

Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en el Sector de la Gran Minería y sus Implicancias Tributarias

2.



RESUMEN EJECUTIVO

Las exigencias de un mundo globalizado han llevado a las empresas a incorporar a su gestión elementos diferenciadores que contribuyan a incrementar su competitividad y garantizar su sustentabilidad en el largo plazo, generándose entonces una nueva gestión empresarial que agrega valor no sólo a la organización sino también a todos los grupos de interés (stakeholders). Este es el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa, concepto dinámico a través del cual las empresas expresan su compromiso con la sociedad en la que están insertas.

Considerando por una parte que el sector minero constituye uno de los más importantes sectores productivos en el desarrollo económico del país y por otra parte, que la Responsabilidad Social Corporativa ya ha sido integrada a las empresas chilenas como una herramienta más de gestión estratégica, la Comisión Chilena del Cobre programó para el año 2005 la realización del estudio "Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en el Sector de la Gran Minería y sus Implicancias Tributarias".

El objetivo central de este estudio es conocer el estado de avance que han tenido las empresas de la Gran Minería en la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa y a partir de esta realidad, evaluar el impacto tributario de los recursos que las empresas mineras destinan a inversiones y acciones sociales que representan la esencia de su responsabilidad social corporativa.

Metodológicamente, se seleccionó al segmento de la Gran Minería, metálica y no metálica como sujeto de análisis de este estudio en consideración a que las empresas que lo representan poseen capacidades y recursos para implementar inversiones y/o acciones de Responsabilidad Social.

Expresamente se excluyó del análisis a los segmentos de la pequeña y mediana minería, debido a las diferencias que poseen entre sí en términos de gestión y desempeño financiero y también, porque recién se encuentran reconociendo oportunidades y generando capacidades para incorporar a su gestión elementos de Responsabilidad Social.

El estudio se desarrolla a través de tres líneas de trabajo:

- Dar a conocer las definiciones y estándares de responsabilidad social que existen a nivel mundial y las que se aplican en Chile.
- Dimensionar el grado de avance de la responsabilidad social en el sector de Gran Minería del país. Para ello se elaboró una encuesta de opinión sobre la base del modelo diseñado por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), denominado "Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria". Este modelo fue adaptado a la realidad de Chile en términos del marco político y jurídico actualmente vigente. La encuesta fue remitida a un total de 16 empresas mineras, metálicas y no metálicas, pero contestaron sólo 10, las que constituyeron el universo de análisis para efecto de este estudio.
- Finalmente, analizar las franquicias tributarias establecidas en el país para la implementación de acciones y/o programas de RSC y además, evaluar el impacto en los niveles de impuestos pagados por las empresas mineras al Fisco por las donaciones realizadas en el año 2004.

En lo medular, los resultados de este estudio fueron los siguientes:

DEFINICIONES Y ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU APLICACIÓN EN CHILE

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) implica conciliar por una parte, las necesidades e intereses de los actores internos y externos a la empresa y por otra, incorporar a la gestión empresarial factores como: transparencia, ética, retornos de capital, programas sociales, cumplimiento de las regulaciones laborales y ambientales y otras que conforman su compromiso ético con la sociedad.

Si bien no hay una definición única e integral de responsabilidad social, existe consenso que es una herramienta de gestión empresarial que incluso ha traspasado la frontera de las empresas para insertarse en la agenda de los Gobiernos preocupados de dar respuesta a las demandas sociales y ambientales de la ciudadanía corporativa.

Todas las definiciones de responsabilidad social propuestas por organismos internacionales se orientan a comprometer a las empresas para contribuir a lograr una sociedad mejor, una sociedad que proteja el medio ambiente y garantice un mayor bienestar social, a través de mejores prácticas de responsabilidad social, donde la ética, transparencia del desempeño y el respeto del individuo son sus elementos centrales.

Las distintas definiciones y las iniciativas impulsadas por las organizaciones internacionales han dado origen a estándares que contribuyen a medir el desempeño de las empresas en los ámbitos de la responsabilidad social. Entre estos estándares se destacan los siguientes:

- Directrices para Reportes de Sustentabilidad de la Global Reporting Initiative (GRI) para que las empresas informen sobre su desempeño en lo económico, ambiental y social.
- Norma OSHAS 18001 para la certificación de los Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Social Accountability 8000 (SA 8000), estándar desarrollado por el Council on Economic Priorities Accreditation Agency, para monitorear y verificar las condiciones laborales.
- Accountability 1000 (AA1000), estándar elaborado por el Institute for Social and Ethical Accountability, para auditar procesos de responsabilidad social.
- Sistema Comunitario de Gestión y Auditorías Medioambientales (EMAS) creado para que las empresas mejoren su desempeño ambiental.
- Principios Globales de Sullivan, es un código de conducta contra la discriminación y garantizar la igualdad de oportunidades, ética comercial y protección del medio ambiente.
- Dow Jones Sustainability Index, índice que incluye a empresas que se han sometido a una evaluación de sustentabilidad, sobre la base de factores económicos, ambientales y sociales.
- Domini 400 Social Index (DSI400), índice bursátil que incluye a empresas con inversiones socialmente responsables.
- FTSE4 Good, índice que incluye a empresas que cumplen con inversiones socialmente responsables.

- Eco-eficiencia, término creado por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), para demostrar que es posible producir bienes y servicios en forma económicamente eficiente y a la vez mitigar el impacto ambiental.
- ISO 9000, estándar para certificar los Sistemas de Gestión de Calidad.
- ISO 14000, estándar para certificar los Sistemas de Gestión Medioambiental.
- ISO 26000, estándar de Gestión de Responsabilidad Social Corporativa actualmente en elaboración.
- Global Compact (Pacto Global de la Naciones Unidas).
- BS 8800, certificación de los sistemas de salud y seguridad de las empresas.

En Chile hoy, un número importante de empresas de los distintos sectores productivos han incorporado a su gestión elementos de responsabilidad social. Al igual que a nivel internacional, existen en el país instituciones que se encuentran apoyando a las empresas a expresar su compromiso con la responsabilidad social y a la vez, dando señales e informando a la ciudadanía corporativa sobre aquellas empresas que implementan prácticas socialmente responsables.

Entre las organizaciones nacionales dedicadas a promover la responsabilidad social empresarial destacan las siguientes:

- Unión Social de Empresarios y Ejecutivos Cristianos, cuyo objetivo es conocer, difundir y poner en práctica la Doctrina Social de la Iglesia en la empresa y en la sociedad.
- Forum Empresa, es una alianza de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial en las Américas.
- Fundación Prohumana, su objetivo es construir una cultura de Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana en Chile, promoviendo una actitud proactiva en las personas, instituciones y empresas.
- Fundación Acción Empresarial, entidad del sector empresarial que promueve la Responsabilidad Social entre las empresas.
- SOFOFA-Responsabilidad Social Corporativa, organización que representa a empresas y gremios vinculados al sector industrial nacional, su objetivo es impulsar iniciativas sociales orientadas a mejorar la calidad de vida de los trabajadores industriales.
- Generación Empresarial, entidad representativa de distintos sectores productivos comprometidos con una nueva cultura empresarial basada en la valoración de la persona y la contribución de las empresas hacia la sociedad.
- Vincular RSE de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, institución que aspira a influir en las decisiones estratégicas de las empresas y mejorar la competitividad de éstas a través de la introducción de estándares de clase mundial.
- Instituto Nacional de Normalización, organismo público encargado de elaborar normas técnicas nacionales, acreditar a organismos de certificación de calidad y representar a Chile en el estudio de normas regionales e internacionales.

De las instituciones mencionadas, destaca, desde la perspectiva gubernamental y para los propósitos de este estudio, el Instituto Nacional de Normalización, que se encuentra liderando

a nivel nacional el equipo de trabajo que elaborará la Norma de Responsabilidad Social (Norma ISO 26000 Guidance on Social Responsibility); considerada la tercera generación de estándares de calidad.

La Norma ISO 26000 será una guía, no certificable, pero si verificable, compatible con las normas ISO 9000 y 14000; y con estándares internacionales, como Global Compact, Social Accountability International (SA 8000), Accountability 1000 (AA100), entre otros. Se espera que en el año 2006, la Norma ISO 26000 sea aprobada a nivel internacional y constituya a su vez, una norma chilena.

Claramente, el desarrollo que ha alcanzado, en los últimos años, el concepto de Responsabilidad Social Corporativa, tanto a nivel internacional como nacional, revela que los grupos de interés han asumido un rol más proactivo para presionar a las empresas a ejercer una conciencia social y ambiental. Las demandas de estos grupos tienen por propósito lograr un mayor involucramiento de las empresas, instándolas a asumir un mayor compromiso ético con los temas sociales y ambientales que preocupan a la ciudadanía corporativa. En los últimos 3 años, las empresas establecidas en Chile han mostrado importantes avances en este ámbito.

ESTADO DE AVANCE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE LA GRAN MINERÍA

Con el propósito de evaluar el estado de avance de la industria minera nacional se aplicó una encuesta de Responsabilidad Social a 16 empresas de la Gran Minería, metálica y no metálica, de las cuales sólo 10 contestaron, en lo que se refiere a cobre, ellas representan un 59,8% del total de la producción nacional del año 2004.

La encuesta de responsabilidad social aplicada a las empresas mineras fue evaluada a través de 32 preguntas estructuradas sobre la base de 6 criterios que midieron: i) compromiso ético; ii) Relaciones con los grupos de interés; iii) Respeto al individuo y los Derechos Laborales; iv) Gestión ambiental y responsabilidad con las generaciones futuras; v) Relaciones con los proveedores y servicios externalizados y vi) Relaciones con la comunidad. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- **Compromisos Éticos:** Un 90% de las empresas encuestadas respondieron que los valores y principios éticos forman parte de su gestión empresarial y son divulgados a través de procesos sistemáticos de educación y difusión. De este porcentaje, un 20% declaró ir más allá al contar con un código de ética que es periódicamente revisado por la empresa con participación de los trabajadores. En consecuencia, sólo un 10% se encuentra en una etapa más primaria donde los valores si bien existen, no han sido formalmente explicitados.
- **Relaciones con los Grupos de Interés (stakeholders):** En términos generales, las empresas otorgan gran importancia al hecho de mantener un diálogo fluido con los trabajadores, tener mecanismos de resolución de conflictos y manejo de expectativas, incorporando a los sindicatos y trabajadores en la definición de estrategias y mecanismos de participación de los resultados de la empresa.

En particular, un 90% de las empresas declaró tener mecanismos de gestión para el manejo de conflictos y programas de compensación por la contribución de los trabajadores al mejoramiento de los procesos internos de la empresa.

Por su parte, un 100% de las empresas que contestaron la encuesta señalaron que cuentan con canales de comunicación fluidos con los trabajadores y/o sindicatos.

En cuanto a la transparencia de las acciones de responsabilidad social, un 50% de las empresas reconoció que no publica un Balance Social o no lo hace con una regularidad definida, mientras que el 50% restante posee reportes anuales que dan cuenta de sus acciones en beneficio de la comunidad. De este porcentaje, sólo un 40% de las empresas contestaron que someten su reporte social a discusión abierta con los grupos de interés (stakeholders).

- **Respeto Hacia el Individuo y Derechos Laborales:** Este factor fue enfocado en la encuesta desde el punto de vista de la implementación de prácticas no discriminatorias, el cumplimiento irrestricto de la legislación laboral vigente y la promoción de prácticas que contribuyen a mejorar las condiciones de trabajo y la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

Los resultados de la encuesta indican que un 40% de las empresas no posee normas formales para evitar comportamientos discriminatorios, mientras que el 60% restante indicó que en su organización existen normas que prohíben prácticas discriminatorias y las sancionan. Otro aspecto importante de evaluar fue la política de desvinculación laboral de las empresas, el 80% de las empresas respondió que ofrece a los trabajadores programas de retiro con incentivos, de este porcentaje un 87,5% indicó que además ofrece a los trabajadores desvinculados servicios de apoyo y de reubicación.

Con relación a los programas de capacitación para los trabajadores, un 100% de las empresas declaró que mantiene actividades sistemáticas de perfeccionamiento de las capacidades laborales. De este total, un 30% de las empresas va más allá de la capacitación interna ofreciendo becas de estudios a sus trabajadores.

Respecto a las condiciones laborales, un 90% de las empresas reconoció que su gestión va más allá de sus obligaciones legales para lograr altos estándares de salud, seguridad y condiciones laborales.

Las empresas no sólo han procurado invertir recursos en mejorar la productividad y calificación de los trabajadores sino también su calidad de vida y la de sus familias. Al respecto, se mencionaron diversos programas sobre prevención y tratamientos de drogas y alcoholismo; salud familiar; becas de educación para los hijos de los trabajadores; financiamiento de viviendas; entre otros.

- **Gestión Ambiental y Responsabilidad con las Generaciones Futuras:** La totalidad de las empresas que respondieron la encuesta reconocieron que la protección del medio ambiente es un aspecto prioritario de su gestión, la que va más allá del cumplimiento de la legislación vigente en este ámbito. En efecto, un 100% de las empresas consultadas respondieron que han adoptado, en forma voluntaria, la implementación de sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados que incluye la identificación de riesgos, el establecimiento de metas y planes de acción.

Además, un 70% de las empresas consultadas respondieron que se encuentran certificadas por alguna norma ambiental del tipo ISO 14000 u otra norma equivalente.

Un 100% de ellas manifestó que posee planes de emergencia ambiental para enfrentar situaciones de riesgo, los que incluyen el entrenamiento periódico de los trabajadores sobre el manejo de los riesgos ambientales.

Con relación a la biodiversidad, el 90% de las empresas afirmó que contribuye a su preservación impulsando y/o financiando proyectos de conservación de áreas protegidas

y programas de protección de especies y/o animales en peligro de extinción, mientras que un 100% de las empresas destina recursos a programas de educación ambiental orientadas a los trabajadores y comunidad en general.

- **Relaciones con los Proveedores y Servicios Externalizados:** Las relaciones con las empresas que proveen de bienes y servicios a la minería resulta ser gravitante dado que este sector tiende cada vez más a la externalización. En efecto, la dotación total de las empresas que contestaron la encuesta asciende a 66.221 trabajadores, de esta cifra 26.929 trabajadores son dotación propia, lo que equivale a un 41% de la dotación total, mientras que 39.292 trabajadores pertenecen a Servicios de Terceros, lo que representa un 59% de la dotación total.

Los resultados de la encuesta indican que un 90% de las empresas tienen exigencias para las empresas contratistas sobre el cumplimiento de la legislación vigente en materia laboral, previsional y fiscal.

- **Relaciones con la Comunidad:** Con relación a la imagen, credibilidad y confianza que proyecta la empresa, el 90% de los encuestados respondió que posee una cultura de responsabilidad social en sus relaciones con la comunidad, creando para ello canales de comunicación propios para informar sobre sus acciones e inversiones sociales, los medios más utilizados son revistas, diarios, radio y televisión.

En cuanto a sus relaciones con las organizaciones comunitarias locales, organizaciones no gubernamentales e instancias de Gobierno, un 100% señaló conocer el trabajo de estas instituciones y apoyar sus programas a través de donaciones y/o financiando proyectos en beneficio de la comunidad local, pero sólo un 60% reconoce generar relaciones de largo plazo con éstas.

Respecto al manejo de los recursos destinados a fines sociales, un 90% de las empresas afirmaron que los montos se definen a través de un presupuesto y que son administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo conforme a criterios preestablecidos, los que sustentan un programa social formal, administrado por un equipo profesional, institución o fundación. Sólo un 10% de las empresas reconoció que estos recursos son administrados arbitrariamente por un director o gerente a partir de solicitudes externas.

Sobre el financiamiento de las acciones de responsabilidad social, sólo un 70% de las empresas respondió que utiliza incentivos fiscales por donaciones para fines sociales, culturales, deportivos entre otros.

En términos generales, los resultados de la Encuesta de Responsabilidad Social aplicada a las grandes empresas mineras que operan en Chile indican que éstas han asumido el compromiso ético de adoptar políticas y prácticas de responsabilidad social como factor que incrementa la competitividad, la reputación corporativa y beneficia a la sociedad.

IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS NIVELES IMPUESTOS PAGADOS POR LAS EMPRESAS MINERAS AL FISCO

Para dimensionar el impacto de las acciones de responsabilidad social de las empresas mineras en los niveles de impuestos pagados por éstas al Fisco, se analizaron las Declaraciones de Renta del Año Tributario 2005, identificando en éstas las donaciones efectuadas por las empresas mineras para fines sociales, educacionales, políticos, deportivos y culturales en los términos establecidos en las disposiciones legales vigentes al respecto.

El estudio consideró un total de 12 empresas mineras correspondientes al segmento de la Gran Minería, el análisis de las Declaraciones de Renta de estas empresas arrojó los siguientes resultados:

- En el año 2004, las franquicias tributarias por donaciones más utilizadas por las empresas fueron aquellas destinadas a Universidades e Institutos Profesionales (41,9%), donaciones para fines sociales (25,4%) y donaciones para fines educacionales (14,8%).
- De las Declaraciones de Renta del año 2004, se estimó que las empresas mineras consideradas en el análisis realizaron donaciones por un total de US\$ 2,23 millones.
- El uso de franquicias tributarias les significó declarar como gastos US\$ 0,6 millones y como crédito fiscal US\$ 1,08 millones.
- La rebaja del Impuesto a Renta por el uso de franquicias tributarias por donaciones permitió a las empresas mineras recuperar recursos por US\$ 1,28 millones, lo que implica que el costo neto de la donación fue de US\$ 0,95 millones, equivalente a un 42,5% del total donado.
- Para el Fisco, las donaciones significaron entonces un traspaso de recursos a las localidades de US\$ 1,28 millones, equivalente a un 57,5% del total donado, transferencia que corresponde a los ingresos que el Fisco deja de percibir por la rebaja del Impuesto a la Renta. Por lo tanto, el impacto de las donaciones en los ingresos del Fisco equivale a un 0,2% del Impuesto a la Renta de 1° Categoría pagado por las empresas mineras en el año 2004.
- El uso de franquicias tributarias por donaciones genera un efecto neto de financiamiento compartido entre las empresas y el Estado, en el entendido que las empresas recuperan, a través del pago de menores impuestos al Fisco, parte de la donación realizada; mientras que el Fisco financia el resto, equivalente a los ingresos que deja de percibir por concepto de menor Impuesto a la Renta.

Finalmente, es importante destacar que el objetivo central de estudio fue dar una visión actualizada del grado de implementación de la Responsabilidad Social en las empresas de la Gran Minería y estimar a su vez, los ingresos que aporta el Fisco por las donaciones que realizan las empresas mineras como instrumento de su responsabilidad social.

1. INTRODUCCIÓN

Las ventajas naturales comparativas en recursos naturales de minerales de altas leyes, así como la conveniencia de contar con una mano de obra especializada en minería y bajo costo en infraestructura vial, portuaria y energética en comparación a otros países similares, le han permitido a Chile posicionarse como uno de los mayores productores y exportadores de cobre en el mundo, concentrando más del 41% de sus exportaciones país en este sector.

La minería constituye entonces, uno de los sectores productivos con mayor incidencia económica en el desarrollo del país, con una participación en el Producto Interno Bruto del país de 7,7% promedio anual durante el período 1996-2004.

Si bien no existen los antecedentes cuantitativos suficientes para dimensionar la contribución social de la minería en el país, se sabe que las empresas de la Gran Minería, realizan inversiones sociales en beneficio de la comunidad.

En los últimos años, las empresas productivas han ido paulatinamente incorporando a su gestión elementos para expresar su compromiso y contribución al desarrollo social del país, a través de lo que han denominado Responsabilidad Social Corporativa (RSC). La RSC es un concepto dinámico, actualmente en desarrollo, que según la naturaleza de las empresas, varía en función tanto del involucramiento de éstas con los distintos grupos de interés (stakeholders) como con las expectativas que éstos puedan tener sobre el compromiso social de las empresas.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) va más allá de una ayuda o donación con carácter filantrópico, más bien es considerada una variable más en la gestión de las empresas para relacionarse con su entorno interno y externo, la que se expresa, en muchos casos, a través de programas de inversiones y/o acciones sociales orientadas a materializar su compromiso con sus grupos de interés, es decir, accionistas, proveedores, clientes, trabajadores y comunidad en general.

Para el año 2005, la Comisión Chilena del Cobre programó la realización del estudio "Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en el Sector de la Gran Minería y sus Implicancias Tributarias". El propósito de estudio es conocer el estado de avance que han tenido las empresas de la Gran Minería en la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa y estimar las implicaciones tributarias de las inversiones y/o acciones sociales en los ingresos del Fisco.

El Capítulo 1, contiene una breve introducción sobre la relevancia que tiene para la Comisión Chilena del Cobre conocer el estado de avance de las empresas mineras en lo que dice relación con la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa, los objetivos, alcances y metodología utilizada en la elaboración de este estudio.

El Capítulo 2 contiene un acercamiento teórico de las distintas definiciones y estándares vigentes para definir la Responsabilidad Social Corporativa a nivel nacional e internacional.

El Capítulo 3, analiza los resultados que arrojó la encuesta de RSC aplicada a las empresas de la Gran Minería para conocer el estado de avance en la implementación de la responsabilidad social.

El Capítulo 4, contiene un análisis de las franquicias tributarias a las que se pueden acoger las empresas por las acciones e inversiones sociales que realizan y una estimación de las implicancias de las donaciones en los niveles de impuestos pagados al Fisco.

Finalmente, el Capítulo 5 contiene comentarios sobre el estado actual de la implementación de la Responsabilidad Social por parte de las empresas de la Gran Minería en Chile y sus implicancias en los ingresos del Fisco.

1.1 OBJETIVOS

El objetivo central de este estudio es conocer el estado de avance de la implementación de la Responsabilidad Social de las empresas de la Gran Minería que operan en el país.

Adicionalmente, dimensionar el impacto tributario que tienen los recursos destinados a inversiones y acciones sociales como instrumento de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas de la Gran Minería en Chile.

1.2 ALCANCE DEL ESTUDIO

Este estudio se centró sólo en el segmento de la Gran Minería, metálica y no metálica, en el entendido que este segmento de empresas mineras poseen las capacidades y recursos suficientes para implementar la Responsabilidad Social Corporativa a través de acciones e inversiones sociales en beneficio de la comunidad.

Resultaría en extremo complejo incluir a los segmentos de la pequeña y mediana minería (Pyme's mineras), en consideración a que ellos son disímiles en cuanto a su capacidad financiera y de gestión y porque además, recién se encuentra reconociendo oportunidades y generando las capacidades requeridas para incorporar a su gestión elementos de responsabilidad social.

1.3 METODOLOGÍA

Para el cumplimiento de los objetivos planteados en este estudio se proponen los siguientes tres grandes grupos de actividades:

ACTIVIDAD 1: DEFINICIONES Y ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.

- Efectuar un barrido bibliográfico sobre las distintas definiciones que existen de RSC y analizar las tendencias que han surgido en los últimos años en torno a este nuevo paradigma.
- Conocer la implementación que este concepto ha tenido en el país.

ACTIVIDAD 2: IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR MINERO.

- Dimensionar el grado de avance de la RSC en el sector de Gran Minería del país. Para ello se elaboró una encuesta de opinión sobre la base del modelo diseñado por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), denominado "Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria". Este modelo fue adaptado a la realidad de Chile en términos del marco político y jurídico actualmente vigente.
- Análisis de los resultados de la Encuesta de Responsabilidad Social aplicada a un total de 16 empresas de la Gran Minería, metálicas y no metálicas, que operan en el país.

ACTIVIDAD 3: IMPLICANCIAS TRIBUTARIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE LA GRAN MINERÍA EN CHILE.

- Dar a conocer las franquicias tributarias por donaciones que permite la legislación, su operatoria y requerimientos para su aplicación.
- Estimar y analizar las implicancias de la Responsabilidad Social, a través del uso de franquicias tributarias por donaciones, en los niveles de impuestos pagados por las empresas de la Gran Minería al Fisco.

2. DEFINICIONES Y ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: CONCEPTO DE LA GLOBALIZACIÓN

En los años 60 y 70, la filantropía era el mecanismo de expresión de la preocupación de las empresas por las necesidades sociales de la comunidad. Las donaciones, membresías entre otras acciones de beneficencia eran los mecanismos utilizados por las empresas para relacionarse con su entorno externo, principalmente la comunidad.

La globalización y las tendencias mundiales asociadas al desarrollo sustentable han llevado a las empresas a incorporar elementos de responsabilidad social corporativa, como un factor competitivo más de su gestión y parte integral de su misión, visión y valores de sus estrategias de negocios y para expresar su compromiso voluntario en el uso de mejores prácticas ambientales y sociales que respondan a las expectativas de los grupos de interés (stakeholders).

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), conocida también como Responsabilidad Social Empresarial (RSE), implica conciliar por una parte, las necesidades e intereses de los actores internos y externos a la empresa y por otra, incorporar a su gestión factores como: transparencia, ética, retornos de capital, programas sociales, cumplimiento de las regulaciones laborales y ambientales.

No obstante lo anterior, los ámbitos de aplicación de la RSC dependen precisamente de la definición de este concepto, el que tiene a nivel mundial múltiples acepciones, todas ellas asociadas al grado de desarrollo de la RSC y a su implementación en los distintos países donde se ha comenzado a aplicar. Es vista como una herramienta de gestión empresarial que ha pasado a formar parte tanto de la agenda de los Gobiernos como de las demandas de la ciudadanía corporativa.

Aunque existen criterios comunes en las múltiples definiciones de responsabilidad social empresarial, no hay, a nivel mundial, una visión única e integradora que determine en forma categórica el significado y alcance de este concepto. Las divergencias no sólo son entre países sino también entre sectores productivos e Incluso entre empresas. El espectro es bastante amplio, lo que sin duda, dificulta dimensionar los avances producidos en esta materia. En uno de sus extremos aún se concibe como un compromiso filantrópico con la comunidad, mientras que en otro extremo se interpreta como un sinónimo de la sustentabilidad, en el entendido que corresponde a un compromiso social que se extiende a las futuras generaciones.

Entre las diversas definiciones se analizarán las más relevantes desde el punto de vista de los organismos internacionales, los que han sido en gran medida responsables de la difusión del concepto de RSC a nivel global.

En consecuencia, se analizarán las definiciones de los siguientes organismos: Comisión de las Comunidades Europeas, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), Organización de las Naciones Unidas, Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible, Global Reporting Initiative, entre otras relevantes.

LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

El Libro Verde, elaborado en Bruselas el 18 de Julio de 2001, es un documento provocativo cuya finalidad fue instaurar en la Unión Europea un debate en torno a la responsabilidad social de las empresas que entregara las bases necesarias para impulsar una iniciativa legislativa sobre esta materia. En esencia, su objetivo fue "Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE)" en el contexto de la estrategia de desarrollo sostenible acordada en la Cumbre de Lisboa (marzo 2000).

Su propósito fue comprometer a las empresas a contribuir, en forma voluntaria, a alcanzar una sociedad mejor y un medioambiente más limpio, es decir, "convertir a la Unión Europea en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social".

La Comunidad si bien no define taxativamente el significado de la RSE, sí entrega elementos para dimensionar su alcance y los factores que la determinan. Específicamente, precisa que ser socialmente responsable significa no sólo cumplir a cabalidad con el marco jurídico vigente sino que ir más allá de éste, invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con los stakeholders, de forma de conciliar el desarrollo social con el aumento de productividad de la empresa. El fomento de la RSE no sólo debe ser aplicable a las grandes empresas y sociedades multinacionales, sino también a las empresas de menor tamaño.

En este marco se define además lo que debe entenderse por dimensión interna y externa de la RSE. La dimensión interna está referida por una parte, a las prácticas sociales que afectan a los trabajadores, tales como: gestión de los recursos humanos, salud, seguridad, inversión en capital humano y calidad del trabajo y por otra, a las prácticas ambientales referidas a la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción, en el entendido que deben propiciarse inversiones ventajosas para las partes interesadas del tipo win-win y un uso eficiente de los recursos naturales.

En cambio, la dimensión externa de la RSE incluye el compromiso de las empresas con los accionistas, socios comerciales, proveedores, consumidores, autoridades de Gobierno, organizaciones no gubernamentales, organizaciones sociales y comunidad en general. Ello involucra el respeto por los derechos humanos, el cumplimiento de las normas laborales, ambientales y comerciales tanto al interior como fuera de la Unión Europea.

Además, la RSE significa que las empresas deben implementar una gestión integrada a su planificación estratégica basada en principios éticos y en prácticas socialmente responsables con los grupos de interés que conforman su entorno interno y externo.

La evaluación, transparencia y difusión del desempeño social y ambiental de las empresas mediante reportes y auditorias independientes son también elementos centrales de la RSE, pues contribuyen a incrementar la valoración de la empresa en el largo plazo.

En síntesis, el objetivo central del Libro Verde fue sensibilizar e impulsar un debate para crear un marco que fomentara la responsabilidad social de las empresas.

LÍNEAS DIRECTRICES DE LA OECD PARA LAS EMPRESAS MULTINACIONALES

En el año 1976 y en su revisión del año 2000, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD) propuso una serie de recomendaciones o directrices dirigidas por los Gobiernos a las empresas multinacionales sobre principios y normas de buenas prácticas voluntarias que fomentan una conducta empresarial responsable y transparente, acorde con las disposiciones legales. Específicamente, la OCED planteó 11 principios generales para orientar las conductas empresariales conforme a las directrices propuestas, los que abordan las siguientes temáticas:

- Contribuir al desarrollo sustentable generando progreso económico, social y ambiental.
- Respetar los derechos humanos y de los trabajadores.
- Fomentar la generación de capacidades locales.
- Propiciar las alianzas de cooperación con las comunidades locales.
- Promover la inversión en capital humano.
- Implementar buenas prácticas de gobierno corporativos.
- Aplicar sistemas de gestión eficaces.
- Promover la transparencia y probidad en la gestión de las empresas
- Generar confianzas recíprocas entre las empresas y los grupos de interés (Gobierno, accionistas, proveedores, contratistas, comunidad).
- Abstenerse de ejercer presiones políticas indebidas.

Por su parte, las Directrices cubren los ámbitos:

- **Publicación de Informaciones:** Garantizar información periódica, oportuna y confiable sobre la gestión corporativa, financiera, económica y contable de las empresas.
- **Empleo y Relaciones Laborales:** Dar cumplimiento a la legislación vigente en cuanto a condiciones laborales, respeto de los derechos sindicales y no discriminación laboral.
- **Medio Ambiente:** Respetar el marco de disposiciones legales y reglamentarias que protegen el medio ambiente y la salud y seguridad de los trabajadores, implementar tecnologías y procedimientos operativos eficientes en el uso de los recursos naturales y mitigar el impacto de las operaciones sobre el medio ambiente y las comunidades.
- **Lucha Contra la Corrupción:** Abstenerse de ejercer presiones indebidas (políticas, comerciales y otras) y/o solicitar beneficios que atenten contra la legislación vigente.
- **Intereses de los Consumidores:** Promover prácticas comerciales, de marketing y publicitarias justas y garantizar la calidad y seguridad de los bienes y servicios que producen.
- **Ciencia y Tecnología:** Garantizar la transferencia de tecnología y known-how, proteger los derechos de propiedad intelectual y establecer alianzas con universidades y centros investigación.

- **Competencia:** Respetar las leyes y políticas de defensa de la competencia.
- **Transparencia:** Garantizar la entrega de información sobre el desempeño financiero, económico y tributario de las empresas a las autoridades fiscales.

Las Directrices y los principios de conducta que propone la OECD no reemplazan las disposiciones legales y reglamentarias vigentes en los países, pero sí constituyen principios y normas de comportamiento complementarias de carácter voluntario que orientan la gestión de las empresas.

PACTO MUNDIAL DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS

En el año 1999, el Secretario General de la ONU propuso, ante el Foro Económico Mundial de Davos, la iniciativa de Pacto Mundial o Global Compact con el propósito de impulsar la “adopción de principios y valores que den rostro humano al mercado mundial”, logrando que ésta fuera una realidad en julio del 2000.

El Pacto proporciona un marco tanto para que las empresas colaboren con los organismos de las Naciones Unidas, las organizaciones laborales y la sociedad civil, como para promover principios sociales y ambientales de carácter universal. El Pacto Mundial 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.

El Pacto es una iniciativa voluntaria de civismo empresarial, que ha propuesto por una parte, que sus principios se incluyan en la estrategia y operaciones de las empresas; y por otra, que se facilite la cooperación entre los principales grupos participantes promoviendo las relaciones de colaboración en apoyo de los objetivos de las Naciones Unidas.

Los diez principios que inspiran el Pacto Mundial se encuentran sustentados en la Declaración Universal de Derechos Humanos, Declaración de Principios Fundamentales y Derechos del Trabajo de la OIT, la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo y la Convención contra la Corrupción de las Naciones Unidas. Estos principios son los siguientes.

- 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.
- 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 bajo coacción.
- Principio 5: La erradicación del trabajo infantil.
- Principio 6: La abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- 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.
- Principio 10: Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Los actores involucrados claves del Global Compact son: el gobierno que define los principios en que se basa la iniciativa; las empresas que con cuyas acciones buscan influir; los trabajadores que aportan la mano de obra para la producción y, las organizaciones de la sociedad civil representativas de las comunidades y las agencias de Naciones Unidas.

CONSEJO MUNDIAL PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE (WBCSD)

El Consejo Mundial para el Desarrollo Sustentable (World Business Council on Sustainable Development) es una red conformada por 175 empresas internacionales, representativa de más de 35 países y de 20 de los más importantes sectores industriales. Institución que desde 1997 ha centrado sus esfuerzos en desarrollar, desde una perspectiva empresarial, un concepto de Responsabilidad Social Corporativa e identificar los elementos que lo definen.

Ha definido la RSC como el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sustentable, trabajando en conjunto con los grupos de interés, es decir, los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. En definitiva, contribuir a forjar un futuro sustentable para los países en desarrollo y las naciones en transición.

El Consejo está convencido que si se generan estrategias coherentes con la RSC, basadas en sólidos principios éticos, las empresas obtendrán ventajas claras en sus negocios. Dicho de otra forma, si las empresas actúan de una manera socialmente responsable, no sólo constituye un deber ético sino que también les genera una mayor rentabilidad a sus negocios. Hoy en día, los objetivos del Consejo se centran en promover el rol de la eco-eficacia, la innovación, y la responsabilidad social corporativa, en el entendido que son instrumentos que marcan la diferencia hacia el desarrollo sustentable.

INICIATIVA DE REPORTE GLOBAL¹ (GRI)

La Global Reporting Initiative (GRI) es un acuerdo internacional, elaborado con visión a largo plazo en el que han participado múltiples partes interesadas y opera en forma independiente desde el 4 de abril del 2002. Su misión es elaborar y difundir la Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad, aplicable globalmente y de manera voluntaria, por organizaciones que deseen informar sobre el desempeño económico, ambiental y social de sus actividades, productos y servicios y articular mejor su contribución global al Desarrollo Sustentable.

¹ <http://globalreporting.org/AboutGRI/index.htm>

La GRI propone un conjunto de indicadores, generales y específicos, basados en las dimensiones del DS que permiten medir el desempeño económico, social y ambiental de las empresas, los que constituyen el objeto central de los Informes de Sustentabilidad propuestos.

La GRI no establece valores o límites para cada uno de los indicadores propuestos, pero sí define criterios que éstos deben cumplir, referidos a los principios de consistencia, precisión, neutralidad y transparencia. Específicamente, los indicadores deben ser:

- **Relevantes y sensibles a los cambios:** Mostrar lo que se necesita conocer.
- **Comprensibles, comparables y útiles:** Entendibles para todas las personas aunque no sean expertas.
- **Confiables:** Garantizar que la información que proporciona el indicador es verdadera.
- **Accesibles, disponibles y oportunos:** Entregar información oportuna y disponible a un costo eficiente.

Además, estos indicadores deben ser capaces de identificar debilidades y reflejar la realidad de la interrelación de las dimensiones del DS.

En este contexto, los indicadores representativos de la dimensión económica del DS deben ser capaces de medir la influencia de la empresa en la economía, regional o nacional, en términos de la utilización de los recursos y creación de riqueza.

Por su parte, los indicadores de la dimensión social deben ser capaces de medir el impacto de la empresa en los aspectos sociales atinentes a la comunidad, tales como: las prácticas laborales, la salud y seguridad ocupacional, la capacitación y entrenamiento del recurso humano y los canales de comunicación.

A su vez, indicadores de la dimensión ambiental deben ser capaces de medir el impacto de la gestión y operaciones de la empresa sobre el aire, agua, tierra, biodiversidad y el cumplimiento de la legislación vigente.

Cabe señalar que la metodología del GRI no considera en forma explícita la RSC, pero a través de la dimensión social busca representar la responsabilidad de las empresas con la comunidad o ciudadanía corporativa.

REDES DE NEGOCIOS EUROPEAS PARA LA COHESIÓN SOCIAL (CSR EUROPE)

El CSR Europa es una organización, sin fines de lucro, que promueve la responsabilidad social corporativa en Europa. Su misión es proponer a las empresas prácticas de negocios que expresen su Responsabilidad Social Corporativa como una forma de contribuir al crecimiento sustentable y al progreso del recurso humano.

El CSR Europa ha elaborado un sistema de metas y de estrategias para integrar la responsabilidad corporativa a las prácticas de negocio de las empresas. Éstas se sustentan en el respeto de los trabajadores, la protección del medio ambiente y el compromiso con los grupos de interés o stakeholders. De esta forma, CSR Europa se convierte en

el principal punto de referencia europeo en estrategias y prácticas de responsabilidad social corporativa para las empresas y su función principal es ofrecer a las empresas servicios de asesoría en responsabilidad social en las siguientes temáticas:

- Innovación y espíritu emprendedor
- Construcción de habilidades y competencias
- Igualdad de oportunidades y diversidad
- Salud y seguridad
- Protección del medio ambiente
- Responsabilidad corporativa en la gestión de las empresas
- Compromiso de las Partes Interesadas (stakeholders)
- Liderazgo y Dirección
- Comunicación y transparencia
- Cooperación y alianzas de negocio a negocio

■ INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE)²

Entidad privada, sin fines de lucro, dedicada a promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina. Su propósito es aprovechar sinergias entre las empresas a través de redes de información, intercambio de experiencias y colaboración mutua.

■ OTRAS INSTITUCIONES DEDICADAS A LA RSC

Además de las instituciones y organismos mencionados anteriormente, existen un sin número de instituciones e instancias dedicadas al tema de la RSC, a saber las siguientes:

- ***Business in the Community (BITC³)***: Organización del Reino Unido sin fines de lucro, cuyo propósito provocar en la comunidad un impacto positivo.
- ***BSR, Business for Social Responsibility⁴***: Entidad empresarial norteamericana, representativa de empresas de distintos sectores, que ofrece apoyo comercial a través de estrategias centradas en valores éticos, el medio ambiente y la comunidad.
- ***CBSR, Canadian Business for Social Responsibility⁵***: Organización, sin fines de lucro, formada por empresas canadienses que tienen por propósito compartir e implementar prácticas de responsabilidad social corporativa.
- ***Ciudadanía Corporativa⁶***: Es un Centro que depende del Boston College, su misión es comprometer a las empresas a redefinir sus negocios creando ganancias medibles

² www.iarse.org

³ www2.bitc.org.uk/index.htm

⁴ www.bsr.org

⁵ www.cbsr.ca

⁶ *The Center for Corporate Citizenship at Boston College* www.bc.edu/centers/ccc/index.html

para ellas y la sociedad, a través de la investigación, educación y compromiso de sus miembros. Su propósito final es asegurar en el largo plazo la prosperidad económica y un mundo justo y sustentable.

- **ETHOS⁷**: Es una organización no gubernamental de Brasil, representativa de empresas de distintos sectores productivos. Su misión es difundir, sensibilizar y apoyar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable para construir una sociedad más justa y sustentable.
- **The Prince of Wales Business Leaders Forum (PWBLF)⁸**: Es una institución dedicada a la promoción de prácticas socialmente responsables en las empresas, que contribuyan a la rentabilidad del negocio y desarrollo social y ambiental sustentable.
- **Organización Internacional del Trabajo (OIT)⁹**: Agencia de Naciones Unidas que promueve los derechos humanos y laborales en las empresas de los países miembros. Específicamente, sus estándares cubren las temáticas de: libertad de asociación, prohibición de trabajo forzado, relaciones industriales, salarios, salud y seguridad ocupacional, seguridad social, trabajo infantil y juvenil, jornadas laborales, entre otros relevantes.

Las organizaciones e instituciones mencionadas son sólo una parte de las múltiples instancias que han surgido en la última década en torno al paradigma de la RSC. En términos generales, todas estas instancias tienen como elemento común el compromiso de las empresas con los grupos de interés (stakeholders), más allá del ámbito de sus negocios.

En la Figura 1, se presenta los elementos que conforman la RSC. Por una parte, están los grupos de interés (stakeholders) internos y externos, con los cuales las empresas se relacionan y por otra parte, los ámbitos de la responsabilidad social.

La negociación y el diálogo son componentes operativos de la RSC que permiten que las empresas orienten sus esfuerzos hacia la protección social y ambiental de las comunidades y contribuyan al desarrollo local.

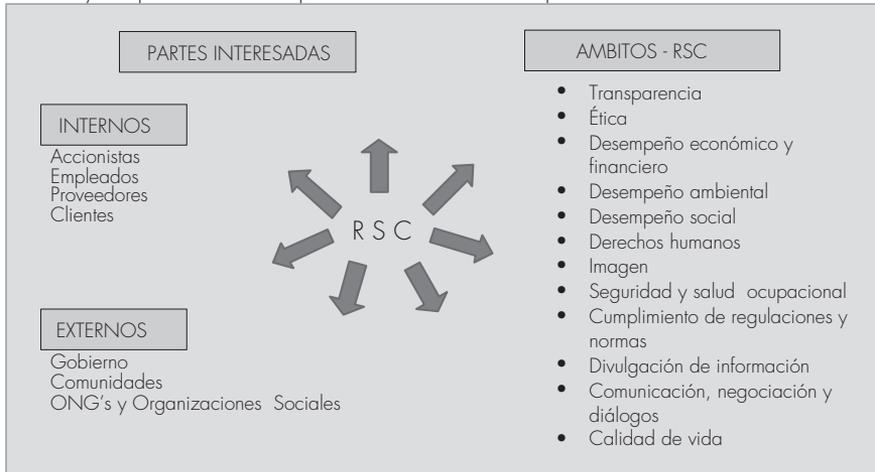
⁷ www.ethos.org.br

⁸ www.pwblf.org

⁹ www.ilo.org

Figura 1.

Actores y Objetivos de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: COCHILCO.

2.2 ESTÁNDARES DE RSC

En la última década, han surgido además un sin número de estándares que cubren uno o más ámbitos de la RSC, entre los que se destacan los siguientes:

- **Directrices para Reportes de Sustentabilidad (GRI):** Estándar internacional para que las empresas elaboren Reportes de Sustentabilidad e informen sobre su desempeño en lo económico, ambiental y social.
- **OSHAS 18001:** Norma internacional para la certificación de los Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, que contiene requisitos para controlar los riesgos ocupacionales y mejorar el desempeño de las áreas de Seguridad y Salud Ocupacional de las empresas.
- **Social Accountability 8000 (SA 8000):** Estándar voluntario de monitoreo y verificación de las condiciones laborales desarrollado por el Council on Economic Priorities Accreditation Agency¹⁰, aplicable a cualquier industria.
- **Accountability 1000 (AA1000):** Estándar o norma auditable para procesos de RSC, elaborada en 1999 por la organización británica denominada Institute for Social and Ethical Accountability¹¹. Se basa en los procedimientos ambientales de la norma ISO 14000 y los sociales de la norma SA8000. Su propósito es promover la transparencia y generar condiciones de confianza entre los stakeholders.
- **Sistema Comunitario de Gestión y Auditorías Medioambientales (EMAS - Ecomanagement and Audit Scheme)¹²:** Instrumento de carácter voluntario dirigido a las empresas que buscan mejorar su desempeño ambiental, es una herramienta para

¹⁰ <http://www.cepa.org>

¹¹ www.accountability.org.uk

¹² <http://europa.eu.int/comm/environment/emas/>

gestionar los efectos medioambientales de las empresas y una mejora continua de sus procesos.

- **Principios Globales de Sullivan**¹³: Código de conducta para las empresas sobre los derechos humanos y la igualdad de oportunidades, ética comercial y protección del medio ambiente, creados por el reverendo León Sullivan en Sudáfrica. Constituyó un importante aporte para terminar con la discriminación racial de Sudáfrica.
- **DJSI, Dow Jones Sustainability Index**¹⁴: Índice elaborado por Dow Jones, que incluye a compañías que cumplen con una serie de requisitos en materia de sustentabilidad. Las empresas que deseen formar parte de este índice deben someterse a una evaluación de sustentabilidad, sobre la base de factores económicos, ambientales y sociales. Del resultado de esta evaluación, se asigna una puntuación a cada empresa para ingresar al ranking de sustentabilidad por industrias.
- **Domini 400 Social Index (DSI400)**¹⁵: Índice bursátil creado en 1990 por la empresa KLD, reconocida a nivel mundial por sus inversiones socialmente responsables.
- **Norma British Standard 8800 (BS 8800)**: Norma para la certificación de los sistemas de salud y seguridad de las empresas, establecida por el British Standar Institution.
- **FTSE4 Good**¹⁶: Índice, elaborado por el Financial Times Stocks Exchange que maneja índices bursátiles a nivel mundial. Este índice exige a las empresas que lo conforman el cumplimiento de una serie de requisitos ambientales, de diálogo con los stakeholders y de respeto a los derechos humanos. Su objetivo es promover inversiones socialmente responsables y aportar recursos para el Fondo para la Infancia de la ONU (UNICEF).
- **Eco-eficiencia**¹⁷: Término creado en 1992 por el Business Council for Sustainable Development, para representar la producción de bienes y servicios en forma económicamente eficiente y que mitigan a la vez el impacto ambiental.
- **ISO 9000**¹⁸: Estándar de certificación de los Sistemas de Gestión de Calidad a través de un conjunto de guías para la gestión de la calidad y requisitos generales para el aseguramiento de la calidad, especificando los elementos que deberían estar presentes en estos sistemas. Este debe ser certificado por una entidad independiente.
- **ISO 14000**¹⁹: Estándar de certificación de los Sistemas de Gestión Medioambiental a través de un conjunto de documentos de gestión ambiental que, una vez implantados, afecta todos los aspectos de la gestión de una organización en sus responsabilidades ambientales. Permite el mejoramiento continuo del comportamiento de la empresa en gestión ambiental.
- **ISO RSE (ISO 26000)**²⁰: Norma sobre Gestión de Responsabilidad Social Corporativa, en proceso de elaboración por parte de la International Organization for Standardization (ISO).

¹³ www.globalsullivanprinciples.org

¹⁴ www.sustainability-indexes.com

¹⁵ www.domini.com

¹⁶ www.ftse4good.com

¹⁷ www.bcsd.org

¹⁸ www.iso.org

¹⁹ www.iso.org

²⁰ <http://www.iso.ch>

A estos estándares se agregan otros, algunos de ellos específicos a una determinada industria. Un ejemplo, es el estándar para que los productos forestales puedan ser certificados como social y medioambientalmente aceptables sobre la base de Principios y Criterios de Administración Forestal, elaborados por el Forest Stewardship Council (FSC)²¹.

En este contexto, de acuerdo al catastro realizado por Vincular RSE²², Chile ha adherido a las siguientes iniciativas y reportes:

- GRI: 2 empresas reportan bajo esta modalidad: una empresa estatal (Codelco) y una empresa privada del rubro forestal (Terranova, perteneciente al Grupo Nueva)
- SA 8000: no hay empresas certificadas bajo esta modalidad.
- Pacto Mundial Global de las Naciones Unidas: 10 empresas u organizaciones han suscrito el compromiso: Asociación Chilena de Seguridad, Banco Estado, Empresas CMPC, Forestal Terranova, Grupo Santander-Chile, Minera Escondida Ltda., Toop and Brand y VINCULAR de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso entre otras.
- Empresas de los distintos sectores productivos se encuentran certificadas por los estándares ISO 9000 e ISO 14000. También varias empresas mineras están certificadas o en vías de certificación de la norma OHSAS 18001, a saber: Codelco-Chile, Minera Escondida Limitada, Anglo American, Enami, entre otras.

²¹ Este Consejo es una organización internacional sin fines de lucro, creada en 1993 para apoyar el manejo ambientalmente apropiado, socialmente benéfico y económicamente viable de los bosques del mundo (www.fscoax.org)

²² Extractado del Resumen del estudio realizado por Vincular "Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica y el Caribe".

2.3 IMPLEMENTACIÓN DE LA RSC EN CHILE

En Chile existen hoy en día diversas empresas representativas de los sectores productivos que han incorporado en su gestión elementos de la RSC contribuyendo por esta vía a mejorar su imagen corporativa ante las partes interesadas, la rentabilidad de sus negocios e incrementar su compromiso con la ciudadanía.

Han adherido a las prácticas de RSC empresas de los sectores energéticos, de servicios, agrícolas y mineras, tales como: IANSA, Empresas CMPC, CCU, Endesa, Enersis, Shell, ACHS, Anglo American, Fundación Coca Cola, Agrosuper, Córpora Tresmontes, Chilectra, Xerox, Nestlé, Gardau Aza, entre otras). Su acción se ha centrado en:

- Ética Empresarial (Código de Conducta Corporativa).
- Protección al Medio Ambiente (Certificación normas ISO 14000)
- Compromiso con la Comunidad (programas educacionales, becas, premios e iniciativas empresariales).
- Campañas Comerciales Responsables (fotos de niños desaparecidos en las boletas, etiquetado de nutrición responsable y otros).
- Calidad de Vida de los Trabajadores (programas de comunicación, planes de crecimiento del personal, apoyo a familias, reconversión laboral, seguridad, capacitación, adhesión a campañas de solidaridad de organizaciones sin fines de lucro).

Para llevar a la práctica la RSC, existen en Chile diversas entidades privadas y públicas, entre ellas es importante mencionar al Instituto Nacional de Normalización (INN). Organismo público encargado de elaborar normas técnicas nacionales y ha liderado la representación del país en el estudio de normas regionales e internacionales, como las normas ISO 9000, ISO 14000, y de acreditar a organismos de certificación de calidad (orientado a sistemas y productos).

Desde el año 2004, el INN se encuentra participando y liderando el equipo de trabajo que participará en la elaboración de la Norma de Responsabilidad Social (Norma ISO 26000 Guidance on Social Responsibility); considerada la tercera generación de estándares de calidad. Para tal efecto, ha conformado un Comité Espejo representativo de todos los sectores solicitados por ISO, es decir, 22 organizaciones nacionales, representativas de 6 sectores (Gobierno, Industria, Consumidores, Trabajadores, ONG's y Otros).

La Norma ISO 26000 será una guía, no certificable, pero si verificable, compatible con las normas ISO 9000 y 14000; y con estándares internacionales, como Global Compact, Social Accountability Internacional (SA 8000), Accountability 1000 (AA100), entre otros.

El desarrollo de esta norma a nivel nacional forma parte de un proceso de carácter mundial, donde Chile tiene una participación destacada en los Grupos de Trabajo de ISO, ocupando los cargos de Secretaria del Grupo Ad Hoc de Procedimientos, integrando el Chairman Advisory Group (CAG) y asumiendo la Presidencia del Task Force encargada de la traducción al español de la norma.

Se espera que este estándar internacional se convierta en Norma de Responsabilidad Social en un plazo de tres años contados desde el año 2004 y cuando ello ocurra sea también una norma chilena.

En síntesis, en los últimos años se ha observado en el país, por parte de los stakeholders, una mayor conciencia social y ambiental, que los ha llevado a asumir un rol más proactivo en sus demandas de mayor participación y transparencia ética a las empresas. Ello se ha traducido en la creación de organizaciones como las anteriormente señaladas, que tienen por propósito que las empresas asuman su responsabilidad social con los grupos de interés.

En consecuencia, la Responsabilidad Social Corporativa es una inversión rentable para las empresas, facilita las relaciones y comunicación con los grupos de interés, mejora la imagen y competitividad de la empresa y responde a las expectativas y demanda de la ciudadanía corporativa.

3. IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR MINERO

3.1 ESTADO DE AVANCE Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR DE LA GRAN MINERÍA EN CHILE.

Con el propósito de evaluar el estado de avance de la industria minera nacional en materia de Responsabilidad Social se elaboró una encuesta basada en la Guía de Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE).

Inicialmente, se seleccionó una muestra de 16 empresas pertenecientes a la Gran Minería, metálica y no metálica, cuya composición era 87,5% empresas que comercializan cobre y un 12,5% de empresas que comercializan productos metálicos no cobre y productos no metálicos.

Las empresas consideradas en la muestra tuvieron un plazo prudente de dos meses para contestar la mencionada encuesta. Sin embargo, sólo se recibió respuesta de 10 de las 16 empresas, lo que equivale a un 62,5% del universo considerado. De este total, contestaron la encuesta 8 empresas que comercializan cobre (57,1% del universo) y el 100% de las empresas que comercializan productos metálicos no cobre y productos no metálicos, tal como se indica en la Tabla 1.

Tabla 1.
Tamaño de la Muestra

GRAN MINERÍA	UNIVERSO		CONTESTARON
	N°	%	
Cobre comerciable	14	87,5%	8
Otros Productos Metálicos y No metálicos	2	12,5%	2
Total Muestra	16	100%	10

Fuente: COCHILCO.

En la Tabla 2, se indica que las empresas que comercializan cobre consideradas en la muestra representaban un 96% de la producción de cobre del país. De este total, las empresas que contestaron la encuesta tienen una participación de un 59,8% de la producción de cobre del país.

Tabla 2.

Cobertura Según Producción de Cobre

GRAN MINERÍA	PRODUCCIÓN 2004 (MILES T.M.)			
	CONTESTARON	NO CONTESTARON	TOTAL PRODUCCIÓN MUESTRA	TOTAL PRODUCCIÓN PAÍS
Cobre comerciable	3.236,5	1.962,2	5.198,7	5.412,5
% Total de la Muestra	62,3%	37,7%	100%	
% Muestra/Total Producción País	59,8%	36,2%	96,0%	

Fuente: COCHILCO.

Si bien se esperaba que las empresas que respondieran la encuesta tuvieran una mayor representatividad en términos de producción de cobre país, el 59,8% logrado es suficiente para analizar el grado de avance que tienen las empresas en la implementación de prácticas de Responsabilidad Social.

Para evaluar la aplicabilidad de la Responsabilidad Social por parte de la industria minera, la encuesta fue respaldada por medio de 32 preguntas bien estructuradas²³ sobre la base de los siguientes seis criterios centrales:

- a) **Compromisos Éticos:** Indagar si la empresa cuenta principios éticos que rigen su conducta empresarial, el alcance de éstos, la forma cómo se elaboran y cómo se difunden al interior de la organización.
- b) **Relaciones con los Grupos de Interés (stakeholders):** Evaluar la transparencia de las relaciones entre la empresa y los grupos de interés, es decir, las relaciones que mantiene con los accionistas, trabajadores, sindicatos, proveedores, clientes, consumidores, gobierno y comunidad en general, en términos de participación de estos actores y disposición de canales adecuados de comunicación para difundir las acciones de responsabilidad social y manejo de expectativas y demandas de los grupos de interés.
- c) **Respeto al Individuo y Derechos Laborales:** Evaluar si la empresa aplica prácticas no discriminatorias hacia las partes interesadas, si su desempeño se ajusta estrictamente a lo que la establece la legislación y si fomenta prácticas que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.
- d) **Gestión Ambiental y Responsabilidad con las Generaciones Futuras:** Indagar si la empresa implementa prácticas que protegen el medio ambiente y minimizan los impactos en el medio ambiente a través de procesos más eficientes y programas de educación ambiental.
- e) **Relaciones con los Proveedores y Servicios Externalizados:** Analizar la forma que las empresas interactúan con los proveedores y las exigencias que les imponen en términos de prácticas de responsabilidad social.

²³ El detalle de los resultados de la Encuesta de Responsabilidad Social aplicada a las empresas de la Gran Minería, se encuentran en la web institucional www.cochilco.cl.

- f) **Relaciones con la Comunidad:** Indagar sobre la imagen reputacional de la empresa en la comunidad, la forma cómo se vincula con ella y cómo materializa su acción social.

A continuación se analizan los resultados que arrojó la encuesta en los 6 criterios antes señalados.

COMPROMISOS ÉTICOS

Los resultados de la encuesta indican que la mayoría de las empresas que respondió la encuesta tienen conciencia valórica y poseen principios y valores corporativos que orientan su gestión.

En su ética empresarial, estas empresas han acogido principios universales como la honestidad, confianza y el respeto, y han fomentado su difusión al interior y fuera de la organización.

Al respecto, un 90% de las empresas encuestadas respondieron que los valores y principios éticos forman parte de su gestión empresarial. De este porcentaje, un 20% de la empresa declaró ir más allá al contar con un código de ética que es periódicamente revisado por la empresa con participación de los trabajadores en este proceso. Sólo un 10% de las empresas se encuentra en una etapa más primaria donde los valores si bien existen, no han sido formalmente explicitados.

De las empresas que poseen un código de ética y/o declaración de valores, el 90% hace mención a tres o más partes interesadas; un 80% de las empresas que contestaron la Encuesta prohíben expresamente prácticas ilegales como la corrupción y el soborno y un 100% de las empresas declararon tener un compromiso explícito con la transparencia y veracidad de la información entregada.

Con relación a la divulgación de los valores y principios éticos, un 90% de las empresas declaró que en su organización éstos forman parte de procesos sistemáticos de educación y difusión. De este porcentaje, un 44% reconoció que en los procesos de validación y monitoreo de dichos valores participan los trabajadores. Sólo un 10% de las empresas indicó que los valores y principios éticos son transmitidos a los trabajadores en forma esporádica o con oportunidad de nuevas contrataciones.

Finalmente, los valores y principios éticos en la gran mayoría de las empresas encuestadas se encuentran arraigados a su cultura empresarial y forman parte de su estructura organizacional. Específicamente, un 90% de las empresas respondieron que su Consejo Superior y/o Directorio ha asumido el compromiso de incluir estos valores éticos en sus principios corporativos. Un 70% de las empresas respondieron que cuentan con instancias responsables de las materias éticas y un 60% señaló que ha incorporado estos valores en sus jornadas y/o encuestas de clima laboral.

RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Las empresas señalaron que el establecimiento de relaciones transparentes y fluidas con las partes interesadas, sean ellos accionistas, trabajadores, sindicatos, proveedores, clientes, consumidores, gobierno y/o comunidad, constituyen un aspecto clave para su gestión.

En términos generales, las empresas otorgan gran importancia al hecho de mantener un diálogo fluido y contar con una instancia expedita que represente a los distintos niveles jerárquicos de la organización, capaz de resolver conflictos, manejar expectativas e incorporar a los sindicatos y trabajadores en la definición de estrategias y mecanismos de participación de los resultados de la empresa.

De estos aspectos consultados, un 90% de las empresas, en el caso de conflictos, discute con los trabajadores afectados y los insta a definir, en conjunto, mecanismos de gestión que transparenten las estrategias y resultados. De este porcentaje, un 55,6% de las empresas posee indicadores de desempeño y canales de comunicación eficientes de diálogo.

El 100% de las empresas señaló además que las expectativas y/o demandas de las partes interesadas son identificadas y analizadas por la organización.

En cuanto a la transparencia en la difusión de las acciones de responsabilidad social, un 50% de las empresas reconoció que no publica un Balance Social o no lo hace con una regularidad definida, mientras que el 50% restante, sí lo publica anualmente y lo utiliza como una herramienta para dar cuenta de sus acciones en beneficio de la comunidad. De este porcentaje, un 40% señaló que somete este Balance Social a discusión abierta con las partes interesadas.

Con respecto a la relación con los trabajadores y/o con los sindicatos que los representan, un 100% de las empresas respondió que mantiene a los sindicatos informados de las condiciones laborales al interior de la empresa para que ellos puedan mejorar su gestión en la negociación de sus demandas. De este porcentaje, un 90% de las empresas señaló además que los altos niveles jerárquicos mantienen contactos periódicos con los representantes de los sindicatos y los mantienen informados de los resultados de la gestión financiera y económica de la empresa.

Con relación a los mecanismos de participación de resultados, sólo un 10% de las empresas consultadas señaló que no cuenta con programas de incentivos por desempeño para sus trabajadores, mientras que el 90% restante reconoció que posee este tipo de programas como una compensación de la contribución de los trabajadores al mejoramiento de los procesos internos de la empresa. De esta gran mayoría, un 11% afirmó que además de tener programas de incentivos para los trabajadores, incorpora a sus representantes en la definición de estrategias de gestión y/o en los Comités Directivos que definen dichas estrategias.

Por último, un 100% de las empresas declaró que además de poseer mecanismos de participación en los resultados, éstos son combinados con programas de competencias y habilidades como parte de las compensaciones por el desempeño individual de los trabajadores.

RESPECTO HACIA EL INDIVIDUO Y DERECHOS LABORALES

El respeto al individuo fue enfocado en la encuesta desde el punto de vista de la implementación de prácticas no discriminatorias hacia los trabajadores, del cumplimiento irrestricto de la legislación laboral vigente, de la capacitación de los trabajadores y del fomento de prácticas que contribuyan a mejorar las condiciones de trabajo y la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

Al respecto, se observó que si bien la mayoría de las empresas procura evitar comportamientos discriminatorios, un 40% no posee normas formales al respecto, mientras que el 60% restante, respondió que en su organización existen normas que prohíben prácticas discriminatorias y las sancionan; de este porcentaje, un 50% de las empresas va más allá incentivando la promoción de grupos pocos representados en la empresa. En particular, un 80% de las empresas señaló poseer oferta laboral para personas usualmente discriminadas; un 70% afirmó poseer normas para combatir situaciones de acoso sexual y haber adaptado éstas a la legislación vigente y un 70% reconoció que no tiene programas para contratar personal con capacidades disminuidas.

Con relación a la política de desvinculación laboral, un 80% de las empresas respondió que ofrece a los trabajadores programas de retiro con incentivos, de este total un 87,5% indicó que además ofrece a los trabajadores desvinculados servicios de apoyo y de reubicación.

En cuanto a los programas de capacitación para los trabajadores, un 100% de las empresas declaró que mantiene actividades sistemáticas de perfeccionamiento de las capacidades laborales. De este total, un 30% de las empresas va más allá de la capacitación interna ofreciendo becas de estudios a sus trabajadores.

Por su parte, de las condiciones laborales, el 90% de las empresas reconoció que su gestión va más allá de sus obligaciones legales para lograr altos estándares de salud, seguridad y condiciones laborales. De este total, un 77,8% de las empresas señaló que además de los estándares define metas e indicadores de desempeño relacionados con las condiciones de trabajo, salud y seguridad, participando los propios trabajadores en la definición de estos indicadores. A pesar de ello, sólo un 10% de las empresas están certificadas por alguna norma laboral, por ejemplo del tipo OHSAS 18000.

Las empresas no sólo han procurado invertir recursos en mejorar la productividad y calificación de los de los trabajadores sino también su calidad de vida y la de sus familias. Es así como un 80% de las empresas encuestadas ofrece programas de prevención y tratamientos de drogas y alcoholismo; un 80% ofrece programas de salud familiar; un 90% programas de ayuda para la educación de los hijos de los trabajadores; un 90% tiene programas de financiamiento de viviendas; un 60% posee sala cuna o jardín infantil en forma directa o a través de una red acordada y un 40% de las empresas reconoció tener programas específicos de salud de la mujer; un 40% promueve ejercicios en el trabajo y un 40% posee programas de compensación por horas extras, incluidos ejecutivos y gerentes.

GESTIÓN AMBIENTAL Y RESPONSABILIDAD CON LAS GENERACIONES FUTURAS

La totalidad de las empresas que respondieron la encuesta han reconocido que la protección del medio ambiente es un aspecto prioritario de su gestión, la que va más allá del cumplimiento de la legislación vigente en este ámbito. En efecto, 100% de las empresas consultadas respondieron que han adoptado en forma voluntaria la implementación de sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados que incluye la identificación de riesgos, establecimiento de metas y planes de acción.

El compromiso de las empresas con el medio ambiente es expresado también en la asignación de recursos tanto para minimizar los impactos ambientales de sus operaciones como para efectuar mejoramientos continuos de sus procesos y capacitar al personal en el manejo de los riesgos ambientales. Todos estos elementos son periódicamente revisados y auditados para garantizar un comportamiento ambientalmente responsable de las empresas.

En particular, un 70% de las empresas que respondieron la encuesta reconocieron que se encuentran certificadas por alguna norma ambiental del tipo ISO 14000 u otra norma equivalente. Un 100% declaró que posee planes de emergencia ambiental para enfrentar situaciones de riesgo, los que incluyen el entrenamiento periódico de los trabajadores sobre el manejo de los riesgos ambientales.

Un 100% de las empresas posee además procesos de reducción y reutilización de recursos y periódicamente mide, monitorea y audita los aspectos ambientales. De este porcentaje, un 40% va más allá definiendo como meta lograr la sustentabilidad, minimizando el impacto ambiental mediante estrategias de reutilización y compensación ambiental.

Un 80% de las empresas al iniciar un nuevo negocio o realizar una expansión del existente, incorpora criterios de protección ambiental y de minimización de impactos con vistas a lograr la sustentabilidad ambiental. Un 80% de las empresas participa en instancias de discusión de los problemas ambientales con la comunidad ya sea en Comités o Consejos locales y/o regionales.

Con relación a la biodiversidad, un 90% de las empresas reconoció contribuir a su preservación impulsando y/o financiando proyectos de conservación de áreas protegidas y programas de protección de especies y/o animales en peligro de extinción. Igualmente, un 100% de las empresas declaró que destina recursos a programas de educación ambiental orientadas a los trabajadores y comunidad en general. De este porcentaje, un 80% desarrolla campañas o patrocina proyectos educativos con organismos no gubernamentales.

Entre las actividades de protección del medio ambiente que realizan las empresas que contestaron la encuestas se destacan programas de desarrollo y fomento forestal, ecológico, educación ambiental, de cultura de los pueblos indígenas, consejos consultivos, mesas de trabajo ambientales, investigación y monitoreo de flora y fauna y en general, de educación para la comunidad entre las regiones I y VI del país.

RELACIONES CON LOS PROVEEDORES Y SERVICIOS EXTERNALIZADOS

Las relaciones con las empresas que proveen de bienes y servicios a la minería resulta ser gravitante dado que este sector tiende cada vez más a la externalización. En efecto, la dotación total de las empresas que contestaron la encuesta asciende a 66.221 trabajadores, de esta cifra 26.929 trabajadores son dotación propia, lo que equivale a un 41% de la dotación total, mientras que 39.292 trabajadores pertenecen a Servicios de Terceros, lo que representa un 59% de la dotación total.

Los resultados de la encuesta indican que un 90% de las empresas consultadas exigen a las empresas de servicios externos el cumplimiento de la legislación vigente en materia laboral, previsional y fiscal y además, que ellas posean normas transparentes y criterios específicos de responsabilidad social, como son prohibición del trabajo infantil y adopción de normas ambientales.

Asimismo, un 90% de las empresas mineras manifestó que monitorea periódicamente el cumplimiento de estos criterios de manera de garantizar el cumplimiento de la legislación vigente. Además, de este total, un tercio de las empresas ofrece a los trabajadores externos beneficios básicos de los que gozan los trabajadores de dotación propia, como son el transporte y la alimentación.

RELACIONES CON LA COMUNIDAD

Con relación a la imagen, credibilidad y confianza que proyecta la empresa, un 90% de los encuestados ha creado una cultura de responsabilidad social en sus relaciones con la comunidad.

De este porcentaje, dos tercios de las empresas poseen canales de comunicación propios para mantener informada a la comunidad sobre sus acciones e inversiones sociales y para que la comunidad pueda plantear sus inquietudes, problemas y expectativas. Entre los medios más utilizados figuran revistas, diarios, radio y televisión,

En cuanto a sus relaciones con las organizaciones comunitarias locales, organizaciones no gubernamentales e instancias de Gobierno, un 100% de las empresas señaló conocer el trabajo de estas instituciones y apoya sus programas a través de donaciones y/o financiando proyectos en beneficio de la comunidad local. De este total, un 60% reconoce que su acción va más allá generando relaciones de largo plazo con este tipo de organizaciones a nivel local, lo que permite el fortalecimiento de estas instituciones para la implementación de proyectos en conjunto.

Respecto a la forma de definir las necesidades de acción social en la comunidad, un 70% de las empresas respondió que cuenta con asesoría externa para diseñar, monitorear y evaluar su acción social. Igualmente, un 70% de los encuestados tiene procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios sobre el impacto de su acción social y un 90% ha incorporado en su gestión estratégica su acción social y a los responsables de ella.

En cuanto al manejo de los recursos destinados a fines sociales, un 90% de las empresas afirmaron que los montos se definen a través de un presupuesto y que son administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo conforme a criterios preestablecidos, los que sustentan un programa social formal, administrado por un equipo profesional, institución o fundación. Sólo un 10% de las empresas reconoció que estos recursos son administrados arbitrariamente por un director o gerente a partir de solicitudes externas

De la forma en que las empresas materializan su acción social, un 22% de las empresas contestó que realiza donaciones y/o desarrolla proyectos para fines sociales propios, mientras que el 78% restante señaló que además de efectuar donaciones, cede sus instalaciones y/o equipos a acciones sociales, aportando capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para el fortalecimiento de los proyectos sociales corporativos realizados por terceros. De este porcentaje, un 86% expresó que además de los aportes señalados, compromete a sus trabajadores y a otras partes interesadas en el diseño e implementación de proyectos sociales.

En el financiamiento de las acciones de responsabilidad social, sólo un 70% de las empresas respondió que utilizaban incentivos fiscales por las donaciones efectuadas con fines sociales, culturales, deportivos entre otros. Al respecto, un 80% de las empresas

contestó que no posee mecanismos para involucrar a otras partes interesadas en el financiamiento de donaciones sociales.

Finalmente, un 100% de las empresas señaló que participa y contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos. De este porcentaje, un 80% participa y/o apoya la elaboración y ejecución de programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales.

3.2 INVERSIONES Y ACCIONES SOCIALES EN LA INDUSTRIA MINERA NACIONAL

En términos globales, las acciones de Responsabilidad Social que realizan las empresas de la Gran Minería en Chile están orientadas al desarrollo de programas en los ámbitos de educación, salud, cultura, deportes y emprendimientos productivos, lo que beneficia a los trabajadores, sus familias y las comunidades en general. En la figura 2 se presentan las principales faenas mineras que operan en Chile.

En términos globales, las empresas de la Gran Minería expresan su responsabilidad social financiando y/o patrocinando en forma directa las acciones en los ámbitos señalados, pero algunas como Minera Escondida Limitada y Minera Los Pelambres además han creado sus propias fundaciones sin fines de lucro para materializar y focalizar en forma más eficiente las acciones y/o inversiones sociales en beneficio de la comunidad.

Los logros en este ámbito son difundidos por las propias empresas a través de reportes anuales y/o publicaciones elaboradas con este fin, dando cuenta de su contribución a la comunidad en los ámbitos antes señalados.

Con la finalidad de mantener la reserva de la información proporcionada por las empresas encuestadas y frente a la dificultad de cuantificar, en términos monetarios, las acciones e inversiones sociales que realizan, se enumera en este estudio solamente una tipificación de los instrumentos utilizados las acciones de Responsabilidad Social de estas empresas.

AMBIENTAL

Incluye la aplicación de estándares internacionales como por ejemplo ISO 14000 y otras normas de mejoramiento continuo y de calidad; el manejo del riesgo ambiental de las operaciones al interior de las instalaciones mineras mediante programas de emergencias y capacitación a los trabajadores; el manejo eficiente de la energía y el recurso hídrico. Lo anterior se aplica a los trabajadores directos, pero también es exigido, por la propia empresa, a los contratistas.

El compromiso ambiental con la comunidad se expresa mediante el financiamiento y/o patrocinio de acciones o programas para proteger la biodiversidad de las áreas cercanas a las faenas mineras que se materializan en actividades de monitoreo de flora y fauna; fomento de la participación ciudadana, en especial, cuando se somete a la autoridad

competente el estudio y/o proyecto de impacto ambiental. Se manifiesta también en las campañas educativas sobre manejo y riesgo ambiental para los colegios y comunidad en general, las que en ocasiones derivan en mesas de trabajo para tratar la temática ambiental que afecta a la comunidad.

DESARROLLO SOCIAL, SALUD Y DEPORTES

En este ámbito están los programas de higiene y seguridad industrial y de calidad de los trabajadores y sus familias. Entre ellos se consideran programas o campañas para reducir la tasa de accidentabilidad tanto de los trabajadores como de los contratistas, también están los programas de carácter educativo enfocado a los trabajadores y sus familias tendientes a mejorar los hábitos alimenticios, prevenir el alcoholismo, tabaquismo, sedentarismo, entre otras actividades que contribuyen a un mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores.

A lo anterior, se agregan las actividades que las empresas realizan para contribuir a mejorar la salud y calidad de vida de la comunidad, ya sea a través del financiamiento de alguna instalación de salud y/o patrocinio de programas de salud y desarrollo social en beneficio de la comunidad, ello incluye el patrocinio y financiamiento de actividades deportivas.

Figura 2.
Mapa de Empresas Mineras



Fuente: COCHILCO.

²³ Se incluyó como propietario quien tiene una participación mayoritaria del capital de la empresa.

EDUCACIÓN Y CULTURA

Al igual que en salud, las acciones y/o inversiones en educación se realizan con el propósito de contribuir a mejorar el nivel educacional de los trabajadores y sus familias a través del otorgamiento de becas principalmente.

También, las empresas tienen como parte de su responsabilidad social beneficiar a la comunidad mediante el financiamiento y/o patrocinio de instalaciones de educación, cuyo propósito es entregar herramientas a los niños y jóvenes para que puedan tener mejores perspectivas laborales.

Un trato especial tienen las comunidades indígenas a través de acciones de patrocinio y/o financiamiento de actividades tendientes a preservar y promover su cultura, en particular, en las localidades al interior de las regiones mineras.

EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS

En términos generales, las acciones e inversiones para emprendimientos productivos buscan promover la formación de microempresarios en agricultura, pesca, artesanía. Los recursos son, en la generalidad de los casos, asignados a comunidades cercanas a las instalaciones mineras.

REPORTES DE SUSTENTABILIDAD

La mayoría de las empresas de la Gran Minería difunde sus acciones y/o inversiones sociales, utilizando para ello distintos tipos de medios.

Las empresas han elaborado para tal efecto, reportes, revistas, boletines, entre otros; los que se publican con distinta periodicidad ante la comunidad. Sus contenidos difieren entre empresas e incluso, desde un año a otro.

El problema que enfrenta la ciudadanía corporativa es la falta de uniformidad en la información que generan las empresas del sector para transparentar su gestión social, lo que dificulta comparar avances por empresas al interior del sector.

Los resultados de la Encuesta sobre Responsabilidad Social que dan cuenta de las acciones y/o inversiones antes mencionadas, es sólo una de las aristas de la Responsabilidad Social.

En efecto, los resultados de la Encuesta representan una auto-evaluación de las empresas de la Gran Minería sobre la forma que han implementado la Responsabilidad Social. La otra arista, que está fuera del alcance de este estudio, es evaluar cómo las comunidades perciben la Responsabilidad Social de estas empresas.

La Tabla 3 muestra los instrumentos de Responsabilidad Social que aplican las empresas mineras que participaron en esta Encuesta.

Tabla 3.

Instrumentos de Responsabilidad Social Aplicados por las Empresas de la Gran Minería en Chile

CRITERIOS	INSTRUMENTOS
Aplicación de estándares internacionales (ambientales, seguridad laboral y otras)	<ul style="list-style-type: none"> - Normas de mejoramiento continuo (ISO 14001, ISO 17025) - Normas de calidad (ISO 9000) - Normas de seguridad y salud ocupacional (OHSAS 18001)
Manejo de Riesgo Ambiental en las faenas mineras	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de Emergencia - Programas de capacitación a los trabajadores
Compromiso con la comunidad (ambiental, social y de emprendimientos productivos)	<ul style="list-style-type: none"> - Programa de Desarrollo y Fomento Forestal (Loa) - Programa de Pueblos Indígenas (Calama) - Hacienda Ecológica Los Cobres de Loncha (RM) - Plan de Difusión ambiental Convenio con CONAF - Difusión y Sensibilización Mesa de Trabajo Ambiental - Desarrollo Investigación Monitoreo Flora y Fauna - Proyectos ambientales en escuelas y capacitación ambiental para estudiantes - Programas de Capacitación y Charlas a la Comunidad - Brigadas ecológicas en colegios - Participación en Consejos Consultivos de Coremas - Campañas medioambientales
Transparencia y Divulgación de Información sobre Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none"> - Reportes de Sustentabilidad - Reportes de Responsabilidad Social - Códigos de Conductas de Negocios - Memorias Ambientales y Sociales

Fuente: COCHILCO según información proporcionadas por las empresas mineras que contestaron la Encuesta de Responsabilidad Social.

4. IMPLICANCIAS TRIBUTARIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA GRAN MINERÍA EN CHILE

4.1 FRANQUICIAS TRIBUTARIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSC

En Chile, la legislación vigente otorga a las empresas franquicias tributarias por las donaciones que realizan para los fines que esta legislación establece. Es decir, las empresas pueden hacer uso de franquicias tributarias, en la forma de rebajas o exenciones de impuestos, cumpliendo para ello ciertos requisitos. Por este mecanismo, las empresas tienen incentivos para efectuar donaciones en dinero especies o valores en beneficio de la comunidad. Se excluyen del uso de estas franquicias tributarias a las empresas del Estado con participación superior al 50% del capital. En particular, CODELCO-CHILE, empresa del Estado, no puede efectuar donaciones.

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

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

Tabla 4.
Límites al Uso de Franquicias Tributarias por Donaciones

Límite Global a la Rebaja al Impuesto a la Renta	De la suma total de las donaciones que aplican franquicia tributaria efectuadas en un año por el donante, sólo puede utilizar para rebajar del Impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto por donaciones que no supere el 4,5% de su Renta Líquida Imponible.
Límite Específicos	Varían según los tipos de franquicias que establecen las disposiciones legales de las distintas categorías de donaciones. Sin embargo, uno de los límites de mayor aplicación, presente en la mayoría de las distintas categorías de donaciones, es el que establece para las rebajas como crédito fiscal un límite de 2% Renta Líquida Imponible o 14.000 UTM.
Donaciones por sobre los límites	Si las donaciones efectuadas en un año por el donante exceden el límite global o algún límite específico, el exceso no puede rebajarse ni como crédito ni como gasto. El exceso constituirá Gasto Rechazado y se adicionará a la Base Imponible del contribuyente para el cálculo del Impuesto a la Renta que deberá pagar.

Fuente: COCHILCO.

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

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

DONACIÓN DEDUCIDA COMO CRÉDITO FISCAL

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

Ejemplo: En el año 2004, el donante pagó \$ 204.000 de Impuesto a la Renta y ese año efectuó una donación por \$ 100.000, bajo este mecanismo puede deducir, en forma directa del total de impuesto a pagar, el 50% del monto de la donación es decir, \$ 50.000. De esta forma, el Impuesto a la Renta a pagar se reduce desde \$ 204.000 a \$ 154.000 por efecto de la aplicación de la donación como crédito fiscal, es decir, recupera del total donado el 50%.

En consecuencia, el costo neto para el donante sería de \$ 50.000 y para el Estado sería de \$ 50.000, correspondiente a los ingresos que deja de percibir por la rebaja de la donación como crédito fiscal, significando en la práctica un aporte del Estado a las comunidades locales que se benefician de la donación.

Cálculo:

DONACIÓN COMO CRÉDITO FISCAL	
	\$
Monto de la Donación	100.000
Renta Imponible	2.000.000
Gastos	-800.000
Renta Líquida Imponible (RLI)	1.200.000
Monto de Impuesto a la Renta (tasa de 17% sobre RLI)	204.000
Rebaja de Donación como Crédito Fiscal (50% del monto donado)	-50.000
Total de Impuesto a la Renta a pagar con donación	154.000
Rebaja del Impuesto a la Renta por efecto de la Donación	50.000

Fuente: COCHILCO.

DONACIÓN DEDUCIDA COMO GASTO

Respetando los límites globales y específicos y los requisitos de franquicia tributarias definidos para cada tipo de donación, el contribuyente puede deducir el 50% de la donación como gasto de la Renta Imponible, determinándose una nueva Renta Líquida Imponible, sobre la cual se calculará el Impuesto a la Renta a pagar por el contribuyente.

Ejemplo: Si el contribuyente tuvo una Renta Imponible de \$ 2.000.000 y gastos (sin donación) deducibles del Impuesto a la Renta por \$ 800.000, pagaría por Impuesto a la Renta la cantidad de \$ 204.000. Pero si efectúa una donación por \$ 100.000, puede imputar como gasto el 50% del monto donado, deduciéndose la Renta Líquida Imponible a \$ 1.150.000, cifra sobre la cual se calcula el Impuesto a la Renta, que ascenderá a \$ 195.500.

El imputar como gastos el 50% del monto donado genera para el contribuyente un ahorro de \$ 8.500 por rebaja de Impuesta la Renta. En consecuencia, el costo neto de la donación para el contribuyente es \$ 91.500 (la donación menos la rebaja de Impuesto a la Renta). Para el Estado en cambio, es una donación local de \$ 8.500, que corresponde a los ingresos que deja de percibir producto de la rebaja del Impuesto a la Renta del contribuyente.

Cálculo:

DONACIÓN COMO GASTO	
	\$
Monto de la Donación	100.000
Situación sin donación	
Renta Imponible	2.000.000
Gastos	-800.000
Renta Líquida Imponible (RLI)	1.200.000
Monto de Impuesto a la Renta sin donación (tasa de 17% sobre RLI)	204.000
Situación con donación	
Renta Líquida Imponible (RLI)	1.200.000
Deducción de Donación como Gasto (50% del monto donado)	-50.000
Renta Líquida Imponible (RLI) con Donación	1.150.000
Total de Impuesto a la Renta a pagar con donación	195.500
Rebaja en el Impuesto a la Renta por efecto de la Donación	8.500

Fuente: COCHILCO.

IMPACTO DE LA DONACIÓN

Al comparar ambos mecanismos se observa que, para el caso que la Donación sea aplicada como **Crédito Fiscal**, el contribuyente para un monto donado de \$100.000, puede rebajar del Impuesto a la Renta el 50% de la donación, es decir, \$ 50.000.

En cambio, para el caso que esta misma donación sea considerada un **Gasto**, el contribuyente puede rebajar del Impuesto a la Renta sólo \$ 8.500.

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

Usando la misma información de los ejemplos anteriores, el costo neto para el contribuyente es \$ 41.500, ya que por la donación le permitió reducir el Impuesto a la Renta en \$ 58.500, mientras que para el Estado el costo de la donación local es de \$ 58.500, equivalente a los ingresos que deja de percibir por la rebaja de Impuesto a la Renta del contribuyente.

EFECTO NETO DONACIÓN COMO GASTO Y CRÉDITO	
	\$
Monto de la Donación	100.000
Situación sin donación	
Renta Imponible	2.000.000
Gastos	-800.000
Renta Líquida Imponible (RLI)	1.200.000
Impuesto a la Renta (tasa de 17% sobre RLI)	204.000
Situación con donación	
Renta Líquida Imponible (RLI)	1.200.000
Deducción de Donación como Gasto (50% del monto donado)	-50.000
Renta Líquida Imponible (RLI) con Donación como Gasto	1.150.000
Total de Impuesto a la Renta a pagar con gasto donación (17% sobre RLI)	195.500
Rebaja de Donación como Crédito Fiscal (50% del monto donado)	-50.000
Monto de Impuesto a la Renta a pagar (donación como gasto y crédito fiscal)	145.500
Rebaja en el Impuesto a la Renta por efecto de la Donación	58.500

Fuente: COCHILCO.

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

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

En efecto, la empresa recupera, a través del pago de menores impuestos al Fisco, parte de la donación realizada y por su parte, el Fisco financia la diferencia, dejando de percibir directamente estos ingresos por concepto de impuestos a la renta, tal como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5.
Efecto de la Donación en los Ingresos de Fisco

DONACIÓN	IMPUESTO A LA RENTA S/ DONACIÓN	IMPUESTO A LA RENTA C/ DONACIÓN	REBAJA DE IMPUESTOS AL FISCO POR DONACIÓN			% REDUCCIÓN INGRESOS DEL FISCO POR DONACIÓN	COSTO NETO PARA CONTRIBUYENTE		COSTO NETO PARA EL FISCO	
			GASTO	CRÉDITO	EFFECTO NETO		\$	%	\$	%
100.000	204.000	145.500	8.500	50.000	58.500	-28,7%	41.500	41,5%	58.500	58,5%

Fuente: COCHILCO.

4.2 TIPOS DE DONACIONES

Existen diversas leyes que establecen el uso de franquicias tributarias por donaciones, la Ley establece distintas categorías de donaciones. Los gastos de donaciones que afectan la Base Imponible de Primera Categoría son las siguientes:

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

Por su parte, las donaciones por créditos imputables al Impuesto de Primera Categoría:

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

Tal como se muestra en la Tabla 6, existen diversas disposiciones legales para normar el ámbito de aplicación de los distintos tipos de donaciones que son objeto de franquicia tributaria.

Tabla 6.
Clasificación por Tipos de Donaciones

TIPO DE DONACIÓN	DISPOSICIONES LEGALES	ÁMBITO DE APLICACIÓN	LÍMITES GLOBALES Y ESPECÍFICOS
Donaciones para Programas Educativos y Entidades de Bien Público	Ley de la Renta (Art. 31, N° 7)	<p>Donación en dinero o especies, aplicable en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrucción básica, media, técnico-profesional o universitaria, fiscales o privados - Cuerpo de Bomberos - Fondo de Solidaridad Nacional - Servicio Nacional de Menores - SERVIU Regionales. 	<p>Sólo deducción como gasto hasta el límite mayor que resulte entre el 2% Renta líquida imponible del ejercicio o el 1,6 por mil del capital propio del donante.</p> <p>De la suma total de donaciones con derecho a franquicia sólo puede rebajar del impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto total donado que no supere el 4,5% de la Renta líquida imponible del donante.</p>
Donación con Fines Culturales (Ley Valdés)	Ley N° 18.985/90 (Art. 8)	<p>Donaciones en dinero o especies, aplicable a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Universidades e Institutos Profesionales estatales o reconocidos por el Estado. - Bibliotecas abiertas al público - Corporaciones y Fundaciones dedicadas a la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y las artes - Organizaciones comunitarias creadas por Ley 19.418, dedicadas a la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte. - Museos estatales y municipales y los privados abiertos con público, sin fines de lucro. - Consejo de Monumentos Nacionales para la conservación y reparación de momentos nacionales. 	<p>Deducción del 50% del monto donado como gasto y el otro 50% como crédito fiscal.</p> <p>El monto a recuperar como crédito fiscal durante el ejercicio que se efectuó la donación no puede superar el 2% de la Renta líquida imponible y tampoco el equivalente a 14.000 UTM en el año que efectúe la donación.</p> <p>De la suma total de donaciones con derecho a franquicia sólo puede rebajar del impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto total donado que no supere el 4,5% de la Renta líquida imponible del donante.</p> <p>Las empresas del Estado con una participación de más del 50% del capital no podrán acogerse a esta franquicia tributaria como donantes.</p>
Donaciones para Fines Educativos, Sociales, Artísticos y Científicos	Ley de Rentas Municipales (Artículo 46 del DL 3.063)	<p>Donaciones sólo en dinero, aplicables a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecimientos educacionales - Hogares infantiles - Establecimientos con prestaciones de salud - Centros de atención a menores (privados y públicos que presten atención gratuita) - Establecimientos privados de educación reconocidos por el Estado - Establecimientos de atención a ancianos - Establecimientos de educación (fundaciones y corporaciones) - Establecimientos de educación superior creados por ley - Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico - Instituciones sin fines de lucro (Fundaciones y Corporaciones), dedicadas a la creación, investigación o difusión de las artes y ciencias, o programas de acción social con beneficio a sectores de necesitados. 	<p>Sólo deducción como gasto hasta el límite global de 4,5% Renta líquida imponible del ejercicio.</p>

TIPO DE DONACIÓN	DISPOSICIONES LEGALES	ÁMBITO DE APLICACIÓN	LÍMITES GLOBALES Y ESPECÍFICOS
Donaciones para Fines Sociales	Ley N° 19.885/2003	<p>Donaciones sólo en dinero, aplicables a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corporaciones o fundaciones cuyo propósito sea proveer directamente servicios de asistencia a necesidades de alimentación, vestuario, alojamiento y salud, a personas de escasos recursos o discapacitadas, inscritas en el Registro del Ministerio de Planificación y Cooperación. - Fondo Mixto de Apoyo Social. 	<p>Deducción del 50% del monto donado como gasto y el otro 50% como crédito fiscal.</p> <p>El monto donado no puede superar el 4,5% de la Renta Líquida Imponible del donante en el año que efectúe la donación.</p> <p>El 33% de la donación debe entregarse obligatoriamente al Fondo Mixto de Apoyo Social administrado por un Consejo integrado por el Ministro de Planificación y Cooperación, el Secretario Ejecutivo del Fondo Nacional de la Discapacidad, el Secretario General de Gobierno, el Presidente de la Confederación de la Producción y el Comercio y 3 miembros elegidos de Corporaciones o Fundaciones incluidas en el registro del Art. 5 de la Ley 19.885.</p> <p>Las empresas en que el Estado tenga participación superior al 50% no pueden acogerse a esta franquicia tributaria como donantes.</p> <p>De la suma total de donaciones con derecho a franquicia sólo puede rebajarse del impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto total donado que no supere el 4,5% de la Renta Líquida Imponible del donante.</p>
Donaciones para Fines Deportivos	Ley N° 19.712/2001	<p>Donaciones sólo en dinero para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chiledeportes. - Corporaciones de alto rendimiento y Corporaciones municipales con un proyecto deportivo. - Organizaciones deportivas reconocidas por la Ley del Deporte (Art. 32 al 40 de la Ley N° 19.712). 	<p>Deducción del 50% del monto donado como crédito fiscal (opera en algunos casos con el 35% del monto donado 1) y el otro 50% como gasto (opera con el 65% del monto donado como gasto).</p> <p>El monto a recuperar como crédito fiscal en un año no puede ser superior al 2% de la Renta Líquida Imponible del donante, en el año que efectúe la donación y tampoco superar el límite de 14.0000 UITM.</p> <p>De la suma total de donaciones con derecho a franquicia sólo puede rebajarse del impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto total donado que no supere el 4,5% de la Renta Líquida Imponible del donante.</p> <p>Las empresas del Estado con una participación de más del 50% del capital no podrían acogerse a esta franquicia tributaria como donantes.</p>

TIPO DE DONACIÓN	DISPOSICIONES LEGALES	ÁMBITO DE APLICACIÓN	LÍMITES GLOBALES Y ESPECÍFICOS
<p>Donaciones para Fines Educativos</p>	<p>Ley N° 19.247/1993 (Art. 3)</p>	<p>Donaciones sólo en dinero, aplicables a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecimientos educacionales municipalizados. - Establecimientos de educación media técnico-profesional administrados por entidades educacionales privadas sin fines de lucro regidas por el DL 3.166. - Instituciones colaboradoras del SENAME sin fines de lucro. - Establecimientos de educación prebásica gratuitos de Municipalidades, de la Junta Nacional de Jardines Infantiles o de Corporaciones o Fundaciones educacionales sin fines de lucro. - Establecimientos de educación subvencionados, mantenidos Corporaciones o Fundaciones sin fines de lucro. 	<p>Deducción del 50% del monto donado como gasto y el otro 50% como crédito fiscal.</p> <p>El monto a recuperar como crédito fiscal no puede superar el 2% de la Renta Líquida Imponible y tampoco el equivalente a 14.000 UTM en el año que efectúe la donación.</p> <p>Las empresas del Estado con una participación de más del 50% del capital no podrán acogerse a esta franquicia tributaria como donantes.</p> <p>De la suma total de donaciones con derecho a franquicia sólo puede rebajarse del Impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto total donado que no supere el 4,5% de la Renta Líquida Imponible del donante.</p>
<p>Donaciones para Universidades e Institutos Profesionales reconocidos por el Estado²⁴.</p>	<p>Ley N° 18.681/1987 (Art. 69).</p>	<p>Donaciones sólo en dinero para Universidades e Institutos Profesionales reconocidos por el Estado, destinados a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adquirir inmuebles y equipamiento sólo para uso de docencia, investigación y extensión. - Readequación de infraestructura para apoyar perfeccionamiento del quehacer académico. - Financiamiento de becas de estudios de perfeccionamiento de académicos y estudiantes. - Financiamiento de seminarios de perfeccionamiento. - Financiamiento de proyectos de investigación. 	<p>Deducción del 50% del total donado como gasto y el otro 50% como crédito fiscal, hasta el 4,5% de la Renta Líquida Imponible del ejercicio o 1,6 por mil del capital propio del donante si éste tiene pérdida tributaria.</p> <p>Además, la deducción como crédito fiscal no puede exceder de 14.000 UTM en un año.</p> <p>De la suma total de donaciones con derecho a franquicia sólo puede rebajarse del Impuesto a la Renta (como crédito fiscal y/o como gasto) un monto total donado que no supere el 4,5% de la Renta Líquida Imponible del donante.</p> <p>Las empresas del Estado con una participación de más del 50% del capital no podrán acogerse a esta franquicia tributaria como donantes.</p>

Fuente: Documento "Guía básica sobre Incentivos Tributarios a las donaciones en beneficio de Instituciones sin fines de lucro", elaborado por la Fundación Minera Escondida, Registro de Propiedad Intelectual, Inscripción N° 147.129, año 2005

²⁴ En el inciso segundo del artículo 69 de la Ley N° 18.681, se establece que Codelco Chile, como empresa perteneciente al Estado en su totalidad, no puede ser calificada como donante hábil para los efectos de los beneficios tributarios que establece dicho cuerpo legal.

4.3 IMPLICANCIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS NIVELES DE IMPUESTOS PAGADOS POR LAS EMPRESAS MINERAS

Para dimensionar el impacto de las acciones de responsabilidad social de las empresas mineras en los niveles de impuestos pagados por éstas al Fisco, se analizaron las Declaraciones de Renta del Año Tributario 2005, identificando en éstas las donaciones efectuadas por las empresas mineras para fines sociales, educacionales, políticos, deportivos y culturales en los términos establecidos en las disposiciones legales vigentes. El análisis de las Declaraciones de Renta de las 12 empresas mineras consideradas arrojó importantes resultados respecto del impacto de uso de franquicias tributarias por donaciones en el nivel de impuestos pagados por las empresas y por ende, en los ingresos del Fisco.

Tal como se muestra en la Tabla 7, las donaciones declaradas totalizan US\$ 1.684,6 miles, de cuyo total US\$ 605,9 miles (36%) corresponden a gastos y US\$ 1.078,8 miles (64%) corresponden a créditos.

Se asume que las Declaraciones de Renta de las empresas mineras se ajustan a los Límites Global y Específicos definidos por las disposiciones legales para cada uno de los tipos de donaciones declaradas. Cabe señalar además, que los montos de gastos y créditos por donaciones no necesariamente corresponden al total donado por las empresas mineras en el año 2004, sino más bien al total de donaciones reconocidas como gasto y crédito fiscal.

La Tabla 7 muestra que las donaciones más utilizadas por las empresas mineras son aquellas destinadas a Universidades e Institutos Profesionales (41,9%), las donaciones que establece el Artículo 10 de la Ley 19.885 (25,4%) y las donaciones para fines educacionales (14,8%).

Tabla 7.

Donaciones de las Empresas Mineras Reconocidas en el año Tributario 2005 (expresado en miles de US\$ de diciembre de 2004)

TIPO DE FRANQUICIA	AMBITO DE APLICACIÓN	MONTO AÑO 2004 MILES US\$ DE DIC. 2004	DISTRIBUCIÓN DONACIÓN %
Gastos por Donaciones	Total Gastos por Donaciones	605,9	36,0%
	- Sociales	1,3	0,1%
	- Fines políticos	176,6	10,5%
	- Otras Donaciones según art. 10 Ley 19.885	428,0	25,4%
Créditos por Donaciones	Total Créditos por Donaciones	1.078,8	64,0%
	- Culturales	122,9	7,3%
	- Educacionales	249,9	14,8%
	- Deportivos	0	0%
	- Sociales	0	0%
	- Universidades e Institutos Profesionales	706,0	41,9%
Donaciones reconocidas como Gasto y Crédito Fiscal		1.684,6	100%

Nota: No incluye a Codelco-Chile ya que es una empresa del Estado que no tiene permitido acogerse a franquicias tributarias como donante.

Fuente: COCHILCO.

Para dimensionar el impacto de las donaciones realizadas y reconocidas como gastos y créditos y simplificar el análisis en la determinación del Impuesto a la Renta a pagar por las empresas se excluyó los ítems correspondientes a otros tipos de créditos que no son donaciones.

Tal como se observa en la Tabla 8, las franquicias tributarias por donaciones, reconocidas como gastos y créditos, le permitió a las empresas mineras reducir del Impuesto a la Renta en US\$ 1,28 millones, cifra que corresponde al monto de la donación que ellas recuperan por el uso de franquicias tributarias.

Para determinar el costo neto de la donación para las empresas mineras y para el Fisco, se reconstruyó el monto total donado por las empresas mineras en el año 2004, que no necesariamente corresponde al total declarado como gasto y crédito, ya que existen Gastos Rechazados por US\$ 0,078 millones. En consecuencia, se asumió que un 50% del total donado se dedujo como gasto y el otro 50% se rebajó como crédito fiscal, estimándose el monto total donado en US\$ 2,23 millones.

En este contexto, el costo neto para las empresas es el monto total donado menos la reducción del impuesto pagado, es decir, de una donación de US\$ 2,23 millones, el costo para las empresas fue US\$ 0,95 millones, equivalentes a un 42,5% del total donado, el resto por US\$ 1,28 millones fue recuperado por las empresas vía franquicia tributaria por donaciones.

Pero, este beneficio para las empresas mineras constituye a su vez un costo para el Estado. En efecto, el uso de franquicias tributarias por donaciones implica que el Estado deja de percibir ingresos por US\$ 1,28 millones, equivalentes a un 57,5% del total donado, lo cual hace que también el Estado contribuya de manera indirecta con las comunidades locales beneficiarias de la donación de las empresas mineras.

El impacto de las donaciones efectuadas por las empresas mineras en el año 2004 significa para el Fisco una reducción de 0,2% en el nivel de Impuestos a la Renta pagados por las empresas mineras.

Tabla 8.

Impacto de la Donación de las Empresas Mineras en los Ingresos de Fisco,
Año Tributario 2005
(expresado en miles de dólares de diciembre 2004)

TOTAL DONACIÓN ESTIMADA	DONACIÓN (RECONOCIDAS COMO GASTOS Y CRÉDITOS)	IMPUESTO A LA RENTA S/ DONACIÓN	IMPUESTO A LA RENTA C/ DONACIÓN	REBAJA DE IMPUESTOS AL FISCO POR DONACIÓN			% REDUCCIÓN INGRESOS DEL FISCO POR DONACIÓN	COSTO NETO PARA EMPRESAS	COSTO NETO PARA EL FISCO
				GASTO	CRÉDITO	EFFECTO NETO			
2.236,1	1.684,6	642.235,3	640.950,6	205,9	1.078,8	1.284,7	-0,2%	951,4	1.284,7

Fuente: COCHILCO.

5. COMENTARIOS FINALES

En la última década, las nuevas tendencias mundiales indican que las empresas no sólo deben centrarse en mejorar la competitividad y rentabilidad de su negocio sino también deben interactuar responsablemente con el resto de los grupos de interés. Las empresas son una parte importante de la ciudadanía corporativa que demanda de ellos una mayor preocupación por temas sociales y ambientales.

En este contexto, organismos internacionales han desarrollado principios y guías para orientar las conductas de las empresas y motivarlas a implementar modelos estratégicos de gestión que incorporen los impactos económicos, sociales y ambientales que sus operaciones generan en la comunidad, lo que constituye un mecanismo de expresión de su compromiso con la responsabilidad social, que en el largo plazo se traducirá en importantes beneficios como son mejoras en su competitividad e imagen reputacional.

Los estándares definidos por estas organizaciones tienen por propósito contribuir a identificar a aquellas empresas que han incorporado las temáticas de responsabilidad social en su gestión, de forma que la ciudadanía corporativa las reconozca y evalúe su desempeño en este ámbito.

Si bien no hay una visión integral y única sobre la responsabilidad social, existe consenso que este concepto es transversal a todos los sectores productivos y cruza todas las áreas de la organización. En términos generales, la responsabilidad social aborda temáticas sobre desempeño ambiental y social; ambiente de trabajo y condiciones laborales de seguridad y salud ocupacional; derechos humanos; ética y transparencia de la gestión empresarial; cumplimiento de regulaciones y normas; calidad de vida y comunicación y negociación. Todas ellas afectan los grupos de interés que constituyen su medio interno (accionistas, trabajadores, proveedores y clientes) y externo (gobiernos, comunidades y organizaciones sociales).

La responsabilidad social es un nuevo paradigma que ha penetrado con fuerza en los distintos países a nivel mundial, Chile entre ellos. En efecto, en los últimos 5 años se han creado una serie de instituciones y organismos a nivel nacional dedicadas a promover la responsabilidad social en el mundo empresarial, entre estas empresas destacan: la Unión Social de Empresarios y Ejecutivos Cristianos, Forum Empresa, Fundación Prohumana, Fundación Acción Empresarial, SOFOFA, Generación Empresarial, Vincular RSE y el Instituto Nacional de Normalización, entre otros.

Para los fines de este estudio, es importante destacar el trabajo que se encuentra realizando el Instituto Nacional de Normalización (INN). Organismo público encargado de coordinar el Comité nacional para la Norma sobre Responsabilidad Social (ISO 26000) y liderar además, la posición de Chile en el proceso que la International Organization for Standardization (ISO), está llevando a cabo para definir en el año 2006, la norma Guidance on Social Responsibility, ISO 26000.

El INN espera que una vez aprobada esta norma por parte de ISO, ésta constituya también una norma chilena, no certificable pero que debe ser aplicable a todo tipo de organizaciones, independiente de su tamaño, ubicación, sector productivo, cultura, medio social y ambiental.

La gran cantidad de organizaciones nacionales dedicadas a la responsabilidad social empresarial y los avances que el país ha logrado por estandarizar criterios que sirvan para medir el desempeño de las empresas en este ámbito, ha alcanzado también a las empresas del sector minero, en especial, a aquéllas que pertenecen al segmento de la Gran Minería. Justamente, para conocer el grado de implementación de la responsabilidad social en este sector, se aplicó una encuesta a un total de 16 empresas de la Gran Minería, metálica y no metálica, obteniendo respuesta sólo de 10 de ellas, lo que en términos de cobertura en la producción nacional es representativo. La encuesta elaborada por Cochilco arrojó los siguientes resultados generales:

- **Compromisos Éticos de las Empresas Mineras:** Los resultados de la encuesta indican que la gran mayoría de las empresas consultadas declararon tener conciencia valórica y poseer principios de ética corporativa que orientan su gestión, aunque no todas han formalizados dichos principios en un código de ética.
- **Relaciones con los Grupos de Interés (stakeholders):** La mayoría de las empresas consultadas respondieron que mantienen relaciones transparentes y fluidas con los grupos de interés, destacando la importancia que para ellas tiene contar con una instancia que maneje los conflictos, expectativas y demandas de éstos.
- **Respeto Hacia el Individuo y Derechos Laborales:** La encuesta enfocó esta temática desde la perspectiva de la implementación de prácticas no discriminatorias y del cumplimiento irrestricto de la legislación laboral vigente. Al respecto, los resultados indican que la mayoría procura evitar comportamientos discriminatorios, pero no todas poseen normas formales para ello. Con relación al cumplimiento de la legislación laboral vigente, todas señalaron un acatamiento irrestricto de ella, reconociendo además su preocupación por cumplir con altos estándares de salud, seguridad y condiciones laborales.
- **Gestión Ambiental y Responsabilidad con las Generaciones Futuras:** Todas las empresas consultadas reconocieron que la protección del medio ambiente en términos de minimización de impactos, mejoramiento continuo de procesos, protección de la biodiversidad y educación ambiental para la comunidad, son aspectos prioritarios de su gestión, a los cuales destinan enormes recursos.
- **Relaciones con los Proveedores y Servicios Externalizados:** La gran mayoría de las empresas consultadas señaló exigir a las empresas de servicios externos el cumplimiento de la legislación vigente en materia laboral, previsional y fiscal y cautelar la aplicación de normas transparentes y criterios específicos de responsabilidad, como son la prohibición del trabajo infantil y normas ambientales.
- **Relaciones con la Comunidad:** La gran mayoría de las empresas confirmó que han creado una cultura de responsabilidad social en sus relaciones con la comunidad, implementando para ello canales de comunicación propios, a través de los cuales mantienen informada a la comunidad sobre sus acciones e inversiones sociales.

En términos generales, los resultados de la encuesta indican que las empresas de la Gran Minería han respondido al compromiso ético de adoptar políticas y prácticas de responsabilidad social que benefician a la ciudadanía corporativa, pero aún existen espacios para efectuar una implementación integral de este concepto.

Los resultados de la Encuesta sobre Responsabilidad Social es sólo una de las aristas de la Responsabilidad Social. En efecto, la Encuesta representa una auto-evaluación de las empresas de la Gran Minería sobre la forma que han implementado la Responsabilidad

Social. La otra arista, que está fuera del alcance de este estudio, es evaluar cómo las comunidades perciben la Responsabilidad Social de estas empresas.

El estudio también contempló la identificación de los tipos de acciones e inversiones sociales que realizan las empresas mineras en Chile. En general, éstas están orientadas al desarrollo de programas en los ámbitos de educación, salud, educación, cultura, deportes y emprendimientos productivos.

La implementación de estas acciones y/o inversiones sociales se lleva a cabo en forma directa por la empresa a través de un área dedicada a estos fines o bien a través de instituciones sin fines de lucro (fundaciones) creadas para tal efecto.

Independiente del mecanismo utilizado por las empresas para materializar las acciones y/o inversiones sociales, una cantidad importante de ellas hacen uso de franquicias tributarias por donaciones en función de las categorías de donaciones que establece la legislación vigente, en las cuales se determina además, los porcentajes de las donaciones que pueden ser deducidas como gastos y rebajadas como crédito fiscal.

Con el propósito justamente de evaluar el impacto de las acciones e inversiones de responsabilidad social de las empresas mineras en los ingresos del Fisco, se analizaron las Declaraciones de Renta del año 2004 de un total de 12 empresas de la Gran Minería, las que efectuaron donaciones para fines sociales, educacionales, políticos, deportivos y culturales. Del análisis se obtuvieron los siguientes resultados:

- Las franquicias tributarias por donaciones más utilizadas en el año 2004 fueron destinadas a Universidades e Institutos Profesionales (41,9%), las donaciones que establece el Artículo 10 de la Ley 19.885 (25,4%) y las donaciones para fines educacionales (14,8%).
- A partir de las Declaraciones de Renta del año 2004, se estimó que las empresas mineras consideradas en el análisis realizaron donaciones por un total de US\$ 2,23 millones.
- El uso de franquicias tributarias permitió a las empresas mineras deducir como gastos un total de US\$ 0,60 millones y como crédito fiscal un monto de US\$ 1,078 millones. La rebaja neta en el Impuesto a la Renta de Primera Categoría fue de US\$ 1,28 millones.
- El costo neto de la donación para las empresas mineras fue el total donado menos la rebaja del Impuesto a la Renta, es decir, US\$ 0,95 millones, equivalente a un 42,5% de la donación efectuada en el año 2004, ya que recuperaron por rebaja de impuestos recursos por US\$ 1,28 millones.
- Para el Fisco, el costo neto de las donaciones efectuadas por las empresas mineras en el año Tributario 2005 corresponde a los ingresos que deja de percibir por la rebaja del Impuesto a la Renta, es decir, US\$ 1,28 millones, equivalente a un 57,5% del total donado por las empresas.

Lo anterior significa que en la práctica el Fisco contribuye de manera indirecta a las localidades involucradas, beneficiarias de la donación de las empresas mineras.

- En consecuencia, el impacto de las donaciones efectuadas por las empresas mineras en los ingresos del Fisco fue de 0,2%, equivalente a los menores impuestos que deja de recaudar centralmente por el uso de las franquicias tributarias.

- El uso de franquicias tributarias por donaciones genera un efecto neto de financiamiento compartido entre las empresas y el Estado. En efecto, las empresas recuperan, a través del pago de menores impuestos al Fisco, parte de la donación realizada; mientras que el Fisco financia el monto recuperado por las empresas.

BIBLIOGRAFIA

- Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN) y Fundación SES, Líneas Directrices de la OECD para las Empresas Multinacionales: Información Básica, Primera Edición, Buenos Aires, Argentina, noviembre de 2004.
- Global Reporting Initiative, Sustainability Reporting Guidelines, año 2002.
- Acción Empresarial, Indicadores de acción empresarial de Responsabilidad Social, Publicación elaborada con el apoyo de Fundación Ford y el patrocinio de la Confederación de la Producción y el Comercio, ejecutada por la Escuela de Administración, octubre de 2001.
- Instituto Ethos e Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), Guía de Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria 2004/2005, Córdoba, Argentina, Edición 2004.
- Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES), Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas, Documento de trabajo 3, año 2003.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Programa de Investigación para la Promoción Humana (PROHUMANIA), Responsabilidad Social empresarial en Chile, Informe de Mesas de Trabajo, Santiago, Chile, marzo a septiembre de 2000.
- Sandra Benbeniste, El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema, abril de 2002.
- VINCULAR, Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica y el Caribe.
- World Business Council for Sustainable Development, Dedicated to making a difference, Corporate Social Responsibility The WBCSD's journey
- World Bank. - Corporate Social Responsibility Practice, Public Sector Roles In Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline Study, octubre de 2002.
- CEPAL–Comisión Económica para América Latina y el Caribe, La Responsabilidad Social Corporativa en un Marco de Desarrollo Sostenible,
- OECD, (2001). OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Global Instruments for Corporate Responsibility, Annual Report, Paris.
- OECD/ IFC (2003). "White Paper on Corporate Governance in Latin America" Draft. The Fourth Meeting of the Latin American Corporate Governance Roundtable in Santiago, Chile 28-30 May, 2003.