos con que cuentan las personas como motores del desarrollo de la sociedad. Sus áreas de acción son: la investigación y desarrollo de conocimientos, sensibilización de actores en el tema de la responsabilidad social empresarial y ciudadanía, promoción de espacios de diálogo, constitución y coordinación de redes y aporte a la elaboración de propuestas legislativas.

Su Visión es:

Contribuir con nuestro trabajo a una sociedad donde las personas convivan en armonía con el medioambiente, la diversidad cultural y aquellos mínimos éticos necesarios para alcanzar un modelo de desarrollo sustentable y paz social. Para lograr lo anterior debemos propiciar condiciones que permitan un capitalismo inclusivo y el respeto a la dignidad humana.

Su misión es:

“Construir una cultura de Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana en Chile, promoviendo una actitud proactiva en las personas, instituciones y empresas. Ello mediante el logro de conocimientos, la creación de espacios de diálogo que recojan la diversidad, y la generación de acciones específicas trisectoriales.”

Sus objetivos son:

Liderar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana en Chile, articulando a las organizaciones interesadas, en un marco de cooperación y reciprocidad, que permita configurar una red que investigue y aplique los conceptos ligados a la Responsabilidad Social, tanto a nivel nacional como internacional.

La organización pretende así, buscar y generar herramientas que mejoren las condiciones y la calidad de vida de las personas, reemplazando la visión paternalista y

la labor asistencial que existen en nuestra sociedad por una mirada que le dé espacio a la promoción humana y a la Responsabilidad Social.

Pretende lograr que se reconozcan todas las capacidades y recursos con que cuentan las personas, como motores de un vehículo que se encamina hacia el desarrollo propio y el de toda la sociedad.

Por último intenta además, que la sociedad chilena se encamine hacia el desarrollo integral de las personas y el reencuentro consigo mismas para colaborar de esta manera en el logro de la dignidad y el amor al ser humano.

1.15.2.-Acción RSE:

Es una fundación sin fines de lucro, creada en Mayo de 2000, que surge como respuesta a la necesidad de contar con un referente nacional en el desarrollo de herramientas, conocimientos, intercambio de experiencias, formación y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las compañías que operan en el país.

Su visión es:

“Ser el líder y referente para las empresas en materia de desarrollo empresarial sustentable”

Su Misión es:

“Movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a administrar sus negocios de forma socialmente responsable, generando así un desarrollo sustentable.”

Sus objetivos son:

Promover la Responsabilidad Social Empresarial, incorporando las buenas prácticas en la gestión de las empresas a través de cinco áreas de acción:

- Ética y Gobierno Corporativo
- Calidad de Vida Laboral
- Medio Ambiente
- Clientes y Cadena de Valor
- Comunidad

Desarrollar capacidades en la implementación de la RSE para que esta atraviese transversalmente las organizaciones y se convierta en parte de las actividades principales (*core business*) de la empresa, alcanzando de este modo su verdadero sentido.

Generar herramientas y proyectos que aumenten el conocimiento y faciliten la difusión de la temática, la incorporación de la RSE en la empresa y el intercambio de experiencias y conocimientos.

Incorporar la responsabilidad social en la agenda pública para que su implementación en el negocio genere efectivamente competitividad y sea una variable a favor en el desempeño financiero de las empresas.

1.15.3.-RSC CHILE:

RSC es una organización de interés público creada el año 2007, sin fines de lucro, inspirada en los principios de la democracia, el pluralismo y la justicia social, que persigue la promoción del desarrollo sustentable.

Su visión:

Ser una herramienta vital para la comunidad en el desarrollo, conocimiento y masificación de la Responsabilidad Social Corporativa.

Su misión:

Es la de movilizar, sensibilizar y ayudar en la creación de conciencia, en los distintos actores sociales involucrados en el quehacer económico, sobre la importancia del desarrollo sustentable y con respecto a los derechos humanos y al medio ambiente

Sus Objetivos:

Crear una instancia de conocimiento y debate sobre la responsabilidad social corporativa, a través de seis planos de actuación:

- Derechos Humanos
- Gobierno Organizacional e Involucramiento de la comunidad
- Temas comerciales y de marketing relacionados
- Prácticas Operacionales Justas
- Medio Ambiente y Consumidor
- Prácticas Laborales

Implementar y reproducir las oportunidades de difusión y publicación de conocimiento y experiencia, mediante la participación de la comunidad. Aportar con herramientas, conocimiento, intercambio de experiencias, formación y promoción de la Responsabilidad Social empresarial en las empresas, consumidores y la comunidad en general.

Promover la educación ambiental, el desarrollo social y la protección del medio ambiente, a través del fomento de la participación ciudadana, el desarrollo sustentable local y las relaciones entre empresas y comunidades.

1.16.-Conclusión del Capítulo

Además de contribuir a la sociedad, a la conservación y protección de los recursos naturales y al medio ambiente en general; la responsabilidad social empresarial resulta con frecuencia también favorable para la empresa en términos económicos; representando una inversión que repercute en beneficios financieros, produciendo retornos en utilidades a largo y mediano plazo.

La responsabilidad social empresarial favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento; se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados; se incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad; se reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas". (Correa, 2004).

En conclusión podemos decir que la Responsabilidad Social Empresarial, es, en gran parte, la mejor opción a considerar por los altos ejecutivos de las industrias de nuestro país, ya que esto genera creación de valor para sus organizaciones, una mejor calidad de vida para sus colaboradores y una mejor relación con sus stakeholders en general.

Capítulo II

Antecedentes de las Plantas Chancadoras

2.1.-Capítulo II: Sector Industrial de Las Plantas Chancadoras

2.1.1.-Introducción

El árido es un bien natural renovable que se nos entrega en distintas formas y en diferentes lugares a lo largo del país, El hombre siempre ha utilizado este material en distintas aplicaciones generalmente relacionadas con el ámbito de la construcción y montajes y se conoce su importancia principal en la conectividad del orbe por la construcción de carreteras. Desde la prehistoria hay ejemplos de su aplicación en el empleo de bloques para construir viviendas destinadas a proteger de los efectos del clima. En América también los incas y aztecas construyeron puentes, caminos edificios y templos con grandes bloques de roca y áridos pequeños.

En la antigüedad, la civilización egipcia utilizaba la arena para medir el tiempo, con los relojes de arena, los griegos y los romanos empleaban estos materiales para diseñar especie de edificios muy parecido al trabajo que hoy realizan ingenieros, constructoras y maestros, involucrados en el tema de la construcción de infraestructuras. La cúpula del panteón de Agripa en Roma es una prueba de ello, el Arquitecto e Ingeniero Romano Vitruvio diseño Cisternas para almacenar agua y lo realizo con esta materia prima.

Los esclavos y los presos en la antigüedad eran condenados a trabajar en estas canteras para picar las rocas en condiciones muy difíciles, se calcula que a mano era posible triturar unas 125 toneladas al año, hoy en días las modernas e imponentes plantas chancadoras hacen que este trabajo sea menos penoso y más productivo.

Desde la Revolución Industrial, a la fecha, ha habido grandes avances tecnológicos y científicos y se ha ideado infinidad de sistemas y materiales de construcción, sin embargo no se ha descubierto aun un material que supla los agregados pétreos ni en la economía de su producción ni en la docilidad para trabajar.

Se han diversificado considerablemente las aplicaciones de estos para satisfacer las crecientes necesidades de la humanidad. Actualmente el consumo de áridos es

extraordinariamente masivo en todo el mundo, generando en regiones el agotamiento de los yacimientos aprovechables.

En Chile la actividad ha tenido una evolución marcada principalmente por la presión que ejerce el mercado, con una demanda creciente del recurso desde el sector construcción. En ellos está comprometida toda la infraestructura del país a través de sus obras públicas y privadas y por esto son de gran influencia en el desarrollo de las ciudades de todo el país.

Un problema importante y no considerado en las explotaciones de áridos es el enorme daño que recibe el suelo y el entorno natural en que se extraen, y la poca conciencia que existe en los individuos y empresas que manejan la industria. En muchos países existe normativa que protege el ambiente, pero tanto en ellos como en Chile existe poca o nula fiscalización e investigación al respecto.

La fiscalización debiera partir con un plan regulatorio de parte de las entidades competentes en el tema y a su vez con un plan ético de Responsabilidad Social Empresarial llevado a cabo desde el interior de las organizaciones, aplicada a las plantas chancadoras existentes en la región, provincia, comunas y muy específicamente, en las situadas en la rivera del río Ñuble, que lleve a estas organizaciones a ver y medir los efectos colaterales que provocan, tanto con sus trabajadores y en el medio en el que desarrollan su actividad empresarial.

2.2.-Orígenes del Suelo

El suelo es el sistema estructurado, biológicamente activo, que se desarrolla en la superficie de las tierras emergidas por la influencia de la intemperie y de los seres vivos. Es una delgada capa de materiales no consolidados orgánicos e inorgánicos, que cubre la mayor parte de la superficie y que ha sufrido transformaciones debido a los efectos ambientales del clima (temperatura y agua), los efectos de los macro y microorganismos, la topografía, el tipo de material rocoso y el tiempo cronológico.

Pero para que esta formación exista, es necesario un largo y complejo proceso de descomposición de las rocas, en el cual intervienen factores físicos, químicos y

biológicos. La interacción de estos provoca la desintegración de los minerales que, unidos a los restos de animales y plantas en forma de materia orgánica, originan el suelo.

El suelo puede formarse y evolucionar a partir de la mayor parte de los materiales rocosos, siempre que permanezcan en una determinada posición, el tiempo suficiente para permitir las anteriores etapas.

La estructura de un suelo es: la distribución o proporciones que presentan los distintos tamaños de las partículas sólidas que lo forman, y son:

- Materiales finos (arcillas y limos), de gran abundancia en relación a su volumen.
- Materiales medios, formados por arena.
- Materiales gruesos, entre los que se encuentran fragmentos de la roca madre, aún sin degradar, de tamaño variable, o áridos gruesos. (MOP, 2001)

Los áridos

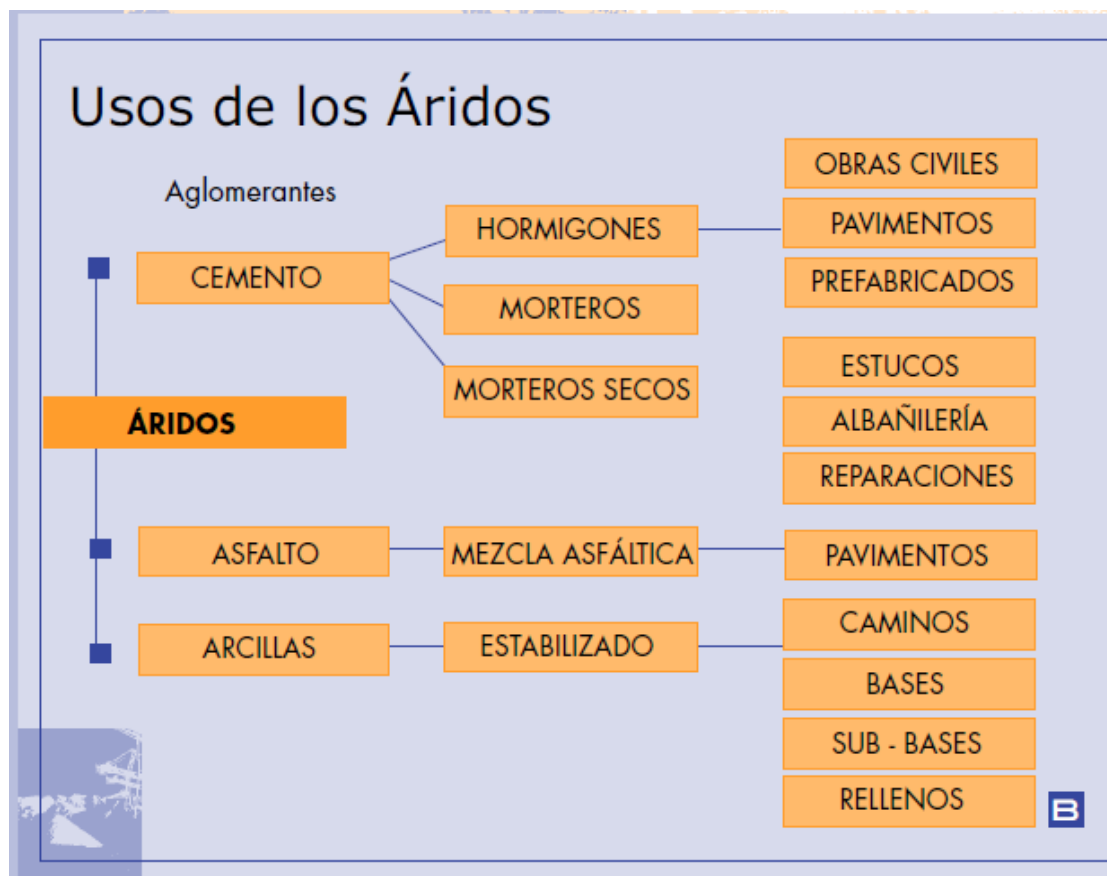
Los áridos son partículas granulares de material pétreo de tamaño variable. Este material se origina por fragmentación de las distintas rocas de la corteza terrestre, ya sea de forma natural o artificial. En este último caso actúan los procesos de chancado utilizados en las respectivas plantas chancadoras de áridos.

En general, Los materiales se extraen directamente de los lechos o las riberas de los ríos, en cuyo caso predominan los elementos “Redondeados o Integrales 100%”, en tanto que las rocas mayores deben ser procesadas antes de poder incorporarlas como agregados. El material que es procesado, corresponde principalmente a minerales de caliza, granito, dolomita, basalto, arenisca, cuarzo y cuarcita.

2.3.-La industria del árido

La industria del árido es una industria atomizada, de presencia nacional y conformada en su mayoría por empresas pequeñas de orden local. Existen empresas de mayor envergadura, asociadas a empresas hormigoneras o cementeras y otras independientes, que extraen desde cauces o pozos secos.

Los áridos son una materia prima imprescindible en la construcción de edificios e infraestructuras de un país. Son la segunda materia prima más consumida, después del agua. La industria del árido representa un negocio de aprox. 150 MMUS\$/año, con un volumen de ventas anual de 22 millones de m³, equivalente a un consumo de 1,1 ton/hab. X año. (Ebensperger, 2001).

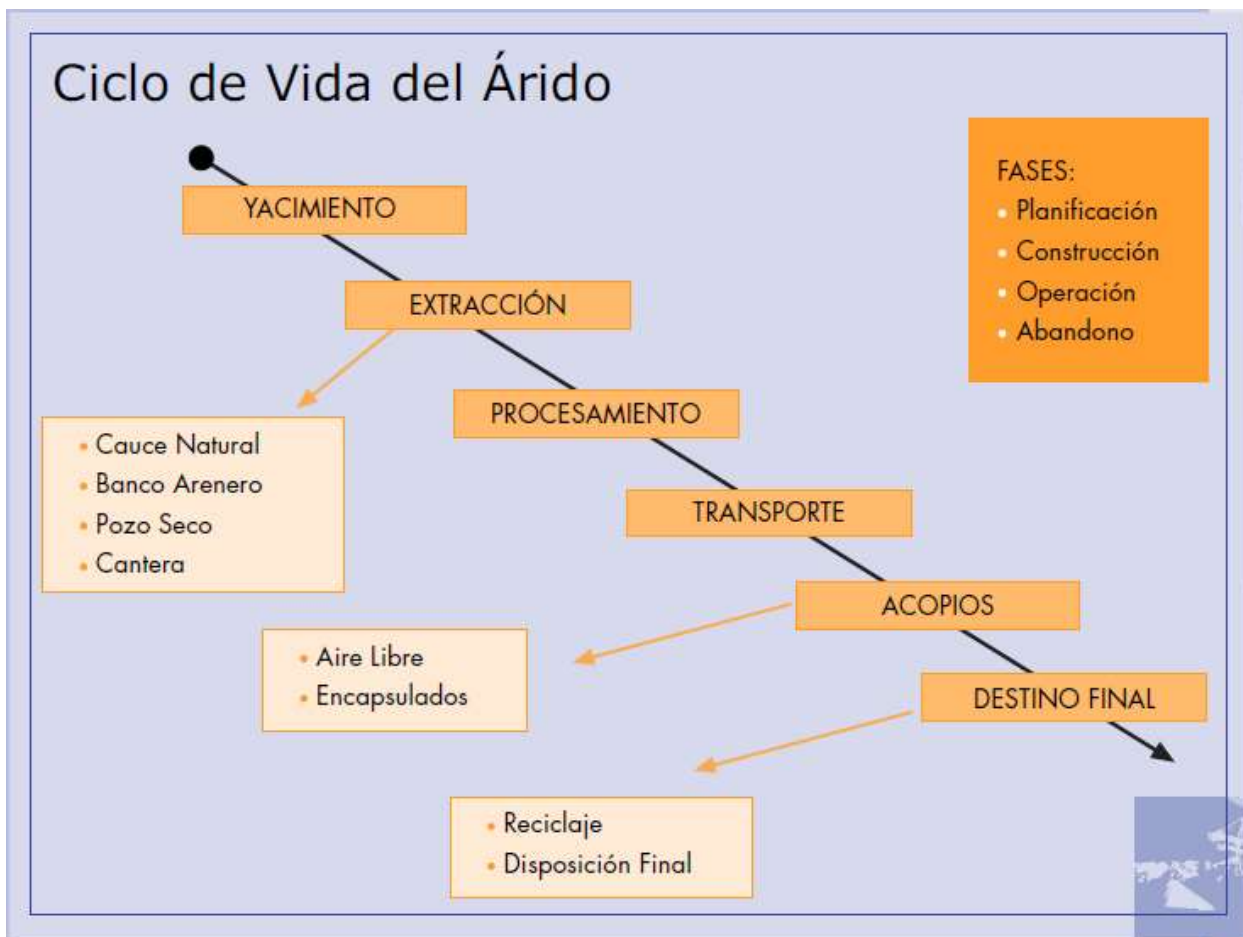


Fuente.- Comisión Nacional de Áridos, Corporación de Desarrollo Tecnológico, España.

Ciclo de vida del árido

Al trabajar en extracción de minerales mecánicamente, se tiene que considerar las siguientes etapas

- Yacimientos
- Extracción.
- Procesamiento.
- Transporte.
- Acopios (centro de distribución).
- Destino Final.



Fuente.- Comisión Nacional de Áridos, Corporación de Desarrollo Tecnológico, España

En primer lugar se tiene que contar con un lugar que brinde todas las bondades de una buena extracción y tiene que cumplir con todos los requisitos corresponde al estudio y análisis del yacimiento, donde los aspectos más relevantes se refieren al estudio de las características geológicas y potencialidades de las reservas.

Con relación a la etapa de extracción, es importante distinguir cuatro tipos de proyectos de extracción, en función del área espacial en la cual se desarrollan. Entre éstos se pueden mencionar las extracciones en banco arenoso, cauce natural, pozos y canteras.

La etapa de procesamiento está destinada a la obtención de productos de distintas granulometrías, para lo cual existen diversos tipos de procesos mecanizados que incluyen la trituración del material en varias etapas, ya sea en forma seca o húmeda, y el lavado de éste.

La etapa de transporte, en este caso, no sólo se refiere al desplazamiento del producto árido a través de vías de circulación y caminos de uso público, sino que también al tipo de instalaciones en donde se ubica el terminal de estacionamiento de camiones para vincular la extracción desde el yacimiento con las etapas de acopios al aire libre y los encapsulados.

La etapa de destino final se ha dividido en las subetapas de reciclaje, analizada desde el punto de vista del lugar y condición en que se lleva a efecto la actividad. Aquí se distingue: el reciclaje in situ en la planta y la subetapa de disposición final, correspondiente a la eliminación del árido como desecho o parte constituyente de los residuos de la construcción en un lugar de disposición de escombros o en zonas de recuperación de suelos. (Saldías, Antonio; 2001)

2.4.-Propiedades y características de los Áridos

En función de la aplicación a la que están destinados, los áridos deben reunir características diferentes, asociadas a su naturaleza petrográfica o al proceso empleado para su producción, entre las que cabe destacar:

- Propiedades **geométricas**: tamaño, forma de las partículas (p.ej. si son alargadas o no), caras de fractura, calidad de los finos, etc.
- Propiedades **mecánicas y físicas**: resistencia al desgaste (p.ej. para que los coches no se deslicen en las carreteras), resistencia a la fragmentación, resistencia al pulimento, densidad, porosidad, contenido en agua, etc.
- Propiedades **térmicas y de alteración**: resistencia a los ciclos de hielo y deshielo, etc.

- Propiedades **químicas**: contenido en azufre, cloruros, materia orgánica, contaminantes ligeros, reactividad potencial, etc.

Estas propiedades son evaluadas gracias a un conjunto de más de 50 normas de ensayo y de especificaciones comunes a todos los países de la Unión Europea.

Las plantas de áridos cuentan con sistemas tecnológicos muy avanzados que permiten controlar la calidad de los productos. Equipo de tamizado para seleccionar el tamaño de los áridos.

La idoneidad del control de producción que desarrollan las empresas es verificada periódicamente por organismos notificados independientes, emitiendo un certificado Acreditativo. Gracias al control del proceso, se dispone de productos de calidad contrastados, tras el sometimiento continuo de los áridos a ensayos de laboratorio, que permiten determinar si sus propiedades cumplen con los requisitos de las aplicaciones en los que se van a emplear, lo que implica que los procesos de fabricación estén perfectamente controlados en sus diferentes etapas.

2.5.-Tipos de extracciones

2.5.1.-Extracciones artesanales:

La explotación artesanal de áridos se caracteriza por la nula utilización de tecnología en la extracción, en donde los artesanos efectúan sólo una clasificación del material pétreo en función de la granulometría. Esta actividad se desarrolla donde la demanda no justifica la inversión en maquinaria y equipos sofisticados, satisfecha en algunos casos con la utilización intensiva de mano de obra, generalmente por cortos períodos.

Este tipo de explotación se realiza principalmente en cauces de ríos y casi siempre al margen de la legalidad vigente. (Saldías, Antonio; 2001).

2.5.2.-Extracción Mecanizada:

La extracción mecanizada de áridos se refiere a la explotación industrial del material pétreo, independiente de su origen o ubicación. La característica principal de este tipo de extracción es que se realiza con el apoyo de maquinaria y equipos que permiten obtener alta producción en tiempo reducido.

En función de la presencia o inexistencia de agua en la zona en que se encuentra el recurso, en la extracción industrial de áridos se pueden distinguir dos tipos de explotación: extracción mecanizada superficial y extracción mecanizada bajo agua. (Saldías, Antonio; 2001).

2.6.-Los Áridos en el Mundo

La industria de los áridos es la más importante dentro de la minería mundial, en cuanto a volumen producido y número de trabajadores y de explotaciones. Es la única minería con presencia en la totalidad de países, exceptuando los de menor superficie como, por ejemplo, San Marino o Mónaco.

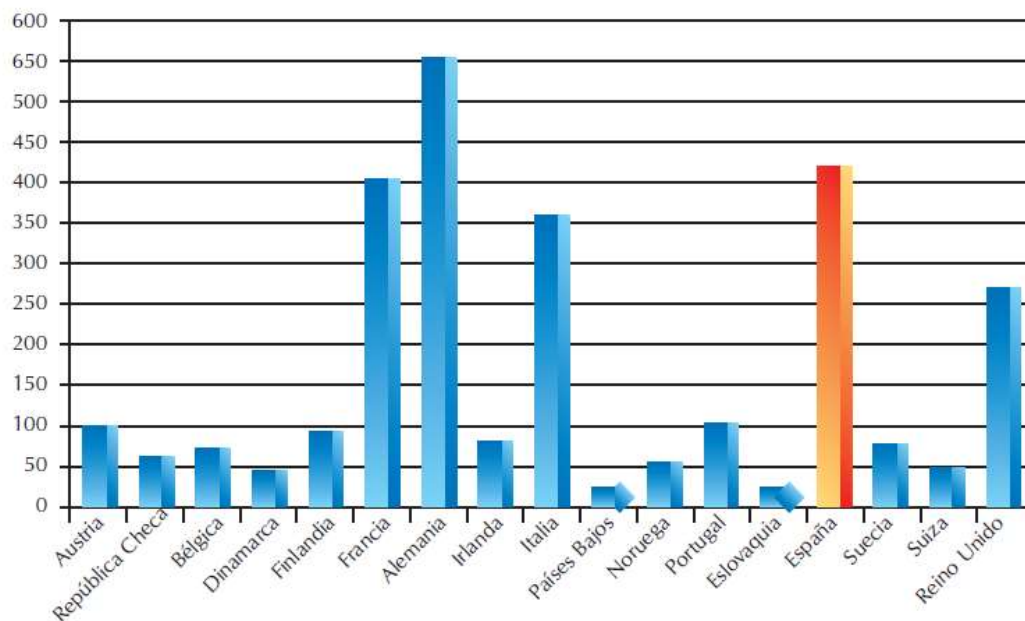
El consumo mundial de áridos es imposible de evaluar a ciencia cierta, pero su tendencia es creciente por ir ligado al desarrollo económico.

En la Unión Europea, actualmente existen más de 27.000 explotaciones de áridos, que producen cerca de 2.750 Mt de áridos anuales generando 250.000 empleos. (Según reporte año 2007).

Actualmente, España ocupa el segundo lugar después de Alemania, que produce unas 525 Mt, por encima de Francia (402 Mt), Italia (360 Mt) y el Reino Unido (260 Mt). Otro gran productor es Estados Unidos, donde se producen anualmente unas 2.800 Mt en aproximadamente 10.000 canteras o graveras. (Dirección general de la industria, energía y minas de España año 2007)

Consumo de Áridos en Europa en el Año 2004

CONSUMO DE ÁRIDOS EN EUROPA EN EL AÑO 2004 (Mt)



2.7.-Los Áridos en Chile

Cambios Mundiales y Chile al 2020

Inversiones en el área de la construcción, infraestructuras y Montajes. Donde los áridos son la materia prima.

Uno de los principales desafíos para lograr que Chile se siga insertando exitosamente en el concierto económico mundial, está en las visiones de largo plazo y en los acuerdos económicos internacionales.

Prueba de ello es que Chile es la economía con más tratados de libre comercio en el mundo. Por tanto, el proceso de planificar las obras públicas requiere de una reflexión sobre las tendencias mundiales y nacionales; sin embargo, para avanzar es necesario entender la infraestructura no como una obra aislada, sino como una “expresión de la cultura construida”, dotándola de un sentido histórico, territorial y sistémico. Así, por ejemplo, no se puede pensar en un puerto disociado de las carreteras que lo conectan a los centros de producción y acopio, ni tampoco separado del impacto de los flujos que allí se producen sobre las ciudades o centros poblados que lo circundan, incluyendo sus tradiciones y formas de vida.

2.8.-Proyecciones de Crecimiento para el sector de la construcción, Cámara Chilena de la Construcción.

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO INTERNACIONAL

RECUPERACIÓN SIGUE SIENDO FRÁGIL Y DESIGUAL (EN %)

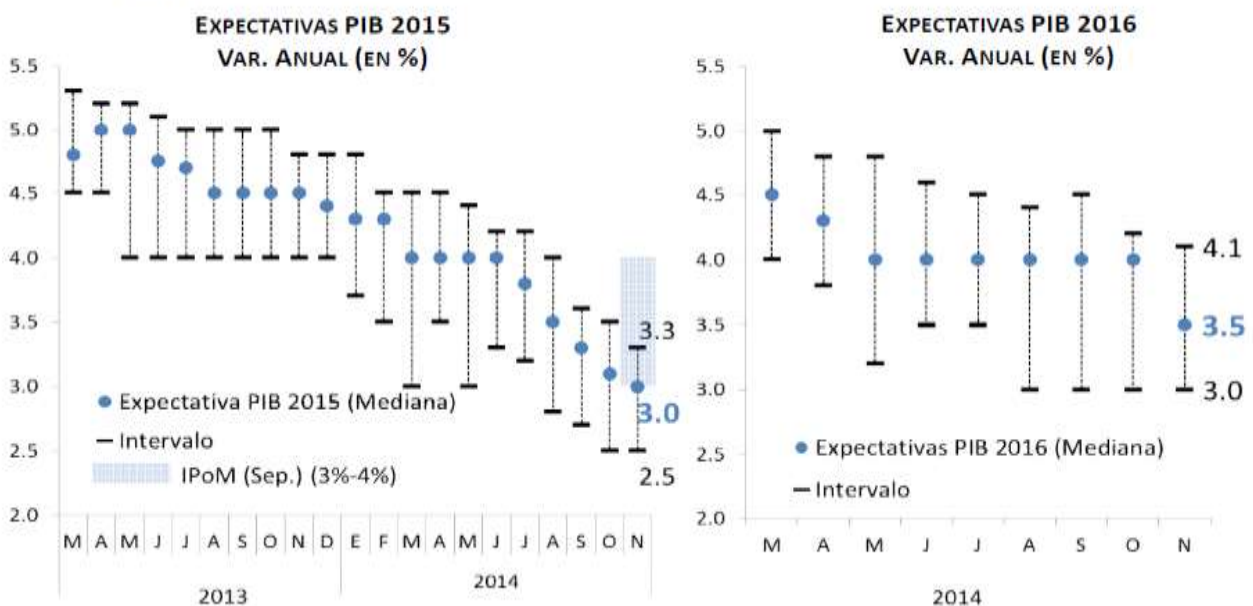
	2012	2013	Proyecciones		Diferencia con la actualización WEO de 2014	
			2014	2015	2014	2015
Producto mundial	3,4	3,3	3,3	3,8	-0,1	-0,2
Economías avanzadas	1,2	1,4	1,8	2,3	0,0	-0,1
Estados Unidos	2,3	2,2	2,2	3,1	0,5	0,0
Zona del euro	-0,7	-0,4	0,8	1,3	-0,3	-0,2
Alemania	0,9	0,5	1,4	1,5	-0,5	-0,2
Francia	0,3	0,3	0,4	1,0	-0,4	-0,5
Italia	-2,4	-1,9	-0,2	0,8	-0,5	-0,3
España	-1,6	-1,2	1,3	1,7	0,1	0,1
Japón	1,5	1,5	0,9	0,8	-0,7	-0,2
Reino Unido	0,3	1,7	3,2	2,7	0,0	0,0
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	5,1	4,7	4,4	5,0	-0,1	-0,2
América Latina y el Caribe	2,9	2,7	1,3	2,2	-0,7	-0,4
Brasil	1,0	2,5	0,3	1,4	-1,0	-0,6
México	4,0	1,1	2,4	3,5	0,0	0,1
Rusia	3,4	1,3	0,2	0,5	0,0	-0,5
China	7,7	7,7	7,4	7,1	0,0	0,0
India	4,7	5,0	5,6	6,4	0,2	0,0
ASEAN-5	6,2	5,2	4,7	5,4	0,1	-0,2

Fuente: FMI, *Perspectivas de la economía mundial* (informe WEO), octubre de 2014.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO CHILE

SUCESIVOS AJUSTES A LA BAJA



Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

En este contexto, las grandes tendencias mundiales que observamos, y sus implicancias para la infraestructura de 2020, son las que se detallan a continuación:

1. La globalización. Amplía la integración económica, financiera, social, cultural y científica, colocando nuevos desafíos y oportunidades para Chile. Incluye la consolidación de nuevos bloques regionales en el mundo, cuyo mejor ejemplo es el proceso de integración vivido en Europa con la creación de la Comunidad Económica Europea y los cambios que ha producido en el territorio, en los flujos y movimientos de las personas y, por ende, en la infraestructura que se piensa y se requiere. Un tema a indagar es cómo ello se repetirá también en China y Asia y su incidencia en la Apec, así como en América Latina y la mayor relevancia de Brasil. Además, el crecimiento esperado en los próximos treinta años en los países asiáticos y del Pacífico nos obliga a fortalecer esas relaciones y poseer una infraestructura apropiada para responder a estos nuevos requerimientos, que para el año 2011 se estima en un crecimiento de 7,8 por ciento. El aumento del ingreso per cápita a nivel mundial demandará una mayor cantidad de alimentos, lo que podría transformar a Chile en un gran proveedor, obligándonos a adecuar la infraestructura para que éstos lleguen rápido a destino. Es probable que surjan nuevas y significativas formas de protección asociadas a nuevas exigencias y regulaciones ambientales, incluyendo al sector energético, lo que podría encarecer costos y dificultar el desarrollo de algunos sectores de la economía. La infraestructura y la tecnología para adelantarse y preservar un país “limpio” también han de considerar estos nuevos desafíos.

(“Resumen de perspectivas 2009”, del Banco Mundial).

2. Cambios demográficos. Esto incluye el crecimiento poblacional mundial, principalmente en regiones más pobres, acompañado de un incremento de las migraciones, lo que tendrá un importante impacto en la demanda de servicios básicos, aeropuertos, carreteras, puertos y, desde luego, en la demanda de agua y energía. Además, el aumento de la población de sesenta y más años provocará nuevas demandas en el tipo de productos y servicios de infraestructura. Por ejemplo, sistemas de transporte y/o planeamiento urbano más acordes a los requerimientos de los adultos mayores.

Asociado a lo anterior, la clase media mundial será más activa, con más capacitación, con un mejor nivel educacional, mayores ingresos y poseedora de una movilidad, lo que exigirá productos orgánicos limpios, demandará agua descontaminada, además del cuidado del medio ambiente y la naturaleza.

3. Cambios tecnológicos. En la próxima década viviremos en un mundo donde la innovación tecnológica será una condición de participación exitosa en los mercados. Los avances en nanotecnología, robótica y biociencias tendrán no sólo impacto en áreas como el desarrollo de internet, sino que directamente en nuevas formas de provisión y uso más eficiente de la energía, en el tratamiento del agua, en el transporte, materiales y procedimientos de construcción, que probablemente transformarán profundamente la manera en que entendemos las obras públicas.

4. Medio ambiente y cambio climático. Los potenciales efectos del cambio climático pueden generar desastres naturales que afectarán a más personas, debiendo confrontar este riesgo con la demanda de infraestructuras de más calidad y mayor resistencia; por ejemplo, en el caso de puentes y embalses.

Un estudio de la Conama del año 2006 proyectó para Chile que el mar aumentaría su nivel en los próximos cincuenta años entre 30 y 50 centímetros y, además, habrá variaciones en el viento, con un incremento de su velocidad entre 10 y 20 por ciento. ¿Estarán nuestros puertos y ciudades costeras preparadas para afrontar estas modificaciones?

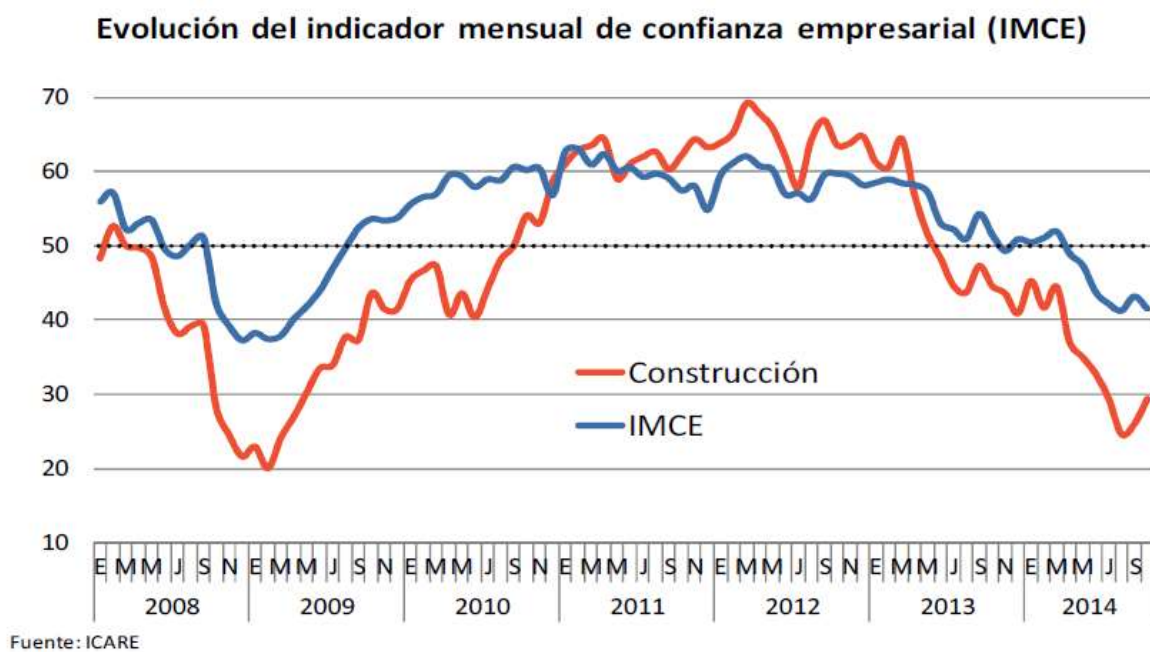
5. Energía y agua. Estos dos elementos están muy relacionados en el caso chileno. Del agua total que hay en el planeta, sólo el 3% es dulce y de ese porcentaje el 70% está en estado sólido. Según estimaciones del Banco Mundial, hoy cerca de 700 millones de personas viven con escasez de agua. Para el 2035 se proyecta que al menos tres mil millones de personas estarán viviendo en condiciones de severa limitación de este vital elemento. Esto no es sólo un problema de las naciones más pobres. En la mitad de los países de la Oede (que reúne a los más desarrollados del mundo), la accesibilidad al agua constituye ya un problema o lo será en el futuro.

Por otro lado, según el estudio de la Conama citado anteriormente, el 60 ó 70 por ciento de las plantas de energía previstas para 2013 y 2015 operarán con carbón, lo que va a significar un incremento de las emisiones de CO₂ para estos escenarios.

(Comisión Nacional de Medioambiente: “Estudio de la variabilidad climática en Chile para el siglo XXI”, Santiago, 2006).

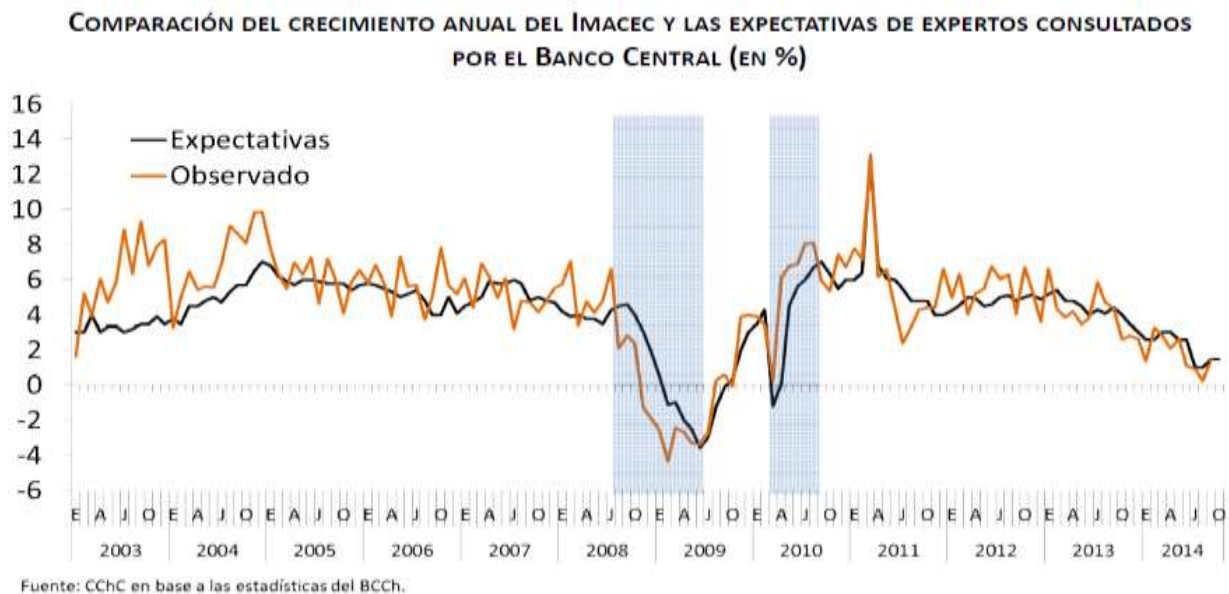
En un contexto de escasez creciente, los usos energéticos del agua pondrán bastante presión a la agenda pública de 2020. (Chile 2020, Obras Públicas para el Desarrollo Gobierno de Chile, Ministerio de Obras Públicas).

Comportamiento sectorial de la Construcción en Chile y su disminución en el año 2014.



Fuente: ICARE.

Datos del Banco Central con respecto al crecimiento en el área de la construcción en Chile.

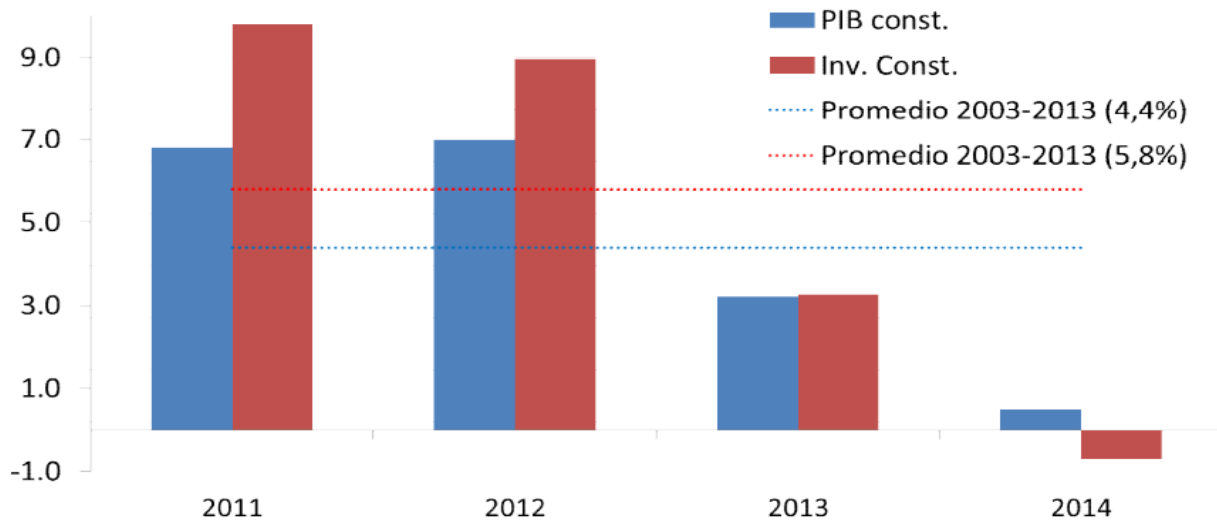


Fuente: Cámara Chilena de la Construcción en base a las estadísticas del BCCh.

El sector de la construcción y las obras viales (obras publicas) ha tenido un notable deterioro en los últimos años, pero se estima que desde el año 2015, esta situación cambiara, siendo este cambio un importante atractivo para las plantas chancadoras ya que se incrementaran considerablemente sus ventas especialmente en construcción de carreteras y puentes.

ACTIVIDAD DE LA CONSTRUCCIÓN ARRASTRA UNA MARCADA PÉRDIDA DE DINAMISMO DESDE 2013. EN 2014 LA INVERSIÓN SECTORIAL HABRÍA EXPERIMENTADO UNA CONTRACCIÓN EN TORNO A -0,7% ANUAL.

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIÓN Y PIB DEL MISMO SECTOR CRECIMIENTO ANUAL (EN %)

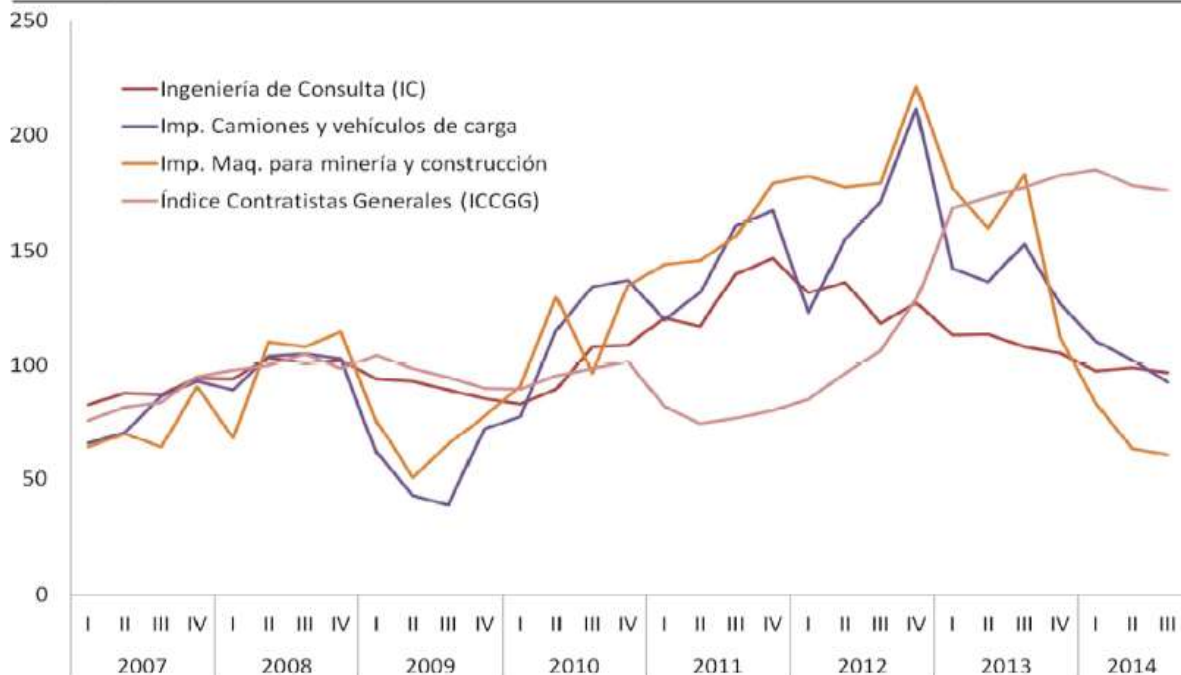


Fuente: CChC en base a las estadísticas del BCCh.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción en base a las estadísticas del BCCH.

POR SU PARTE, LOS **INDICADORES LÍDERES DE LA INVERSIÓN SECTORIAL** MANTIENEN UNA FRANCA DESACELERACIÓN...

INDICADORES ACTIVIDAD CONSTRUCCIÓN INFRAESTRUCTURA
 TRIMESTRAL, BASE 2008=100

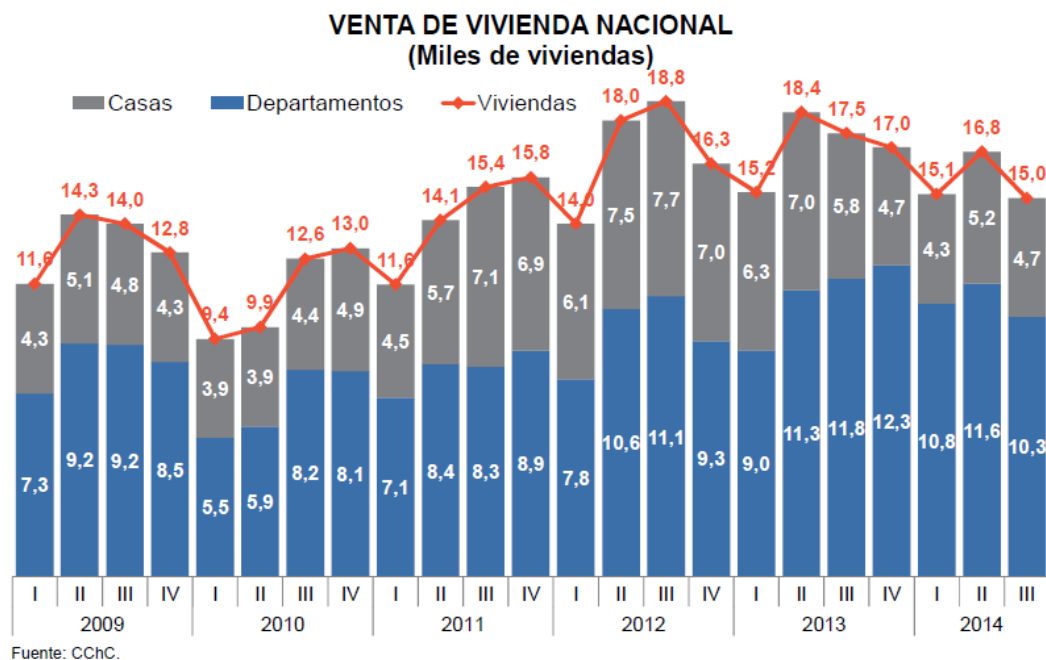


Fuente: CChC con información propia, de la Asociación de Empresas Consultoras de Ingeniería AIC, cuentas nacionales del Banco Central de Chile.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

Comportamiento de Inversión en el Sector inmobiliario, de carreteras y Construcciones Privadas, Información Proporcionada por la Cámara Chilena de la Construcción. (Macroeconomía y Construcción Informe MACH n° 41, Balance 2014 y Proyecciones 2015, Sector Construcción.

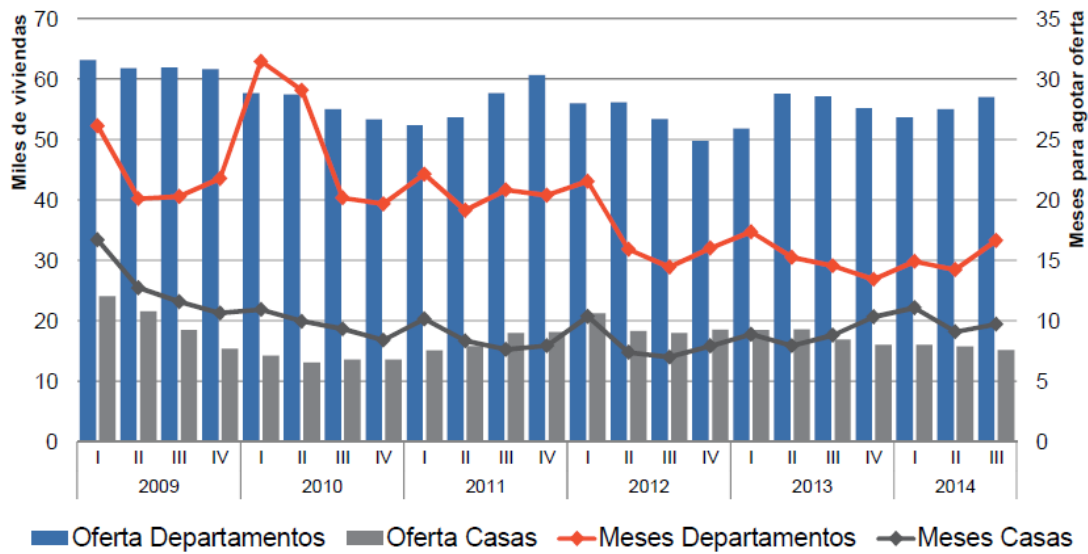
MERCADO INMOBILIARIO NACIONAL



Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

MERCADO INMOBILIARIO NACIONAL

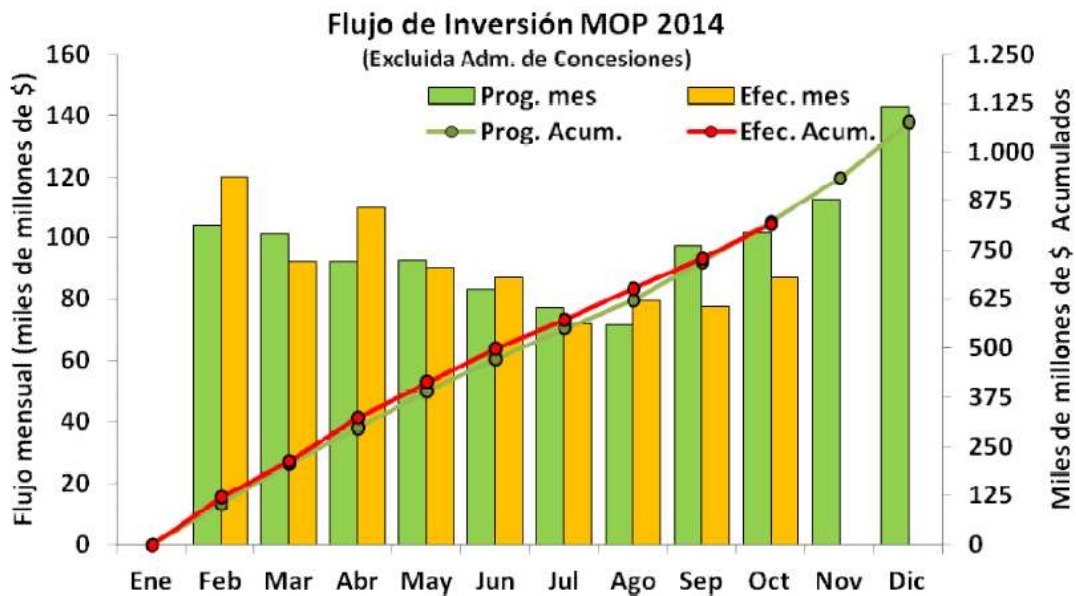
OFERTA Y VELOCIDAD DE VENTAS NACIONAL



Fuente: CChC.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

INFRAESTRUCTURA PÚBLICA: EJECUCIÓN MENSUAL Y ACUMULADA OCTUBRE 2014

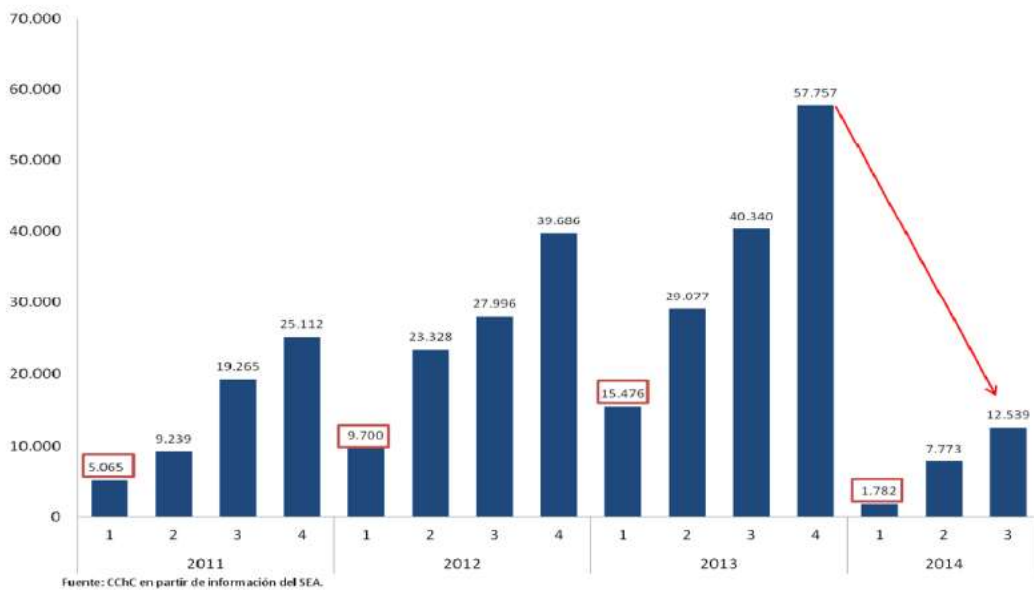


Fuente: CChC con información del SAH (septiembre) y DirPlan del MOP

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

INFRAESTRUCTURA PRIVADA

INVERSIÓN INGRESADA SEIA, ACUMULADA AL TRIMESTRE (MILLONES DE US\$)

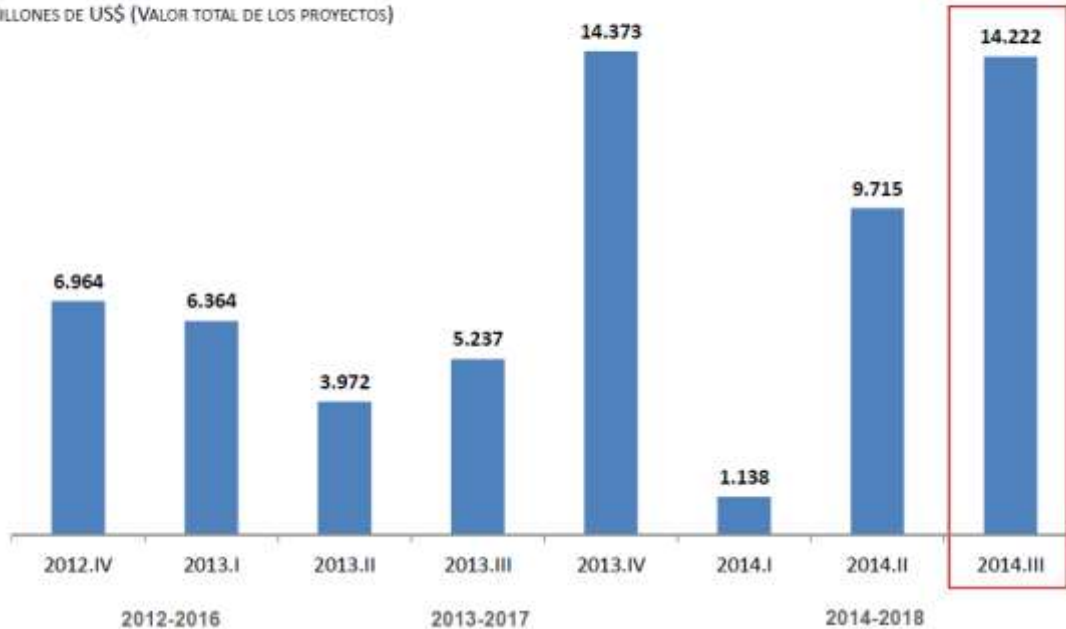


Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA PRIVADA (CBC)

TÉRMINO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN LA CARTERA DE PROYECTOS.

MILLONES DE US\$ (VALOR TOTAL DE LOS PROYECTOS)



Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

VIVIENDA PÚBLICA

PROYECTO DE LEY DE PRESUPUESTO MINVU 2015

POR SERVIU REGIONAL^(*), EN MILLONES DE \$ NOMINALES

Ítem	Servicio	Ley Presupuesto 2014	Ley Presupuesto 2014 más tasa inflación 4,2%	Proyecto de Ley Presupuesto 2015	Variación nominal	Variación real (suponiendo inflación 4,2%)
31	INICIATIVAS DE INVERSIÓN (SERVIU)	292.239	304.513	369.016	26%	21%
02	Proyectos	292.239	304.513	369.016	26%	21%
33	TRANSFERENCIAS DE CAPITAL (SERVIU)	808.603	842.564	1.012.779	25%	20%
01	Al Sector Privado	808.603	842.564	1.012.779	25%	20%
	Subsidios Rurales	37	38	0	-	-
	Subsidios FSV I (DS 174) + FSEV (DS 49)	437.485	455.860	489.540	12%	7%
	DS 40 + DS 01	233.291	243.089	314.563	35%	29%
	Subsidio de Protección del Patrimonio Familiar	136.179	141.899	207.487	52%	46%
	Subsidios Leasing	1.177	1.226	1.189	1%	-3%
	Subsidio de Aislamiento Térmico	434	452	0,1	-	-
	INICIATIVAS DE INVERSIÓN + TRANSFERENCIAS CAPITAL, por Serviu	1.100.842	1.147.077	1.381.795	26%	20%
	INICIATIVAS DE INVERSIÓN + TRANSFERENCIAS CAPITAL - SUBSIDIOS PPF	964.663	1.005.179	1.174.309	22%	17%

FUENTE: GERENCIA DE ESTUDIOS CCHC EN BASE A DIPRES.

^(*) EXCLUYE SUBSECRETARÍA DE VIVIENDA Y URBANISMO, ALDEAS Y CAMPAMENTOS, RECUPERACIÓN DE BARRIOS, CONDOMINIOS SOCIALES Y PARQUE METROPOLITANO.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

INVERSIONES PÚBLICAS: ANTEPROYECTO DE LEY PRESUPUESTO 2015

DE ACUERDO A LO INFORMADO PRELIMINARMENTE, LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA PÚBLICA SE VERÁ FUERTEMENTE INCREMENTADA EL PRÓXIMO AÑO. SI BIEN EL GASTO PÚBLICO AUMENTARÍA 9,8% ANUAL, LA INVERSIÓN PÚBLICA LO HARÍA EN 28,3% (EN TÉRMINOS CORRIENTES).

MINISTERIOS	Iniciativas de Inversión ⁽¹⁾			Transferencias de capital ⁽²⁾			Total		
	(millones de US\$)		Var. (%)	(millones de US\$)		Var. (%)	(millones de US\$)		Var. (%)
	2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Ministerio de Obras Públicas	2.312	2.630	13,8	561	706	26,0	2.873	3.337	16,2
Ministerio de Vivienda y Urbanismo	602	742	23,2	1.559	1.910	22,5	2.161	2.652	22,7
Ministerio de Salud	471	928	97,2	56	72	28,6	527	1.000	89,9
Ministerio del Interior y Seguridad Pública	985	1.111	12,8	671	1.045	55,8	1.656	2.156	30,2
Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones	79	159	101,8	138	269	95,0	217	428	97,5
Ministerio de Justicia	54	51	-5,2	55	54	-2,2	109	105	-3,7
Total Sector Público	4.502	5.621	24,9	3.040	4.056	33,4	7.542	9.678	28,3

* ÍTEM 31 DE LA PARTIDA PRESUPUESTARIA PARA CADA MINISTERIO.

** ÍTEM 33 DE LA PARTIDA PRESUPUESTARIA PARA CADA MINISTERIO.

FUENTE: CCHC EN BASE A LAS ESTADÍSTICA DE LA DIPRES.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

INFRAESTRUCTURA PÚBLICA

PRESUPUESTO ACTUAL MOP Y PROYECTO DE LEY DE PRESUPUESTOS 2015

DIRECCIÓN, SERVICIO O PROGRAMA	PRESUPUESTO 2014		PROYECTO LEY DE PRESUPUESTO 2015		
	INICIAL	AJUSTADO A INFLACIÓN 4,2%	ANUNCIADO	VARIACIÓN NOMINAL	VARIACIÓN REAL (INFLACIÓN 4,2%)
	MILLONES US\$			%	%
A.P. RURAL	84,5	88,0	117,8	39%	33,8%
AEROPUERTOS	70,6	73,5	70,1	-1%	-4,7%
ARQUITECTURA	44,9	46,8	48,2	7%	3,0%
O.HIDRÁULICAS	173,1	180,3	200,7	16%	11,3%
O.PORTUARIAS	94,1	98,0	109,0	16%	11,1%
VIALIDAD	1.379,3	1.437,3	1.636,6	19%	13,9%
OTRAS DIRECCIONES	10,9	11,4	12,6	15%	10,8%
TOTAL s/CONCESIONES	1.857,3	1.935,4	2.194,9	18%	13,4%
ADM.CONCESIONES	454,6	473,7	435,0	-4%	-8,2%
TOTAL GENERAL	2.311,9	2.409,0	2.630,0	14%	9,2%

FUENTE: GERENCIA DE ESTUDIOS CCHC EN BASE A DIPRES.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

INFRAESTRUCTURA PÚBLICA

CARTERA DE PROYECTOS CONCESIONES

CARTERA DE PROYECTOS AL MES DE NOVIEMBRE	INVERSION (MMUS\$)	ESTADO	AÑO CARTERA PROYECTO
Licitación Aeropuerto Internacional AMB	716	Preparación de Licitación	2013
Embalse Punilla	387	Preparación de Licitación	2015
Ruta G-21, Acceso a centros de esquí	107	En Licitación	2012
Nuevo Complejo Fronterizo Los Libertadores	84	En Licitación	2012
Puente Industrial Bio Bio	214	En Adjudicación	2012
Total Cartera	1.508		

PROYECTOS RETIRADOS AL MES DE NOVIEMBRE	INVERSION (MMUS\$)	AÑO CARTERA PROYECTO
Hospitales Red Sur (Curicó, Linares y Chillán)	525	2012
Hospital Sótero del Río	273	2012
Hospital Biprovincial Quillota - Petorca y Provincial Marga Marga	273	2012
Conexión Vial Melipilla - Camino de la Fruta (Ruta G-60)	38	2014
Total Cartera	1.109	

Fuente: MOP

NOTA: EL AÑO DE LA CARTERA A LA CUAL CORRESPONDE EL PROYECTO SE DEFINE A PARTIR DEL AÑO EN QUE SE REALIZA EL LLAMADO A LICITACIÓN.

Fuente: Cámara Chilena de la Construcción.

2.9.-Legislación para la Extracción de Áridos

2.9.1.-Tratamiento Jurídico de la Industria del Árido

El planteamiento Jurídico de la industria del árido, ha sido cambiante en el tiempo, Primero fueron vistos como sustancias minerales concesibles, y por esto denunciables como materia mineral, por cualquier persona; con los años pasaron a ser concesibles solo por el dueño del suelo; hasta llegar a su exclusión como sustancia mineral en la actualidad.

2.9.2.-Código Civil

El actual Código Civil Chileno establece en su Artículo 59, que el estado es dueño de todas las minas de sustancias fósiles, aunque la superficie de terreno donde se encuentra tenga dueño. El mismo documento en su inciso segundo señala: que se le concede a los particulares, la facultad de utilizar las tierras de cualquier dominio para

buscar minas, de beneficiarse de ellas y de disponer de ellas como dueños bajo las reglas del Código de Minería.

Como a la época de promulgación del Código Civil en 1857 no se había dictado aun el Código de Minería, se entiende que seguían vigentes, en lo que no fueran contrarios al texto del Código Civil sobre denunciabilidad de las pertenencias.

2.9.3.-Código de Minería de 1983

El actual Código de Minería se promulgó en virtud de la Ley N° 18.248, publicado en el Diario Oficial de 14 de Octubre de 1983. Antes de la divulgación de este Código, se promulgó la Constitución Política de 1980; y la Ley Orgánica Constitucional sobre Concesiones Mineras, Ley N° 18.097, que empezó a regir simultáneamente con el Código de Minería.

El Artículo 19 N° 24 de la Constitución, consagra el dominio absoluto y exclusivo del Estado sobre todas las minas, con excepción de las arcillas superficiales. Señala además que corresponde a la Ley determinar las sustancias que pueden ser objeto de concesiones de exploración o de explotación.

En la Ley Orgánica Constitucional sobre Concesiones Mineras, se consagra las sustancias minerales que son concesibles, disponiendo en el inciso final que no se consideran entre otras, los materiales aplicables directamente a la construcción, las cuales se rigen por el derecho común o por normas especiales que a su respecto dicte el Código de Minería. La misma disposición existe en el Artículo 13, del Código de Minería, que señala que no se consideran sustancias minerales, entre otras las arcillas superficiales, arenas, rocas y otros materiales utilizados en construcción. En general, la clasificación de los áridos es como un mineral no metálico, para efectos jurídicos.

2.9.4.-Normas ambientales vigentes

Los proyectos de Extracción y Procesamiento de Áridos además tienen asociadas una serie de normas ambientales, las que deben ser consideradas en el momento de elaborar un EIA o un DIA.

Normativa asociada al aire

El principal enfoque que se le debe dar a los planes de prevención es reducir las fracciones de materiales particulados, que representan una mayor agresividad para la salud.

Tabla 1: Normativa asociada al aire

NORMA	INDICA
Resolución N° 1215 de 1978 sobre sistema de Control y prevención de la Contaminación Atmosférica. Ministerio de Salud.	Fundamentos técnicos y administrativos para el control de la contaminación atmosférica. Señala normas de calidad del aire fijando concentraciones máximas de PTS, SO ₂ , CO, O ₃ y NO ₂
DS N° 32/90 (*), Ministerio de Salud.	Establece restricciones de funcionamiento a fuentes estacionarias puntuales y grupales, emisoras de contaminantes atmosféricos en situaciones de emergencia. En algunos casos la autoridad sanitaria puede decretar la paralización de fuentes.
DS N° 4/92, Ministerio de Salud.	Establece la norma de emisión y concentración de material particulado para fuentes estacionarias. En extracción de áridos, es aplicable a buzones seleccionadores, chancadoras silos, domos u otra actividad o proceso que tenga asociado emisión de gases o partículas.
DS N° 100/90 (*), Ministerio de Agricultura (DO 28.08.90).	Prohíbe el empleo de fuego para destruir la vegetación en la Región Metropolitana en el periodo que se señala, la quema de neumáticos y otros elementos contaminantes.
DS N° 812/95, Ministerio de Salud.	Establece compensaciones de emisiones de fuentes nuevas.
Resolución 15.027 de 1994 del Servicio de Salud del Ambiente de la Región Metropolitana.	Fija el procedimiento para la declaración de emisiones de fuentes fijas.
Plan de prevención y Descontaminación Ambiental de la Región Metropolitana (PPDADS 16/98, Ministerio Secretaría General de la Presidencia.)	Tiene como propósito la protección de la salud de la población mediante el cumplimiento de normas primarias de calidad del aire. Se busca reducir los niveles de emisión de la RM mediante la implementación de metas globales y actualizaciones periódicas del plan.
DS N° 745/93, Ministerio de Salud.	Condiciones sanitarias y ambientales básicas para lugares de trabajo, referente a emisiones de contaminantes, acumulación, disposición y tratamiento de residuos industriales.
DS N° 55/94, Ministerio de Transporte y telecomunicaciones.	Establece la norma de emisión para vehículos motorizados pesados. Define los niveles máximos permitidos de emisiones provenientes del escape de motores diesel y gasolina.

Fuente: MOP, MINVU, CChC, 2001

Normativa asociada al ruido

Estas normas están dirigidas a actividades públicas y privadas que afectan a personas por los altos niveles de ruido que generan, tanto en sus viviendas como en su lugar de trabajo.

Tabla 2: Normativa asociada al ruido

NORMA	INDICA
DS N° 146/97, Ministerio Secretaría General de la Presidencia.	Establece normas de emisión de ruidos molestos generados por fuentes fijas.
DS N° 745/92, Ministerio de Salud.	Establece límites máximos permitidos en lugares de trabajo.
Norma Chilena N° 1619/97	Establece posible reacción de la comunidad en relación al nivel de evaluación sonora.

Fuente: MOP, MINVU, CChC, 2001

Normativa asociada al agua

Estas normas están dirigidas a faenas industriales o de construcción que por la naturaleza de sus actividades intervienen en la calidad del agua de cauces y napas produciendo un deterioro a la calidad del agua.

Tabla 3: Normativa asociada al agua

NORMA	INDICA
Ley 11.402 sobre obras en riberas y cauces de ríos, lagunas y esteros, contenida en el DFL 850 MOP.	Establece que la extracción de ripio y arena en los cauces de los ríos y esteros deberá efectuarse con permisos de las municipalidades.
DS N° 665/40, Reglamento sobre Higiene y Seguridad Industrial.	Regula las faenas de construcción, instalación, reparación y conservación de obras públicas o privadas, servicios eléctricos, de gas industrial, agua potable, desagües, etc., y prohíbe arrojar a cursos o masas de aguas en general los materiales sólidos provenientes de dichas faenas.
Ley N° 3.133 de 1916 y DS N° 351/92 MOP (Reglamento de la Ley).	Dispone regulaciones de funcionamiento de establecimientos industriales o de cualquier especie, los que no podrán vaciar en los acueductos, cauces artificiales o naturales, que conduzcan aguas o en vertientes, lagos, lagunas, etc., los residuos sólidos y líquidos de funcionamiento, sin previa neutralización o depuración.
DFL N° 725, Código Sanitario	Se ocupa de regular la evacuación de desagües, aguas servidas y residuos industriales.
DFL N° 1.122, Código de Aguas y Modificaciones Posteriores.	Dispone que las modificaciones a cauces naturales o artificiales con motivo de la construcción de obras públicas, urbanizaciones, edificaciones y otras en general, no pueden realizarse sin aprobación previa de la Dirección General de Aguas o la Unidad de Obras Fluviales de la Dirección de Obras Hidráulicas del MOP, según corresponda.
Norma Chilena N° 1.333 of. 1978 aprobada por DS N° 867/78 MOP (DO 22.05.78).	Establece límites de calidad del agua para diferentes usos.
DS 90/2000, MOP (DO 07.03.2001).	Establece norma de emisión para la regulación de contaminantes asociados a las descargas de residuos líquidos a aguas marinas y continentales superficiales.
DS N° 609 de 1968 MOP.	Fija las normas de emisión de residuos líquidos industriales a redes de alcantarillado.

Fuente: MOP, MINVU, CChC, 2001

Normativa asociada al suelo

La degradación, contaminación y pérdida del suelo es un problema grave en nuestro país, llegando en algunas zonas a la desertificación. La normativa relacionada al uso del suelo tiene muy pocos años en nuestro país, poniendo en evidencia los daños producidos, generalmente por la industrialización.

Tabla 4: Normativa asociada al suelo

NORMA	INDICA
Ley N° 11.402 sobre DL N° 3.557 de 1980.	Establece disposiciones sobre protección agrícola. Establece la obligación de mantener la limpieza y buen estado de los cursos de aguas, protegiendo así el sistema agrícola. Prohíbe el vertimiento de desechos, sustancias u otros objetos que puedan afectar la calidad de las aguas.
Resolución N° 20 del 06.10.94, Intendencia de la RM.	Aprueba Plan Regulador Metropolitano de Santiago.
Ley N° 19.283 de 1994.	Ley Orgánica del SAG, establece la participación del SAG en el trámite de cambio, de uso del suelo.
Circular N° 510 del 20.09.99 del SAG.	Establece Pauta de Procedimiento para Autorización de Cambio de Uso del Suelo.

Fuente: MOP, MINVU, CChC, 2001

Normativa asociada a monumentos nacionales

Protege objetos que estén destinados a permanecer en un sitio público, con carácter conmemorativo.

Tabla 5: Normativa asociada a monumentos nacionales

NORMA	INDICA
Ley N° 17.288 de Monumentos Nacionales y su reglamento DS N° 484/92.	Indica la prohibición de destrucción y de ocasionar perjuicios en los monumentos nacionales o en los objetos o piezas que se conserven en ellos o en los museos. No se permite cambiar la ubicación de monumentos públicos sin la autorización previa del Consejo de Monumentos Naturales.

Fuente: MOP, MINVU, CChC, 2001

Normativa asociada a flora y fauna

Protege terrenos forestales de deforestación, incendios forestales y mala utilización de los suelos.

Tabla 6: Normativa asociada a flora y fauna

NORMA	INDICA
DL N° 701 de 1974 contenido en el DL N° 2.565 DE 1979.	Somete los terrenos forestales a las disposiciones de corta y reforestación.
Ley NC 18.378 de 1984.	Establece distritos de conservación de suelos, bosques y aguas.
DS N° 379 de 1985.	Reglamento sobre requisitos mínimos de seguridad para el almacenamiento y manipulación de combustibles líquidos derivados del petróleo, destinados a consumos propios.

Fuente: MOP, MINVU, CChC, 2001

2.10.-Patentes, Derechos y otras prestaciones que deben pagarse en la Municipalidad

Según la Ley de Rentas Municipales, la explotación de áridos obliga al pago de un impuesto denominado patente municipal, y también de algunos derechos municipales por diversos conceptos.

Patentes Municipales

En el Artículo 23 de la Ley de Rentas, se menciona que quedan afectos a tributación municipal toda profesión, oficio, industria, comercio, o cualquier otra actividad lucrativa secundaria y terciaria. Asimismo, todas las actividades primarias y extractivas (de explotación) en que medie algún proceso de elaboración de productos, y cuando los productos que se obtengan de esta clase de actividades primarias se vendan directamente por los productores. La extracción de áridos debe contar con patente municipal, y los trámites para obtenerla parten en el Artículo 26 de la Ley de Rentas, con la solicitud del permiso para funcionar o iniciar sus actividades.

La patente no puede negarse si se cumple con los requisitos necesarios y se cuenta con las autorizaciones pertinentes. La tasa o valor de la patente se calcula de acuerdo al capital propio dedicado a la actividad gravada, las reglas de determinación son establecidas en la Ley de Rentas Municipales y su reglamento.

Derechos Municipales

Derechos municipales son las prestaciones que están obligadas a pagar a las municipalidades, las personas naturales o jurídicas, que obtengan de la administración local una concesión o permiso o que reciban un servicio de las mismas.

Señala que entre otros servicios, las Municipalidades están facultadas para cobrar derechos por concepto de extracción como por instalaciones o construcciones varias que se ejecuten en bienes nacionales de uso público. La ley faculta a los Alcaldes para decretar dichos valores en forma anual, ya sea para los derechos por servicios, concesiones o permisos.

Excepción de pago de Derechos Municipales

En el Artículo 98 del DFL 850, se establece que no se cobrarán derechos municipales cuando la extracción sea destinada a la ejecución de obras públicas. Dicha excepción corre para las extracciones desde bienes nacionales de uso público, como particulares, y en el caso de no contarse con un acceso directo los particulares deberán otorgar las facilidades necesarias para acceder a ellos, sin perjuicio del pago por daños ocasionados.

2.11.-Ley 19.300 y el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA)

2.11.1.-El SEIA y la Industria del Árido

La Ley General sobre Bases del Medio Ambiente, N° 19.300 tiene por objetivo ser el marco legal en materia medioambiental. Establece en su Artículo 1° las materias que regula y protege, como por ejemplo el derecho a vivir en un medio ambiente libre de contaminación, la protección del medio ambiente, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental. Una de las formas de protección que esta ley tiene es el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, SEIA, al que deberá

someterse todo proyecto o actividad que aparezca señalado en el Artículo 10 de la misma Ley N° 19.300.

El Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental es la presentación de una Declaración de Impacto Ambiental, "DIA", o de un Estudio de Impacto Ambiental, "EIA", por parte de los proponentes de un proyecto, a la CONAMA o COREMA correspondiente, para determinar si el impacto ambiental de una actividad o proyecto se ajusta a las normas vigentes.

Un Estudio de Impacto Ambiental o EIA es un documento que describe las características de un proyecto o actividad que se pretenda llevar a cabo. Proporciona antecedentes fundados para la predicción, identificación e interpretación de su impacto ambiental y describir las acciones que ejecutará para impedir o minimizar sus efectos adversos. Una Declaración de Impacto Ambiental o DIA es un documento descriptivo de una actividad o proyecto que se pretende realizar, o de las modificaciones que se le pudieran introducir, el que es otorgado bajo juramento por el respectivo titular, y cuyo contenido permite al organismo competente evaluar si su impacto ambiental de ajusta a las normas vigentes.

Ingresan al SEIA los proyectos de desarrollo minero, incluidos los de carbón, petróleo y gas, comprendiendo las prospecciones, explotaciones, plantas procesadoras y disposición de residuos y estériles, así como la extracción industrial de áridos, turba y greda. Se entiende por extracción industrial de áridos cuando se trata de: extracción de áridos o greda en una cantidad igual o superior a 400 m^3 diarios o 100.000 m^3 totales de material extraído durante la vida útil del proyecto o actividad; o extracción de turba en una cantidad igual o superior a 5 toneladas diarias en base húmeda, o 1000 toneladas totales, en base húmeda, de material extraído durante la vida útil del proyecto o actividad.

2.12.-Extracción de áridos en rivera del río Ñuble

Las empresas que actualmente extraen minerales del río Ñuble son:

Áridos Armix Ltda. Ubicada en la salida norte de la Ciudad de Chillan, camino a Nahueltoro, es la planta chancadora que surte de materiales generalmente a la ciudad y sus alrededores.

Áridos el Boldal, ubicada en el km 15 camino al Huape, sus instalaciones son de primer nivel tanto en equipamiento como en infraestructura en general, claramente es la más grande y la que cuenta con mayor cantidad de permisos de extracción

Áridos Maggi Ltda. Ubicada en el km 18 camino a Quinchamalí, Con más de 45 años de experiencia Livio Maggi cuenta con vasta experiencia en el rubro de la extracción. La empresa se fundó en el año 1984 cuando Livio Maggi Pizarro decide emprender en el rubro en el que tantos años trabajó junto a su hermano.

Áridos Cosmito, ubicada en el km 29 camino a Confluencia, ingeniería y Construcción Cosmito Ltda. Fue creada fundamentalmente para desarrollar proyectos del Ministerio de Obras Publicas, Ministerio de la vivienda, Municipalidades y entidades privadas en general.

Áridos L"isola Ltda, ubicada en el km 32 camino a Confluencia, cuenta con la concesión más antigua del río Ñuble, después de asociarse con la empresa Compañía Minera la Isla Ltda de propiedad de Elio Vaccarezza Bianchetti, que desde el año 1982 trabaja en la rivera del río Ñuble.

Todas las plantas Chancadoras que se mencionan, son extractoras del río Ñuble, cuentan con pagos de extracción por concepto de Concesión, en la Ilustre Municipalidad de Chillan.

2.13.-Actividad Empresarial

La actividad empresarial se desarrolla principalmente, haciendo las ventas en planta o puestas en obra de los clientes, que son importantes empresas de la región como:

- Claro Vicuña Valenzuela
- Especialidades Asfálticas Bitumix
- Bosques Arauco
- Forestal Mininco
- Besalco
- Sociedad Pétreos
- Particulares, entre otras.

Las cantidades permitidas por la municipalidad, para extracción del afluyente fluctúan entre las 60.000 toneladas de metros cúbicos y 450.000 mil toneladas.

Las empresas extractoras de áridos han visto en el rubro una llamativa fuente de ingresos y de oportunidades ya que muchas han ampliado sus rubros hacia delante, creando importantes empresas constructoras en la región, conocidas por efectuar trabajos de montajes, construcción de carreteras, adjudicación de importantes globales y edificaciones en las principales ciudades de la octava región

2.14.-Conclusión del capítulo

La industria del árido, es una actividad de gran presencia en el país, con miles de pequeñas empresas de orden local que extraen material desde cauces o pozos. Los áridos son una materia prima necesaria en la construcción de edificios e infraestructuras de cualquier país y son la segunda materia prima más consumida, después del agua. Este crecimiento explosivo de la industria genera a través de sus plantas de extracción y tratamiento de áridos, grandes daños al medioambiente, a la salud humana y a la visión como empresa profesional y de calidad que el exterior tenga de ella, por esto es importante diseñar un plan de acción considerando la norma ISO 26000, o alguna directriz importante, para el desarrollo de un buen plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial, sería un gran paso a la modernización y globalización que cada día el mismo mercado exige a sus actores.

Estas Plantas chancadoras, generan una gran presencia en la provincia, por la invasión que provocan, no tan solo al medio ambiente o al lugar en donde desarrollan su actividad empresarial, sino también a los vecinos de las comunidades donde se alojan, el tránsito de vehículos diario hace que se vea notablemente afectado el paisaje del lugar, provocando la molestia de los vecinos.

Pero no hay que desconocer los beneficios que traen consigo, como generación de empleos y cercanía para la compra de materiales de construcción para los lugareños, pero que importancia se le da en estas organizaciones a la Responsabilidad Social Empresarial, Eso es precisamente lo que trataremos en el siguiente capítulo, y con ello tratar de comprender, si el que hacer nacional, con respecto a este tema, ha logrado llegar a estas empresas que si viene cierto, son bastante desconocidas y alejadas de la vida diaria de cualquier persona normal, tienen una importancia trascendental, ya que su consumo primario y masivo las hace fundamentales en nuestras vidas.

Capítulo III

Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las Plantas Chancadoras Del Río Ñuble

Introducción

Las crecientes condiciones económicas de los últimos años del país, y los importantes estándares internacionales que se han determinado y establecido en pro del bienestar de las personas y colaboradores en general de las empresas demandan la actuación activa y propositiva de los empresarios, vinculándose a causas sociales a fin de contribuir, desde su especificidad, a la solución de los graves problemas nacionales y mundiales.

Además de célula económica, la empresa es una célula social que está formada por personas y para personas. La empresa está insertada en la sociedad, de quien mucho recibe y no puede permanecer ajena a ella. Su fin es económico no deben, por tanto, contravenir su función social, ni ésta a su vez, contraponerse a aquellos; la única manera de hacerlos coincidir es actuando con responsabilidad social.

En Chile y en el mundo un número creciente de empresas están integrando la responsabilidad social a sus estructuras. Desgraciadamente, uno de los detonadores principales en este sentido ha sido la crisis del mercado más que las convicciones sociales, actitud que requiere ser modificada.

En el nuevo contexto de la economía mundial, donde las empresas rigen al mundo, prevalece una infinidad de problemas sociales y se operan modelos económicos poco útiles para resolverlos.

Urge entonces perfeccionar la manera de hacer empresa. Con esta convicción son muchas las participantes de la economía del país que quieren hacerse participe de este importante avance mundialmente conocido como Responsabilidad Social, en este capítulo seremos contralores de dicha responsabilidad en empresas del sector minero no metálico de la provincia de Ñuble.

3.1.-Capítulo III: Diagnostico de la responsabilidad Social Empresarial en las Plantas Chancadoras.

3.1.1.-Instrumento de medición de Responsabilidad Social

Para ejecutar el diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial en las Plantas Chancadoras del Rio Ñuble, se aplicará el instrumento denominado “Instrumento de Autodiagnóstico de Responsabilidad Social” propuesto por la FECHAC (Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C.).

3.1.2.-Fechac, Autodiagnóstico de Origen Mexicano

Fechac es un vehículo que utilizan más de 32,000 empresarios chihuahuenses para hacer llegar su apoyo a la comunidad. Es una organización, independiente y autónoma, apartidista y sin fines de lucro, dedicada a atender las necesidades críticas de la comunidad en materia de educación básica, salud preventiva y formación de capital social, con el propósito de elevar la calidad de vida de los chihuahuenses, promoviendo la responsabilidad social empresarial, la participación ciudadana y el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil, en el arduo intento por seguir construyendo y fortaleciendo a su comunidad.

Trabajando en colaboración a través de Fechac, empresarios, gobierno y sociedad civil, han impulsado más de 3,300 proyectos con una inversión superior a los 1,500 millones de pesos para impulsar el desarrollo humano y social de los chihuahuenses. (Datos a 2013)

Misión

Lograr mejores oportunidades para el desarrollo humano y social de los chihuahuenses.

Visión 2025

Ser una institución líder en responsabilidad social, sustentable y efectiva.

Política de calidad

Promover el desarrollo humano y social de los chihuahuenses mediante el financiamiento de proyectos sociales a organizaciones de la sociedad civil, en las áreas de educación básica integral de calidad, salud preventiva y desarrollo de capital social

Lograr la sostenibilidad y la institucionalidad, así como la satisfacción de los aportantes y de sus beneficiarios, asegurando el logro de objetivos mediante la mejora continua.



En el afán de servir cada vez mejor a la comunidad, en 2013 la reconocida casa certificadora BSI, certificó su sistema de gestión de calidad conforme a la norma ISO 9001:2008, el prestigioso estándar de calidad, reconocido a nivel nacional e internacional.



El edificio de Fechac en la ciudad de Chihuahua tiene la certificación LEED Plata, un sistema de calificación para edificios verdes creado por el Consejo de Edificios Verdes de Estados Unidos. Es un sistema internacionalmente reconocido que proporciona verificación de que un edificio fue diseñado y construido de forma que contribuya al cuidado del medio ambiente, una línea estratégica de la cultura de responsabilidad social.

Valores

Bien común

Conjunto de condiciones morales, culturales, jurídicas, políticas, sociales y económicas que permiten a cada miembro de la comunidad su desarrollo personal y el logro de sus fines.

Solidaridad

Vínculo natural fundamento de la ayuda mutua y responsabilidad social, de cuyo cumplimiento nace la integración en armonía de persona y sociedad.

Subsidiaridad

En una sociedad conformada por elementos desiguales, a partir de las posibilidades de unos se subsanan las carencias y necesidades de los otros.

Dar

Capacidad de compartir sin esperar nada a cambio. Privilegio de proporcionar beneficio a quien lo necesite, sin más retribución que la satisfacción de hacerlo.

Qué significa actuar con Responsabilidad Social

Significa cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo.

Para lograrlo la empresa en su conjunto adopta una actitud ética en todas sus acciones donde se busca por igual:

- El desarrollo integral de sus empleados.
- El desarrollo de su comunidad.
- El cuidado y la preservación del medio ambiente.
- La generación de riqueza.

Ser socialmente responsable no es tarea de un día ni responsabilidad de un departamento en particular. No es una cuestión moral individual del gerente, director o dueño, sino la implicación de la empresa en su conjunto. Es un traje a la medida de cada empresa que se confecciona a través del compromiso de quienes la integran. Es, en fin, un reflejo de la ética en todas las acciones de la organización.

Conforme las empresas adopten una cultura de responsabilidad social con sus colaboradores se contribuirá a una mejor calidad de vida para todos. Por esta razón cada día son más las entidades sumadas a desarrollar una perfecta responsabilidad social.

3.3.-Descripción del instrumento de Autodiagnóstico para analizar las Plantas Chancadoras

Esta herramienta tiene la finalidad de facilitar el análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa para la planeación de su desarrollo institucional. Para tal efecto hemos desagregado la naturaleza y dinámica de una empresa en cuatro áreas fundamentales:

- Calidad de vida en la empresa.
- Compromiso con la comunidad.
- Cuidado y preservación del medio ambiente.
- Competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (stakeholders).

Cada una de estas áreas está descrita por un determinado número de indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. El ejercicio de autodiagnóstico consiste en estimar en qué medida la propia empresa cumple con cada enunciado (expresado en términos de indicador), es por eso que junto a cada uno de ellos hay una escala del 1 al 5, donde 5 representa el más alto grado de semejanza entre lo que ahí se propone y lo que sucede en la organización, y 1 el más bajo.

Este instrumento está diseñado para que quienes lo utilizan puedan identificar a “simple vista” el resultado general de su diagnóstico, ya que se responde iluminando los cuadros de la escala, lo que facilita que al terminar de responder cada capítulo, se cree una imagen gráfica del grado en que dichas áreas o procesos están cubiertos.

Descripción del Instrumento

Para la recopilación de los datos en las Plantas Chancadoras, se decidió otorgar cinco encuestas a cada empresa estudiada:

Plantas que se visitaron:

1. Áridos Armix Ltda
2. Áridos el Boldal SA
3. Áridos Maggi Ltda
4. Áridos Cosmito Ltda
5. Productora y Comercializadora Lisola Ltda

Entregando todas las instrucciones a cada encargado que realizaría el autodiagnóstico, la idea principal del estudio, es que cada responsable de cada organización pueda entregar la mayor información de manera objetiva y concreta, para estudiar la situación real de cada empresa.

La encuesta se les entrego, a diferentes agentes responsables de cada organización, gerentes, encargados, supervisores etc. Para dar más seriedad y eficiencia a los análisis que se realizaran, a contar de los resultados de la información proporcionada por dichos agentes. Para poder captar cuáles son sus principales fortalezas y debilidades, en el desarrollo de la actividad empresarial que realizan.

Además de lo anterior, el poder aplicar el instrumento de Responsabilidad Social a las Plantas Chancadoras hará que los mismos encargados puedan adquirir un aprendizaje en cuanto a la identificación de los principales elementos de la institución, y calificar la situación en que se encuentra su proceso de desarrollo industrial.

Por otro lado al realizar este instrumento y dado su resultados es que aportará a tener una visión clara de su situación actual, lo que permitirá definir prioridades para un plan de mejora de los miembros que se involucraran con el cuestionario entregando respuestas y asumiendo un papel de investigadores de su propia realidad, aprendiendo a calificar las respuestas a partir de los indicadores aceptados.

3.4.-Instrucciones para aplicar el instrumento de Responsabilidad Social

El autodiagnóstico es un ejercicio en el que los miembros de las empresas aprenden a identificar los principales elementos de su institución y a calificar el estado en que se encuentran en su proceso de desarrollo.

Este ejercicio facilita la producción de conocimiento personal y colectivo, además permite:

- Observar rápidamente en dónde se encuentran las principales fortalezas y debilidades de la organización.
- Construir una visión clara y comprensible de su situación actual.
- Definir las prioridades para un plan de mejora.
- Clarificar las necesidades de capacitación de los integrantes de la institución en las áreas principales.
- Formular el diseño de capacitación e implementación de acciones que responda a las necesidades actuales prioritarias, así como a las necesidades futuras previsibles.

Cuando se participa activamente en un proceso de autodiagnóstico, los miembros de la empresa:

- Proporcionan las respuestas, asumiendo un papel de investigadores de su propia realidad.
- Aprenden a calificar las respuestas a partir de los indicadores aceptados.
- Analizan los resultados obtenidos.
- Priorizan la importancia de los resultados.
- Elaboran el plan de desarrollo para mejorar a partir de la capacitación e implementación de acciones necesarias.
- Controlan el plan de desarrollo atendiendo todos los aspectos que intervienen.

Para poder planear el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial de una empresa, es necesario conocer el grado de desarrollo de sus áreas fundamentales. A

partir del autodiagnóstico se puede elaborar el plan de desarrollo orientando con eficacia la aplicación de recursos económicos y humanos, logrando beneficios inmediatos.

El instrumento de autodiagnóstico que es parte de la investigación de la Responsabilidad de las plantas que operan en la rivera del río Ñuble, posee un listado de afirmaciones sobre diferentes áreas y aspectos relevantes en una organización, donde se evaluará el grado en que las descripciones se aplicasen a la organización.

Cabe recordar que cuando se entregó el instrumento se le dio a conocer que las respuestas deben ser conforme a la situación real y actual de las plantas y no a proyecciones futuras.

3.4.-Instrucciones de uso para el desarrollo del Autodiagnóstico

Inicie el autodiagnóstico leyendo cuidadosamente uno por uno los enunciados e iluminando con lápiz los cuadros necesarios para llegar al número de su respuesta, considerando que 5 es el mayor grado de semejanza con el enunciado y 1 el menor.

La empresa cuenta con un código ético publicado en un documento, el cual comparte y difunde.

Recuerde que debe responder conforme a la situación real de su empresa (¿Cómo está hoy mi institución?), NO de acuerdo a sus expectativas y proyectos a futuro (¿Cómo debería estar? ¿Cómo me gustaría que estuviera? ¿Cómo estará más adelante?).

Al finalizar revise cada capítulo, observe la imagen creada e identifique como fortalezas aquellas áreas donde haya mayor cobertura y como debilidades o áreas de oportunidad, aquellas donde encuentre más vacío.

Por último responda las preguntas finales o de cierre que le ayudarán a hacer una síntesis de su reflexión.

3.4.1.-Calidad de vida en la empresa

Una organización sana y dinámica, ofrece a todo su personal oportunidades interesantes de crecimiento. Crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y/o participativo en el que todos sus miembros interactúan bajo bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional contribuyendo a que alcancen una mejor calidad de vida. Por ello recibirá beneficios como la eficiencia y responsabilidad individual y colectiva; un balance de vida personal y laboral; el impacto positivo en

La productividad, relaciones obrero-patronales sanas y la percepción de la empresa como altamente productiva, humana y socialmente responsable.

La estructura de la organización no es una simple definición de jerarquías sino la delineación de un espacio para el desarrollo de personas que debe brindarles la posibilidad de aplicar al máximo su capacidad al servicio de los objetivos de la institución.

El desarrollo de la empresa está ligado al desarrollo del personal que la integra. Esto puede verse de dos maneras: como una restricción o como una oportunidad. Sin duda las empresas más progresistas son aquellas que incorporan personas dispuestas a impulsar con toda su capacidad el desarrollo de sus empresas. Identificarlos y propiciar su crecimiento es función esencial de la dirección de la empresa. Una empresa ofrece calidad de vida en su interior cuando opera éticamente y se interesa por el bienestar de quienes la integran:

- Fomenta el ejercicio de la ética en todas sus operaciones (procesos, productos y/o servicios).
- Cuenta con programas de desarrollo integral para sus trabajadores y sus familias.
- Procura el balance vida familiar- vida laboral al interior de la organización.
- Fomenta la inclusión y la diversidad en su fuerza laboral.

La remuneración del personal es una decisión que no se puede tomar unilateralmente.

Las empresas más importantes compiten por los mejores recursos humanos en el mercado laboral: un espacio en el que se juegan no sólo salarios y prestaciones sino también otros factores tales como la participación en la propiedad y en la toma de decisiones.

El desarrollo del potencial de los miembros de la organización se estimula e impulsa mediante:

La capacitación es sobre todo una función para el futuro. Desarrolla recursos que son susceptibles de crecimiento. En este sentido, la capacitación es una inversión y de las más rentables. Importa, por lo tanto, una capacitación proactiva, no centrada en el cumplimiento de obligaciones sino en el desarrollo de capacidades.

Un programa de mejora continua faculta al personal para que participe y coopere. Los programas de mejora continua son por tanto medio y expresión de la capacitación.

La declaración de los valores éticos corporativos es una herramienta vital para apoyar a los gerentes y empleados a tomar decisiones consistentes con la misión y filosofía de la empresa; es una guía que especifica la forma en que la compañía conduce su negocio.

La formación ética de los empleados puede hacerse mediante reuniones informales de pequeños grupos para discutir temas éticos que surgen en la empresa o a través de un programa formal de entrenamiento sobre ética, incentivando la participación colectiva en la identificación de los valores éticos de la empresa. Lo más importante es permear a la organización con los valores éticos, difundirlos y enfatizar el compromiso de los empleados y la organización con ellos.

- El compromiso de la dirección de la empresa con el desarrollo de su personal.
- El análisis de las características y circunstancias específicas del personal existente para ofrecerle capacitación adecuada.
- La realización y evaluación de acciones de capacitación.
- La orientación de los programas de mejora continúa con propósitos de capacitación.
- La articulación de los valores éticos.

3.4.2.-Cuidado y preservación del medio ambiente

La subsistencia y el desarrollo de toda sociedad dependen del aprovechamiento de los recursos naturales. Sin embargo, muchas de las acciones que los seres humanos emprendemos a favor de nuestro desarrollo y supervivencia, alteran o destruyen el ritmo natural y la armonía del mundo en que vivimos. Por esta razón, hoy la

conservación de la naturaleza como pilar del desarrollo sustentable reviste importancia vital para ciudadanos, pueblos, gobiernos y empresas.

Cuando una empresa entiende su responsabilidad medioambiental como un valor central en su estrategia de negocios, ejerce un compromiso con el desarrollo sustentable. Por tanto, el impacto de su esfuerzo se refleja no sólo al interior de su institución sino también en su contribución a la capacidad local, regional y nacional para preservar el entorno.

En muchas empresas se desarrollan prácticas inadecuadas en el uso de la energía y los recursos disponibles. Estas prácticas pueden haberse desarrollado de manera informal de modo que es posible que nadie en la empresa esté atendiendo sus variables. El rastreo de las mismas permite a la empresa encontrar oportunidades para preservar el medio ambiente, identificar alternativas de ahorro y consolidar importantes beneficios económicos. A la larga los residuos son vistos como productos para la comercialización y no como desechos.

Todo uso de recursos implica un costo monetario y un impacto ambiental; por ello, impulsar acciones y programas orientados a la promoción de la cultura de la sustentabilidad resulta en la optimización de costos y en la reducción de la huella ecológica (espacio de tierra y agua que necesitamos para mantener nuestro nivel de vida).

3.4.3.-Competitividad y relación con sus Stakeholders

En el mundo cambiante de hoy una empresa sólo tendrá éxito si puede alternar con las mejores de su ramo en el país y en el mundo. Este cuestionario explora la capacidad de una organización para perseguir un futuro mejor, entender de qué depende que lo alcance y a partir de ello elaborar e implantar políticas, estrategias y principios de acción que le sirvan de marco para orientar en esa dirección las decisiones y acciones de todos los días.

Con amplio acceso a la tecnología, la relación precio-calidad de un producto o un servicio es fácilmente equiparable. Por ello el éxito en los negocios no sólo depende de la naturaleza de los productos o servicios ofertados sino en buena medida de la forma en que estos se producen y ofertan. Hoy el principal factor diferenciador de una empresa es su comportamiento de cara a la sociedad y la percepción que la opinión pública tenga de ella.

Diariamente las empresas se enfrentan a situaciones específicas que requieren contundencia y precisión en la manera de actuar. Es en estas situaciones en las que la ejecución de los procesos debe hacerse de manera responsable, existiendo congruencia entre lo que se dice y se hace; esto significa hacer de la ética una práctica cotidiana en los negocios, una valiosa herramienta para imprimir y comunicar valor agregado.

Si anteriormente para generar credibilidad y lealtad en los mercados era suficiente que las empresas se orientaran a crear reputación por su productividad y calidad de sus productos y servicios, hoy es todavía más importante construir y mantener confianza.

- Cumple con sus obligaciones ante las Autoridades.
- Construye relaciones de ganar-ganar con sus Proveedores.
- Satisface a sus Clientes.
- Cumple con sus obligaciones ante sus Accionistas.
- Mantiene una relación sana con sus Competidores.

Una empresa genera riqueza y se relaciona de una manera justa y solidaria con sus involucrados cuando:

La confianza es resultado de una comunicación efectiva, reflejo de todo lo que hacemos, no sólo de aquello que decimos. Por esta razón la manera en que una compañía se comunica con sus colaboradores, consumidores, proveedores, competidores, y comunidad en general, es clave para alcanzar la competitividad.

“Integración” es una palabra clave al momento de comunicar con responsabilidad social. Esta visión implica un compromiso de todos los miembros de una organización. No sólo es importante para asegurar un enfoque integrado por parte de los diferentes departamentos involucrados en la empresa, también es vital para que lo que se comunique esté dirigido a todos los grupos que puedan tener un interés en la empresa y no sólo a aquellos en los cuales la empresa ya tenga un interés en particular.

La información se ha convertido en uno de los recursos más valiosos del mundo moderno. Es importante que una empresa sepa reconocer a sus competidores y, una vez detectados los jugadores importantes, aprenda de ellos. Hay muchas cosas que se aprenden al analizar los aciertos del competidor; también es importante mirarse al espejo para saber en dónde falla y en dónde tiene éxito la estrategia propia.

Para saber en qué áreas conviene especializarse y concentrar recursos, esfuerzos y prioridades, es importante explorar a fondo el concepto de diferenciación, identificar

qué rasgos se comparten con la competencia y qué capacidades altamente atractivas para los involucrados y difíciles de emular por la competencia, pueden generarse adicionalmente.

Establecer un programa de mejora continua no sólo afecta a la función productiva sino a la estructura formal de la organización. Requiere propósitos comunes y mecanismos de cooperación, así como el establecimiento de instancias y procedimientos adecuados. Los programas de mejora continua resultan efectivos únicamente cuando se basan en la participación activa del personal e involucrados estratégicos, tales como los clientes y los proveedores.

La relación con los proveedores es cada vez más una relación de cooperación que de compraventa. Los proveedores, sobre todo los más críticos, deben identificarse con los objetivos y los principios de los clientes de una empresa, de manera que puedan participar en la generación de nuevas opciones y no sólo en la realización de transacciones rutinarias.

3.4.4.-Compromiso con la comunidad

Percibe e instrumenta la corresponsabilidad de su organización en el desarrollo de su comunidad. Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene de la empresa.

Busca ser partícipe de la sinergia entre sectores (empresa, gobierno y sociedad civil), lo que le permite multiplicar los resultados de su aportación en la solución de problemas sociales.

Identifica cómo la participación e inversión social de la empresa impulsa el desarrollo de procesos sociales o comunitarios y le retribuye directa o indirectamente a su institución. Conoce y explora diferentes maneras para participar comunitariamente (a través de mensajes de beneficio social en sus productos y/o servicios, donativos, proyectos enfocados a causas sociales específicas, voluntariado corporativo, mercadotecnia social, etc.)

Sabe que involucrarse comunitariamente implica mucho más que otorgar donativos; implica el mejorar la calidad de vida de su entorno. Por ello se reta a impulsar el desarrollo de las capacidades de las personas que conforman esa comunidad. Invierte

en proyectos que impacten positivamente no sólo en las condiciones de bienestar de los beneficiarios sino también en sus actitudes y habilidades (su bien ser).

Está convencida que las acciones de involucramiento con la comunidad le generan beneficios a su organización, incrementan la moral, compromiso, retención y desempeño de los trabajadores, desarrollan sus habilidades, fortalecen la imagen de la empresa y por tanto incrementan la lealtad y preferencia de los consumidores.

3.5.-Desempeño social por dimensión

Para el análisis del desempeño social de las plantas en general, esto se hará mediante dimensión, donde a través de aquello se dará a conocer el promedio que tiene cada empresa en cada ítem de la encuesta, y por ende el promedio final de las plantas por dimensión. Esto se debe a que con el objeto de comparar cada Planta Chancadora, permitirá conocer cuáles son las fortalezas y debilidades, donde dado los bajos o altos promedios que arrojen la encuesta, ayudará a detectar las causas que permitirán realizar sugerencias y proponer estrategias.

3.6.-Balance Social de las Empresas, Resultados por Sección y Resultados del Sector Empresarial.

Indicador, Calidad de Vida en la Empresa.

Área temática: Indicadores	Empresas					
	1	2	3	4	5	Sector
De Calidad de Vida en la Empresa.						
Cuenta con código ético.	1	2,6	1,2	4,2	4,6	2,72
Identifica y articula políticas para código ético.	1	2,4	1,2	4	4	2,52
Fomenta el trabajo en equipo.	5	2,6	4,8	5	3,4	4,16
Escucha las sugerencias, ideas, peticiones y reclamos de los empleados.	4,4	2,6	4,8	5	4	4,16
En caso que se lleve a cabo la contratación de un menor, cuenta con la autorización de sus padres o tutores, asegura que su jornada de trabajo noexceda Las 6 horas diarias.	1,6	4,8	1,4	1	1,8	2,12
Reconoce y respeta el derecho de libertad de asociación.	3,8	4,4	4,8	5	2,4	4,08
Cuenta con programas de apoyo educativo y de capacitación.	3,2	2,8	5	5	3	3,8
Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados.	4,2	2,6	4,8	5	2,6	3,84
Maneja digna y derechamente aspectos como liquidaciones y despidos.	4,8	3,6	5	5	4,4	4,56
Garantiza con sus políticas, procedimientos donde no se discrimine.	4,8	5	4,8	5	5	4,92
Ha incrementado empleos femeninos (o de otros grupos minoritarios) en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.	3	3,4	1	3,8	4	3,04
Mantiene programa especial para la contratación de personas con algún tipo de discapacidad.	1,4	1	1,2	1	1	1,12
Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.	3,2	3,4	1	3,2	3	2,76
Utiliza esquemas de trabajo flexible acomodandose a las necesidades de su personal.	4	2,8	1	4	3,8	3,12
Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal, por generación de ideas, toma de riesgos etc.	2,2	1,6	1	5	2,8	2,52
PROMEDIO	3,17	3,04	2,87	4,08	3,32	3,30

En el área de Calidad de Vida en plantas Chancadoras, la Empresa N°4 tiene un promedio total de 4.08, siendo el más alto de esta dimensión, por otro lado el promedio total más bajo se lo adjudicó la Planta N°3 con un 2.87, en cuanto a las plantas N° 1,2 y 5, obtuvieron un promedio de 3.17, 3,04 y 3.32 respectivamente.

El buen desempeño de la Empresa N° 4, en el área de Calidad de Vida en la Empresa, se explica por los altos promedios obtenidos en diferentes planteamientos de la encuesta realizada, Lo anterior se debe a que cuenta con las siguientes fortalezas:

- ❖ Cuenta con un código ético publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma. (4.2)
- ❖ Identifica y articula políticas para que este código ético se refleje en sus prácticas cotidianas. (4.0)
- ❖ Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal. (5.0)
- ❖ Escucha las sugerencias, ideas peticiones y reclamaciones de los empleados y las toma en cuenta en la medida de lo posible. (5.0)
- ❖ Reconoce y respeta el derecho de libertad de asociación y la negociación colectiva, incluyendo aliarse o no a cualquier sindicato o asociación. (5.0)
- ❖ Cuenta con programas que favorecen el desarrollo de las habilidades y especialización de su personal, a través de apoyo educativo y de capacitación. (5.0)
- ❖ Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados. (5.0)
- ❖ Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos. (5.0)
- ❖ Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de origen étnico, de género, de raza, origen social, posición económica, religión o ideas políticas. (5.0)
- ❖ Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, etc.). (4.0)

- ❖ Tiene algún programa para estimular y reconocer a su personal por la generación de ideas, toma de riesgos decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio. (5.0)

Después, encontramos con promedios muy similares a, las empresas N°5 y N°1, con promedios de 3.32 y 3.17 respectivamente donde como fortaleza para ambas empresas son las siguientes

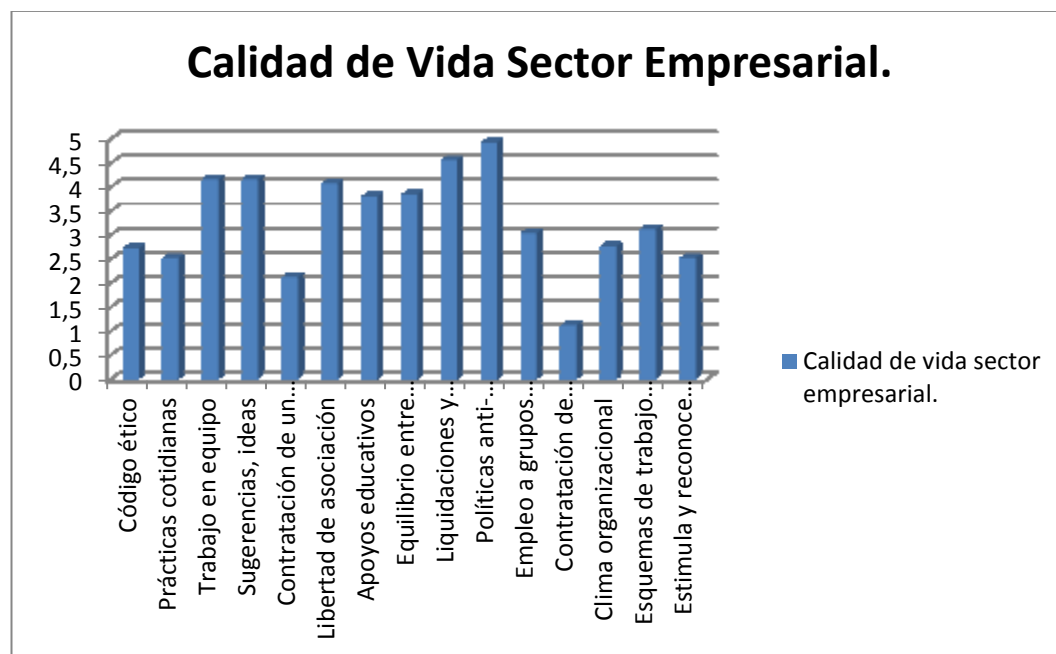
- ❖ Escucha las sugerencias, ideas peticiones y reclamaciones de los empleados y las toma en cuenta en la medida de lo posible. (Promedios para ambas empresas sobre 4.0)
- ❖ Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos. (Promedios para ambas empresas sobre 4.0)
- ❖ Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de origen étnico, de género, de raza, origen social, posición económica, religión o ideas políticas. (Promedios para ambas empresas sobre 4.0)

Por otro lado encontramos los promedios más bajos en desempeño social en el área de calidad de vida en la empresa, las empresas N°2 y N°3 con notas de 3.04 y 2.87 respectivamente, sus principales debilidades están dadas por el bajo desempeño en las siguientes dimensiones

- ❖ Cuenta con un código ético publicado en un documento el cual comparta y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma. (para ambas empresas se obtienen promedios bajo 3.0)
- ❖ Identifica y articula políticas para que este código ético se refleje en sus prácticas cotidianas. (para ambas empresas se obtienen promedios bajo 3.0)
- ❖ Mantiene un programa especial para la contratación de personas con discapacidad física y/o mental. (para ambas empresas se obtienen promedios bajo 3.0)
- ❖ Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, etc.). (para ambas empresas se obtienen promedios bajo 3.0)

- ❖ Tiene algún programa para estimular y reconocer a su personal por la generación de ideas, toma de riesgos decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio. (para ambas empresas se obtienen promedios bajo 3.0)

Gráfico 1, Calidad de vida, Sector Empresarial.



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta aplicada.

El promedio de las cinco empresas muestran, un desarrollo de calidad de vida de 3.3 nota promedio lo que nos dice que están en una posición compleja si no ponen atención a los diferentes ítems de la encuesta, sus principales fortalezas son:

- ❖ Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal. (4.16)
- ❖ Escucha las sugerencias, ideas peticiones y reclamaciones de los empleados y las toma en cuenta en la medida de lo posible. (4.16)
- ❖ Reconoce y respeta el derecho de libertad de asociación y la negociación colectiva, incluyendo aliarse o no a cualquier sindicato o asociación. (4.08)
- ❖ Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos. (4.56)

- ❖ Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de origen étnico, de género, de raza, origen social, posición económica, religión o ideas políticas. (4.92)

Entres las principales debilidades como sector empresarial encontramos las siguientes:

- ❖ Cuenta con un código ético publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma. (2.72)
- ❖ Identifica y articula políticas para que este código ético se refleje en sus prácticas cotidianas. (2.52)
- ❖ Mantiene un programa especial para la contratación de personas con discapacidad física y/o mental. (1.12)

Indicador, Cuidado y Preservación del Medio Ambiente.

Área temática: Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	Empresas					Sector
	1	2	3	4	5	
Opera programas para mejorar el aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.	2	4,8	4,8	3,8	3,2	3,72
cuenta con políticas para reducir el consumo de servicios como la energía eléctrica.	3	4,6	5	4,8	3,8	4,24
opera sistemas necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes.	1	5	5	1	2,8	2,96
incluye en presupuesto anual programas de protección o conservación ambiental.	3	4,6	3	1	2,8	2,88
Aplica alguna certificación o norma ambiental.	1,2	4,8	5	5	2	3,6
realiza acciones promoviendo entre sus empleados conciencia ambiental.	1	2,6	3	2,2	2,6	2,28
Adquiere productos y materia prima reciclables minimizando el uso de materiales no degradables.	1	1	3	1	2,2	1,64
Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel.	4	1,4	1	5	2,8	2,84
establece compromisos explícitos con el medio ambiente y fija estándares para ello.	2	1,4	1	1,6	3,2	1,84
Mantiene sus activos en niveles adecuados para la prevención de contaminación.	3	3,6	5	3,8	4,4	3,96
Dona los excedentes de mobiliario y equipo para su reutilización y aprovechamiento.	1	2,6	2	5	2,6	2,64
Genera incentivos para los empleados que sugieren reutilización de desechos.	2	1,4	1,2	2,2	2	1,76
Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.	3	2	1	1	2	1,8
Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.	3	4,4	3,2	5	4,4	4
entrega a sus consumidores información acerca del daño ambiental generado como resultado del uso de sus productos.	1,2	3,2	1	1	2,6	1,8
PROMEDIO	2,09	3,16	2,95	2,89	2,89	2,80

En cuanto al área de cuidado y Preservación del Medio Ambiente, la empresa N°2 fue la mejor evaluada con un 3,16 y la empresa que obtuvo el promedio más bajo de este ítem fue la empresa N° 1 con un 2,09 de promedio. La planta N° 3 se adjudica un promedio de 2,95, mientras que las empresas 4 y 5 comparte un 2,89.

El desempeño obtenido por la empresa N° 2 en el área de Cuidado y Preservación del medio ambiente, se debe principalmente a su buen rendimiento en las siguientes áreas en las cuales se encuentran sus principales fortalezas:

- ❖ Cuenta con programas para mejorar el aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios. (4,8)
- ❖ Posee políticas para reducir el consumo de servicios como la energía eléctrica. (4,6)
- ❖ Opera sistemas necesarios que disminuyan emisiones contaminantes. (5)
- ❖ Incluye en el presupuesto anual programas de protección o cuidado medio ambiental. (4,6)
- ❖ Aplica certificación o normal ambiental (4,8)
- ❖ Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo (4,4)

Dentro de las fortalezas obtenidas por las demás plantas chancadoras se puede apreciar que su rendimiento es similar ya que se obtuvieron promedio semejantes. La empresa N° 3 con un 2,95, mientras que las empresas N° 4 y 5 comparten un 2,89 de promedio. Se destacan entre estas las siguientes fortalezas:

- ❖ Aplican alguna certificación o norma medio ambiental.
- ❖ Cuentan con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.
- ❖ Mantienen sus activos en niveles adecuados para la prevención de la contaminación

En cuanto a las debilidades presentadas por la empresa que obtuvo el menor promedio dentro de la categoría, que es la empresa N°1 con un promedio de 2.09, se encuentran las siguientes:

- ❖ No operan programas para mejorar el aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios (2,0)
- ❖ No poseen sistemas necesarios que disminuyan emisiones contaminantes (1,0)
- ❖ No dona los excedentes de mobiliario y quipo para su reutilización y aprovechamiento.(1,0)
- ❖ No entrega a sus consumidores información acerca del daño ambiental generado como resultado del uso de sus productos. (1,2)

Gráfico 2, Cuidado y Preservación del Medio Ambiente, Sector Empresarial



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta aplicada.

El promedio de las cinco empresas muestran, un desarrollo del Cuidado y Preservación del Medio Ambiente con una nota promedio de 2.8, bastante baja considerando la invasión directa que su actividad empresarial tiene sobre el medio ambiente, lo que nos dice que están en una posición compleja si no ponen atención a los diferentes ítems de la encuesta, sus principales fortalezas son:

- ❖ Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas. (4.24)
- ❖ Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo. (4.0)

Entre las principales debilidades como sector empresarial encontramos las siguientes:

- ❖ Adquiere productos y materias primas reciclables, minimizando el uso de material no degradable. (1.64)
- ❖ Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales. (1.84)
- ❖ Genera incentivos premios y reconocimientos, para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales. (1.72)
- ❖ Entrega a sus consumidores información detallada sobre el daño ambiental como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios. (1.80)

Indicador, Competitividad y Relación con sus Stakeholders.

Área temática: Indicadores de Competitividad y Relación con sus Stakeholders	Empresas					Sector
	1	2	3	4	5	
cuenta con algún cargo responsable de su actuación ética.	1	3,4	1	1,8	2,6	1,96
Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales.	5	5	4,6	4,6	4,6	4,76
tiene la cultura y los sist. Para atender a las necesidades de sus clientes.	4	5	5	4,2	2,4	4,12
maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos.	3	3,6	4,8	5	2,2	3,72
Cuenta con un mecanismo para hacer llegar sugerencias o quejas.	3,8	2,8	3	3,6	2	3,04
Presenta políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez a transacciones.	3,8	5	5	5	4,4	4,64
Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio.	4	5	4	4	4,4	4,28
Busca promover sus productos apoyando y relacionandolos con causas sociales.	2,2	3,4	5	5	3,6	3,84
Cuenta con programas de apoyo para el desarrollo de sus proveedores.	2,4	3,2	4,8	5	2,6	3,6
cuenta con sistema de mejoramiento en aspectos como por ejemplo, calidad.	4	4,8	5	5	4	4,56
Vende sus productos y servicios expresando claramente las características.	4	5	5	5	3,2	4,44
Trabaja en conjunto con otras empresas o empresarios en proyectos de beneficio para la comunidad.	2	2,6	5	2,4	3,2	3,04
Aplica una política de cumplimiento de obligaciones y compromiso con terceros.	4,8	4,4	4,8	5	4,4	4,68
Proporciona a sus clientes productos y servicios de la máxima calidad.	4	5	5	4,6	4,4	4,6
Cuenta con políticas anti-corrupción.	4,6	5	5	4,4	4,6	4,72
PROMEDIO	3,51	4,21	4,47	4,31	3,51	4

En el ítem de Indicadores de Competitividad y Relación con sus Stakeholders el promedio más destacado en esta área es la empresa de áridos N°3 con un 4,47, mientras la empresa N°1 y 5, obtiene el rendimiento más bajo con un 3,51 final.

En el promedio obtenido por la empresa N°3 podemos destacar las siguientes fortalezas:

- ❖ Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas reclamaciones. (5,0)
- ❖ Cuentan con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado. (5,0)
- ❖ Proporciona a sus clientes productos de mayor calidad (5,0)
- ❖ Venden sus productos y servicios expresando claramente sus características (5,0)
- ❖ Cuenta con programas de apoyo para el desarrollo de sus proveedores. (4,8)

Dentro de las fortalezas obtenidas por los segundos lugares las empresas N° 2 y 4, 4.21 y 4.31 respectivamente, se puede apreciar que su rendimiento es similar ya que obtuvieron promedio semejantes. Se destacan entre sus principales fortalezas:

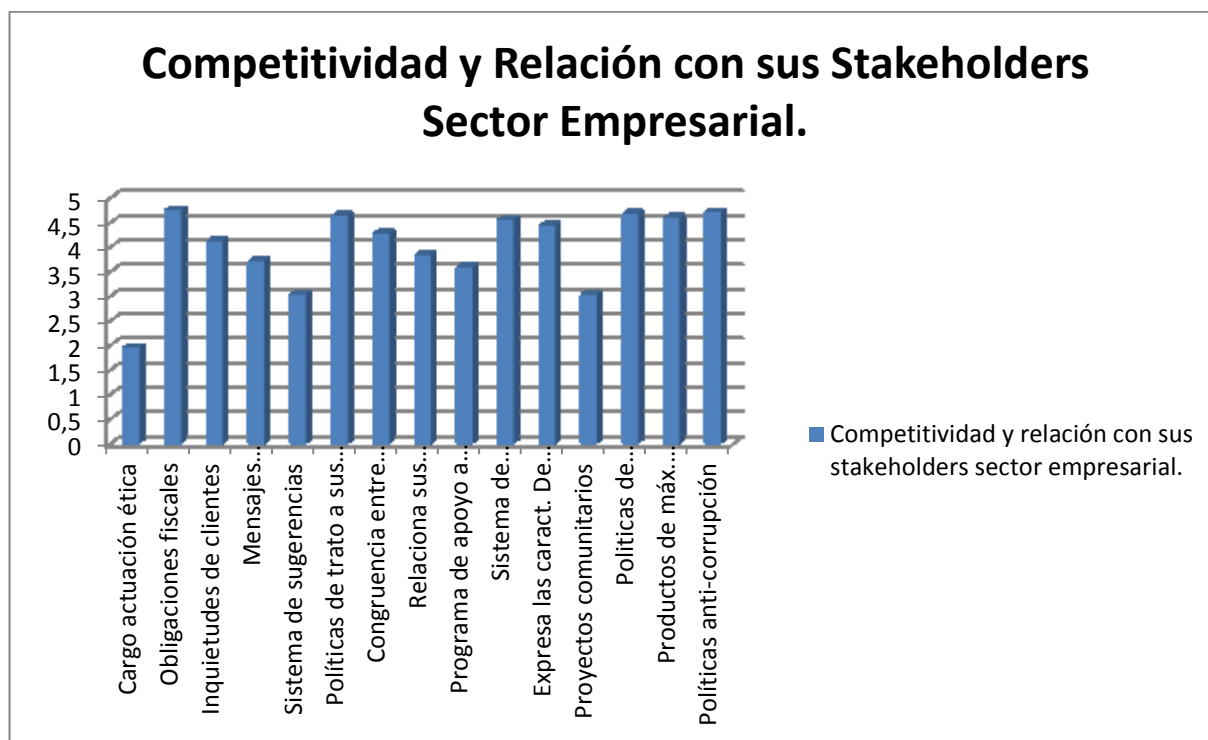
- ❖ Cumple a tiempo sus obligaciones fiscales y atiende las solicitudes de apoyo por parte del gobierno.
- ❖ Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.
- ❖ Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más a ya del mercado.
- ❖ Vende sus productos y servicios expresando claramente las características (sin utilizar letras pequeñas en el contrato).

En cuanto a las debilidades presentadas por las empresas que obtuvieron el menor promedio dentro de la categoría, tenemos las empresas N° 1 y 5, que comparten un 3.51 de nota promedio, se aprecian las siguientes debilidades:

- ❖ Cuenta con algún responsable de promover y monitorear su actuación ética.
- ❖ Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios.

- ❖ Cuenta con un mecanismo para que sus Stakeholders (grupos de relación/interés), puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.
- ❖ Cuenta con programas de apoyo para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales.

Gráfico 3, Competitividad y Relación con sus Stakeholders, Sector Empresarial



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta aplicada.

El promedio de las cinco empresas muestran, un desarrollo de la Competitividad y Relación con sus Stakeholders con una nota promedio de 4.0, bastante buena, siendo claramente una fortaleza del sector empresarial. Lo que nos dice que están en una posición adecuada y están poniendo atención a las necesidades de sus diferentes grupos de interés, sus principales fortalezas son:

- ❖ Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas reclamaciones. (4.76)
- ❖ Cumple a tiempo sus obligaciones fiscales y atiende las solicitudes de apoyo por parte del gobierno. (4.64)

- ❖ Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad. (4.56)
- ❖ Aplica una política de cumplimiento de obligaciones y compromisos con terceros, obligaciones fiscales, pago a proveedores. (4.68)

Entre las principales debilidades como sector empresarial encontramos solo una que es la siguiente:

- ❖ Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética. (1.96)

Indicador, Compromiso con la Comunidad.

Área temática: Indicadores de Compromiso en la Comunidad	Empresas					Sector
	1	2	3	4	5	
Invierte en conocer las particularidades de la comunidad local.	3	1,2	1	1,8	2,4	1,88
Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores de la comunidad local.	3	2	1	4	2	2,4
Cuenta con un puesto o sistema encargado de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos.	1,4	3	1	1	1,4	1,56
Cuenta con programas de apoyo para el desarrollo de sus proveedores.	2,4	3	1	1	2,4	1,96
Otorga donativos en efectivo al menos del 1%.	1,2	1	1	1	1,2	1,08
Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros a grupos de la comunidad.	2,4	1	3	5	2	2,68
Incluye en su reporte anual sus acciones y contribuciones en la comunidad.	2,4	3,2	1	1	1,8	1,88
Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la sociedad.	3,2	2,4	1	1	1,6	1,84
Promueve voluntariado y apoya las causas filantrópicas de su personal.	2,2	2,4	5	4	3,4	3,4
Tiene y aplica políticas para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga.	3	1,2	5	1	2	2,44
Contribuye a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades.	2,8	1,2	1	1	1,6	1,52
Da la oportunidad a pequeños emprendedores pertenecientes a las comunidades en las que opera.	2,8	2,2	5	5	3,8	3,76
Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social.	2	1,8	1	3,8	1,2	1,96
Dentro de sus relaciones promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social.	4	2,2	5	1,8	2,6	3,12
Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla.	2,8	4,2	5	3	2,8	3,56
PROMEDIO	2,57	2,13	2,47	2,36	2,15	2,34

En el área de Compromiso con la Comunidad, los promedios son similares, obtuvieron los siguientes resultados, la Empresa N°1 tiene un promedio total de 2.57, siendo el más alto de esta dimensión, por otro lado el promedio total más bajo se lo adjudicó la Planta Áridos N° 2 con un 2.13, en cuanto a las plantas N° 3, 4 y 5, obtuvieron un promedio de 2.47, 2.37 y 2.15 respectivamente.

El desempeño de la Empresa N°1, en el área de Calidad Compromiso con la comunidad, se explica por los promedios obtenidos en diferentes planteamientos de la encuesta realizada, pero a pesar de ser el promedio mayor no tiene fortalezas en este ítem todos sus promedios son menores a 3.0.

Después, encontramos promedios muy similares, las empresas N° 3, 4 y 5, que obtuvieron un promedio de 2.47, 2.37 y 2.15 respectivamente. Donde se destaca como fortaleza, las siguientes:

- ❖ Promueve el voluntariado y apoya las causas filantrópicas de su personal
- ❖ Da oportunidad como proveedores a pequeños empresarios, micro empresas o grupos productivos comunitarios de las comunidades en las que opera.

Por otro lado encontramos el promedios más bajo en desempeño social en el área de Compromiso en la Comunidad, la Empresa de Áridos N°2 con nota 2.13 respectivamente, sus principales debilidades están dadas por el bajo desempeño en las siguientes dimensiones

- ❖ Otorga donativos en efectivo, al menos el 1% de sus utilidades antes de impuesto promedio para causas sociales.
- ❖ Contempla dentro de sus políticas, la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipos, servicios, facilidades), a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.
- ❖ Promueve el voluntariado y apoya las causas filantrópicas de su personal.
- ❖ Tiene y aplica políticas para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga.

Gráfico 4, Compromiso con la Comunidad, Sector Empresarial.



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta aplicada.

El promedio de las cinco empresas en la dimensión de Compromiso con la Comunidad, muestra una nota promedio de 2.3, bastante inferior a lo esperado, considerando que la escala es de 1 a 5, siendo claramente una debilidad del sector empresarial. Lo que nos dice que están en una posición desfavorable, dentro de la evaluación realizada no presenta fortalezas y sus principales debilidades son:

- ❖ Otorga donativos en efectivo, al menos el 1% de sus utilidades antes de impuesto promedio para causas sociales.(1.08)
- ❖ Invierte en conocer e identificar las particularidades de la comunidad local para identificar expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que su manera de operar pueda suscitar respecto de sus costumbres y creencias. (1.88)
- ❖ Incluye en su reporte anual sus acciones y contribuciones en la comunidad (Balance social). (1.88)

- ❖ Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera. (1.52)
- ❖ Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social. (1.96)

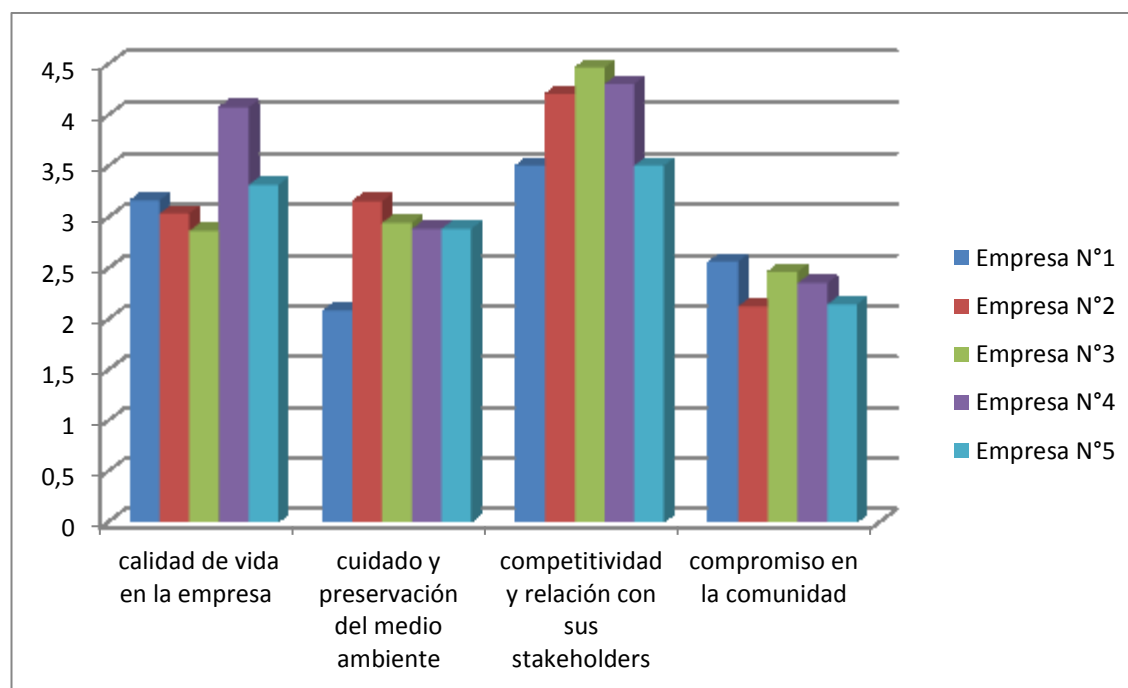
3.7.-Balance social de todas las empresas involucradas

La siguiente tabla muestra el promedio de cada dimensión por Planta.

Área temática	empresa					Sector
	1	2	3	4	5	
Calidad de Vida en la Empresa	3.17	3.04	2.87	4.08	3.32	3.30
Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	2.09	3.16	2.95	2.89	2.89	2.80
Competitividad y Relación con sus Stakeholders	3.51	4.21	4.47	4.31	3.51	4.01
Compromiso en la Comunidad	2.57	2.13	2.47	2.36	2.15	2.34
Promedio	2.84	3.14	3.19	3.41	2.97	
Benchmark						3.11

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

Gráfico 5, Balance Social



Fuente: Elaboración Propia en base a los resultados de la Encuesta.

Apreciación del Gráfico Balance Social.

Claramente el balance social es negativo, ya que en tres de un universo de cuatro dimensiones, las empresas Chancadoras que desarrollan su actividad empresarial en la rívera del río Ñuble presentan notas promedio menores a 3.0, siendo claramente una debilidad para el Sector.

En la dimensión de Calidad de vida en la empresa, la Empresa N° 4 tiene supremacía por sobre las demás, en el gráfico se ve notablemente la distancia que la diferencia de sus compañeras.

En el cuidado y preservación del medio ambiente las empresas se comportan de manera pareja, solo se ve marcada la de mayor y menor desempeño, la empresa de áridos N° 3 y N° 1 respectivamente.

En la competitividad y relación con sus Stakeholders, las evaluaciones se presentaron con mejores notas, por ende se evaluó esta dimensión como la mejor de la encuesta con un promedio de 4.0, en el gráfico se ve el comportamiento dinámico de las dimensiones en las empresas involucradas.

En cuanto al compromiso con la comunidad, el bajo rendimiento colectivo, hace que sea la dimensión peor evaluada, el gráfico demuestra esta realidad con promedios similares y poco dinámicos.

Capítulo IV

Propuestas de Acción y Mejoras para las Plantas Chancadoras Del Río Ñuble

4.1.- Capítulo IV: Propuestas de acción y Mejoras para las Plantas Chancadoras del Río Nuble.

Hoy en día es cada vez más latente, sino imperante, una vinculación entre la responsabilidad social y la planeación estratégica de las empresas Nacionales. Lo cual hace necesario el Ejercicio de comprobar la efectiva “adopción” de la visión, misión y valores entre las empresas, que permitirá conocer si ha permeado el concepto de responsabilidad social en el ADN de la empresa, o bien si es inexistente.

La sustentabilidad empresarial está asociada a cifras positivas en resultados económicos, pero además está estrechamente ligada a la reducción de los impactos negativos sobre el medioambiente, y a la forma de relación que la empresa establece con la comunidad.

Un Modelo de estrategias en Gestión, bajo esta concepción de la empresa, debe considerar por tanto ámbitos de gestión que antes no aparecían asociados a un negocio, y por tanto debe incluir dimensiones y herramientas de evaluación que permitan analizar la gestión de una forma más amplia.

4.2.- Estrategias para consolidar la responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Chancadoras.

Para que las empresas alcancen un comportamiento de Responsabilidad Social Empresarial, deben primero preguntarse “cuál es la manera actual que tenemos, de hacer empresa”, luego replantear las debilidades que se encontraron en el autodiagnóstico y fortalecer en la medida que se pueda, en conjunto con sus colaboradores. Haciéndolos participe de las mejoras y viéndolos como consultores de los cambios, ya que solo con esto se puede desarrollar una retro alimentación.

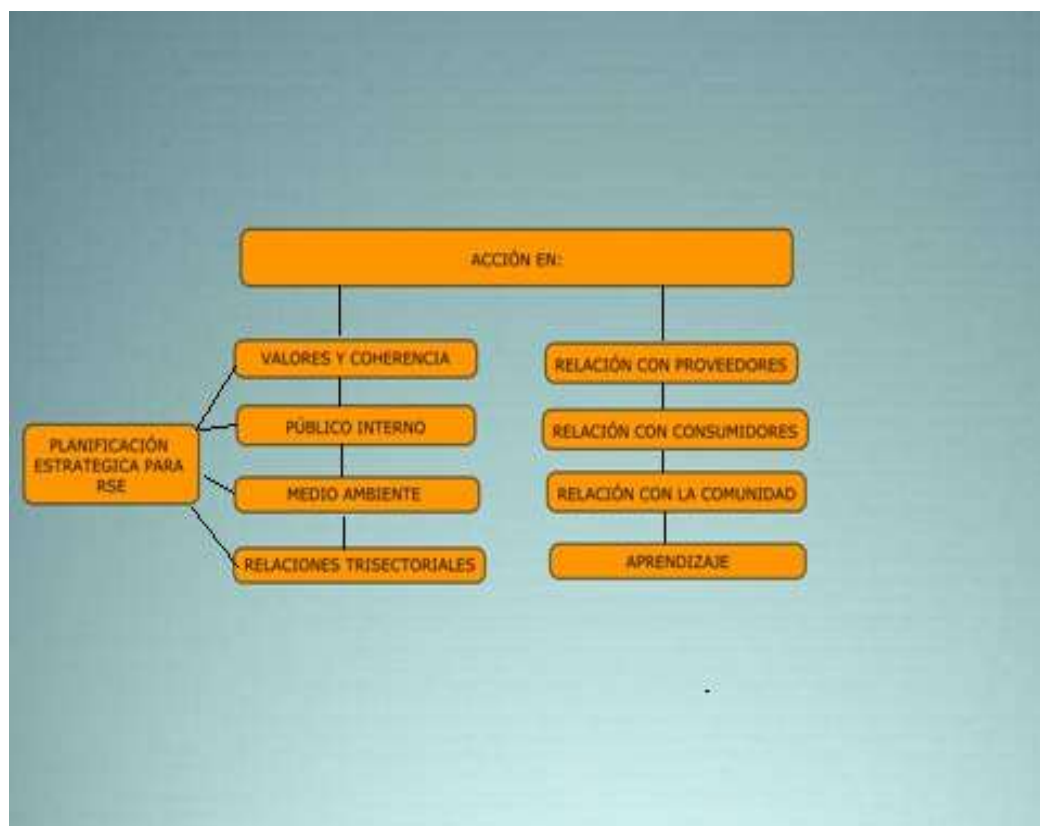
4.3.- Modelo de gestión de Responsabilidad Social Empresarial

Aplicación de Estrategias de Gestión una visión integral para el sector de las Plantas Chancadoras

- ❖ Valores y coherencia
- ❖ Público interno

- ❖ Relación con los proveedores
- ❖ Relación con los consumidores
- ❖ Relaciones con las comunidades
- ❖ Medio ambiente
- ❖ Relaciones trisectoriales (empresa, sociedad civil y estado)
- ❖ Aprendizaje

Modelo de gestión que las empresas deben tener para fortalecer sus debilidades.



Fuente:elaboracion propia, basado en el modelo de gestion RSE de la fundación Prohumana .

Valores y Coherencia

En este sentido, podemos decir que los valores y coherencia implican que, lo que se planee como valor para la organización, es tratar de realizar las cosas y tratar de que los resultados sean medibles y cuantificables. Lograr la interacción entre los procesos de planificación, contabilidad y dialogo con sus stakeholders y el cómo estos se articulan con los objetivos y metas de la empresa.

Publico interno

Cuando hablamos de público interno nos referimos al desempeño que la empresa debe tener con sus empleados, del punto de vista económico y social, la empresa debe obtener la máxima rentabilidad, pero siempre adoptando buenas prácticas con los empleados que generan valor para la organización, deben tratar de implementar las siguientes políticas:

- Políticas de beneficios
- Políticas de capacitación
- Políticas de contratación
- Política de clima laboral
- Política de vida saludable
- Política de conciliación
- Políticas con los sindicatos
- Políticas de prevención y sanción del acoso
- Política de inclusión igualitaria
- Política de no discriminación

Como actuar con los Proveedores

Con respecto a, el actuar que deben adoptar con sus proveedores, en este contexto la empresa debe optar un rol fundamental y activo, un buen desempeño está asociado a la generación de políticas, códigos y normas orientadas a la constante preocupación por las condiciones laborales y potenciando a proveedores locales, preocupándose del desarrollo sustentable de pequeñas empresas y siempre preocupados de las buenas relaciones con los locales, dentro de esta dimensión encontramos:

- Desarrollo de proveedores
- Encadenamiento productivo
- Derechos humanos

El Actuar con los Consumidores

La relación que la empresa logre con sus consumidores tiene que estar orientada en base a la fidelidad y bienestar de los clientes mismos, para esto la organización debe adoptar políticas y prácticas relativas, para mantener un feedback constante y habilitar canales abiertos de comunicación. Debe contar con las siguientes subdimensiones:

- Relación con los consumidores
- Política publicitaria
- Conocimiento de daños potenciales

La Acción que se debe Tomar con la Comunidad

Lo primero que se debe diseñar es una estrategia de relación con los grupos de interés, tratando con esto de diseñar políticas orientadas a resguardar la interacción que tenga la organización con sus stakeholders y su sustentabilidad en el tiempo.

La empresa debe definir también, su rol de supremacía frente a los más desfavorecidos de la comunidad creando un plan de acción que aborde las demandas que ellos plantean.

Dentro de la relación con la comunidad es muy importante considerar:

- Vinculación con la comunidad
- Inversión social
- Voluntariado corporativo

Relaciones trisectoriales que la Empresa debe Mantener

Las Plantas Chancadoras mantienen interacción con organizaciones de la sociedad civil, el estado y otras empresas por tanto es necesario que definan medidas tendientes a regular y facilitar relaciones entre ellas, que se quiere explicar con esto, la empresas deben definir una política de relación con el estado, estableciendo personas responsables de las mismas y mecanismos de diálogos orientados a la construcción de relaciones de confianza y cooperación.

Trabajar de manera Armónica con el Medio Ambiente

Se entiende por empresas invasivas para el cuidado del Medio Ambiente, son todas aquellas que generan algún tipo de impacto ambiental, entiéndase por esto, consumo de energía, agua, niveles de CO₂, medición de huella de carbono, Etc.

La idea es crear un ambiente limpio de trabajo, es la conciencia real que deben adoptar las empresas que trabajan en el rubro de la minería no metálica, el impacto ambiental no se ve inmediatamente, ni deja secuelas evidentes, por este motivo deben internalizar los impactos diarios que la organización realiza, y tratar de ir paliándolos día a día con:

- 1.- Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales
- 2.- Sistemas de gestión
- 3.- Practicas ambientales
- 4.- Medioambiente y comunidad
- 5.- Políticas de reciclaje

Aprendizaje

Las Empresas Chancadoras deben ser capaces de, asegurar un aprendizaje en términos de Responsabilidad Social, esto significa adquirir cada día mas conocimientos sobre la organización y hacia donde la estamos dirigiendo, en este ítem se deben revisar las políticas que implementamos anteriormente y deben hacerle un seguimiento, los sistemas implementados de deben monitorear para que exista la retro alimentación. Todo esto se debe hacer para contar con un cuerpo coherente de información y datos que sirva de registro, y sea de utilidad para que las Plantas avances en materias de Responsabilidad Social.

Existen dos aprendizajes, interno y externo los cuales se pueden utilizar.

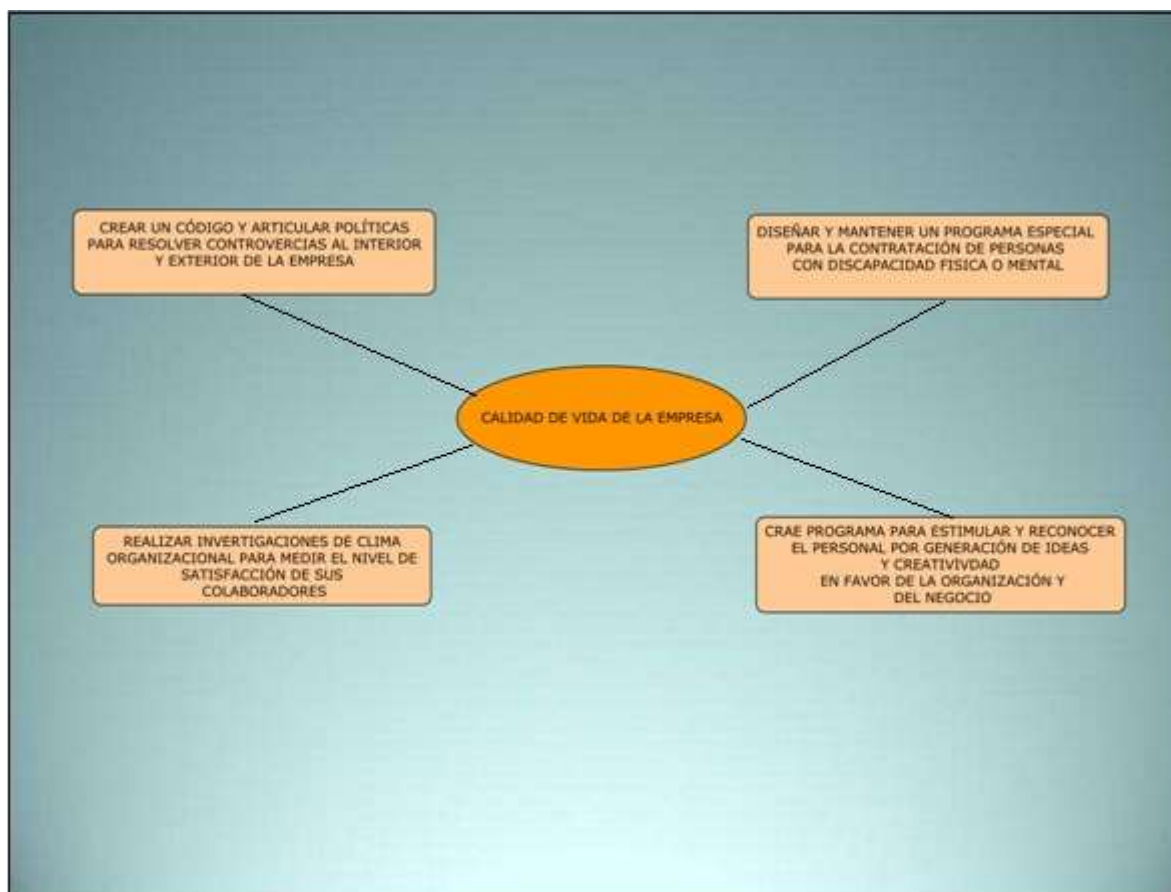
El aprendizaje interno es cuando la empresa sistematiza sus experiencias, de tal forma de contar con un registro, que les permita avanzar en el desarrollo de políticas y

medidas de Responsabilidad Social, con esto la empresa misma podrá ir viendo sus progresos y podrá plantearse de acuerdo a estos nuevos desafíos.

En el aprendizaje externo, las plantas deben generar y apoyar la existencia de espacios de discusión en los cuales sea posible compartir experiencias, y aprender de las iniciativas de otras empresas, esto implica generar mecanismos adecuados para que el personal se capacite, dándole facilidades para asistir a eventos, reuniones, seminarios, entre otros eventos de este tipo.

4.4.- Implementación de estrategias para superar las debilidades en el sector empresarial de las empresas Extractoras de minerales del río Ñuble

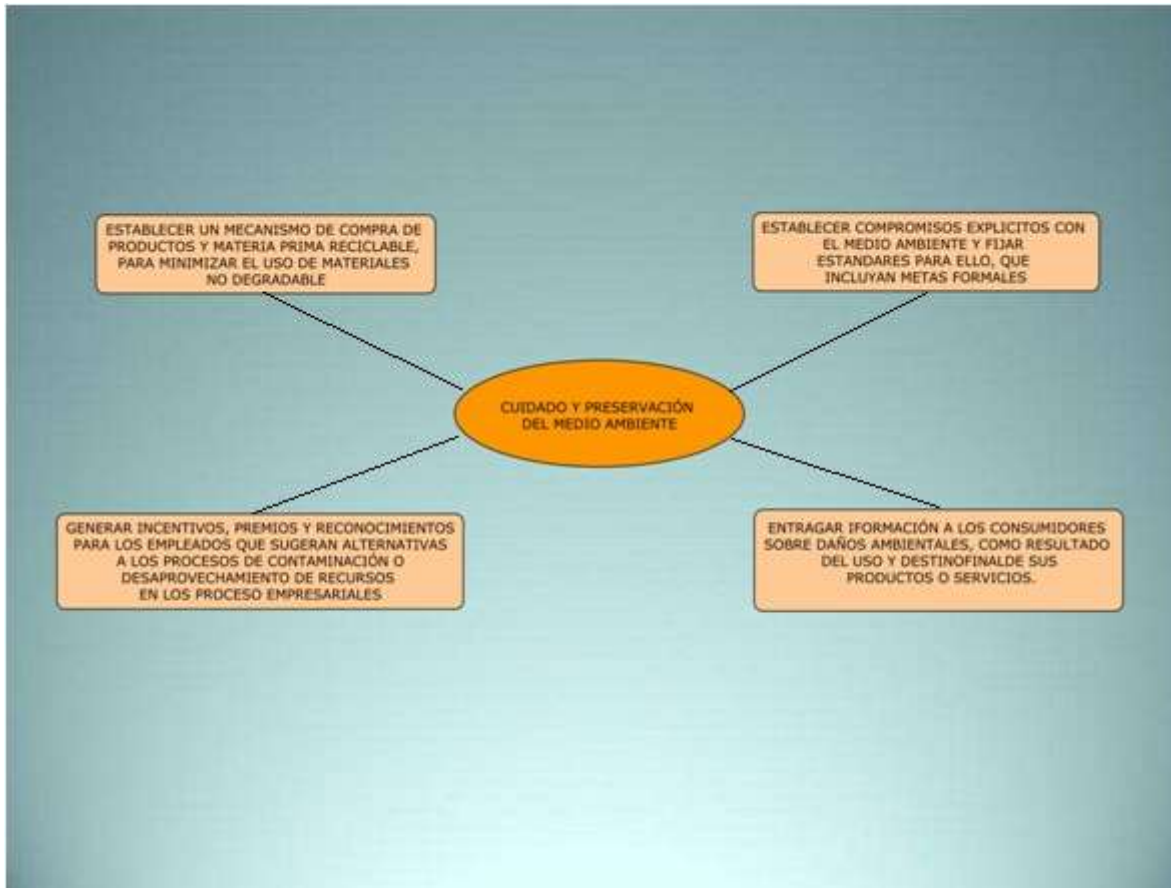
Dimensión Calidad de Vida en la Empresa.



Fuente: elaboración propia, en base a los resultados obtenidos en el Autodiagnóstico, debilidades del sector.

Después de revisar y tabular las respuestas de la encuesta en el autodiagnóstico, se aprecia un importante descuido en la dimensión de calidad de vida en la empresa, situación que se puede revertir si los involucrados cambian su gestión e implementan las estrategias sugeridas.

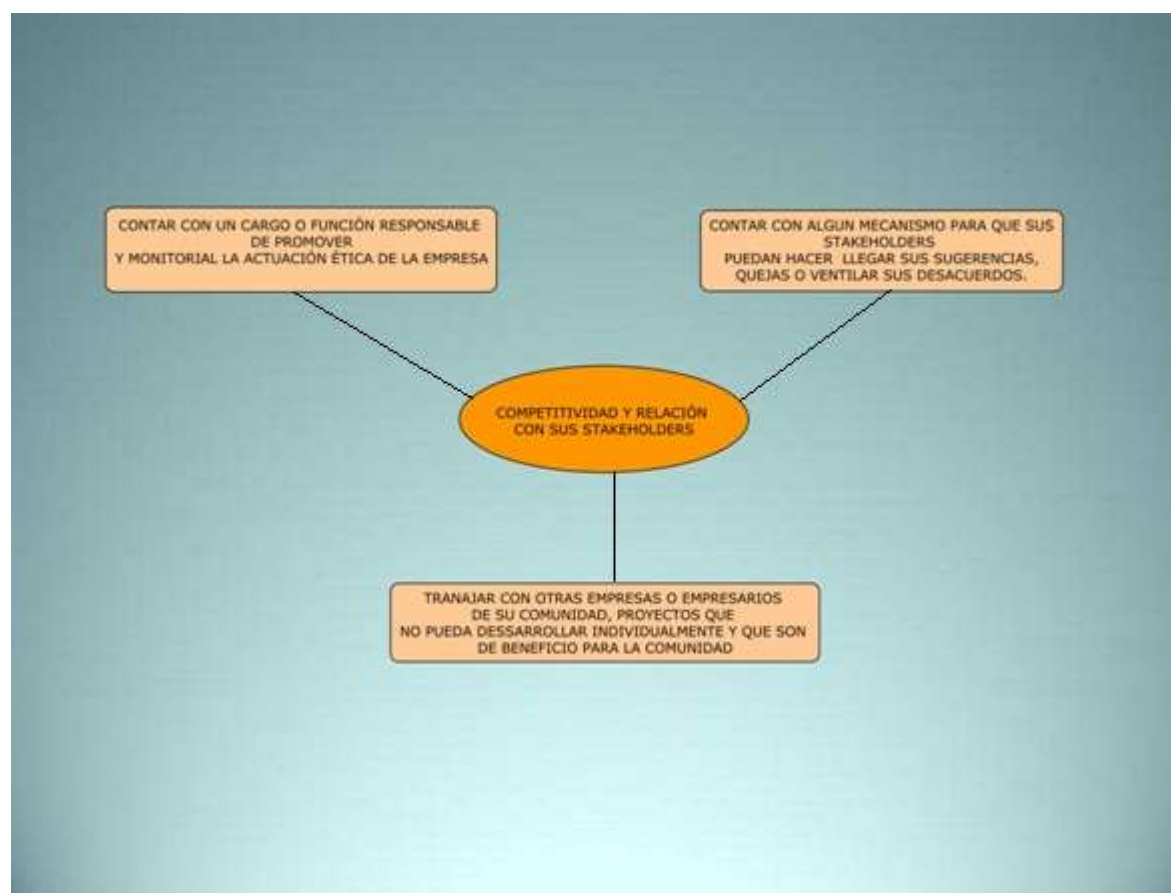
Dimensión cuidado y preservación del medio Ambiente.



Fuente: elaboración propia, en base a los resultados obtenidos en el Autodiagnóstico, debilidades del sector.

La Responsabilidad Social necesita un proceso de análisis constante en la empresa, es por este motivo que tiene que revisar su misión y visión ante el entorno y analizar su planificación, considerando siempre los efectos colaterales que puede provocar sobre el medio ambiente, estamos viviendo en un mundo globalizado que requiere cada día más, preocupación inherente sobre este tema, ya que los grandes líderes, están colocando principal énfasis en la herencia que se les dejara a futuras generaciones.

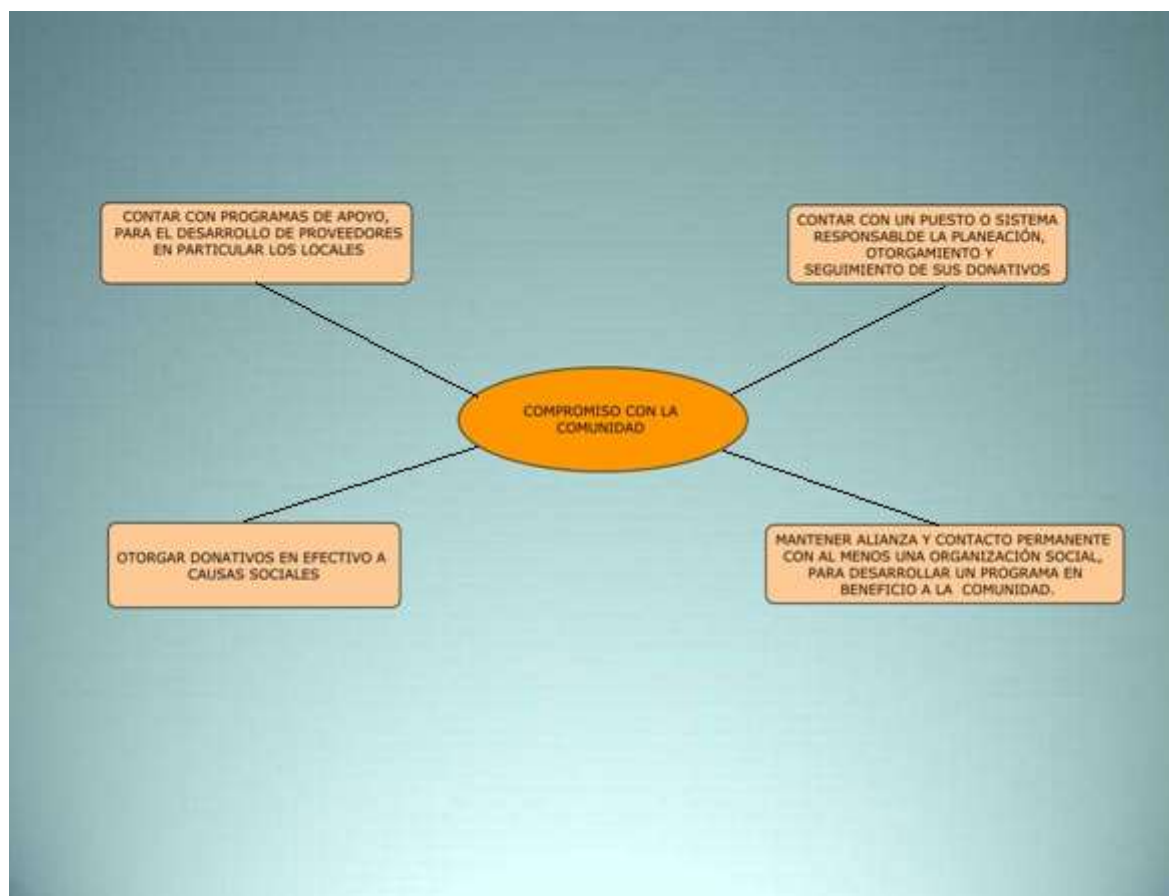
Dimensión Competitividad y Relación con sus Stakeholders.



Fuente: elaboracion propia, en base a los resultados obtenidos en el Autodiagnóstico, debilidades del sector.

Definitivamente esta dimension es la mas fuerte del autodiagnostico, pero tienen que seguir trabajando en las estrategias que se les sugiere para ser cada dia mejores con el entorno, como empresas chancadoras deben tener un compromiso real con la comunidad y con acciones sociales, que se vean reflejadas en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas

Dimensión Compromiso con la Comunidad.



Fuente: elaboración propia, en base a los resultados obtenidos en el Autodiagnóstico, debilidades del sector.

Definitivamente el compromiso con la comunidad por parte de las Plantas chancadoras esta al debe, tienen mucha deficiencia al momento de hablar de compromisos con el entorno, tienen que hacer un urgente análisis de sus estrategias y considerar las que se les están sugiriendo en el cuadro anterior, deben poner atención y trabajar en conjunto con la comunidad para que estos, los conozcan y se sientan identificados con la actividad empresarial de la organización, y sientan cierto respaldo por estas cinco organizaciones que trabajan en su mismo entorno natural.

4.5.-Propuestas de mejoras por empresa

Indicador, Calidad de Vida en la Empresa.

Después de haber realizado el análisis en el sector Empresarial y por dimensión, es necesario revisar la situación individual de cada empresa participante en esta identificación o detección de responsabilidad Social Empresarial.

Para que la empresa N°1 comience a trabajar en base a los principios de la responsabilidad Social debe centrar sus objetivos en trabajar los siguientes ítems.

- ❖ Debe contar con un código ético publicado en un documento, el cual comparta y difunda y lo utilice para resolver controversias al interior y exterior de la misma empresa.
- ❖ Debe identificar y articular políticas, para que este código ético se refleje en sus prácticas cotidianas.
- ❖ Mantener un programa de contratación especial, para personas con problemas con discapacidades físicas y o mentales. (Como por ejemplo, personas de la Teletón o cualquier otra fundación).

Por otro lado la Empresa N°2, por su parte debe concentrar sus esfuerzos en implementar lo siguiente:

- ❖ Mantener un programa de contratación especial, para personas con problemas de discapacidades físicas y o mentales. (Como por ejemplo, personas de la Teletón o cualquier otra fundación).
- ❖ Tener algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio.

La empresa N°3 debe concentrar sus esfuerzos en estimular y promulgar lo siguiente:

- ❖ Debe contar con un código ético publicado en un documento, el cual comparta y difunda y lo utilice para resolver controversias al interior y exterior de la misma empresa.

- ❖ Debe identificar y articular políticas, para que este código ético se refleje en sus prácticas cotidianas.
- ❖ Debe realizar investigaciones de Clima Organizacional, para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieran atención.
- ❖ Debe utilizar esquemas de trabajos flexibles para acomodarse a las diversas necesidades de su personal.

La empresa N°4 y 5 por su lado deberían prestar atención en:

- ❖ Mantener un programa de contratación especial, para personas con problemas con discapacidades físicas y o mentales. (Como por ejemplo, personas de la Teletón o cualquier otra fundación).

Indicador, Cuidado y Preservación del Medio Ambiente

En este sentido las empresas deben poner especial énfasis en corregir problemas o situaciones que pongan en riesgo su compromiso con el medio ambiente.

La empresa N° 1 debe trabajar en lo siguiente:

- ❖ Debe operar sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que producen.
- ❖ Deben realizar acciones que generen entre su personal, conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrollar campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa.
- ❖ Tiene que adquirir productos y materia prima reciclable. Minimizando el uso de materiales no degradables.
- ❖ Debe donar los excedentes de mobiliario y equipos, favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.

La empresa N° 2 debe concentrar sus esfuerzos en:

- ❖ Adquirir productos y materia prima reciclable. Minimizando el uso de materiales no degradables.

- ❖ Contar con un programa encaminado en convertirla en una empresa sin papel(uso de documentos electrónico)
- ❖ Debe establecer compromisos explícitos con el medio ambiente y fijar estándares para ellos, que incluyan metas formales.
- ❖ Debe generar incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieran alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.

La empresa N° 3 debe trabajar en:

- ❖ Contar con un programa encaminado en convertirla en una empresa sin papel(uso de documentos electrónico)
- ❖ Debe establecer compromisos explícitos con el medio ambiente y fijar estándares para ellos, que incluyan metas formales.
- ❖ Debe utilizar criterios ambientales para la selección de sus proveedores.
- ❖ Debe entregar a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos.

La empresa N°4 debe trabajar en:

- ❖ Operar sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que producen.
- ❖ Debe destinar una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.
- ❖ Tiene que adquirir productos y materia prima reciclable. Minimizando el uso de materiales no degradables.
- ❖ Debe establecer compromisos explícitos con el medio ambiente y fijar estándares para ellos, que incluyan metas formales.

La empresa N°5 debe trabajar en:

- ❖ Aplicar alguna norma de certificación ambiental (ISO 9000, ISO14000, industria limpia u otra)

- ❖ Debe generar incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieran alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.
- ❖ Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores,

Indicador, Competitividad y relación con sus Stakeholders

En este indicador todas las empresas deben poner especial atención en los siguientes criterios:

- ❖ Debe contar con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética.
- ❖ Debe contar con un mecanismo para que sus stakeholders(grupos de interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos.
- ❖ Debe trabajar con otras empresas o empresarios de su comunidad, proyectos que no pueda desarrollar individualmente y que son de beneficio para la comunidad.

Indicador, Compromiso con la comunidad.

En este indicador las empresas tienen que poner especial atención, ya que es en el cual, está más deficiente el desempeño de las organizaciones estudiadas.

La empresa N°1 por su parte debe trabajar en:

- ❖ Debe contar con una fundación, instancia, puesto o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos, para conducir la vinculación con la comunidad.
- ❖ Debe otorgar donativos al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales.

La empresa N°2 debe trabajar en:

- ❖ Otorgar donativos al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales.

- ❖ Debe contemplar dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.

La empresa N°3 debe trabajar en:

- ❖ Invertir en conocer e identificar las particularidades de la comunidad local para identificar expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que su manera de operar pueda suscitar respecto de sus costumbres y creencias.
- ❖ Debe establecer canales de dialogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad en la que opera.
- ❖ Debe contar con una fundación, instancia, puesto o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos, para conducir la vinculación con la comunidad.
- ❖ Debe contar con un programa de apoyo para el desarrollo de sus proveedores, en particular el de los locales.
- ❖ Debe otorgar donativos al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales.
- ❖ Debe incluir en su reporte anual, sus acciones y contribuciones en la comunidad. (balance social)

La empresa N°4 debe trabajar en:

- ❖ Debe contar con una fundación, instancia, puesto o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos, para conducir la vinculación con la comunidad.
- ❖ Invertir en conocer e identificar las particularidades de la comunidad local para identificar expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que su manera de operar pueda suscitar respecto de sus costumbres y creencias.
- ❖ Debe contar con un programa de apoyo para el desarrollo de sus proveedores, en particular el de los locales.

- ❖ Otorgar donativos al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales.

La empresa N°5 debe trabajar en:

- ❖ Contar con una fundación, instancia, puesto o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos, para conducir la vinculación con la comunidad.
- ❖ Otorgar donativos al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales.
- ❖ Debe incluir en su reporte anual, sus acciones y contribuciones en la comunidad.
(balance social)

Conclusión

Después de realizar un arduo trabajo, midiendo la Responsabilidad Social empresarial de las empresas Chancadoras del Río Ñuble, podemos concluir lo siguiente:

La Responsabilidad Social nos contempla a todos nosotros como individuos, provistos de derechos y deberes, el trabajo en ecosistema y el dialogo entre los actores es lo que va a permitir definir acciones responsables.

Desde el individualismo del mundo, se avanza hacia la filantropía la responsabilidad moral y la responsabilidad social, implican también responsabilidad jurídica y legal, para alcanzar impacto en la sociedad de su territorio, se trata de “buenas prácticas” pensar y diseñar acciones que generen un impacto positivo en la comunidad donde las organizaciones operan y preguntarse cuáles son “mis impactos negativos”, trabajar en ellos para mejorarlos y suprimirlos para ser una empresa sustentable y rentable a la vez, porque ya sabemos que van de la mano. La Responsabilidad Social Empresarial ayuda a las empresas a ser productivas y beneficiosas para los accionistas y para la comunidad en general.

La identificación de Responsabilidad Social, se realizó en cinco empresas de la Provincia de Ñuble, Específicamente en la rivera del río que lleva su mismo nombre.

Identificamos las fortalezas y debilidades de cada empresa y podemos decir que como benchmark obtuvieron una nota promedio de 3.11, siendo una nota muy desalentadora debido al bajo promedio de las dimensiones de compromiso con la comunidad, calidad de vida en el trabajo y cuidado y preservación del medio ambiente. En cuanto a la relación con sus stakeholders es un poco más alentadora teniendo una nota promedio de 4.01

Con respecto al análisis que se realizó por empresa, se detectaron las principales falencias y se mencionan las posibles soluciones, para que las organizaciones las consideren y las trabajen en pro de un futuro mejor, y con mayor compromiso de las empresas hacia la comunidad y sus trabajadores.

Para finalizar, es conveniente señalar que se realizaron algunas propuestas de enfoques para las empresas involucradas, estrategia para suprimir las debilidades que

estas tengan en los diferentes campos analizados en esta Memoria, en ese sentido, las propuestas de estrategias representan solo los caminos posibles, los que siempre tiene que ser sometidos a revisión y constante supervisión, dado el carácter cambiante de las condiciones internas y externas que tenga la organización, lo que toma una particular relevancia cuando hablamos de las Chancadoras ya que son poco estudiadas, por ende poco conocidas.

Esto lo hace más interesante, el saber más de un rubro primordial para la sociedad Chilena, que sienta su cultura y dinamismo sobre los pilares fundamentales de la infraestructura nacional ya sea privada o pública.

Bibliografía

- Alcoberro, R. (2007). *Ètica, Economia y Empresa, la dimenciòn Moral de la Economia*. Gedisa Editorial.
- Annan. (1999).
- Bull. (2004). *Melling Y jensen 2002* .
- C.L.*La Promociòn de Empresas Sostenibles*. (2007). OIT Editorial.
- Carroll, I. G. (1979, 1998, 1999, 2001, 2004).
- Castillo, P. C. *Responsabilidad Social Empresarial*. Ruth Tapia Editorial .
- Chillàn, I. D. (2011-2015).
<http://www.municipalidadchillan.cl/media/2011/noviembre/archivos/PLADECO-2011-2015.pdf>. Obtenido de Actualizaciòn plan de desarrollo comunal.
- Construcciòn, C. C. (2014). *Informe Mach Macroeconomia y construcciòn*.
- Correa. (2004).
- Dixon. (2003).
- G.Pardiguero, T. (2005). *La responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafios de la Gestìon Empresarial*.
- Garcia. (2007). Responsabilidad Social Empresarial.su contribuciòn al desarrollo sostenible. *Revista Futuro* .
- Gonzalez. (2004).
- Herrera. (2005). *El Marco Ètico de la Responsabilidad Social Empresarial*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- *<http://www.accionrse.cl/contenidos.php?id=2>*. (s.f.). Obtenido de Acciòn.
- *Ilustre Municipalidad de Chillan*. (s.f.). Obtenido de www.municipalidadchillan.cl.
- Mario Raich. (2009). *Màs Allà, Empresa y Sociedad en un mundo de Transformaciòn*. Profit Editorial.
- MOP. (2001).
- (2007). Ètica, Economia y empresa. En D. Murillo. Gedisa Editorial.
- *Reglamento de la ordeneza de extraccion de àridos en bienes Nacionales de uso publico de la ciudad de Chillan*. (s.f.). Obtenido de

<http://www.municipalidadchillan.cl/media/ordenanzas2008/reglamento-aridos-feb-2005.pdf>.

- *Universidad del Bio Bio*. (s.f.). Obtenido de www.ubiobio.cl.
- www.anefa.es. (s.f.). Obtenido de Anefa.
- www.aridos.info. (s.f.). Obtenido de Àridos.
- www.conocelosaridos.org. (s.f.). Obtenido de Àridos, Conoce los àridos.

ANEXOS

FICHA DE SERVICIOS MUNICIPALES DE CHILLÁN	
DIRECCIÓN MUNICIPAL	OBRAS MUNICIPALES
SERVICIO A OTORGAR	CONCESION PARA EXTRACCION DE ARIDOS DESDE CAUCE DE BIEN NACIONAL DE USO PUBLICO
UNIDAD RESPONSABLE DEL PROCESO	DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y EJECUCION
NORMATIVA: Ordenanza Municipal Nº1 DEL 31.07.2001; Ley Nº19.300 Bases Generales del Medio Ambiente.	
PROCESO PARA OPTAR Y ACCEDER AL SERVICIO	
<p>1.- El interesado, ingresa en Oficina de Partes de la I. Municipalidad de Chillán, solicitud de Concesión adjuntando respectivo Estudio de Extracción de Aridos (Memorias, planos, levantamientos topográficos, etc.).</p> <p>2.- La I. Municipalidad de Chillán envía Estudio de Extracción de Aridos a la Dirección de Obras Hidráulicas del MOP., Región del Bio Bio.</p> <p>3.- La Dirección de Obras Hidráulicas revisa el Estudio y lo aprueba o lo rechaza o realiza observaciones, documento que es remitido a la I. Municipalidad de Chillán.</p> <p>4.- I. Municipalidad de Chillán notifica documento con aprobación o rechazo u observaciones al interesado.</p> <p>5.- El interesado responde las observaciones y las ingresa a la Oficina de Partes de la I. Municipalidad de Chillán, las que son remitidas a la Dirección de Obras Hidráulicas para su revisión.</p> <p>6.- La Dirección de Obras Hidráulicas, definitivamente, aprueba o rechaza el Estudio de Extracción de Aridos.</p> <p>7.- Si el volumen de áridos a extraer es superior a los límites establecidos en la Ley Nº19.300, el Estudio deberá someterse al Sistema de Evaluación de impacto Ambiental y dependiendo del impacto del proyecto se deberá realizar Declaración de impacto Ambiental o un Estudio de impacto Ambiental.</p> <p>8.- Una vez que el interesado obtenga el Informe Técnico Favorable de la Dirección de Obras Hidráulicas y, si correspondiera, la Calificación Favorable de la CONAMA, presenta dichos documentos en la Oficina de Partes de la I. Municipalidad de Chillán.</p> <p>9.- Una vez recibidos los documentos de la DOH y eventualmente de la CONAMA, funcionarios del Depto. de Diseño y Ejecución, realizan visita a terreno y elevan un informe técnico al Sr. Director de Obras Municipales.</p> <p>10.- Director de Obras Municipales envía Informe Técnico al Sr. Alcalde de Chillán.</p> <p>11.- Sr. Alcalde de Chillán, de acuerdo a sus atribuciones, podrá presentar al Honorable Concejo Municipal de Chillán, la solicitud de Concesión para extracción de áridos y los correspondientes antecedentes técnicos.</p> <p>12.- Si la solicitud es presentada al H. Concejo Municipal, este lo pasará a la Comisión de Obras,</p>	

<p>Aseo y Ornato, para su análisis.</p> <p>13.- La Comisión de Obras, Aseo y Ornato, analiza la solicitud de Concesión con los documentos técnicos de respaldo, luego la rechaza o la aprueba.</p> <p>14.- Si la Comisión de Obras, Aseo y Ornato aprueba la solicitud de Concesión, la devuelve al H. Concejo Municipal con la recomendación favorable.</p> <p>15.- El H. Concejo Municipal de Chillán, discutirá y acordará definitivamente la aprobación o rechazo de la solicitud de Concesión.</p> <p>16.- Si la solicitud de Concesión es aprobada definitivamente por el H. Concejo Municipal, el Sr. Alcalde de Chillán dicta Decreto de Concesión para extracción de áridos, en el cual, se estipulan las condiciones de la Concesión.</p>
<p>DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y EJECUCION</p> <p>DIRECCIÓN: 18 de Septiembre Nº510, de Chillán, 3er. Piso Edificio Consistorial de la Ilustre Municipalidad de Chillán.</p> <p>TELÉFONOS: (42)433486; (42)433309; (42)433453</p>

<p>E-MAIL: dsilva@municipalidadchillan.cl HORARIO DE ATENCIÓN: 08,00 a 14,00 hrs.</p>	
<p>OBSERVACIONES:</p>	
<p>REQUISITOS PARA RECIBIR EL SERVICIO Y DOCUMENTOS REQUERIDOS</p>	
<p>REQUISITOS</p>	<p>- Persona natural o Jurídica.</p>
<p>DOCUMENTOS A PRESENTAR</p>	<p>- Carta solicitud de Concesión indicando lugar de extracción, volumen de áridos a extraer, plazo para la Concesión. - Estudio de Extracción de Aridos. - Identificación de la Persona Natural (fotocopia ante notario cédula de identidad) o Persona Jurídica (Fotocopia ante notario de Constitución de la Sociedad con actualizaciones). - Informe Técnico Favorable de la Dirección de Obras Hidráulicas, Región del Bio Bio. ventualmente, la Calificación Ambiental Favorable de la CONAMA. - Documentación que establezca accesibilidad desde camino público y al Bien Nacional de Uso Público donde se realizará la extracción. arantías establecidas.</p>

Encuesta Realizada a las Plantas Chancadoras

Indicadores de competitividad y relación con sus stakeholders	1	2	3	4	5
1. Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética .					
2. Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno.					
3. Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes .					
4. Maneja mensajes promocionales y publicitarios , objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios					
5. Cuenta con un mecanismo para que sus Stakeholders (grupos de relación/interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos .					
6. Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones					
7. Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado.					
8. Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales .					
9. Cuenta con programas de apoyo para el desarrollo de sus proveedores , en particular de los locales.					
10. Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad.					
11. Vende sus productos y servicios expresando claramente las características (sin utilizar "letras pequeñas" en los contratos).					
12. Trabaja con otras empresas o empresarios de su comunidad, proyectos que no puede desarrollar individualmente y que son de beneficio para la comunidad .					
13. Aplica una política de cumplimiento de obligaciones y compromisos con terceros (obligaciones fiscales, pago a proveedores, etc.)					
14. Proporciona a sus clientes productos y servicios de la máxima calidad , de acuerdo a sus especificaciones.					
15. Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser cómplices de corrupción .					

Indicadores de compromiso en la comunidad	1	2	3	4	5
1. Invierte en conocer e identificar las particularidades de la comunidad local para identificar expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que su manera de operar pueda suscitar respecto de sus costumbres y creencias.					
2. Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad en que opera.					
3. Cuenta con una fundación, instancia, puesto o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos ; así como para conducir la vinculación con la comunidad, que no esté a más de un nivel ejecutivo del director general, gerente general o gerente de operaciones .					
4. Cuenta con programas de apoyo para el desarrollo de sus proveedores , en particular de los locales.					
5. Otorga donativos en efectivo al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales					
6. Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.					
7. Incluye en su reporte anual sus acciones y contribuciones en la comunidad (Balance Social)					
8. Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad .					
9. Promueve el voluntariado y apoya las causas filantrópicas de su personal .					
10. Tiene y aplica políticas para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga.					
11. Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.					
12. Da oportunidad como proveedores a pequeños empresarios, micro empresas o grupos productivos comunitarios de las comunidades en las que opera.					
13. Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social .					
14. Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.					
15. Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla.					

Indicadores de calidad de vida en la empresa	1	2	3	4	5
1. Cuenta con un código ético publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.					
2. Identifica y articula políticas para que ese código ético se refleje en sus prácticas cotidianas					
3. Fomenta el trabajo en equipo , la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.					
4. Escucha las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados y las toma en cuenta en la medida de lo posible.					
5. En el caso de que lleve a cabo la contratación de un menor , cuenta con la autorización de sus padres o tutores, asegura que su jornada de trabajo no exceda de seis horas diarias y prohíbe que participen en trabajos que afecten su integridad moral y/o física.					
6. Reconoce y respeta el derecho de libertad de asociación y la negociación colectiva, incluyendo aliarse o no a cualquier sindicato o asociación.					
7. Cuenta con programas que favorecen el desarrollo de las habilidades y especialización de su personal a través de apoyos educativos y de capacitación.					
8. Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados.					
9. Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos .					
10. Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de origen étnico, de género, de raza, origen social, posición económica, religión o ideas políticas.					
11. Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos (o de otros grupos minoritarios) en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.					
12. Mantiene un programa especial para contratación de personas con discapacidad física y/o mental .					
13. Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.					
14. Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, etc.)					
15. Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio.					

Indicadores de cuidado y preservación del medio ambiente	1	2	3	4	5
1. Opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios.					
2. Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas.					
3. Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce.					
4. Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental.					
5. Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra).					
6. Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa.					
7. Adquiere productos y materia prima reciclables , minimizando el uso de materiales no degradables.					
8. Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).					
9. Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales .					
10. Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación .					
11. Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.					
12. Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales.					
13. Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores .					
14. Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo .					
15. Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios .					