



Universidad de Concepción

MAGÍSTER EN GESTIÓN INTEGRADA

**Medio Ambiente, Prevención de Riesgos Laborales y Responsabilidad Social
Empresarial**

**EVALUACIÓN DEL NIVEL DE RSE Y CIERRE DE
BRECHAS BASADO EN LA NORMA ISO 26000.**

JUAN CARLOS REYES VALENCIA

Profesor Guía: Claudio Zaror
Dpto. de Química, Facultad de Ingeniería
Universidad de Concepción

CONCEPCIÓN-CHILE

2014

RESUMEN

En el presente trabajo se estudia la relación entre la empresa Planta de Celulosa Nueva Aldea y su comunidad circundante inmediata, la localidad de Nueva Aldea, bajo la perspectiva del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, teniendo como base principal lo estipulado en la Norma ISO 26000: *“Guía sobre Responsabilidad Social”*¹.

El Magister en Gestión Integrada (Medio Ambiente, Riesgos Laborales y Responsabilidad Social Empresarial) aporta a la formación una visión diferente, multidisciplinaria, haciendo que se observe bajo un pensamiento integral ambiental, laboral y social, lo cual aporta la capacidad de ver y entender la naturaleza y el medio circundante como un sistema complejo, holístico y no como un simple conjunto de elementos independientes actuando de manera individual, entregando herramientas que permiten gestionar integralmente esos sistemas ante una situación determinada².

¹ ISO 26000,(2009), Guía sobre Responsabilidad Social

² Basado en Objetivos del Magister en Gestión Integrada, Folleto Promocional, 2012, Universidad de Concepción

De esta manera, basado en todo lo anterior, la metodología general del trabajo consistió en determinar como la organización impacta al medio natural, social y laboral con su quehacer productivo, identificando los principales actores relevantes representantes de la comunidad y el grado de relación de la empresa tiene con su medio circundante.

Para conocer la visión que la empresa tenía de la comunidad donde estaba inserta, se realizaron una serie de reuniones y entrevistas con la subgerencia de asuntos públicos, encargados de la relación con la comunidad. De estas reuniones se obtuvo la percepción de la empresa, se conoció la existencia de un modelo de gestión corporativo que aplica a todas las comunidades donde está inserta y los recursos disponibles para gestionar esta relación.

Para conocer la percepción de la comunidad, de similar forma, se efectuó una serie de reuniones con los representantes de la comunidad y se aplicó una encuesta tipo que evaluó tres dimensiones principales: Social, económica y ambiental.

Los resultados principales arrojaron que existían brechas significativas en las dimensiones Social, Ambiental y económica, en ese orden de prioridad, que el modelo corporativo de relacionamiento con las comunidades no necesariamente cubría las necesidades locales, que había una fuerte desconfianza y des-identificación de la comunidad con la empresa, que la creación de valor local era muy baja, entre otros.