

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



**FUNDACIÓN CHILQUINTA:
“CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL”**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y AL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL

Profesor Guía: SR. Juan Manuel Muñoz Pinto

**CONSTANZA HERNANDEZ SOTO
CLAUDIA CAROLINA SILVA CARDEMIL**

VIÑA DEL MAR, 2009

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

Constanza Hernandez

Quiero agradecer principalmente a la vida, por tener la dicha de haber nacido en un país, y en una familia, donde es posible vivir en paz, desarrollarse profesionalmente, soñar y plantearse metas, en consecuencia “Ser feliz”.

Infinitas gracias a mi madre Eugenia Soto por confiar en mis capacidades, darme la seguridad, herramientas y el aliento para continuar hasta concretar mis metas.

No puedo dejar de mencionar a la persona que me ayudo en momentos en el que todo se hacía más complicado, a pesar de no tener ningún lazo familiar o compromiso, su generosidad y cariño hacia mi familia es más fuerte, le agradezco de todo corazón a Patricia Barros es una bendición conocer a personas como ella y su familia.

Gracias a toda mi familia hermanos, papá, tíos, tías, abuelita, primos, etc. por siempre estar preocupados y pendiente de todo mi proceso de estudio.

Gracias a nuestro profesor guía Juan Manuel Muñoz quien tuvo la paciencia y dedicación para ayudarnos a desarrollar este trabajo.

A la Universidad, a los profesores y a Daniela ya que de cada uno pude aprender y rescatar algo valioso que de seguro me servirá para el desarrollo de mi profesión y vida.

También gracias a las personas que aportaron con comentarios, ideas, etc. Luis, Mauri, Pao, Aly.

Siempre estaré agradecida de mi amiga y compañera de tesis Claudia, por su perseverancia, responsabilidad y compromiso con nuestra tesis, y de su familia

la cual siempre nos brindó el apoyo emocional y soporte en diversos aspectos, para realizar este propósito.

En resumidas palabras les dedico este triunfo a todas estas personas que son y serán importantes en esta etapa de mi vida.

Atte.

Cony

Claudia Silva

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecerles su amistad, cariño y apoyo incondicional en las diferentes etapas de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras viven en mis recuerdos y mi alma como mi abuelita María.

Pero sin importar el lugar donde se encuentran quiero darles infinitas gracias por formar parte de mi vida, y ayudarme a ser cada día una mejor persona.

GRACIAS A:

- ❖ Dios por ser la luz de toda mi vida y por haberme dado una familia tan maravillosa.
- ❖ A mis padres Claudio y Delfina, quienes me han heredado el tesoro más valioso que puede dársele a una hija: "Amor". Quienes sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme. Se que la ilusión de sus vidas ha sido convertirme en persona de provecho y prometo no defraudarlos. Se que nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo, pero siéntanse con la misión cumplida ya puedo volar sola.
- ❖ A mí amado esposo Eduardo y a mi hijo Eduardo Ignacio, compañeros incondicionales en mi vida, quienes me impulsan día a día a seguir luchando por lo que quiero, nuestro amor infinito y confianza en Dios nos ayuda a que cada proyecto que hemos emprendido tenga un final feliz.
- ❖ A mi hermana Alicia, por ser un ejemplo a seguir, por su amor y apoyo ilimitado en todas las cosas de mi vida, te quiero mucho.
- ❖ A mis suegros Patricia y Mario quienes siempre han confiado en mis capacidades, y han estado junto a mí en todo momento.
- ❖ A mi amiga Constanza por ser mi compañera en este proyecto, por que juntas luchamos para que llegara este momento.
- ❖ Al profesor guía Juan Manuel Muñoz, por toda la ayuda y paciencia que nos brindo al desarrollar este trabajo.
- ❖ A la Empresa Chilquinta Energía S.A., por abrirme las puertas al mundo laboral, y por permitirnos desarrollar nuestro trabajo de título.

- ❖ A todas las personas (abuelita, cuñados, amigos, compañeros, etc.) que de alguna u otra manera me ayudaron a realizar mi sueño “Ser Ingeniera Comercial”.

DEDICADO A:

A todas estas personas, no saben lo importante que son para mi, sin ustedes mi vida no sería lo mismo.

Por ultimo le dedico esto a un angelito que llevo en mi vientre, que llegará a seguir llenado mi vida y la de mi familia de bendiciones y amor.

Atte.

Claudia

INDICE

RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN.....	6
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO	9
1.0. FUNDACIONES	9
1.1. Definición de Fundación	9
1.2. Formación de una Fundación	10
1.3. Actividades y beneficios que puede Desarrollar una Fundación.....	11
1.4. Disolución de una Fundación.....	13
1.5. Régimen Tributario de las Fundaciones	14
1.6. Incentivos Tributarios por Donaciones Efectuadas a Fundaciones.....	15
1.7. Fondos a los que puede optar una Fundación	17
1.8. Desarrollo de fundaciones de otras Empresas.....	18
1.8.1. Fundación Chilectra.....	18
1.8.2. Fundación Telefónica	20
CAPITULO II: RESPONSABILIDAD SOCIAL	22
2.0. CONCEPTOS.....	22
2.1. Responsabilidad Social Empresarial.....	22
2.2. Nuevos Conceptos de RSE	23
2.3. Certificaciones de RSE	26
2.3.1. Global Reporting Initiative	27
2.3.2. La norma ISO 26.000	27
2.4. Reseña de la Empresa donde se realiza el Estudio	28
2.5. Incorporación de la Responsabilidad Social a la Visión y Estructura de Chilquinta.....	31
2.6. Significado de RSE para Chilquinta Energía S.A.	32
2.7. Los Stakeholders de Chilquinta Energía	33
2.8. El Valor que le ha Agregado la RSE a Chilquinta S.A.....	34
2.9. Beneficios estratégicos para la Compañía	35
2.10. Criterios que usa Chilquinta para Decidir que Actividades de RSE Desarrolla.....	35
2.10.1. Programas Emblemáticos	37
2.10.2. RSE Ámbito Externo.....	39
2.10.3. RSE Ámbito Interno.....	40
2.11. Responsabilidad Social Empresarial v/s Marketing Social.....	41
CAPITULO III: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	43
3.1. ESTUDIO LEGAL	43
3.1.1. Trámites Legales	43
3.1.2. Trámites Tributarios	45

3.2. ESTUDIO TÉCNICO	48
3.2.1. Descripción del Servicio.....	48
3.2.2. Localización	51
3.2.3. Montos de Inversión.....	52
3.2.4. Inversión Inicial	52
3.2.5. Gastos Mensuales	53
3.2.6. Descripción de sueldos del Personal.....	54
3.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	55
3.3.1. Descripción del Personal	55
3.3.2. Estructura Organizacional.....	57
3.3.3. Perfil y Descripción de Cargos.....	59
3.3.4. Sistema de Información Administrativo	60
3.4. ESTUDIO ECONOMICO	60
3.4.1. Financiamiento de los Proyectos.....	60
3.4.2. Descripción de los Montos de Inversión	61
3.4.3. Gastos de Puesta en Marcha	62
3.4.4. Tabla de Costos	63
3.4.5. Flujo del Proyecto	63
3.5. BENEFICIOS DE LA FUNDACIÓN.....	65
3.5.1. Para la Empresa	65
3.5.2. Para la Comunidad	68
CONCLUSION.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	72

INDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura N°1: Stakeholders	33
Tabla N° 01 – Documentos a Timbrar	48
Tabla N° 02 – Gastos Mensuales.....	54
Tabla N° 03 – Remuneraciones	55
Figura N° 2 Organigrama de la Fundación	58
Tabla N° 04 – Presupuesto Programas.....	61
Tabla N°5 - Montos asociados a la inversión del proyecto	62
Tabla N°6 – Gastos de Puesta en marcha.....	62
Tabla N° 07 – Gastos y Remuneraciones Mensuales del proyecto.....	63
Tabla N° 08 – Flujo Estimado.....	64

RESUMEN

El presente informe se refiere a los lineamientos para el desarrollo de la Fundación Chilquinta, como parte de la consolidación de la Empresa en lo que se refiere a “Responsabilidad Social Empresarial”, término contemporáneo que se refiere a una nueva visión de los negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, en el contexto de sus operaciones diarias y en los procesos de toma de decisiones operativas y estratégicas.

Es necesario mencionar que la RSE es más que una lista de prácticas o iniciativas ocasionales motivadas por caridad o filantropía, por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios para la empresa. Esta visión comprende el conjunto de políticas, prácticas y programas integrados a la operación del negocio, que es reconocido por todos los empleados de la empresa y la comunidad.

La investigación se realizó por el interés de ahondar en la importancia de las cuestiones sociales en este mundo tan globalizado que vivimos hoy en día, donde la RSE forma parte de la reputación de las empresas influyendo en consumidores y clientes. En materia social influye cada vez más en las decisiones de los inversionistas, en un marco de rápida expansión del mercado de la inversión ética.

La creación de la fundación nace por el interés de la empresa de involucrarse en proyectos en favor de la comunidad de diversas formas: donación de productos y servicios; creación de oportunidades de voluntariado; “traspaso de habilidades” o

de recursos; desarrollo de proyectos para beneficio de una causa social o de comunidades específicas, entre otras.

En el marco de la evaluación del proyecto desarrollamos algunos estudios indispensables para la creación de la fundación y sus beneficios que nos darán información de tipo cualitativa y cuantitativa acerca de la viabilidad.

INTRODUCCIÓN

A partir de la globalización, se produce un cambio en el ambiente de negocios, que hace que los mercados se vuelvan más dinámicos y competitivos, y con una participación más activa en el proceso de toma de decisión empresarial, a la vez que aumentan las demandas ciudadanas que reclaman por la “devolución” de algo de los beneficios que se obtienen de las sociedades en las que se actúa.

Reconociendo que la naturaleza de una empresa se explica dada la interdependencia e interacción dinámica entre ella y la sociedad en que se desarrolla, y dado el nuevo contexto, las empresas se ven en la necesidad de exponer su gestión responsable, no bastando ya sólo con la transparencia en la gestión económica. La RSE surge como respuesta a este nuevo desafío, al ser un modelo organizacional que pretende considerar los impactos ocasionados por sus cadenas de valor, trascendiendo de su rol puramente económico a un rol social.

Para que la implementación de RSE tenga éxito, la empresa debe adoptar este modelo de gestión como una respuesta estratégica ante los cambios en el entorno global, y hacer de ella, parte fundamental de la filosofía y de la estrategia corporativa.

Por lo antes mencionado, desde hace unos años Chilquinta a implementado y desarrollado dentro de su gestión empresarial, una serie de actividades que apuntan a integrar y hacer parte de la cultura organizacional las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.

A través de la Fundación Chilquinta, la empresa pretende canalizar los programas de RSE, programados, para así consolidar a la compañía como pionera y líder en la región y dejar diferenciados los programas de Marketing con los de RSE.

En lo que respecta al desarrollo de este informe, en el primer capítulo se define el concepto de fundación, marco legal bajo el cual se rige, el régimen tributario y los fondos a los que se puede optar.

El segundo capítulo precisa el significado de Responsabilidad Social Empresarial, La reseña histórica de la compañía, y como se ha incorporado la RSE a la visión de la empresa.

En el tercer capítulo están los estudios realizados para la implementación de la fundación (legal, organizacional, económico, etc.) y se explican los beneficios de la creación de la fundación para la empresa y la comunidad.

OBJETIVO GENERAL

Crear una Fundación cuyo fin será consolidar todos los programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aspectos Legales

Requisitos para la creación de una fundación

Gestiones necesarias para la formación de la Fundación

- Aspectos Financiero

Financiamiento de la fundación

- Aspectos Técnicos

Lugar donde debe estar localizada la fundación

Actividades a desarrollar

Recursos Humanos Involucrados

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.0. FUNDACIONES¹

1.1. Definición de Fundación

Las fundaciones son personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro, que se encuentran reguladas, en sus aspectos generales, entre los artículos 545 y 564 del Código Civil. En el ámbito internacional esta clase de instituciones se denominan comúnmente ONG (organización no gubernamental) o, en los países de lengua inglesa, non profit organization.

Una fundación es una persona ficticia capaz de ejercer derechos, contraer obligaciones civiles y ser representada tanto judicial como extrajudicialmente; está formada por la unión estable de una pluralidad de personas naturales o jurídicas que persiguen fines benéficos o no lucrativos, o por un patrimonio destinado al mismo objeto.

A partir del momento en que el Estado le concede la personalidad jurídica, la entidad adquiere existencia legal, es decir, nace frente al ordenamiento jurídico y puede ejercer sus derechos y obligaciones como toda persona.

¹ Camilo Mirosevic Verdugo: Abogado de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

1.2. Formación de una Fundación

El procedimiento de otorgamiento de concesión de personalidad jurídica se encuentra regulado por el Decreto Supremo Nº 110 de 1979, del Ministerio de Justicia, Reglamento sobre concesión de personalidad jurídica a corporaciones y fundaciones. Según dicho reglamento, existen dos formas de constitución de esta clase de organizaciones:

La primera forma de constitución se realiza por instrumento privado reducido a escritura pública, en que se contiene el acta de constitución (firmada por los socios constituyentes), los estatutos de la entidad y el poder que se confiere a la persona a quien se encarga la reducción a escritura pública del acta. Para ello los individuos que constituyen la corporación o fundación se reúnen, acuerdan los estatutos y levantan el acta de constitución. Posteriormente ella se reduce a escritura pública y, junto con la solicitud de concesión de personalidad jurídica dirigida al Presidente de la República, que debe ser patrocinada por abogado habilitado, se envía al Ministerio de Justicia, si la entidad tendrá domicilio en Santiago, o bien al Secretario Regional Ministerial de Justicia, si tendrá su domicilio en regiones.

La segunda modalidad, que rige sólo para las corporaciones, tiene lugar cuando éstas se someten a los estatutos tipos que elaboró el Ministerio de Justicia. En efecto, este Ministerio tiene estatutos tipos que han sido elaborados y aprobados para constituir corporaciones como centros de madres, centros de padres apoderados de colegios fiscales, clubes deportivos, comités de campesinos,

cuerpo de bomberos, juntas de adelantos, asociaciones mapuches y corporaciones privadas de desarrollo social. En este caso, si los individuos que la componen estiman que la finalidad de la corporación que se quiere constituir se ajusta a los estatutos tipos, pueden someterse a la segunda modalidad de aprobación y que consiste en protocolizar en notaría tres ejemplares de los estatutos firmados, y acompañar a la solicitud en que se pida la personalidad jurídica que debe ser patrocinada por abogado, un ejemplar del estatuto protocolizado. Esta forma de constitución, al efectuarse mediante estatutos previamente aprobados por el Ministerio de Justicia, facilita la concesión de la personalidad jurídica y reduce el tiempo del trámite.

Finalmente, la personalidad jurídica es otorgada por el Presidente de la República mediante Decreto Supremo que debe publicarse en el Diario Oficial. En términos generales, el procedimiento de constitución demora entre 4 meses a 1 año, dependiendo de la modalidad de aprobación.

1.3. Actividades y beneficios que puede Desarrollar una Fundación

Según el artículo 6º del Reglamento sobre concesión de personalidad jurídica a fundaciones, se permite a las fundaciones fomentar, practicar y desarrollar, por todos los medios a su alcance, cualquiera obra de progreso social o de beneficio para la comunidad y colaborar con las instituciones legalmente constituidas en todo lo que tienda al cumplimiento de sus fines, lo que permite el desarrollo de actividades de interés público por parte de la organización.

A partir de la concesión de personalidad jurídica, la organización ahora como fundación, es reconocida formalmente por el derecho y por las instituciones del Estado. Con ello es posible postular y acceder a diversos beneficios, tanto gubernamentales (programas, adjudicarse proyectos, licitaciones, fondos concursables, etc.), como del sector privado (programas de otras ONG, financiamiento, crédito, etc.).

La estructura de toda fundación vienen determinadas por el estatuto, que es el instrumento en que debe constar el nombre y domicilio de la entidad, los fines que se propone y los medios económicos de que dispondrá, las categorías de los individuos que la componen, sus derechos y obligaciones, las condiciones de incorporación, la forma y motivos de exclusión, los órganos de administración, ejecución y control, sus atribuciones y el número de miembros que los componen. Por cierto, el estatuto debe respetar lo dispuesto en el Reglamento sobre concesión de personalidad jurídica a corporaciones y fundaciones.

En términos generales, los órganos que según el Reglamento deben conformar toda fundación son dos, el Directorio y la Asamblea General. A ello pueden sumarse otros órganos, como unidades técnicas, de ejecución, control, etc.

El Directorio es elegido anualmente por la Asamblea General ordinaria y le corresponden funciones de dirección, administración y facultades ejecutivas de los acuerdos de la Asamblea General. Los integrantes del Directorio deben designar, a lo menos, Presidente, Secretario y Tesorero de entre sus miembros. El Presidente del Directorio es también Presidente de la fundación y la representa

judicial y extrajudicialmente. Por su parte, la Asamblea General es la reunión de los individuos que conforman la fundación y constituye el cuerpo colegiado encargado de adoptar las decisiones de mayor trascendencia.

Las fundaciones son una entidad distinta de sus integrantes, por lo que, según el artículo 549 del Código Civil, lo que pertenece a una fundación no pertenece ni en todo ni en parte a ninguno de los individuos que la componen; y recíprocamente, las deudas de la fundación sólo pueden demandarse en los bienes de la fundación y no en el patrimonio de sus integrantes.

1.4. Disolución de una Fundación

La disolución de la corporación o fundación puede tener lugar por decisión de la autoridad que aprobó su existencia, por disposición de la ley cuando la entidad compromete la seguridad o intereses del Estado, o no corresponde al objeto de su institución, y por decisión de los individuos que le dieron origen. Disuelta la corporación o fundación, sus bienes se destinan según lo dispuesto en su estatuto, y en caso que nada hubiesen establecido éstos, pertenecerán dichas propiedades al Estado y deberán emplearse en objetos análogos a los de la institución. En definitiva, los bienes no se reparten, sino que pasan a otra persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro.

1.5. Régimen Tributario de las Fundaciones

Las fundaciones suelen no quedar afectas al impuesto a la renta que grava las utilidades que rinde una actividad, no por su declarada ausencia de lucro, sino porque por lo general no incurren en el hecho gravado por la ley de generar utilidades. Las entidades se dedican a administrar e invertir los recursos obtenidos en la ejecución de proyectos, programas y otras iniciativas que en sí mismas no producen utilidades, sino que más bien consisten en actos de gasto de sus fondos. Las fundaciones deben cumplir otras obligaciones tributarias como son inscribirse en el rol único tributario (RUT), iniciar actividades, timbrar documentos, efectuar declaraciones periódicas, mantener libros contables y otras. No se encuentran exentas del impuesto al valor agregado, sin embargo están exentos ciertos servicios que se relacionan con el objetivo de ellas o con su financiamiento. Por ejemplo, los ingresos percibidos por concepto de entradas a eventos artísticos, culturales y científicos que cuenten con el auspicio del Ministerio de Educación, espectáculos deportivos, eventos a beneficio del Cuerpo de Bomberos, entre otros.

El impuesto a las herencias y donaciones suele tener relevancia en la experiencia de las fundaciones. Así quedan exentas de este impuesto las asignaciones cuyo único fin sea la beneficencia, la difusión de la instrucción o el adelanto de la ciencia en el país, y las que el Presidente de la República declare destinadas exclusivamente a un fin de bien público.

1.6. Incentivos Tributarios por Donaciones Efectuadas a Fundaciones

Algunas leyes especiales contemplan incentivos a los particulares para que efectúen donaciones a fundaciones y entidades sin fines de lucro. El artículo 47 del Decreto ley 3063 de 1979 establece que los contribuyentes que declaren sus rentas efectivas mediante balance general pueden rebajar como gasto para efectos de determinar la renta líquida imponible gravada con el impuesto a la renta, las donaciones en dinero que efectúen a:

- Establecimientos educacionales.
- Hogares estudiantiles.
- Consultorios de salud y centro de atención de menores municipalizados.
- Establecimientos privados de educación gratuitos, subvencionados o que no persigan fines de lucro.
- Establecimientos de educación superior reconocidos por el Estado.
- Instituciones sin fines de lucro cuyo objeto sea la creación, investigación o difusión de las artes y las ciencias, o realicen programas de acción social en beneficio exclusivo de los sectores de mayor necesidad, creadas por ley o regidas por el Título XXXIII del Libro I del Código Civil.

Este beneficio tributario está reglamentado por el D.F.L. N°1 de 1986, del Ministerio de Hacienda, que señala que estas donaciones serán consideradas como gasto en cuanto no excedan el 10% de la renta líquida imponible del donante.

Para optar a estas donaciones las fundaciones deberán acreditar ante la municipalidad donde efectúen su labor, que realizan programas que benefician efectivamente a personas que viven en condiciones de pobreza.

Otro incentivo importante está contenido en el artículo 69 de la Ley 18.681, que indica que los contribuyentes que tributan en primera categoría o en el impuesto global complementario pueden descontar de sus impuestos el 50% de las donaciones que realicen a universidades e institutos profesionales estatales y privados reconocidos por el Estado.

Una tercera situación es la llamada Ley de Donaciones con Fines Culturales, contenida en el artículo 8 de la Ley de 18.985. Ofrece un mecanismo análogo al anterior para las donaciones que los contribuyentes hagan a universidades, institutos profesionales, y a corporaciones y fundaciones sin fines de lucro cuyo objeto exclusivo sea la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte.

En los casos contemplados en las citadas leyes N°s 18.681 y 18.985, la franquicia consiste en un crédito de las empresas contra sus impuestos de primera categoría o global complementario. Dicho crédito podrá ser de un máximo equivalente al 2% de la renta líquida imponible con un tope de 14.000 UTM. Como puede observarse, sólo están en condiciones de beneficiarse con estas donaciones las organizaciones que sean instituciones de educación superior (Ley 18.681) o cuyo ámbito de acción exclusivo, señalado en los estatutos sea el arte y la cultura (Ley 18.985).

1.7. Fondos a los que puede optar una Fundación

La fundación de Chilquinta podría optar a fondos concursables para seguir realizando sus proyectos de RSE y ofrecer nuevas ideas y planes para la comunidad.

- **Banco Interamericano de Desarrollo**

El Grupo del BID² se asocia con gobiernos, instituciones bilaterales y multilaterales, empresas privadas, fundaciones filantrópicas, donantes individuales y grupos de la sociedad civil para apalancar recursos, implementar soluciones innovadoras y asegurar impacto sostenible en América Latina y el Caribe

- **Redes de Capitalistas Ángeles³**

Es un conjunto de actividades cuyo objetivo central será invertir en negocios emergentes con base tecnológica (I+D); cuyos bienes o servicios presenten potencial para desarrollar estrategias de diferenciación comercial y generar valor agregado y rentabilidad; y que tengan alto potencial de crecimiento.

- **InnovaChile⁴**

InnovaChile es un comité de CORFO cuya función es promover la innovación productiva en nuestro país. Apoya mediante subsidios, proyectos de innovación y de generación de condiciones para innovar.

² Banco Interamericano de Desarrollo

³ www.corfo.cl/lineas_de_apoyo/programas/redes_de_inversionistas_angeles

⁴ www.corfo.cl/acerca_de_corfo/innova_chile

1.8. Desarrollo de fundaciones de otras Empresas

Hoy en día existen diversas empresas de servicios que ya han desarrollado una fundación, con el fin de beneficiar a la comunidad en diversos ámbitos.

A continuación conoceremos la Fundación Chilectra⁵ y la Fundación Telefónica⁶:

1.8.1. Fundación Chilectra

El origen de la Fundación Chilectra se remonta al año 2004, cuando el Directorio de la compañía resuelve entrar al tercer milenio, asumiendo nuevos desafíos. La sociedad, además de un buen servicio eléctrico, espera mayores exigencias ambientales, una fuerte orientación de servicio al cliente y un claro compromiso social con su entorno. Nace así Chilectra Siglo XXI, plan estratégico que representa una nueva visión, misión y valores de la empresa. La nueva "carta de navegación", contempla elementos de ciudadanía y Responsabilidad Social Empresarial, donde la educación constituye un pilar fundamental. Consecuentemente, Chilectra asume el compromiso estratégico de contribuir de manera sostenida a mejorar la calidad de la educación técnica, para lo cual crea la Fundación Chilectra Activa.

Para lograr este desafío, la entidad ha realizado una serie de acciones concretas: seminarios y pasantías de perfeccionamiento docente; prácticas laborales para alumnos del ámbito técnico-industrial en Chilectra y sus empresas colaboradoras; participación en las Comisiones de Educación Tecnológica y de Educación y

⁵ Fundación Chilectra Activa.

⁶ Fundación Telefónica

Gestión Escolar Dual de la Agenda Pro Crecimiento; trabajo conjunto con Chilecalifica para potenciar la educación dual; apoyo a los establecimientos de educación técnico-industrial de diversas comunas de la Región Metropolitana, a través de la constitución de Consejos Asesores Empresariales; donación de libros y materiales eléctricos para uso educativo; además de un aporte decidido con la eficiencia energética, impulsando iniciativas orientadas a los estudiantes de enseñanza básica, media y universitaria.

Sin embargo, el quehacer de la fundación trasciende el ámbito educativo específico, y en ese marco, ha asumido un compromiso continuo con el desarrollo integral de los niños. Para ello, se ha trasladado en el Bus de la Fundación a 40 mil estudiantes de enseñanza básica al Museo Interactivo Mirador (MIM) y a otros centros de interés formativo. El objetivo, es despertar su interés temprano por los temas de energía, electricidad, ciencia y eficiencia energética, además de complementar y enriquecer la educación escolar que les entrega el sistema formal.

En lo relativo a seguridad e impulso creativo, se han desarrollado cuatro versiones del Concurso de Dibujo "Volantín Seguro", iniciativa que forma parte de la campaña preventiva del mismo nombre, cuyo objetivo es contribuir a evitar accidentes en el juego de volantines. A la fecha, han participado 10 mil estudiantes de enseñanza básica que han aportado obras de gran calidad artística, expuestas en el Museo de Arte Contemporáneo y en diversas estaciones del Metro de Santiago.

En forma paralela, un equipo de expertos en prevención de riesgos de la Asociación Chilena de Seguridad, la Cruz Roja y Chilectra, han efectuado charlas educativas de autocuidado que han beneficiado a 25 mil escolares de la Región Metropolitana. Esta labor de educación y prevención ha permitido reducir de manera importante el nivel de accidentabilidad y las incidencias en la red de distribución eléctrica de la compañía.

1.8.2. Fundación Telefónica

Fundación Telefónica fue creada en 1998 por acuerdo de la Junta General de Accionistas de Telefónica, con el objetivo de articular la acción social y cultural en los países en los que están presentes las empresas del Grupo Telefónica.

En Chile, Fundación Telefónica fue fundada en 1999 por Telefónica CTC Chile y Fundación Telefónica España.

Como corresponde a una empresa global como Telefónica, existen Fundaciones Telefónica, con la misma finalidad y objetivos, en España, Argentina, Brasil, Marruecos, Perú y México.

Todas ellas participan y colaboran en un mismo proyecto de acción social y cultural, que ejecutan tanto a través de actividades en el ámbito nacional, como de iniciativas conjuntas de carácter transnacional.

La misión de Fundación Telefónica Chile es transformar las tecnologías de las telecomunicaciones en un factor de progreso social.

Los principales objetivos que orientan el accionar de la Fundación son:

- Contribuir a mejorar las condiciones de vida de los colectivos sociales más desprotegidos, mediante el estudio y el desarrollo de aplicaciones sociales de las telecomunicaciones
- Favorecer el desarrollo de la educación y la igualdad de oportunidades entre las personas, con la aplicación de nuevas tecnologías de la información en los procesos de aprendizaje.
- Colaborar con programas de desarrollo, destinados a las capas de la sociedad más desfavorecidas y llevados a cabo por entidades sin fines de lucro.
- Contribuir, realizar y promover la investigación, desarrollo y difusión de la educación, tecnología, cultura y del arte.

CAPITULO II: RESPONSABILIDAD SOCIAL

2.0. CONCEPTOS

2.1. Responsabilidad Social Empresarial⁷

La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión.

A través de la expresión de las ideas e identificación de los elementos conceptuales de la RSE, se propone una definición precisa del concepto y se establece una clara diferenciación con otros términos relacionados con la RSE, frecuentemente utilizados de manera no apropiada, como por ejemplo: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, marketing con causa social, sostenibilidad, entre otros.

⁷ Loreto Marchant R : Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional

2.2. Nuevos Conceptos de RSE

La Responsabilidad Social Empresarial ha sido definida desde diversos ámbitos de modos muy distintos. A pesar de esta diversidad conceptual, en casi todos los enfoques es posible encontrar un fondo común que ha permitido llegar a un cierto consenso sobre el concepto de RSE.

Una de las definiciones más conocidas es la de la Comisión Europea: “La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”⁸

“La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”⁹,

“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”¹⁰

“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”¹¹

⁸ Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”.

⁹ WBCSD, World Business Council for Sustainable Development

¹⁰ PWBLF, Prince of Wales Business Leaders Forum

¹¹ BSR, Business for Social Responsibility

"La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".¹²

"La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración".¹³.

"La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas".¹⁴

Estas definiciones permiten conformar una idea clara de lo que es la RSE. Sin embargo, hay que advertir de que la RSE es concepto dinámico y en desarrollo, por lo que es preciso caracterizarlo con algunas claves para comprender mejor su verdadera dimensión. Así, la RSE es:

¹² Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social.

¹³ Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas

¹⁴ The Center for Corporate Citizenship del Boston Collage

- Integral, es decir, abarca a un conjunto complejo de dimensiones de la empresa.
- Gradual, puesto que se presenta como un camino de excelencia a seguir.
- Proporcional, ya que la expectativa de su ejercicio y aplicación tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y su correspondiente poder o capacidad de influencia en el mercado.

De esta manera el entorno social, económico, jurídico e institucional condiciona la actividad de las empresas, que ven como alteraciones del mismo pueden producir modificaciones en sus cualidades esenciales, en sus objetivos y en las expectativas y demandas a cubrir de los distintos grupos de interés. Entre los rasgos del entorno que influyen con mayor intensidad en el desarrollo de la RSE se encuentran los siguientes:

- Globalización.
- Desarrollo de la sociedad civil.
- Demandas surgidas por diversos problemas sociales, económicos (como los mencionados escándalos empresariales) y medioambientales.
- Nuevas formas de organización del trabajo.
- Pérdida de peso del sector público e incremento de la influencia de las empresas.
- Protagonismo e impulso de las organizaciones supranacionales.
- El modelo de creación de valor de las organizaciones.

- La innovación tecnológica, especialmente la aparición de Internet como red universal de telecomunicaciones.

Este entorno ha llevado a grandes compañías y algunos sectores a introducir ya en sus prácticas comerciales y de gestión aspectos de la RSE como consecuencia de:

- Compromisos voluntarios y autorregulación sobre aspectos medioambientales y sociales específicos de determinados sectores como el de la energía y la industria papelera, entre otros, estableciéndose en ocasiones como mecanismos de barrera de entrada.
- Condiciones sobre certificaciones y otros aspectos impuestos por grandes corporaciones a su cadena de proveedores.
- Normas y regulaciones desarrolladas por organismos públicos.

2.3. Certificaciones de RSE

La fuente inspiradora de la RSE es el Pacto Mundial impulsado por la ONU, cuyo fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global que concilie intereses comerciales y sociales. Fue presentado en 1999 durante el Foro Mundial de Davós y reúne a más de 2.000 empresas y organizaciones que adhieren a diez principios de responsabilidad social agrupados en cuatro áreas: derechos humanos, condiciones laborales, medioambiente y anticorrupción.

Por su definición y naturaleza, no hay normativas que rijan la RSE (la idea es que sea todo iniciativa propia del empresariado), aunque en Inglaterra y Dinamarca existen ministerios dedicados a la RSE, pero sí hay guías, lineamientos y estándares que sirven de referencia. El primero es el ya mencionado Pacto Mundial.

2.3.1. Global Reporting Initiative

Es una organización internacional independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social.

También existen algunas normas ISO que las empresas usan para cumplir con ciertos objetivos. Estas normas son la ISO 8.000, sobre óptimas condiciones de trabajo para los empleados, y la ISO 14.000, sobre gestión medioambiental. A falta de un verdadero estándar que tome la RSE en su globalidad, éstas son las pautas a seguir.

2.3.2. La norma ISO 26.000

En el horizonte está una norma especial para la RSE: la norma ISO 26.000¹⁵, concebida en 2002, actualmente en desarrollo en Brasil y que se esperaba estuviese lista en el año 2009. En su elaboración están involucrados 43 países

¹⁵ www.prohumana.cl

miembros de ISO (21 de ellos son naciones en vías de desarrollo). La idea de ISO 26.000 es que dé las pautas para una certificación global de lo que es la RSE.

Otra diferencia de ISO 26.000 con los otros estándares es que, al menos en la mayoría de los países adherentes, no se expedirá ningún documento que acredite certificación, pues se tratará de un proceso voluntario. Pero sus impulsores confían en que esta norma se convierta en el nuevo estándar del mundo de los negocios y que, a la larga, el mercado exija que haya una certificación, o por lo menos que existan documentos que acrediten que una empresa está siguiendo esas normas. En Chile se discute actualmente si la ISO 26.000 debe o no ser obligatoria.

2.4. Reseña de la Empresa donde se realiza el Estudio

“Chilquinta Energía S.A.”¹⁶

La generación y distribución eléctrica en Chile se remonta a principios del siglo XX, y tiene como punto de partida, la puesta en marcha de sistemas de alumbrado público en localidades que hoy forman parte de la Quinta Región.

En 1889 fue fundada la Chilean Electric Tramway and Light Co. Posteriormente, en 1919, comenzó a operar en Santiago la Compañía Nacional de Fuerza

¹⁶ <http://www.chilquinta.cl/>

Eléctrica. De la fusión de estas dos empresas, nació el 1º de septiembre de 1921, la Compañía Chilena de Electricidad Ltda., conocida como Chilectra Ltda.

Posteriormente, en 1981, Chilectra S.A. adopta una estructura de holding, compuesto por una casa matriz y tres filiales, siendo una de ellas Chilectra Quinta Región S.A., que posteriormente tomó el nombre de Chilquinta S.A..

Para fines de 1986, la Empresa, que hasta entonces era propiedad del Estado, comienza un proceso de privatización por medio de la venta de acciones.

A partir de 1987, la Compañía lleva a cabo una serie de transformaciones orgánicas y estructurales que le permitieron diversificar sus inversiones, principalmente hacia el área de servicios básicos. En abril de 1992, en asociación con Gener S.A. adquiere el control del principal generador termoeléctrico de Argentina, Central Puerto S.A.; y, en 1994, amplía una vez más sus fronteras al adquirir Luz del Sur S.A., empresa de distribución eléctrica de la ciudad de Lima, Perú.

Con el fin de optimizar su gestión, Chilquinta comienza en 1995 su proceso de filiación. Este concluye con la creación de Chilquinta Energía S.A., inscrita en la bolsa con el nombre de Enerquinta y a la que Chilquinta S.A. traspasa la totalidad de sus activos eléctricos y zona de concesión, tanto en Chile como en Perú y Argentina.

Posteriormente, a partir de 1996, la Empresa adquiere el control de las Compañías eléctricas: Energía de Casablanca S.A., Compañía Eléctrica del Litoral S.A.,

Distribuidora Parral S.A. y Luzlinares S.A.. A través de las dos últimas, amplía la zona de cobertura de la Empresa hacia las Regiones Séptima y Octava del país.

En 1998, la Empresa comienza la distribución de gas natural en la Quinta Región, creando para tal objetivo, la Empresa filial Energas S.A.

Más tarde, Chilquinta Energía S.A. es transferida por su matriz Chilquinta S.A., a la Sociedad de Inversiones SEMPRA-PSEG Chile Ltda.. Este consorcio, formado por las empresas estadounidenses SEMPRA ENERGY INTERNATIONAL y PSEG GLOBAL, de amplia experiencia mundial en servicios de distribución eléctrica y de gas natural, toma el control de la propiedad en junio de 1999.

En diciembre de 2007 la sociedad estadounidense PSEG GLOBAL transfiere el 100% de su participación en PSEG Américas, poseedor del 50% del control de Chilquinta Energía S.A., a la sociedad AEI Chile Holding Ltda., con lo que esta última adquirió el 50% de las acciones de Chilquinta Energía S.A. Hoy en día, Chilquinta Energía S.A. es una red de transmisión y venta de energía, con una basta experiencia y permanente desarrollo tecnológico y humano que le ha permitido liderar, tanto en Chile como en el extranjero, en calidad de servicio y atención integral al cliente. Esto, sumado al respaldo técnico y financiero proporcionado por sus nuevos accionistas, le permite enfrentar con seguridad los desafíos del futuro.

2.5. Incorporación de la Responsabilidad Social a la Visión y Estructura de Chilquinta

Chilquinta Energía S.A. tiene por Misión Corporativa brindar excelencia en la calidad de la distribución, transmisión y generación de Energía, así como en la totalidad de sus productos asociados, con el propósito de contribuir al crecimiento conjunto de las personas, la sociedad y la Empresa.

Históricamente, Chilquinta Energía S.A. se ha definido como una entidad eficiente y comprometida con el desarrollo de su comunidad y cuidado del medio ambiente. Brindar excelencia en la calidad de servicio y una atención integral, es su principal propósito. El desarrollo de este criterio diferenciador le ha permitido, a través de una permanente evaluación y retroalimentación de sus funciones, maximizar el grado de satisfacción alcanzado por sus clientes.

Es una organización moderna, responsable y comprometida. A través del aprovechamiento de sus naturales sinergias, experiencia y conocimiento, ha desarrollado una importante contribución al crecimiento social y económico de Chile y la región sur de América¹⁷.

Chilquinta Energía S.A. al igual que el Grupo de Empresas de la cual es parte, debido a las características propias del servicio que entrega, mantiene un alineamiento entre su visión estratégica de negocios y su desempeño estratégico como ente social suministrando un servicio básico a la comunidad.

¹⁷ www.chilquinta.cl

En este sentido, las acciones que viene realizando la Compañía a favor del Desarrollo de la Región, se ajustan a las características básicas que promueve la RSE y por tanto, está inmerso en la estrategia competitiva de la Empresa.

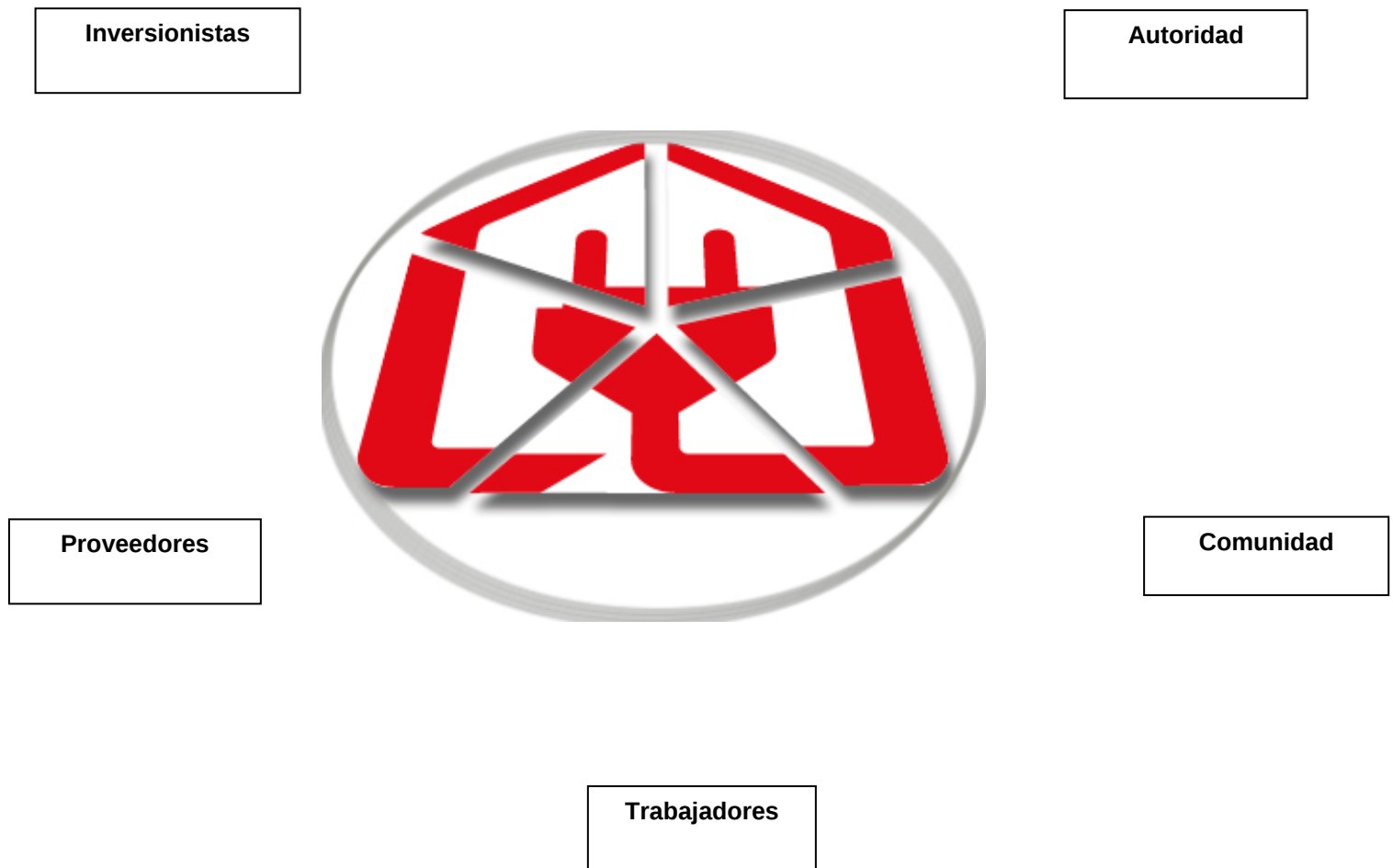
Al respecto, cada una de las acciones llevadas a cabo por la compañía se fundamentan en la creación de valor, y reputación corporativa, los cuales luego se traspasan a sus clientes y demás públicos de interés, lo que permite construir relaciones de confianza y largo plazo. En este ámbito, las alianzas estratégicas que ha desarrollado Chilquinta, han abierto espacios de cooperación y mutuo beneficio entre la Empresa y su entorno, aportando en mejorar la calidad de vida de sus clientes y quienes trabajan dentro de la compañía.

2.6. Significado de RSE para Chilquinta Energía S.A.

Es una visión de negocios, planificada y evaluada, cuya finalidad es contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la compañía; mejorando su competitividad, sustentabilidad, y simultáneamente mejorar la calidad de vida de sus stakeholders. A esta definición, es preciso incorporarle el Código de Ética, que debe estar presente como una manera de velar por los valores que guían el comportamiento de quienes forman parte de la organización.

2.7. Los Stakeholders¹⁸ de Chilquinta Energía

Figura N°1: Stakeholders



¹⁸ Stakeholders: Grupos de interés para la Empresa.

2.8. El Valor que le ha Agregado la RSE a Chilquinta S.A.

En el contexto regional, Chilquinta Energía goza de una reputación de empresa importante y respetada en el ambiente empresarial. Sin duda, la ganancia más visible la ha constituido la mayor accesibilidad de contactos en el sector industrial que hoy están trabajando con esta visión de apoyo a la comunidad. Esto se ha dado fundamentalmente debido a las alianzas estratégicas que ha ido desarrollando en cada nuevo proyecto y como, a través de ellos, se ha ido construyendo un nombre que suena en el contexto de Responsabilidad Social.

La Compañía está presente de manera continua en cada evento, seminario, exposición de corte social o directamente de responsabilidad social que hoy se lleva a cabo. Este perfil, que se ha ido desarrollando paso a paso, hoy permite tener una retroalimentación positiva de parte de los actores sociales relevantes, y por ende entrega la motivación constante que permite seguir en este camino.

A nivel de diálogo con sus públicos de interés, esta orientación RSE ha facilitado los caminos en el mundo de las asociaciones y acciones de cooperación mutua, permitiendo llevar a cabo proyectos exitosos y que hoy en día están marcando un precedente de lo que es posible lograr cuando existe voluntad del mundo privado para generar oportunidades que ayuden a desarrollar las región y lograr los objetivos propuestos.

2.9. Beneficios estratégicos para la Compañía

Comerciales: Mejora la imagen pública, reputación, facilita el acceso a mercados globales, aumenta ventas al diferenciar productos y servicios, anticipa tendencias, fideliza clientes.

Legales: Mejora entendimiento de requerimientos legales y exigencias de reguladores, reduce presión de las agencias fiscalizadoras.

Laborales: Facilita reclutamiento de personal de primer nivel y retención de talentos. Genera relaciones de largo plazo con personal del trabajo. Alinea expectativas individuales con la empresa.

Financiero: Incrementa confianza de accionistas, mejora percepción de riesgo, facilita acceso financiamiento, facilita obtención de socios estratégicos y facilita atracción de inversiones.

2.10. Criterios que usa Chilquinta para Decidir que Actividades de RSE

Desarrolla

El principal motor impulsor de los proyectos de RSE en su ámbito externo tiene como objetivo central el desarrollo y crecimiento de la región de Valparaíso. Esta visión que tiene un componente estratégico en la búsqueda por agregar valor a la Empresa, a sido construida a través de la gestión basada en estudios y asesorías

de empresas expertas en materia de RSE, que permitieron localizar y focalizar las temáticas claves en el desarrollo de la región y de que manera poder articular distintos proyectos que generan un impacto positivo y de largo plazo entre la comunidad y la empresa.

Respecto a los criterios utilizados, Chilquinta Energía S.A. ha llevado a cabo una priorización basada en los siguientes aspectos:

- Acercamiento a la comunidad a través de instancias educacionales y de promoción de la cultura y el patrimonio, donde el turismo como factor de desarrollo ocupa un valor muy relevante.
- Apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa en el ámbito económico, capacitación y asesorías.
- Asociatividad con entidades relevantes de la región.

En el ámbito interno, han potenciado los temas de familia y calidad de vida, desarrollando actividades tendientes a mejorar el clima laboral, potenciando la confianza, comunicación y colaboración de los equipos y promoviendo el desarrollo y meritocracia, además de otras acciones enmarcadas en la visión de la empresa.

Al día de hoy se han realizado un conjunto de interesantes acciones concretas con las están forjando las bases para continuar creciendo en estos ámbitos, respaldados por una gestión sólida y comprometidos con los trabajadores y la región en general.

2.10.1. Programas Emblemáticos

Durante el año 2002 desarrollaron un estudio preliminar de oportunidades de inversión en la región, donde observaron todas las áreas donde podían detectarse oportunidades de desarrollo. En este emprendimiento fue necesario hacer un catastro de iniciativas y proyectos que cumplieran con ciertas condiciones tales como:

- Alto impacto en la economía regional
- Alto probabilidad de logro para distintos horizontes de tiempo.
- Alta articulación de distintos actores y apalancamiento de recursos
- Menor costo directo para Chilquinta.

En base a estos parámetros se decidió por realizar los siguientes proyectos:

- Apoyo a la agroindustria de vinos de Casablanca con la entrega de elementos de dirección y emprendimiento que potenciara a la comuna como uno de los destinos turísticos más atractivos.
- Apoyo a la consolidación de Parques Industriales, con énfasis en el Parque Industrial de Quillota.
- Apoyo a la educación, como intermediación entre oferta y demanda regionales.

Respecto del primero de estos proyectos emblemáticos, Chilquinta Energía contribuyó con la contratación de una consultoría especializada para la Municipalidad de Casablanca y quienes lideraban la naciente ruta del vino de

dicha comuna. El objetivo primordial de esta acción, era entregar elementos de dirección y emprendimiento que potenciaran a la comuna como uno de los destinos turísticos de mayor atractivo tanto para visitantes chilenos como extranjeros.

En lo que se refiere al desarrollo de los Parques Industriales que comenzaban a vislumbrarse en aquella época como polos de desarrollo tecnológico y económicos para una Región que carecía de ellos, Chilquinta Energía llevó a cabo una importante asesoría, en lo que fue la confección de las bases del plan de licitación de la Municipalidad de Quillota, para las industrias que quisieran ser parte de este proyecto de desarrollo.

En esta misma tónica, la Empresa demostró confianza y coherencia sobre el potencial de desarrollo de la V Región, cuando a fines de 2003, trasladó a toda su área operativa al nuevo edificio corporativo construido en Curauma, el cual fue uno de los proyectos pioneros de la zona, sirviendo de incentivo para otras empresas que luego comenzaron a trasladarse al Parque Industrial de Curauma.

Las experiencias generadas con estos proyectos, permitieron vislumbrar la necesidad de apoyo que hoy requieren sectores importantes de la economía regional. Junto a esto, se obtuvo experiencia en la manera como desarrollar iniciativas con socios estratégicos y también en como lograr una planificación acertada para su desarrollo exitoso.

A partir de esta experiencia, y de los resultados arrojados por el Estudio, comenzaron a surgir nuevas iniciativas de acción social, que bajo los parámetros del marketing social primero, y responsabilidad social después, contribuyeron en dinamizar una sinergia productiva donde Chilquinta Energía, apoyada de otros actores del contexto social asumió un protagonismo que le permitió cimentar la reputación de la que hoy puede hacer gala.

2.10.2. RSE Ámbito Externo

Otro valor importante para la empresa es La Seguridad y la Prevención de Riesgos, es así como surgen las “Campañas de Invierno” apoyadas por la OREMI¹⁹, las “Campañas de Volantín” para las fiestas patrias donde COANIQUEM tiene un rol fundamental.

Desde el año 2004 comenzaron a desarrollar programas orientados al rubro de la educación con la “Guía de Alternativas Académicas” que cuenta con el apoyo de la Secretaría Ministerial de Educación , la “Guía de Alternativas Turísticas” en alianza con el DUOC UC y Sernatur V Región. Y por ultimo un “Directorio de Pymes de la V Región que fue apoyado por INACAP.

En el ámbito social se han donado 4 salas de computación a la Corporación Municipal de Educación de Valparaíso.

¹⁹ OREMI: Oficina Regional de Emergencias.

Se realizan periódicamente charlas de Educación en Consumos de energía eléctrica a comunidades recién regularizadas con el fin de que aprendan a optimizar los consumos de sus hogares.

Uno de los últimos programas realizados ha sido ser socio fundador del nuevo Museo Interactivo ARTEQUIN de Viña del Mar, el cual beneficiara a más de cien mil niños, dándoles un espacio atractivo, educativo, lúdico que incentive el desarrollo de sus capacidades.

2.10.3. RSE Ámbito Interno

Para la empresa es de gran relevancia incorporar a la familia de los trabajadores en las actividades que se dan con el fin de mantener un buen estándar de calidad de vida. Y que se lleve un equilibrio entre la vida laboral y familiar.

Entre los programas desarrollados los más destacados son:

Implementación de dos gimnasios completamente equipados con un profesor a disposición de todo el grupo de Empresas, se realizan charlas médicas, masajes Express, etc. Durante el año se desarrolla una liga deportiva.

Reintegro Flexible del post-natal, esto consiste en que una vez terminado el post natal de las trabajadoras de la empresa deben retomar sus labores paulatinamente hasta reintegrarse por completo cuando el hijo (a) cumpla 1 año de vida.

Celebración del día de la mamá y el papá, fiesta de navidad para los hijos de los trabajadores, día de la familia, también los niños visitan durante un día el trabajo de la mamá o el papá, fiesta de aniversario de la empresa, premiación de los alumnos destacados, curso de primeros auxilios para la familia.

Existe en programa de estudios de especialización, con el objetivo de potencia la formación académica, se premia a los mejores trabajadores del año, hay incentivos especiales al final de cada año, etc.

2.11. Responsabilidad Social Empresarial v/s Marketing Social

La Responsabilidad Social Empresarial, promueve la existencia de una ética empresarial, que considere el bien común de la sociedad en donde actúen, y que esta prevalezca sobre los intereses particulares de las organizaciones. Mientras que el Marketing Socialmente Responsable, según Kotler²⁰, busca lograr un equilibrio entre sus tres pilares esenciales:

1. Las Utilidades de las empresas.
2. Los deseos de los clientes.
3. Los intereses de la sociedad.

Por lo cual, debemos entender que existe una clara diferencia entre las practicas de RSE y la aplicación del Marketing Socialmente Responsable. Y sobre todo, diferenciar estos dos conceptos del Marketing Filantrópico, donde la acción

²⁰ Philip Kotler: Fundamentos de Marketing.

consiste en que la empresa realice donaciones económicas a una o varias entidades sociales.

Es muy peligroso para cualquier empresa, implementar estrategias de marketing socialmente responsable, si realmente no se desenvuelven de manera responsable. Podemos tener en cuenta lo sucedido a Nike cuando se dio a conocer la explotación infantil en las fabricas proveedoras de sus productos. Las disminuciones en sus ventas fueron enormes y el daño ocasionado a la imagen de marca fue aun peor.

Por lo tanto, podríamos pensar que primero hay que ser internamente responsables, para luego poder posicionarse como una marca responsable. Ya sea a través de estrategias de marketing socialmente responsable o comunicando los valores y acciones de responsabilidad social empresaria.

CAPITULO III: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

3.1. ESTUDIO LEGAL

3.1.1. Trámites Legales

Como mencionamos anteriormente, para que la fundación entre en vigencia, se deben realizar una serie de trámites. Chilquinta los ejecutará a través de su Área de Asesoría Legal (actualmente llamada Fiscalía).

Lo primero que deben realizar es una reunión donde participaran las personas asignadas por la empresa para formar parte de la fundación. En esta asamblea, se deben acordar los estatutos que posteriormente se convertirán en el reglamento de la organización. En este documento se deben mencionar los siguientes aspectos:

- Nombre de la Fundación
- Domicilio Legal de la entidad
- Propósitos de la fundación
- Medios Económicos de que dispone
- Categoría de sus socios
- Derechos y obligaciones de los socios
- Las condiciones de incorporación, la forma y motivos de exclusión

- Los órganos de administración, ejecución y control
- Sus atribuciones y el número de miembros que los componen

El estatuto debe respetar lo dispuesto en el Reglamento sobre concesión de personalidad jurídica a corporaciones y fundaciones.

Luego de tener el estatuto deben levantar el acta de constitución, este acto culmina con la firma de todos los socios constituyentes.

El siguiente paso es la emisión de la Escritura Pública, el abogado encargado de realizar esta diligencia, es designado en el acta de constitución de la fundación.

Una vez que ya se cuenta con la escritura pública, se procede a redactar la solicitud de concesión de personalidad jurídica²¹, dirigido al Presidente de la República todo esto patrocinado por el abogado habilitado. Ambos documentos se envían al Secretario Regional Ministerial de Justicia, de la región.

Presentada la solicitud, el ministerio de justicia, a través del departamento de personas jurídicas, procederá a elaborar informes a los organismos o Ministerios competentes, dependiendo del fin que pretende la fundación.

Asimismo se solicitara al Servicio de Registro Civil e identificación el extracto de filiación de los miembros de directorio.

La documentación es remitida al Consejo de Defensa del Estado, para su informe.

²¹ <http://www.chileclic.gob.cl/1481/article-46971.html>

Si existen observaciones, se remite providencia al abogado patrocinante, con copia de los informes para que éste subsane los reparos, en la generalidad de los casos, mediante escritura pública complementaria.

Una vez subsanada las observaciones y previo estudio se dispondrá la dictación del decreto que concede personalidad jurídica y pasará a la firma del Ministro de Justicia.

Firmado este Decreto, la Oficina de Parte del Ministerio de Justicia, remite copia de este al abogado patrocinante y copias a las oficinas del Diario Oficial, donde el interesado deberá solventar el costo de la publicación y comunicar al Ministerio de Justicia el Hecho de haber publicado el decreto para su anotación en el Registro de Personas Jurídicas. Solo desde la Publicación se cuenta con Personalidad Jurídica.

3.1.2. Trámites Tributarios

Una vez realizados los trámites legales de constitución de la Fundación Chilquinta, se deben efectuar los trámites tributarios.

1. Autorización de Iniciación de Actividades y obtención de RUT para personas jurídicas y organizaciones:

Es un trámite que todas las personas jurídicas y otros entes deben efectuar, para realizar y/o iniciar sus operaciones económicas o comerciales.

Los pasos que se deben seguir son:

- Ingresar a la página web del SII²² menú Registro de Contribuyentes, opción, Inicio de Actividades.
- Una vez dentro elegir la opción Rut e Inicio de Actividades Personas Jurídicas
- Identificarse (utilizando su RUT y Clave Secreta) y presionar el botón "Iniciar Sesión".
- Completar la información solicitada:
 - o identificación de la sociedad (tipo de sociedad, fecha y página de publicación en el Diario Oficial, fecha de constitución, capital, etc.) domicilio.
 - o actividades a desarrollar. Debe seleccionar el/los códigos que más se asemejen a la actividad que desarrollará dentro del listado de - actividades propuesto y además, describir en palabras la actividad real a desarrollar. En caso de elegir actividades afectas a IVA, deberá indicar si emitirá facturas en el corto plazo.
 - o identificación de los socios, indicando sus porcentajes de participación
 - o identificación de representantes.

²² www.sii.cl

- Para terminar deben seleccionar el botón "Validar".
- El sistema revisará la consistencia de la información y le indicará si existen errores o datos obligatorios no ingresados.
- Si todo está correcto, confirme seleccionando "Enviar".
- Se otorgará su RUT en línea y podrá imprimir su Certificado de Inicio de Actividades así como su cédula RUT provisoria (mientras llega al domicilio la definitiva)

2. Adquisición y Timbraje de Documentos:

La autorización de documentos y/o el timbraje de documentos es un procedimiento que legaliza los documentos necesarios para respaldar las diferentes operaciones que los contribuyentes realizan al llevar a cabo sus actividades económicas, y que consiste en la autorización del SII de rangos de documentos a emitir por medio electrónico y/o aplicación de un timbre seco en cada documento y sus copias.

En general los contribuyentes necesitan autorizar y/o timbrar los siguientes documentos:

Tabla N° 01 – Documentos a Timbrar

- Boletas de ventas y servicios	- Entradas de espectáculos
- Boletas de honorarios	- Liquidación
- Facturas	- Libros de contabilidad empastados
- Notas de débito	-Factura de Ventas y Servicios no Afectas o Exentas de IVA – Otros
- Notas de crédito	- Guías de despacho

Fuente: Elaboración Propia

3.2. ESTUDIO TÉCNICO

3.2.1. Descripción del Servicio

Los servicios que la fundación prestará, serán campañas educativas, charlas, capacitaciones, campañas comunicacionales, concursos, patrocinios, proyectos, etc., todo esto con el fin de aportar a una mejora en la calidad de vida de la

ciudadanía, (estudiantes, escolares, tercera edad, clientes de la Compañía, las personas vulnerables socialmente).

Para comenzar este proyecto se implementaran cinco programas, los cuales se detallan a continuación:

1. Charlas de Educación:

Programa de charlas a grupos en riesgo social que enfrentaran el proceso de regularización eléctrica y se incorporaran como clientes de Chilquinta Energía. En esta versión, las charlas se orientaran a sensibilizar a las comunidades en el buen uso de la energía para mantener los consumos dentro de los límites que ellos puedan pagar, con el fin de que no vayan a perder el servicio energético. Además, crear una instancia de acercamiento y aclaración de dudas de tipo comercial para darles un mejor servicio a este tipo de clientes que es más vulnerables socialmente.

2. Museo Artequin

Chilquinta forma parte de este museo como socio fundador, pero a través de la fundación se quiere formar parte activa de él, con el desarrollo de talleres dirigido a niños y adultos. El museo busca reproducir obras artísticas a través del juego, la expresión y la reflexión, promoviendo una experiencia significativa en relación al arte y la cultura.

3. Alianza Fundación las Rosas

Crear una alianza permanente con esta institución que beneficia a más de 2.000 personas de la tercera edad. Realizando varias acciones como ayuda en la captación de socios, campañas publicitarias, realizando jornadas de esparcimiento, etc. En estas actividades es fundamental la integración y el compromiso del personal de la empresa Chilquinta al participar como voluntarios.

4. Campañas en Establecimientos Educativos

En varias escuelas y liceos de la región se dictaran charlas educativas en relación a temas de eficiencia energética, para generar conciencia desde los primeros años de vida la importancia de cuidar los recursos del medio ambiente. En relación a las charlas se crearan concursos para que los alumnos desarrollen sus habilidades, imaginación y creen sus propios proyectos.

5. Trabajadores Voluntarios

Integración del personal a las labores de la fundación para que participen en diversas actividades como voluntarios. Esto servirá para que se distraigan de sus labores profesionales, y vean en la fundación una actividad complementaria al trabajo diario. Para algunas actividades se podrán capacitar de acuerdo a las necesidades.

6. Actividades Varias

También se desea dejar algunos cupos para realizar diversas actividades que sean de interés público y que generen un valor a la sociedad. (Investigaciones, desarrollo de propuestas, etc.).

3.2.2. Localización

La decisión de localización es una determinación que forma parte del proceso de planificación, lo cual es algo de carácter estratégico que influirá en el largo plazo. En el caso de la Fundación la ubicación más conveniente es acondicionar una oficina en el edificio central de Chilquinta Energía S.A. el cual se emplaza en la calle General Cruz # 222, en la comuna de Valparaíso.

El motivo de la localización, se justifica debido a diversos factores considerados como son cercanía al público objetivo (comunidad), ahorros de gastos de arriendo, construcción, servicios básicos, acceso a fuentes de información, además siendo Valparaíso “Patrimonio de la Humanidad” le da un valor agregado a la fundación debido a la importancia que esto tiene para el país.

Al mismo tiempo se pensó en esa ubicación para que todo el personal de la empresa se involucre de forma activa en la fundación, y se sienta parte de ella.

3.2.3. Montos de Inversión

Toda organización, para comenzar su ejercicio necesita financiamiento. La Fundación Chilquinta no será la excepción, por lo tanto iniciará sus actividades con Recursos aportados por la empresa Chilquinta Energía.

El dinero aportado por la empresa, corresponde a un presupuesto anual que será variable, ya que dependerá del desempeño de la fundación y de sus diversos indicadores. Para el primer año se destinarán \$ 90.000.000

3.2.4. Inversión Inicial

En lo referente a la inversión requerida para el proyecto, se tiene en cuenta que se debe equipar con lo necesario las oficinas del personal además de una remodelación del espacio físico. Se debe implementar:

Remodelación del espacio físico: para el acondicionamiento de las 4 oficinas que se utilizaran se contara con un espacio de 36 mt², los cuales se dividirán en una oficina de 11.5 mt² y tres de 8 mt². Todo esto tiene un costo de construcción de \$900.000.

- Muebles: En cuanto a los muebles con los que contará la oficina, se tienen los siguientes:
 - o Escritorios (4 Unidades), precio unitario \$ 82.110

- o Sillón Ejecutivo (4 Unidades), precio unitario \$ 75.890
 - o Sillas: (3 unidades), precio unitario \$17.990
 - o Librero (2 Unidades), precio unitario \$ 37.990
- Computadores: Los computadores que se implementarán en la oficina, fueron cotizados en Dell a un precio de \$ 499.990. Serán adquiridas 3 unidades. También se comprará un notebook para utilizar en la oficina y poder llevar a reuniones, charlas, etc. a un valor de \$549.990.
- Impresora Multifuncional: Se considera además la compra de 1 impresora multifuncional, a un precio de \$234.000.
- Teléfonos: Se requerirán de 4 unidades, por un precio unitario de \$12.590.

Todos los montos anteriores son IVA incluido. Finalmente a partir de lo anterior, para la implementación del proyecto, se propone una **inversión inicial de \$3.996.270.**

3.2.5. Gastos Mensuales

Para la fundación se han considerado como gastos mensuales la telefonía, Internet, publicidad, consumos de energía eléctrica, agua potable, materiales de oficina, etc.

Tabla N° 02 – Gastos Mensuales

<u>Gastos Mensuales</u>	
Detalle	Valor
Internet	\$19.990
Telefonía	\$ 60.000
Publicidad	\$20.170
Agua potable	\$18.219
Electricidad	\$32.590
Materiales oficina	\$15000
Total mensual	\$165.969
TOTAL ANNUAL	\$ 1.991.628

Fuente: Elaboración Propia

3.2.6. Descripción de sueldos del Personal

La fundación, debe contemplar para la elección de su personal, profesionales cuyas competencias estén en estrecha relación con materias referentes al desarrollo de la organización. Para este efecto, los profesionales encargados de conformar el personal, deben poseer experiencia en materias financieras, comerciales, administrativas, sociales, entre otras. A continuación se muestra una tabla con los cargos y remuneraciones mensuales:

Tabla N° 03 – Remuneraciones

Remuneraciones		
Cantidad	Detalle	Sueldo
1	Director	\$850.000
1	Jefe Proyecto	\$700.000
1	Relacionador	\$600.000
1	Asistente	\$350.000
	Total Mensual	\$ 2.500.000
	TOTAL ANUAL	\$ 30.000.000

Fuente: Elaboración Propia

3.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.3.1. Descripción del Personal

Los profesionales idóneos para conformar la organización son los siguientes:

- Ingenieros Comerciales
- Sociólogos
- Periodistas
- Otros profesionales (administradores, relacionadores públicos, etc.)

El **Ingeniero Comercial** es un profesional con formación científica y técnica en las áreas de Economía y Administración de Empresas que lo potencia en el ejercicio profesional en un alto nivel. Está capacitado para desarrollar y aplicar el

conocimiento puro y aplicado de la Economía y de la Administración, para así, desempeñarse en empresas del sector privado o público.

El **Sociólogo** es un investigador del contexto social en la perspectiva de producir resultados que le permiten intervenir sobre la realidad. Puede desempeñarse en la investigación social y en la intervención de proyectos comunitarios, por su aspecto crítico, habilidades comunicacionales, etc.

El **Periodista** es un profesional que posee las herramientas y conocimientos necesarios para recabar e investigar acontecimientos y sucesos de importancia para el público, además de redactar la información obtenida.

El **Administrador de Empresas** posee conocimientos de contabilidad, costos y presupuesto, administración, marketing, finanzas, derecho y marco legal vigente, entre otros. Además, su formación es complementada de modo que se encuentre capacitado para colaborar en el trabajo en equipo, contribuyendo al crecimiento de las entidades en que se desempeña.

Existirán áreas de apoyo de la misma empresa como asesoría legal, marketing, etc. A los cuales se les solicitara asistencia cuando corresponda, y el pago a estos será en función a lo requerido.

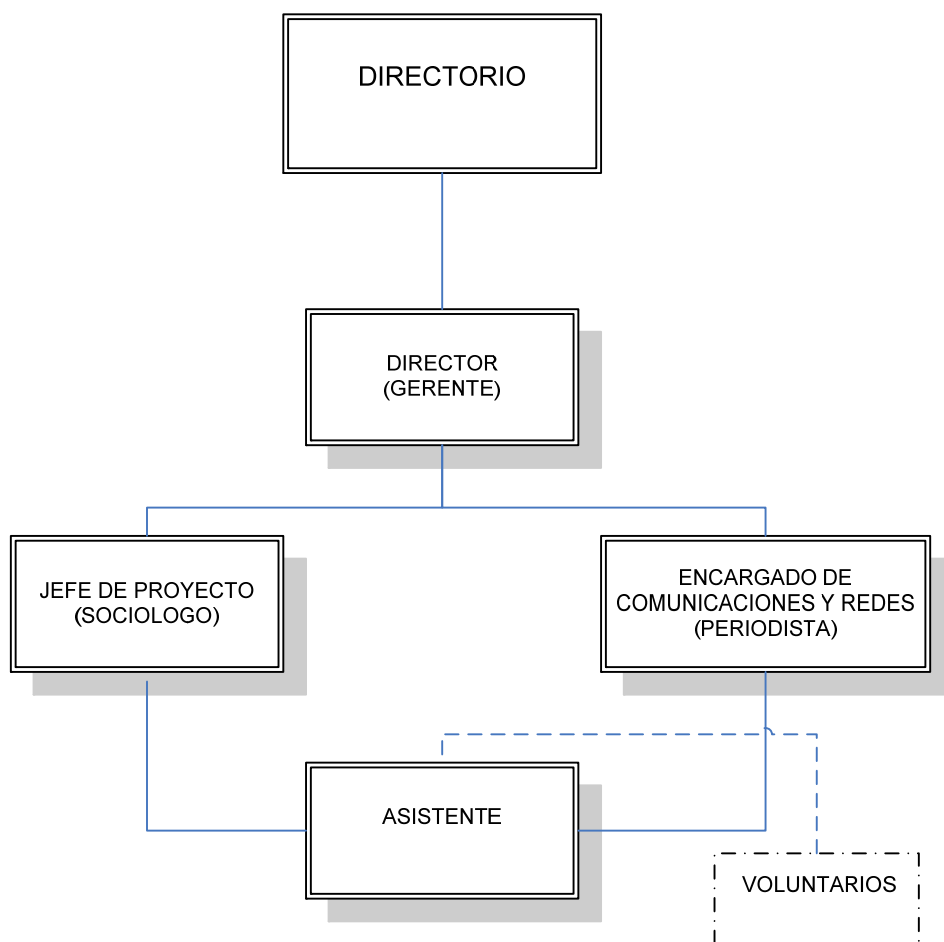
3.3.2. Estructura Organizacional

Cada uno de los profesionales que conforman el personal de la organización, cumplirá un cargo y una función determinada. La fundación poseerá una estructura organizacional más bien plana, donde se distinguirán 4 eslabones. En la cúspide de la organización se encontrará el directorio compuesto por los principales socios o el representante oficial. Luego vendrá el director (gerente) quien será el encargado de dirigir e informar al directorio sobre todas las materias desarrolladas, mas abajo vendrá el sociólogo que será el jefe proyectos, junto con el periodista quién será el encargado de comunicación y redes, y un asistente quien los ayudará en temas generales.

Para cada actividad que se desarrolle se pedirá la colaboración de voluntarios, la cantidad dependerá de la envergadura que tenga.

El siguiente diagrama organizacional clarifica la jerarquización de los cargos antes mencionados:

Figura N° 2 Organigrama de la Fundación



Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Perfil y Descripción de Cargos

- **Director (gerente):** Principal encargado de la toma de decisiones, representante principal de la organización ante el directorio de la fundación.
- **Jefe de Proyectos:** Estará encargado de detectar las necesidades de la comunidad con el fin de crear los programas a desarrollar, debe preparar las evaluaciones de los proyectos para presentárselos al director.
- **Encargado de Comunicaciones y Redes:** Se encargara de difundir y comunicar los proyectos o programas que se harán. Además deberá buscar alianzas estratégicas con otras empresas, u organizaciones gubernamentales para llevar a cabo nuevos desafíos para la organización.
- **Asistente:** Esta persona trabajara transversalmente en la fundación, prestando servicios en todos los procesos que se requieran dentro de la organización.

Importante de mencionar, dado que los participantes directos de esta fundación son solo cuatro personas, debe existir entre ellos una estrecha relación, trabajo en equipo, feed back, coordinación, confianza, y empoderamiento en la toma de decisiones para que los programas se realicen en forma exitosa.

En relación a las remuneraciones del personal, sugerimos las cantidades indicadas en la tabla N° 3.

3.3.4. Sistema de Información Administrativo

La organización debe contar con un sistema de información que permita almacenar y procesar datos necesarios para apoyar la toma de decisiones. El programa idóneo para usar en términos de almacenamiento y procesamiento de datos es el Microsoft office como la herramienta Excel, Word, etc.

Estarán conectados en red, para de esta forma producir una mayor sinergia de trabajo entre las personas.

En materia de hardware, cada persona contará con un computador apropiado para llevar a cabo las operaciones, asociado a un sistema de banda ancha que proveerá de servicios de Internet.

3.4. ESTUDIO ECONOMICO

3.4.1. Financiamiento de los Proyectos

Como se ha mencionado anteriormente, la fundación se financiara con dineros aportados por la empresa Chilquinta Energía, para el primer año del proyecto, se ha considerado la ejecución de seis proyectos, sus presupuestos son los siguientes:

Tabla Nº 04 – Presupuesto Programas

<u>Presupuesto de los Programas</u>	
Nombre	Valor
Charlas de Educación	\$ 7.000.000
Museo Artequin	\$ 10.000.000
Alianza Fundación las Rosas	\$ 15.000.000
Campañas en Establecimientos Educativos y Concursos	\$ 10.000.000
Trabajadores Voluntarios	\$ 4.000.000
Actividades Varias	\$ 5.000.000
TOTAL	\$ 51.000.000

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2. Descripción de los Montos de Inversión

En el estudio técnico se presentaron en detalle los ítems correspondientes a la inversión, por lo que a continuación sólo se presenta un resumen detallando con IVA de la inversión necesaria para la implementación del proyecto (todos los valores están en pesos chilenos):

Tabla N°5 - Montos asociados a la inversión del proyecto

<u>Inversión</u>				
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	IVA	TOTAL
1	Remodelación Oficina	\$729.000	\$171.000	\$900.000
4	Escritorios	\$66.509	\$15.601	\$328.440
4	Sillón Ejecutivo	\$61.471	\$14.419	\$303.560
3	Sillas	\$14.572	\$3.418	\$53.970
2	Biblioteca	\$30.772	\$7.218	\$75.980
3	Computador PC Marca Dell	\$404.992	\$94.998	\$1.499.970
1	Notebook Hp	\$445.492	\$104.498	\$549.990
1	Impresora Multifuncinal	\$189.540	\$44.460	\$234.000
4	Teléfonos	\$10.198	\$2.392	\$50.360
Total Inversión				\$ 3.996.270
Total IVA Inversión				\$ 759.291

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. Gastos de Puesta en Marcha

A continuación se presentan los principales gasto por concepto de iniciar la empresa.

Tabla N°6 – Gastos de Puesta en marcha

Gastos de Puesta en marcha	Valor
Escritura Pública	\$ 325.000
Publicación Escritura en Diario Oficial	\$ 65.000
Trámites Servicio Impuestos internos	\$ 75.000
Total	\$ 465.000

Fuente: Elaboración propia

3.4.4. Tabla de Costos

El detalle los costos en que incurrirá la empresa:

Tabla N° 07 – Gastos y Remuneraciones Mensuales del proyecto

<u>Gastos Mensuales</u>		<u>Remuneraciones</u>		
Detalle	Valor	Cantidad	Detalle	Sueldo
Internet	\$19.990	1	Director	\$850.000
Telefonía	\$60.000	1	Jefe Proyecto	\$700.000
Publicidad	\$20.170	1	Relacionador	\$600.000
agua potable	\$18.219	1	Asistente	\$350.000
electricidad	\$32.590		TOTAL MENSUAL	\$ 2.500.000
materiales oficina	\$15.000		TOTAL ANUAL	\$ 30.000.000
total mensual	\$ 165.969			
TOTAL ANUAL	\$ 1.991.628			

Fuente: Elaboración propia

3.4.5. Flujo del Proyecto

El flujo de este proyecto se presenta sin ingresos, debido a que para iniciar la fundación solo se contará con los aportes de la Empresa Chilquinta Energía, y a partir del segundo año se estudiarán nuevas formas de obtener entradas para desarrollar nuevos programas.

Tabla N° 08 – Flujo Estimado

	Flujo Estimado	
	año 0	año 1
Egreso Anual actividades		\$ 51.000.000
Egreso anual administrativo		\$ 31.991.628
Egreso inversión inicial	\$ 3.996.270	
Egreso Puesta en Marcha	\$ 465.000	
Totales	\$ 4.461.270	\$ 82.991.628
Egresos		
Gastos Operacionales:		\$ 51.000.000
Gastos Administrativos:		
Internet		\$ 239.880
Telefonía		\$ 720.000
Publicidad		\$ 242.040
Agua Potable		\$ 218.628
Materiales Oficina		\$ 391.080
Electricidad		\$ 180.000
Sueldo Director		\$ 10.200.000
Sueldo Jefe de Proyectos		\$ 8.400.000
Sueldo Encargado de Comun. y Redes		\$ 7.200.000
Sueldo Asistente		\$ 4.200.000
Inversión Inicial:		
Remodelación Espacio Físico	\$ 900.000	
Muebles:		
4 Escritorios	\$ 328.440	
4 Sillón Ejecutivo	\$ 303.560	
3 Sillas	\$ 53.970	
2 Biblioteca	\$ 75.980	
3 Computador PC Marca Dell	\$ 1.499.970	
1 Notebook Hp	\$ 549.990	
1 Impresora Multifuncional	\$ 234.000	
4 Teléfonos	\$ 50.360	
Total Inversión Inicial	\$ 3.996.270	
Total Egresos		\$ 82.991.628

3.5. BENEFICIOS DE LA FUNDACIÓN

Chilquinta debe comprender, que la creación de la fundación junto con la aplicación de los programas y un adecuado desarrollo de las prácticas responsables, reforzaran su imagen externa e institucional, alcanzando mayores niveles de credibilidad, lealtad y reconocimiento entre sus clientes, trabajadores, proveedores, accionistas, autoridades y comunidad en general.

Evidentemente, esto repercute positivamente en el nombre de la empresa, servicios y productos, creando un valor añadido para sus clientes e incrementando la habilidad de la organización para competir en el mercado.

3.5.1. Para la Empresa

Al crear la fundación y al utilizar una política de responsabilidad social empresarial lineada con las metas estratégicas y a la cultura interna, a la empresa le traería diversos beneficios tales como:

1. Mejoramiento de la Imagen:

- Aumentar la confianza y lealtad de los clientes, permitiendo que los beneficios de esta positiva relación le den una ventaja competitiva.
- Aumenta en la Satisfacción de los Clientes.
- Mayores niveles de credibilidad de parte de las autoridades de la región.

- Se ampliara la cobertura de los medios de comunicación, al implementar programas que beneficien a la comunidad.

2. Manejo de los Riesgos:

- La efectiva administración de los riesgos sociales y medioambientales genera una gran oportunidad de negocio y un impacto positivo en la empresa en términos de valor de mercado.
- la empresa se esta comprometiendo con una audiencia externa muy variada frente a la cual deben estar atentos para poder comprender y conocer sus necesidades, expectativas y entonces tomar la acción pertinente.

3. Satisfacción de los Trabajadores:

- Trabajadores comprometidos con la empresa, dispuestos a participar en las actividades de la fundación y ser parte del voluntariado de esta.
- Aumento de la lealtad hacia la empresa.
- Al desarrollar programas enfocados a los trabajadores y sumado al desarrollo de políticas internas se pretende mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

- Al desarrollar los programas que involucran a los trabajadores se mejora el vínculo y se genera un intercambio de información, opiniones y metas

4. Acceso a Capital:

- Para los inversionistas sería muy atractivo invertir más recursos en una empresa que cuenta con una fundación, ya que hoy en día la responsabilidad social empresarial es un factor clave a nivel mundial que ayuda a las compañías a tener acceso a nuevos negocios.
- Las empresas que adoptan un desarrollo sustentable, se les abren las puertas de nuevos mercados, nuevas oportunidades y nuevas relaciones, se fija un horizonte de beneficios en el largo plazo y aumenta su competitividad en las comunidades donde opera. Contrariamente, las empresas que fallan en el manejo de sus responsabilidades con la sociedad, corren el riesgo de perder grandes beneficios.

5. Desempeño Financiero:

- La Fundación abre oportunidades para reducir costos presentes y futuros de hacer negocios y ayuda a mejorar la competitividad, la posición en el mercado y la rentabilidad.

- Al percibir los clientes el trabajo y propósito positivo de la fundación, podrían aumentar las ventas e ingresos anuales de Chilquinta.
- Se estima que con la creación de la fundación aumentará la fidelización de los clientes actuales así como la captación de nuevos clientes a lo cual se suma el mejor posicionamiento de la marca como se mencionó anteriormente, lo que generará un repunte en las ventas de retail en un 10%.
- Con la Fundación y la RSE se le abrirán oportunidades para reducir costos presentes y futuros de hacer negocios y ayuda a mejorar la competitividad, la posición en el mercado y la rentabilidad.
- Se espera que los programas de la Fundación sean un elemento positivo y de apoyo a las políticas de Recursos Humanos y esto influya en la reducción del ausentismo y rotación laboral.

3.5.2. Para la Comunidad

Los beneficios que la fundación le dará a la comunidad, serán:

- Mejorará la calidad de vida de las personas que participen en los programas de la Fundación
- Entregará nuevas herramientas y conocimientos que permitan potenciar a diversos sectores de la región.

- Facilitará el acceso a la cultura y entretenimiento por medio de las actividades diseñadas por la Fundación para satisfacer estas necesidades.
- Brindará apoyo y asesoría técnica a las personas con problemas en el suministro logrando que las familias puedan aprender a ahorrar energía eléctrica.

En resumen todos estos beneficios se verán reflejados en el “Bottom line²³” para los accionistas.

²³ Bottom Line: Se refiere literalmente a la última línea de un reporte financiero, que muestra las ganancias o pérdidas netas de las empresas.

CONCLUSION

La empresa Chilquinta al querer desarrollar este proyecto se antepone a estándares de calidad que serán imperativos a nivel mundial en todas las organizaciones en relación con la responsabilidad social empresarial, es decir está teniendo una mirada visionaria hacia los cambios futuros de como hacer negocios. Además no hay que olvidar que Chilquinta es una empresa monopólica de servicios básicos lo que implica una mayor responsabilidad ante la sociedad.

Chilquinta Energía pretende que su éxito empresarial camine paralelo al progreso social. Para ello confía que al desarrollar su Fundación, desplegará una importante acción social y cultural que se canalizara a través de ella y se irá consolidando a medida que avance el tiempo.

Se deja en claro que la estrategia de actuación de la Fundación será a través de la realización de sus programas que tienen como foco el desarrollo de la comunidad en diversos ámbitos: sociales, medio ambientales, culturales, educacionales, deportivos, etc.

La Fundación estará ligada y se integrara perfectamente dentro de la actividad del Grupo Chilquinta Energía, algo que le permitirá contar con el enorme potencial que representa su capital: una extensa base de clientes y empleados, una amplia presencia y una gran capacidad tecnológica. Por otra parte, la Fundación pretende

que su labor contribuya a lograr varios de los objetivos estratégicos fijados por el Grupo Empresa.

Como propuesta a partir del segundo año de existencia de la fundación, deberían dejar parte de los recursos disponibles para invertirlos, ya sea en fondos mutuos, acciones, valores etc. para comenzar a obtener utilidades.

Hoy se financia con fondos propios, pero en el futuro se puede ampliar las formas de financiar la fundación a través de:

- Integración de socios (aportes mensuales)
- Realización de rifas, bingos, cenas, etc. Con el fin de posicionar la marca como una organización preocupada por las personas.
- Identificación de un canal de comunicación apropiado para difundir la información de la fundación, y que sea realmente captado por la comunidad para ampliar el radio de las personas beneficiadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Revista Harvard Bussines Review, Edición extraordinaria
“Responsabilidad Social Corporativa” Diciembre 2007
- Guía Práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad, Accion RSE, junio 2007
- Acción Empresarial “ El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el mundo” Santiago, 2003
- Administración de La Responsabilidad Social Corporativa, Roberto Fernández Cago, Editorial Parafinfo(2005)
- <http://www.accionrse.cl>
- <http://www.prohumana.cl>
- <http://www.pactomundial.org>
- <http://www.chilquinta.cl>
- <http://www.sii.cl>
- <http://www.chileclic.gob.cl>
- <http://www.minjusticia.cl/Tramites>