



ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO 2022 REPORTE SECTORIAL



ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO 2022

REPORTE SECTORIAL

Investigadoras

Natalia Droguett
Fernanda Banderas

Gerente Regional Sede Biobío

Fernando Illanes

Presidente

Juan José Ugarte

	PALABRAS DEL PRESIDENTE	4
1	RESUMEN EJECUTIVO	6
2	INTRODUCCIÓN	7
3	CONTEXTO GENERAL DEL SECTOR FORESTAL	8
4	CONCEPTOS CLAVES DE LA INVESTIGACIÓN	11
	4.1 Nivel de relacionamiento comunitario	11
	4.2 Permanencia de las acciones de relacionamiento comunitario	12
5	CONCEPTUALIZACIÓN DE LA MATRIZ DE ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO	13
	5.1 Desarrollo comunitario	13
	5.2 Diálogo y acercamiento comunitario	15
	5.3 Uso y consumo sustentable del agua	16
	5.4 Cuidado y desarrollo sustentable del ecosistema y biodiversidad	17
	5.5 Género, diversidad e inclusión	18
	5.6 Relacionamiento con Grupos Humanos Pertenecientes a Pueblos Indígenas (GHPPI)	19
6	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
	6.1 Objetivo de la investigación	21
	6.2 Propuesta metodológica	21
	6.3 Población objetivo	22
	6.4 Técnicas de investigación	24
	6.5 Revisión bibliográfica, entrevistas y grupos focales	25
7	RESULTADOS	27
	7.1 Resultados generales	27
	7.2 Desarrollo comunitario	32
	Educación	39
	Atracción y retención de talentos	41
	Economía local	43
	Ayuda social	44
	Cultura local y deporte	46
	Salud comunitaria	47
	Transporte	47

7.3	Instancias de diálogo y acercamiento comunitario	48
	Comunicación entre empresa y comunidades	52
	Proyectos comunitarios.....	54
	Inclusión de los trabajadores en las decisiones de la empresa	54
	Manejo de conflictos.....	54
7.4	Uso y consumo sustentable del agua	54
	Acceso y uso local de agua.....	57
	Uso de agua por parte de la empresa	59
7.5	Cuidado y desarrollo sustentable del ecosistema.....	59
	Cuidado de recursos biológicos y biodiversidad	64
	Cuidado socioambiental.....	66
7.6	Género, diversidad e inclusión.....	66
	Políticas de género.....	70
	Inclusión de la comunidad	70
7.7	Relacionamiento con Grupos Humanos Pertencientes a Pueblos Indígenas (GHPPI)	71
	Cultura indígena	76
	Diálogo con la comunidad indígena.....	79
	Incorporación de personas pertenecientes a pueblos indígenas a la empresa	79
8	EXPERIENCIAS Y TESTIMONIOS DE COMUNIDADES FORESTALES	80
8.1	Rol social y económico local del sector forestal.....	81
8.2	Cambio climático, medioambiente y el agua como recurso	82
8.3	Invitación a mayor participación del sector forestal en las conversaciones y diálogo	85
8.4	Democratización de la información	87
8.5	Rol de Corma en los territorios	88
9	PROPUESTAS	89
9.1	Ampliación del proyecto	89
9.2	Mapeo de actores relevantes.....	89
9.3	Manual de buenas prácticas de relacionamiento comunitario	90
10	CONCLUSIÓN	91
11	BIBLIOGRAFÍA.....	92

«Uno de los problemas más grandes que tiene el sector forestal es la falta de contacto con la comunidad (...); hay un vacío que sería interesante cambiarlo, en beneficio de las forestales y de la comunidad».

Entrevistado de Cabrero, Región del Biobío

Cada vez tomamos más conciencia de que los bosques son parte fundamental del desarrollo sustentable de nuestro país. Ellos son responsables de la absorción de gases de efecto invernadero que tan negativamente afectan al cambio climático y, a través de la sustitución de productos ahora basados en maderas y fibras, disminuyen también su emisión hacia la atmósfera. Con esta visión de futuro, las empresas asociadas a la Corporación Chilena de la Madera – (Corma) han asumido el compromiso de avanzar en la generación de valor compartido con la sociedad y el conjunto de personas que habitan los territorios en los cuales sus colaboradores y accionistas desempeñan sus labores.

Como reflejo de tal compromiso y transparencia, nos sentimos orgullosos de presentar este informe “ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO / REPORTE 2022”, que resume el trabajo desplegado por un conjunto de empresas asociadas a la Corma, las que representan el 82% del total de exportación madereras, al igual que el 72% de la superficie forestal plantada en Chile con 1,9 millones de hectáreas de bosque.

No es algo menor ya que, luego de 70 años de existencia de la Corporación, este es el primer documento elaborado de manera colectiva, que sistematiza las acciones de relacionamiento que impulsan las empresas con sus comunidades. A partir de este reporte, podremos mirar de manera integrada las labores que realizan en este ámbito y generar con ello una línea base que nos permitirá avanzar hacia mejores prácticas para la generación de valor —en lo social, ambiental y económico— con nuestros vecinos y territorios.

Invitamos al lector a conocer estas acciones, presentes y activas hoy en el mundo de la madera, que hemos agrupado en los siguientes seis subtítulos: **1. Desarrollo comunitario; 2. Diálogo y acercamiento; 3. Uso sustentable del agua; 4. Cuidado de ecosistemas y biodiversidad; 5. Género, diversidad e inclusión; 6. Relacionamiento con pueblos indígenas.** Estas líneas de acción se han diferenciado por tamaño de empresa y distintos niveles de relacionamiento, ya sea por filantropía, responsabilidad social o generación de valor compartido para la comunidad. Hacia el final del texto se recogen valiosos testimonios derivados de 37 entrevistas realizadas con vecinos —como la cita del encabezado— y se proyectan algunas líneas de desarrollo hacia el futuro.

Agradecemos a las empresas y personas que participaron de este reporte e invitamos a los lectores a profundizar en el conocimiento de la actividad maderera y el aporte que esta realiza hacia la comunidad más amplia de la que forma parte.

Juan José Ugarte Gurruchaga

Presidente

Corporación Chilena de la Madera - Corma



El presente reporte contiene los resultados del proyecto de Sistematización de acciones de relacionamiento comunitario del sector forestal, solicitado por la Corporación de la Madera (Corma) desde la necesidad de dar cuenta de las actividades e iniciativas que se llevan a cabo a lo largo y ancho del territorio forestal.

La investigación se enmarca dentro del eje de Relacionamiento Comunitario creado en 2019 con el fin de iniciar un camino para la articulación y el trabajo en conjunto respecto de las labores sociales y comunitarias del gremio forestal.

Para responder a esta necesidad, se realizó una sistematización de las acciones de relacionamiento comunitario derivadas de las entrevistas con empresas socias de Corma; de la creación y análisis de una matriz de relacionamiento comunitario del sector forestal; y de la realización de entrevistas y focus group en terreno a distintos actores comunitarios que viven y trabajan en los territorios en los que operan las diversas empresas participantes del reporte.

Los principales hallazgos evidencian una amplia participación y relación del sector forestal en sus territorios, en los cuales se lograron captar **634 acciones** de relacionamiento comunitario en **142 comunas** distintas con un total de **1.815.976 beneficiarios directos**. Estos datos, sin embargo, se pueden ver desglosados por categorías y dimensiones a lo largo del reporte.

En cuanto a los resultados cualitativos, los temas más mencionados por los actores de las comunidades van en la línea del rol social y económico local del sector forestal, cambio climático, medioambiente y el agua como recurso; una mayor participación del sector forestal en las conversaciones y diálogo, y, por último, la democratización de la información.

Si bien los datos generales son alentadores, las conclusiones van en línea de la articulación del sector forestal hacia el trabajo en conjunto y permanente de acciones enmarcadas dentro de estrategias de valor compartido y de desarrollo sustentable para y con sus comunidades y territorios, de manera de avanzar hacia la sostenibilidad comunitaria y social del sector forestal.

En cuanto a las sugerencias y visión de futuro se invita al sector a mejorar su actuar y a trabajar de forma articulada, potenciando los recursos existentes. Una herramienta es realizar un mapeo amplio de los actores del territorio, de manera de impulsar un involucramiento y diálogo efectivo con las comunidades y, de esta forma, favorecer la sostenibilidad y una relación fructífera en los territorios en los que se encuentren.





Corma se propuso en 2022 la realización del estudio Sistematización de las Acciones de Relacionamento Comunitario del Sector Forestal que respondiera a la pregunta sobre cuáles y dónde están focalizadas estas acciones para generar un reporte que inicie el camino de articulación y trabajo conjunto respecto de las labores sociales y comunitarias del gremio forestal.

Para el desarrollo y generación del presente reporte, se creó una matriz de información con seis categorías diferentes de acciones de relacionamento comunitario, que fue completada con información captada a partir de entrevistas con 14 socios Corma del rubro forestal, que incluye bosques, industrias y puertos. Aquellos socios considerados representan un 82 % del total de exportaciones madereras y un 72 % de la superficie forestal plantada en Chile, con 1,9 millones de hectáreas de bosques.

Para tener un estudio con mayores antecedentes e identificar la labor del sector forestal en los territorios donde desarrolla sus actividades, se realizaron una serie de entrevistas en terreno con la finalidad de conversar con las comunidades beneficiarias de las acciones de relacionamento. Respecto de las comunidades, este concepto se refiere a todo «grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos». (Arias, 2003 en Cathcart, 2009). A partir de estas entrevistas, se logró comprender el impacto de estas acciones y, así también, poder hacer recomendaciones pertinentes para el éxito y sostenibilidad del sector forestal como un actor importante en las comunidades.

Para el logro de los objetivos mencionados, este informe presenta los resultados de la investigación, junto a los datos concretos, experiencias de las personas y las recomendaciones pertinentes para el sector forestal y futuras investigaciones.

Este reporte se presenta como una línea base de lo que el gremio espera que sea una nueva área de desarrollo e interés para sus asociados.

3

CONTEXTO GENERAL DEL SECTOR FORESTAL

Para comprender de dónde vienen y hacia dónde se dirigen las acciones de relacionamiento comunitario del sector forestal, es pertinente hacer un breve análisis del contexto social, cultural y ambiental en el cual se llevan a cabo estas acciones en Chile.

Con el fin de contextualizar el presente estudio, es necesario rescatar la transformación en las percepciones de las comunidades respecto del sector forestal, ya sea industria y/o bosque e incluso puertos. En este sentido, es visible un cambio en la forma en que las comunidades se relacionan con los actores forestales en la medida en que existen más exigencias, no solo económicas, sino sociales y ambientales respecto del impacto que tiene la actividad productiva del sector. De esta forma, las empresas asociadas al mundo de la madera han sido invitadas a participar y a cambiar la forma en que se relacionan y llevan a cabo sus labores, a través de la mitigación del impacto que producen en los territorios en los que se encuentran. Hoy en día, se entiende que los recursos forestales son renovables; sin embargo, existe cada vez más la exigencia pública hacia las empresas para conformar modelos sostenibles que respeten el recurso natural, sus comunidades y las especies que existen y cohabitan en ellos.

Chile data de una larga historia asociada al mundo de la madera, donde la superficie plantada y dedicada a la extracción de madera y elaboración de productos a partir de ellas alcanza cerca de 2,4 millones de hectáreas desde la Región de O'Higgins a la Región de Los Lagos.

Entendiendo la información anterior e incorporando la actividad productiva, el sector forestal se ha relacionado directa y constantemente con sus territorios y comunidades; sin embargo, solo en las últimas décadas las empresas del sector han cambiado su forma de relacionarse, desde una actitud asistencialista hacia una filosofía de responsabilidad social situada en la mitigación de sus impactos y la filantropía social.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica la consideración de tres ejes principales al existir como empresa situada en un territorio: los trabajadores, la comunidad y el medioambiente. Con este concepto y filosofía empresarial, se busca un compromiso ético para contribuir al desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de los trabajadores, sus familias y comunidades, en otras palabras, la sociedad y comunidad general situada en los territorios (Mirvis & Googins, 2006).

Ahora bien, las empresas rara vez se consideraban como actores del cambio social a pesar de la evidencia expuesta entre progreso social y éxito del negocio. Por lo que, ya en la última década, se ha llevado a cabo un nuevo cambio en el paradigma cultural respecto del rol de la empresa como agente de cambio social a partir de la incorporación del concepto y práctica del valor compartido, entendido como la búsqueda del éxito financiero de la industria en la medida en que también traiga beneficios a la sociedad (Kramer & Pfitzer, 2016). Ello se entiende a partir de iniciativas y políticas que aumenten la competitividad de las empresas y, al mismo tiempo, el avance económico y de condiciones sociales de las comunidades en las que operan dichas empresas (Porter & Kramer, 2019). A partir de la incorporación de esta nueva estrategia empresarial, se fue dejando de lado la postura externa de la responsabilidad social empresarial a una postura involucrada con el éxito financiero propio y sostenibilidad de las comunidades y territorios en las que se encuentran.

No obstante, para el propósito de este reporte es importante considerar que el cambio hacia un paradigma de valor compartido se ha llevado a cabo de forma parcial y en diferentes magnitudes en el sector forestal. A partir de este estudio, se puede apreciar que en forma paulatina se están implementando cada vez más iniciativas, programas y proyectos que van en línea con esta nueva filosofía.

Considerando los contextos y cambio en la filosofía de relacionamiento comunitario de sus socios, Corma se propuso hacer una sistematización de la nueva generación de acciones de relacionamiento comunitario que impulsa el sector forestal. Para esto, y partir de la revisión de literatura, informes y reportes del sector, se elaboró una matriz de sistematización de acciones de relacionamiento comunitario.

Para comprenderla de mejor forma, se presenta una conceptualización breve de términos relevantes.

4

CONCEPTOS CLAVES DE LA INVESTIGACIÓN

Para fines de los análisis incluidos en el presente reporte, se utilizaron una serie de conceptos que buscan abordar las temáticas, tanto de las acciones de relacionamiento comunitario en sí misma como de aquellas variables utilizadas. En esta línea, es pertinente una sección que permita generar un piso teórico y conceptual común, de manera de facilitar la comprensión del documento. En primer lugar, se presenta la definición de **nivel de relacionamiento y permanencia**, para pasar a las definiciones que corresponden a las categorías y dimensiones de la Matriz de acciones de relacionamiento comunitario.

4.1 Nivel de relacionamiento comunitario

Esta variable se refiere a la forma en que las empresas implementan las acciones de relacionamiento desde un nivel teórico. La variable consiste en tres atributos principales: **filantropía**, **responsabilidad social** y **valor compartido**.

Filantropía

Al hablar de las distintas formas en las que se llevan a cabo las iniciativas y programas de relacionamiento entre empresas y comunidades, la filantropía se presenta como uno de los medios más simples al momento de relacionarse. En esta línea, es necesario comprender que las empresas están en una constante relación con la sociedad y, como resultado, se requiere de ellas un nivel de involucramiento en los distintos problemas sociales que puedan impactar el desempeño, función interna y el interés de los inversionistas. De la misma forma, las empresas se pueden ver afectadas por el entorno e industria en las que se desarrollen, influenciando así las decisiones filantrópicas corporativas (Brammer & Millington, 2005).

Para la investigación, el concepto de acción filantrópica que se considera es el de «un traspaso voluntario de recursos de la empresa (dinero, acciones, voluntariado, bienes, entre otros) de forma estratégica o no estratégica, con el fin de beneficiar a la sociedad, organización y/o individuo particular». (Sharma, 2021).

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Al mencionar acciones de relacionamiento comunitario asociadas a la RSE, se hace referencia a la consideración que tienen las empresas de los impactos sociales y ambientales (positivos y negativos) de las acciones del negocio, tanto hacia actores internos como externos a la empresa. Al considerar el impacto de la labor propia de las empresas, estas integran acciones para mitigar el impacto y así actuar acorde a un marco de responsabilidad (Amaeshi et al., 2016).

En otras palabras, el concepto se va a entender como un modelo de negocios en el que las empresas hacen el esfuerzo para operar de forma que beneficie más que degrade a la sociedad y el entorno (Porter & Kramer, 2019).

Valor compartido

Sobre el concepto de valor compartido, este reporte se refiere a aquellas acciones de las empresas dirigidas tanto a las comunidades como al negocio dentro de un marco que guía el pensamiento respecto de las relaciones entre negocios y sociedad. En este sentido, las empresas incluyen en su modelo de negocios acciones que crean tanto valor social como ganancias económicas para la empresa a partir de un conjunto de políticas y prácticas operativas que mejoran la capacidad competitiva de la empresa y contribuyen a mejorar las condiciones económicas y sociales de las comunidades locales en las que opera (Porter & Kramer, 2019).

Más concretamente, las tres formas que Porter y Kramer identifican para la creación de valor compartido son la **reconcepción de los productos y los mercados**, la **redefinición de la productividad en la cadena de valor** y la **creación de clústeres industriales de apoyo en los territorios de operación de la empresa**. Cada una de estas vías forma parte de un círculo virtuoso de valor compartido y se centra en la creación de oportunidades para las comunidades mediante la mejora del valor de cualquiera de las partes implicadas (Yang & Yan, 2020).

4.2 Permanencia de las acciones de relacionamiento comunitario

Entendiendo la variable **nivel de relacionamiento**, se requiere introducir de forma conceptual la variable **permanencia** complementadas al momento de captar la naturaleza de las acciones de **relacionamiento comunitario** que son estudiadas en el reporte.

Esta variable fue construida a partir de la necesidad de medir la duración de las acciones en el tiempo y, así, generar un mapeo de aquellas que se realicen de forma periódica. En esta línea, la variable contiene dos atributos: **permanente** y **no permanente**.

- **Acciones permanentes:** se refiere a toda acción que se realice como mínimo una vez al año de forma constante.
- **Acciones no permanentes:** son aquellas que se realizan de forma puntual, tales como donaciones, capacitaciones y actividades específicas que no se repiten en el tiempo.

5

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA MATRIZ DE ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO

Como se mencionó en la sección anterior y, entendiendo las variables claves que considera el reporte, para la creación de la matriz de acciones de relacionamiento comunitario se realizó una revisión sistemática de literatura relacionada con las distintas empresas asociadas al gremio forestal, ya sea a través de reportes, certificaciones e informes. A partir de dicha revisión, se logró conceptualizar en siete grandes categorías aquellas acciones de relacionamiento comunitario aplicables al sector hoy en día. Estas categorías fueron divididas en dimensiones y subdimensiones para captar en forma adecuada las iniciativas, programas y proyectos llevadas a cabo por las empresas participantes en este estudio.

A continuación, se presentan los conceptos claves de la matriz para comprender el reporte y resultados correspondientes.

5.1 Desarrollo comunitario

La definición para esta categoría recae en todas las acciones asociadas al desarrollo de las comunidades y territorios en las que el sector forestal se encuentra presente. En esta línea, **desarrollo comunitario** se entiende como el proceso de construir y fortalecer la comunidad y los territorios, lo que requiere el establecimiento y mantención de procesos en las comunidades para así incentivar la comunicación y cooperación entre individuos, organizaciones y empresas (Gene, 2005).

Para fines de este reporte, se incorporaron todas las acciones asociadas a la educación, economía local, salud comunitaria, atracción y retención de talentos, Cultura local y deporte, ayuda social y transporte como áreas relevantes del desarrollo comunitario. A continuación de conceptualizan las siete dimensiones mencionadas:

Educación

Al hablar de acciones de desarrollo comunitario asociadas a la educación, se hace referencia al involucramiento corporativo concreto que tienen las empresas en relación con la formación académica y técnica de las comunidades en las que participan. Esta dimensión contempla:

- Talleres, cursos y programas educativos
- Capacitaciones profesionales
- Becas universitarias y técnico-profesionales
- Programas de capacitación para incendios
- Construcción y/o financiamiento de establecimientos educacionales.

Economía local

Esta dimensión se refiere a toda acción que implique un aporte y/o mejora en la economía de las comunidades en las que tenga presencia. Para esto, se van a considerar acciones en línea con:

- Desarrollo del turismo local
- Apoyo y financiamiento de oficios locales
- Facilitación de espacios físicos para el turismo y exposición y venta de productos locales
- Financiamiento de campos, huertas y viveros comunitarios para el uso local e industrial
- Asesorías, mentorías y capacitaciones profesionales a pymes y emprendimientos locales
- Disposición de bonos y fondos concursables para el desarrollo económico
- Financiamiento de proyectos con impacto ciudadano.

Salud comunitaria

Esta dimensión engloba todas las acciones que se lleven a cabo a favor de la salud pública en los territorios y comunidades en las que se encuentran las empresas. Para ello se consideraron todo tipo de aporte y acción realizada previo a la pandemia, durante y hasta el día de hoy.

Esta dimensión contempla:

- Financiamiento y apoyo de la salud pública local [hospitales, postas y Centros de Salud Familiar (Cesfam)]
- Desarrollo, colaboración e inversión en la etnomedicina Mapuche

Atracción y retención de talentos

Son las acciones que buscan reunir la dimensión de atracción y retención de talentos. La categoría apunta a toda acción que genere la empresa con el espíritu de crear oportunidades laborales y de emprendimiento en las comunidades y territorios en las que se encuentra. Esto contempla:

- Contratación de mano de obra local
- Uso de proveedores locales
- Financiamiento directo a emprendimientos locales
- Participación en ferias laborales
- Levantamiento de información sobre cesantía local.

Cultura local y deporte

Esta dimensión apunta a toda acción que implique participar e invertir en la Cultura local y deporte del territorio en los que las empresas se encuentran situadas. Estas acciones se asocian a:

- Alianzas con teatros y fundaciones culturales
- Acciones relacionadas al deporte.

Ayuda social

Las acciones de desarrollo comunitario asociadas a la **ayuda social**, tienen como objetivo, principalmente, ayudar con las carencias estructurales, alimenticias y económicas que puedan tener comunidades enteras o miembros de estas en los territorios en que las empresas tengan presencia. Se basa en los aportes materiales, monetarios y/o de bienes que se hayan donado.

Esta dimensión abarca:

- Seguridad alimentaria de la comunidad (ollas comunes, casinos, cajas de alimentos)
- Programas de viviendas y/o subsidios sociales a personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica
- Apoyo en carencias energéticas de las comunidades (eléctrica y/o calor).

Transporte

La dimensión de **transporte** busca captar aquellas acciones que lleven a cabo las empresas socias al momento de trasladar productos (madereros y no madereros) desde faenas hacia las industrias y puertos. Contempla toda acción de mitigación de impacto que tenga el paso de camiones para las comunidades, tales como acuerdos voluntarios que consideran: Velocidad de camiones, horarios de paso, arreglos de caminos y manejo de polvo en suspensión.

5.2 Diálogo y acercamiento comunitario

La segunda categoría en la matriz corresponde a instancias de diálogo y acercamiento comunitario y se refiere a todas las acciones que lleven a cabo las empresas para establecer canales de comunicación y acción entre ellas mismos, las comunidades y los territorios donde se encuentran.

Las instancias de diálogo y acercamiento comunitario incluirán las dimensiones:

Comunicación entre empresas y comunidades locales

Esta dimensión apunta a toda acción realizada por parte de la empresa para tener relaciones de diálogo y cooperación abierta y fructífera con las comunidades en los diversos territorios en que se encuentran. Se contemplan acciones asociadas a:

- Mesas de diálogo y canales de comunicación con comunidades
- Trabajo con organizaciones sociales y civiles.

Proyectos comunitarios

Los proyectos comunitarios buscan abarcar toda acción realizada por las empresas con el fin de generar vínculos positivos a partir de actividades comunitarias. Esta dimensión contempla:

- Días de puertas abiertas
- Voluntariados con y para las comunidades
- Festivales, eventos sociales y actividades recreativas entre empresas y comunidades.

Inclusión de trabajadores en las decisiones de la empresa

Esta dimensión apunta a las acciones de las empresas asociadas a las instancias de comunicación e integración de los trabajadores, como contar con canales para recepcionar solicitudes, incluir a colaboradores en negociaciones, sindicalización y conversaciones periódicas.

Manejo de conflictos

Esta dimensión busca abarcar todas las acciones, tanto políticas como instancias participativas, que permitan espacios para la negociación y resolución de conflictos en los territorios en que se encuentren.

5.3 Uso y consumo sustentable del agua

Esta categoría, para fines del reporte, se dividió en dos grandes dimensiones, uso de agua por parte de la empresa y acceso y uso local del agua. La categoría se enmarca en la definición de desarrollo sustentable acuñada por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en 1987, que se refiere a «la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades» (Brundtland & Khalid, 1987).

En este sentido, el uso y consumo sustentable del agua recae en su reconocimiento como un recurso natural, que se debe proteger y explotar de manera sustentable para el consumo humano e individual, el bienestar del ecosistema y el desarrollo sustentable de la economía que involucre al agua como un actor relevante en su desarrollo. Esta categoría, por lo tanto, engloba todas las acciones que trabajen en pos de la seguridad y protección del recurso a partir de la creación de una industria y comunidad donde el agua recupere su valor y reconocimiento real para optimizarla y evitar la contaminación y desgaste de esta (Marcal, Antizar-Ladislao & Hofman, 2021).

Las dimensiones que permiten desglosar esta categoría son las siguientes:

Uso de agua por parte de las empresas

Esta dimensión pretende abarcar todas las acciones que tengan las empresas socias Corma para proteger y optimizar el uso de agua, tanto en el procesamiento de la madera como en la elaboración de sus productos derivados. En esta línea, se consideran las acciones que refieran a:

- Firma de acuerdos nacionales e internacionales respecto del uso de agua
- Inversión en nuevas tecnologías e incorporación de políticas para la disminución del consumo de agua
- Reducción de desechos que afecten la calidad del agua en el procesamiento de materiales forestales.

Acceso y uso local del agua

Las acciones asociadas al acceso y uso local del agua apuntan a facilitar y permitir el goce de la comunidad de agua potable. Ello se refiere al acceso a agua dulce y cuerpos de aguas que estén en los predios de las empresas o cerca de ellos. Esta dimensión integra:

- Facilitación al acceso de agua para la comunidad local (pozos y fuentes de agua potable): captaciones de agua y Agua Potable Rural (APR).
- Protección de cuerpos de agua y parques fluviales (esteros, humedales, entre otros).

5.4 Cuidado y desarrollo sustentable del ecosistema y biodiversidad

Al igual que la categoría anterior, cuidado y desarrollo sustentable del ecosistema y diversidad se enmarca bajo el concepto de desarrollo sustentable acuñado por la ONU en 1987, como «la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades» (Brundtland & Khalid, 1987). Para fines de la matriz, la categoría se dividió en dos dimensiones, que abordan por un lado el cuidado de recursos biológicos y biodiversidad y, por otro lado, el cuidado socioambiental.

Al hablar de acciones de relacionamiento comunitario asociadas al cuidado y desarrollo sustentable, la matriz y análisis se concentran en aquellas acciones que imparten las diversas empresas del rubro forestal frente a problemáticas que van desde el cuidado de bosques y su explotación sustentable al desarrollo de investigaciones e innovaciones que permitan sustentabilidad de bosques y biodiversidad en los territorios en que se encuentran. De la misma forma, se abordan los diferentes compromisos que puedan tener las empresas respecto de la educación socioambiental y el cuidado del entorno de las comunidades en las que se encuentren (Baumgartner, 2019).

Como se mencionó y para poder captar mejor las acciones, esta categoría fue segmentada en dos dimensiones:

Cuidado de recursos biológicos y biodiversidad

Esta dimensión abarca toda acción llevada a cabo por las empresas orientada al cuidado de la diversidad biológica, especies endémicas y raras, amenazadas o en peligro en los territorios en los que se encuentren. Para esta dimensión, se consideran acciones en la siguiente línea:

- Incorporación de políticas de protección y desarrollo, considerando Áreas de Alto Valor de Conservación (AVC) biológicos y bosque nativo.
- Desarrollo sustentable de bosques y protección de especies y comunidades en las que se encuentren.
- Creación de parques privados (ejemplo: Parque Oncol, Parque Jorge Alessandri, etc.) y plazas o áreas verdes.

Cuidado socioambiental

Apunta a toda acción por parte de la empresa de mitigar el impacto negativo que puedan tener en las comunidades y territorios en los que se encuentren. En este sentido, las empresas toman acción respecto del cuidado medioambiental y social. Esta dimensión contempla:

- Implementación de políticas de limpieza y cuidado del entorno
- Implementación de políticas y programas de reciclado (industrial y comunitario)
- Educación a la comunidad e inversión en nuevas tecnologías para un desarrollo sustentable.

5.5 Género, diversidad e inclusión

Esta categoría considera todas las acciones que impliquen incluir una perspectiva de género en su actuar, ya sea contratando más mujeres, capacitándolas e incorporándolas en los diversos niveles productivos. En esta línea, se buscan captar los compromisos por la equidad de género e inclusión de diversidades en el día a día de las empresas.

En este sentido, al hablar de equidad de género, el reporte se basa en la definición utilizada por el programa Más Mujer Forestal Corma (2022), que entiende el concepto desde la consideración por la diversidad de las experiencias de las mujeres y otros grupos sociales, considerando como se relaciona con factores como la «raza», etnia, edad, educación, empleo y salario, entre otros (Más Mujer Forestal Corma, 2022).

Esta categoría contempla dos grandes dimensiones:

Políticas de género

Apunta a toda acción incorporada por la empresa hacia la integración de la mujer al sector forestal o rubros asociados a este, principalmente con base en políticas de género. En esta línea, contempla acciones tales como:

- Capacitación de mujeres para el trabajo en el sector
- Becas universitarias para la profesionalización de mujeres locales en relación con la industria
- Contratación de mujeres para labores dentro de la industria.
- Financiamiento de políticas reproductivas (prenatal y posnatal madre y padre adicional a lo estipulado por la legislación vigente).
- Levantamiento de información sobre problemáticas de género tanto dentro de la industria como en las comunidades en las que se encuentran.

Inclusión de la comunidad al sector forestal

Esta dimensión abarca las acciones impulsan las empresas para incluir diversidad entre sus colaboradores y a la comunidad al sector y contempla lo siguiente:

- Consultas públicas
- Políticas inclusivas y contratación de diversidades.

5.6 Relacionamiento con Grupos Humanos Pertenecientes a Pueblos Indígenas (GHPPI¹)

El relacionamiento con Grupos Humanos Pertenecientes a Pueblos Indígenas (GHPPI) es un área muy relevante para Corma. En este sentido y para fines del presente reporte, se intenta continuar con el trabajo avanzado y con el desarrollo del objetivo de captar las acciones que realizan las empresas y las experiencias comunitarias indígenas para contribuir a aumentar el impacto positivo de las labores que realizan las empresas socias y fortalecer las conversaciones con el pueblo Mapuche (Corma, 2020).

Para lograr el fin anterior, esta categoría se divide en tres dimensiones que abarcan:

Contratación de personas pertenecientes a pueblos indígenas en la empresa

Esta dimensión apunta a acciones que permitan la incorporación de trabajadores que se identifiquen con algún pueblo originario. Esto ya sea con políticas específicas de contratación y/o políticas de no discriminación.

Cultura indígena

Cultura indígena engloba toda acción desarrollada por empresas del mundo de la madera con el fin de crear una propuesta de valor hacia los grupos indígenas, potenciando su desarrollo cultural a partir de la facilitación de ceremonias, rituales, prácticas ancestrales, actividades culturales y desarrollo de la cultura como tal.

Diálogo con comunidades indígenas

Esta dimensión contempla las acciones llevadas a cabo por las empresas al contar con canales de comunicación disponibles para comunidades mapuches.

Las dimensiones fueron elegidas a partir de la intención e invitación extendida a las empresas del sector forestal para incluir las preocupaciones culturales e indígenas en sus labores de conservación integral de la biodiversidad, ecosistema, y comunidades en los territorios en las que se encuentren (Loera-González, 2021).

¹De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 7 inciso 2° del RSEIA, se entiende por grupo humano a todo conjunto de personas que comparte un territorio, en el que interactúan permanentemente, dando origen a un sistema de vida formado por relaciones sociales, económicas y culturales, que eventualmente tienden a generar tradiciones, intereses comunitarios y sentimientos de arraigo.



6.1. Objetivos de la investigación

Como objetivo principal, el presente reporte buscó sistematizar las acciones de relacionamiento comunitario que tienen las empresas socias de la Corporación Chilena de la Madera (Corma). En la labor propia de la recolección de información, a medida que se desarrolló la matriz acciones, se agregaron objetivos específicos con el fin de guiar la investigación y el reporte final. Estos objetivos específicos consisten en:

- Identificar las comunidades y actores relevantes dentro de las interacciones comunitarias entre empresas y el territorio en los que trabajan
- Indagar en las percepciones de las comunidades y actores relevantes para el relacionamiento comunitario entre empresas Corma y territorios en los que trabajan
- Identificar las distintas acciones de relacionamiento comunitario que tienen las empresas Corma con las comunidades en los territorios en los que trabajan
- Cuantificar las acciones de relacionamiento comunitario
- Identificar el alcance de los beneficiarios de acciones de relacionamiento de empresas Corma
- Comparar las acciones que llevan a cabo las grandes empresas forestales, con aquellas empresas pequeñas.

6.2. Propuesta metodológica

A propósito de los objetivos mencionados y considerando las necesidades de Corma para sistematizar las acciones de relacionamiento comunitario de las empresas socias, se propuso utilizar una metodología mixta. En palabras de Sampieri (2018), la metodología mixta representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, que implica la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos para luego ser integrados y discutidos de manera conjunta. De este modo, los autores mencionados señalan que esta metodología permitirá un mayor entendimiento de los fenómenos estudiados.

Considerando las características y objetivos del reporte, su alcance es exploratorio y, a la vez, descriptivo. Por un lado, es de carácter exploratorio, al no contar con una sistematización concreta de las acciones de relacionamiento comunitario de los principales socios Corma, lo que conlleva una necesidad de indagar cuáles son estas acciones no analizadas ni sistematizadas en estudios previos. Por otro lado, se trata también de una investigación de alcance descriptivo, ya que se busca describir las características y particularidades de estas acciones a modo de comprender en detalle el impacto en las comunidades donde operan las empresas socias de Corma.

6.3. Población objetivo

La población objetivo para el reporte estuvo compuesta por 14 empresas socias de Corma y aquellas comunidades en las que se encuentran.



A Manulife Investment Management Company



Al hablar de comunidades, se hace referencia a centros comunitarios, universidades, escuelas, colegios, juntas de vecinos, organizaciones sociales, comunidades indígenas y población civil beneficiada con las acciones de las empresas mencionadas.

A partir de estas empresas, se buscó alcanzar tanto a las grandes empresas forestales como a las más pequeñas, de modo de poder comparar las acciones que llevan a cabo en los territorios y las semejanzas y las diferencias en su acción. Las empresas contempladas para este reporte representan el **82 % del total de exportación maderera**, al igual que el **72 % de la superficie forestal plantada** en Chile con 1,9 millones hectáreas de bosque.

En el criterio de selección de las empresas incluidas en este reporte, predominó el propósito de generar una línea base para el trabajo futuro; sin embargo, se espera poder incorporar con el tiempo a la mayor cantidad de socios Corma posible.

La unidad de análisis utilizada al tratar con comunidades consistió en conversaciones con 37 personas del territorio con vocación forestal en Chile, entre de Maule a La Araucanía.

A continuación, se presenta un cuadro resumen en el que están indicados los participantes, su rol como actor relevante del reporte, día, lugar y modalidad en que se realizó la reunión:

ID PARTICIPANTE	ROL DEL ACTOR	DÍA REUNIÓN	LUGAR	MODALIDAD
Entrevistada 01	Vecina sector rural	21/02/2022	Putú, Constitución	Entrevista
Entrevistada 02	Miembro de Carabineros de Chile	21/02/2022	Constitución	Entrevista
Entrevistado 03	Exdirector de la Corporación Cultural Constitución	21/02/2022	Constitución	Entrevista
Entrevistada 04	Dirigente vecinal	21/02/2022	Santa Olga	Entrevista
Entrevistado 05	Dirigente vecinal Quinel	23/02/2022	Cabrero	Focus group
Entrevistado 06	Presidente de Unión Comunal	23/02/2022	Cabrero	Focus group
Entrevistada 07	Dirigente vecinal Villa España	23/02/2022	Cabrero	Focus group
Entrevistada 08	Emprendedora local y presidenta de la Cámara de Comercio Nacimiento	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistado 09	Emprendedor local y Vicepresidente de la Cámara de Comercio Nacimiento	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistada 10	Representante Alfareros Nacimiento	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistada 11	Directora de Salud Municipal	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistado 12	Director DAEM ²	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistada 13	Dirigente vecinal	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistada 14	Dirigente vecinal	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistado 15	Gestor Reciclaje Nacimiento	28/03/2022	Nacimiento	Focus group
Entrevistada 16	Educadora y encargada Mano Verde DAEM Los Ángeles	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistada 17	Vicepresidenta Consejo María Ayuda	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistada 18	Enfermera	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistada 19	Dirigente vecinal	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistada 20	Dirigente vecinal	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistado 21	Vecino sector rural	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistado 22	Representante municipal	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistado 23	Representante del Consejo Urbano	28/03/2022	Los Ángeles	Focus group
Entrevistado 24	Bombero	29/03/2022	Villa Mininco, Collipulli	Focus group

²Departamento de administración de educación municipal

ID PARTICIPANTE	ROL DEL ACTOR	DÍA REUNIÓN	LUGAR	MODALIDAD
Entrevistado 25	Representante municipal	29/03/2022	Villa Mininco, Collipulli	Focus group
Entrevistada 26	Representante Comité Vivienda	29/03/2022	Villa Mininco, Collipulli	Focus group
Entrevistada 27	Dirigente Mapuche	29/03/2022	Purén	Entrevista
Entrevistada 28	Educadora Escuela Rural	30/03/2022	Chanco, Lumaco	Entrevista
Entrevistado 29	Dirigente Mapuche	31/03/2022	Loncoche	Entrevista
Entrevistado 30	Vecino Mapuche	31/03/2022	Loncoche	Entrevista
Entrevistado 31	Subdirector Académico Educación Superior	01/04/2022	Arauco	Entrevista
Entrevistado 32	Emprendedor Local y Representante Proyecto Apícola	01/04/2022	Curanilahue	Entrevista grupal
Entrevistado 33	Emprendedor Local y Representante Proyecto Apícola	01/04/2022	Curanilahue	Entrevista grupal
Entrevistado 34	Emprendedor Local y Representante Proyecto Apícola	01/04/2022	Curanilahue	Entrevista grupal
Entrevistado 35	Dirigente Vecinal y Vivienda	01/04/2022	Curanilahue	Entrevista
Entrevistado 36	Emprendedor Local	01/04/2022	Arauco	Entrevista
Entrevistada 37	Dirigente Vecinal	01/04/2022	Laraquete	Entrevista

6.4. Técnicas de investigación

Como se menciona en la sección anterior, la metodología para llevar a cabo el levantamiento de información y sistematización de las acciones de relacionamiento comunitario de los socios Corma, es de carácter mixto. Se espera el mismo peso metodológico, tanto de las técnicas cualitativas como cuantitativas de modo que se complementen de la mejor forma para responder al requerimiento.

Las herramientas cualitativas que se utilizaron son:

- Revisión de literatura existente
- Entrevistas semiestructuradas: 15 aplicadas a diversos actores relevantes
- *Focus group*: cuatro aplicados a diversos actores comunitarios, educacionales y gubernamentales
- Análisis de contenido
- Salidas a terreno: se realizaron dos salidas a terreno (de tres y cinco días respectivamente) para tener contacto con las comunidades beneficiarias y las empresas Corma en sus propios territorios.

Las herramientas cuantitativas utilizadas son:

- Construcción y aplicación de instrumentos de medición cuantitativos (matriz de categorías de relacionamiento): serie de preguntas sistematizadas aplicadas a actores relevantes de las acciones de relacionamiento comunitario
- Análisis de datos cuantitativo: análisis de los resultados de las encuestas y análisis descriptivo de los datos recolectados.

6.5. Revisión bibliográfica, entrevistas y grupos focales

Se realizó una revisión bibliográfica de fuentes tales como: investigaciones, artículos y libros generados por profesionales y académicos vinculados a los conflictos ambientales, participación ciudadana, y conceptos de licencia social y relacionamiento comunitario. Por otro lado, se examinaron reportes hechos por las mismas empresas socias de la Corma, ya sean reportes de sustentabilidad y/o reportes de Forest Stewardship Council (FSC) entre 2019 y 2022.

Salidas a terreno

Debido a la dispersión de las empresas asociadas a la Corma por el territorio nacional, fue pertinente realizar dos salidas a terreno para abarcar las zonas en las cuales se implementan las acciones de relacionamiento comunitario y, así, ver y conversar con los beneficiarios y quienes implementan los proyectos y programas de forma presencial a modo de lograr un catastro más profundo y detallado.

Entrevistas semiestructuradas

Primeramente, se diseñó una matriz a partir de la información recolectada en la etapa de revisión bibliográfica sobre las distintas acciones de relacionamiento comunitario y aquellos actores relevantes. A continuación, se elaboró una pauta de entrevista semiestructurada para ser aplicada a actores claves en cada caso de estudio, considerando que cumplieran diversos roles (gerentes, consultores, miembros relevantes de la comunidad, estudiantes, mujeres y disidencias beneficiadas por las acciones de las empresas, representantes municipales, representantes sociales de la comunidad, entre otros).

La incorporación de entrevistas semiestructuradas buscó profundizar en las percepciones de la comunidad y de las mismas empresas, respecto al relacionamiento comunitario.

Focus group

Los *focus groups* o grupos focales fueron utilizados para la presente investigación con el fin de captar la mayor cantidad de percepciones y observaciones de actores de relacionamiento comunitario del sector forestal en las salidas de terreno llevadas a cabo a lo largo del territorio. En este sentido, los grupos focales se presentan como una herramienta ideal para esta investigación en la medida que apunta a formar un grupo de discusión que posibilite el diálogo sobre un asunto en especial, vivido y compartido mediante experiencias comunes, a partir de estímulos específicos para el debate que reciben los participantes. En este sentido, el grupo

focal es un proceso dinámico en el que los participantes intercambian ideas, de forma que sus opiniones pueden ser confirmadas o comentadas por otros participantes (Silveira, Colomé, Heck, Nunes da Silva & Viero, 2015).

Matriz de relacionamiento

El uso de la matriz de relacionamiento y las entrevistas con encargados de las distintas empresas tuvieron como finalidad contabilizar las acciones de relacionamiento comunitario, de forma rápida y estadística. De la misma manera se logró que Corma pueda saber cuántas actividades son llevadas a cabo, por quiénes y el alcance concreto de estas. Con las actividades mencionadas, se pudo hacer un catastro de todas las acciones de relacionamiento comunitario que estén activas y/o por ser llevadas a cabo por las empresas asociadas a la Corma. Del mismo modo, se pudo saber el alcance que han tenido estas acciones y actividades, junto a la cantidad de beneficiarios.

Para la presentación de los resultados del trabajo llevado a cabo, se desglosa la matriz de relacionamiento comunitario por categorías, sus dimensiones y subdimensiones con el fin de lograr un análisis descriptivo a cabalidad de la información recopilada. Para ello, se utilizan las siguientes variables: **tamaño empresa** (grande, mediana, pequeña), **comuna** (donde se lleva a cabo la acción), **permanencia y nivel de relacionamiento** (filantrópico, responsabilidad social y valor compartido) (Porter & Kramer, 2002).

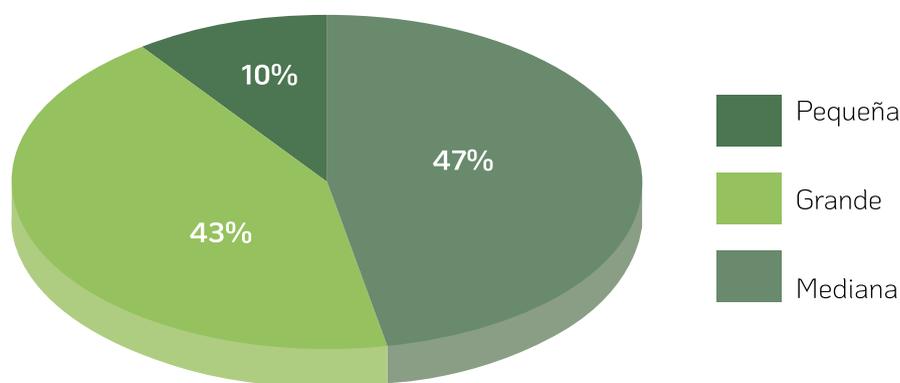
7.1 Resultados generales³

Los resultados generales abarcan un total de **142 comunas** entre la Región de Valparaíso y la Región de Los Lagos,⁴ con acciones de relacionamiento comunitario ejecutadas por el sector forestal. Respecto del alcance, se obtiene un total de **1.815.976 beneficiarios**, que se distribuyen entre **organizaciones civiles y públicas** (2.251) y **Grupos Humanos Pertenecientes a Pueblos Indígenas** (1.102), que corresponden a asociaciones, comunidades, entidades territoriales y civiles pertenecientes a pueblos indígenas. Un número importante de las empresas participantes cuentan con fundaciones que se dedican a velar y desarrollar acciones dirigidas a distintos ámbitos, pero, para fines de este informe, se considerarán las temáticas más relevantes mencionadas por la literatura y los mismos socios.

El trabajo permitió identificar un **total de 634** acciones de relacionamiento comunitario sistematizadas. Al momento de observar cómo se distribuyen estas acciones por tamaño de empresa y nivel de relacionamiento, lo que se ve es una distribución equitativa de las acciones, independiente del tamaño entre empresas pequeñas y medianas. En los siguientes gráficos, se aprecia la distribución mencionada.

GRÁFICO N.º 1

ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO POR TAMAÑO DE LA EMPRESA



³ Fuente gráficos reporte: elaboración propia a partir de la sistematización de acciones de relacionamiento comunitario Corma.

⁴ El área de acciones de relacionamiento del sector forestal se extiende más allá del territorio de operación.

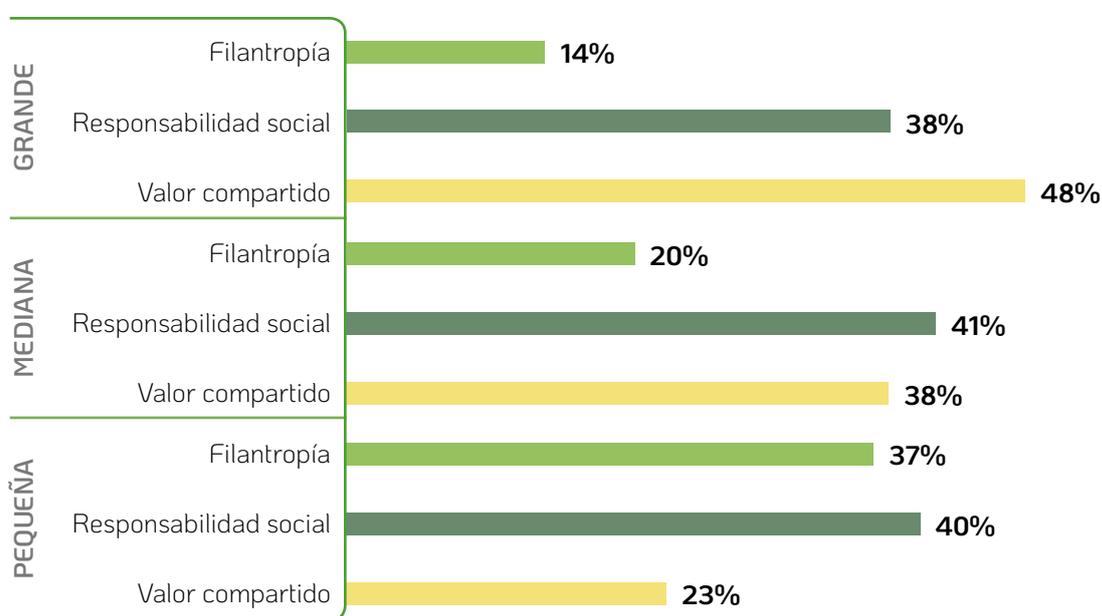
Al observar el **GRÁFICO N.º 1**, es necesario recordar que, para este reporte, se consideraron 14 empresas asociadas al mundo de la madera, de las cuales dos son empresas de tamaño grande, nueve, de tamaño mediano y tres, de tamaño pequeño. De esta manera, al ver la distribución de las acciones de relacionamiento comunitario por tamaño de la empresa, se aprecia que, entre empresas medianas y grandes, no hay diferencias notorias entre la cantidad de acciones realizadas. Mientras las empresas grandes llevan a cabo el 43 % de las acciones, las medianas ejecutan un 47 % y las pequeñas, por motivos de recursos y desarrollo del área de relacionamiento, impulsan un 10 % del total de 634 acciones.

Teniendo en cuenta la información anterior, el **GRÁFICO N.º 2** informa sobre las acciones llevadas a cabo por tamaño de empresa y nivel de relacionamiento.

Al analizar el **GRÁFICO N.º 2**, se evidencia el tipo de acciones desarrolladas por las empresas según su tamaño, ya sea en la forma de filantropía, valor compartido o responsabilidad social. Como se explica en la sección de conceptualización de nivel de relacionamiento, la forma corporativa primaria que tienen las empresas para relacionarse con las comunidades es la de filantropía. En este sentido, no es sorpresa que las empresas más pequeñas tengan un nivel alto de acciones filantrópicas (donaciones) hacia un nivel de responsabilidad social. Esto se puede deber a una adaptación corporativa de migrar de una política filantrópica a una de responsabilidad social en la medida en que tengan posibilidades, no solo en recursos, sino que también en alcance territorial.

GRÁFICO N.º 2

ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO POR TAMAÑO DE LA EMPRESA Y NIVEL DE RELACIONAMIENTO



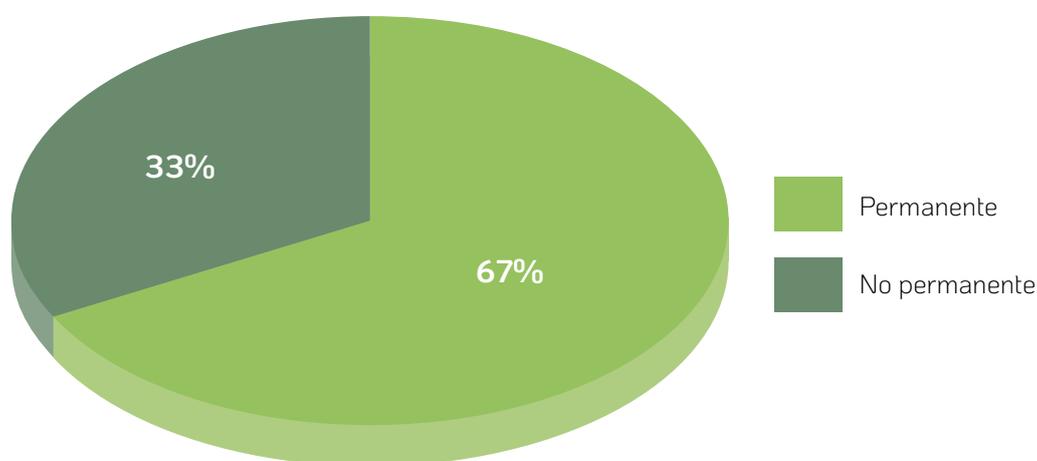
Por otro lado, al observar el nivel de relacionamiento comunitario de empresas medianas, se aprecia una migración de políticas de relacionamiento basadas en la responsabilidad social hacia iniciativas basadas en el valor compartido. Esto se puede deber a un cambio corporativo de dirigir las acciones para que traigan beneficios tanto a la empresa como a la sociedad en que están insertas.

Por último, al observar la distribución de las acciones realizadas por empresas grandes según nivel de relacionamiento, se aprecia una clara tendencia a concentrar sus esfuerzos en llevar a cabo, principalmente, acciones guiadas por un marco de valor compartido. Esto, entendiendo que las empresas de mayor tamaño cuentan con más recursos infraestructurales, administrativos y de capital para poder implementar proyectos de gran envergadura que los benefician tanto a ellos, en términos principalmente económicos, como a la sociedad y comunidades adyacentes.

De esta manera, entendiendo la tendencia por nivel de relacionamiento que tienen las empresas al desarrollar sus planes y acciones de relacionamiento comunitario, es importante considerar el factor de permanencia de estas acciones como forma de cuantificar el impacto de estas en el tiempo. Esto quiere decir acciones que se sostengan en el tiempo y no sean generadas de forma esporádica, para ver el impacto que acciones sistemáticas puedan tener en las empresas y sus comunidades. Para ello, se observa el siguiente gráfico.

GRÁFICO N.º 3

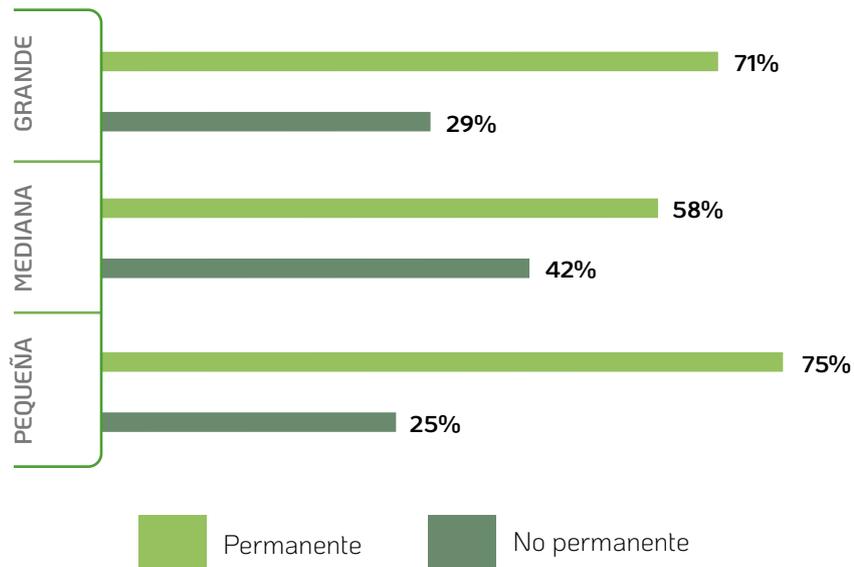
PERMANENCIA DE LAS ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO



Lo relevante del **GRÁFICO N.º 3** es que, en su mayoría, las acciones llevadas a cabo por las empresas participantes del presente reporte son de carácter permanente (67 %); es decir, son acciones que se llevan a cabo como mínimo una vez al año y que se repiten anualmente. Esto demuestra un compromiso por parte del sector a invertir y tener una presencia comunitaria a largo plazo en los territorios en que se encuentran. Sin embargo, a modo de desglose, parece pertinente, considerando las características de este reporte, hacer un análisis de la permanencia según el tamaño que tenga la empresa social. Para ello, el siguiente gráfico muestra la distribución de las acciones permanentes y no permanentes según el tamaño de las empresas.

GRÁFICO N.º 4

PERMANENCIA DE LAS ACCIONES POR TAMAÑO DE LA EMPRESA

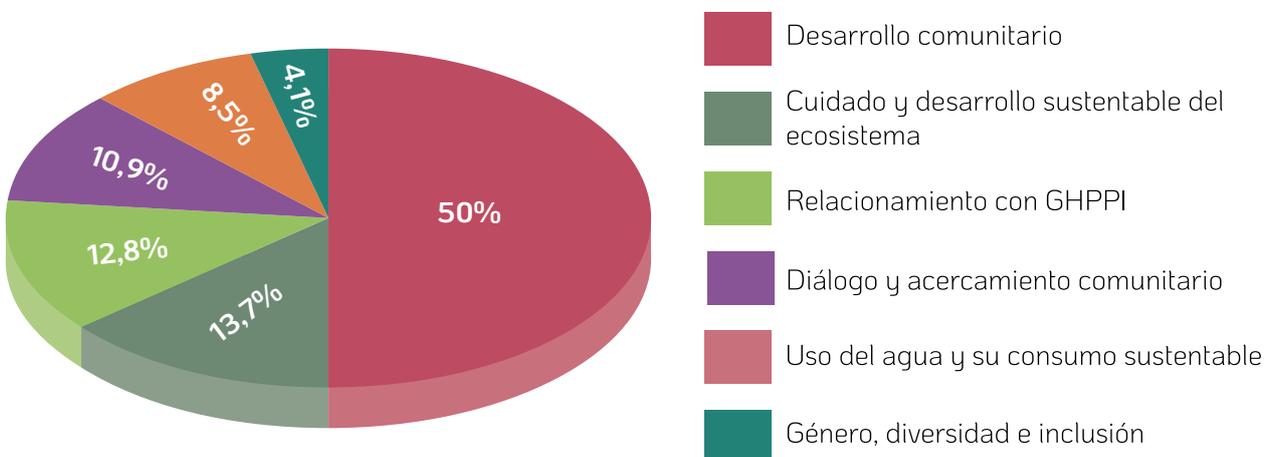


El **GRÁFICO N.º 4** revela una distribución general bastante homogénea según tamaño de empresa, lo cual indica que, a pesar del tamaño y recursos que tenga la empresa socia, tiende a implementar y dirigir esfuerzos económicos y logísticos hacia acciones que tengan constancia y permanencia. Esto es especialmente positivo ya que refuerza la idea del mundo de la madera y sus socios como actores comprometidos, de participación activa y permanente en los territorios en los que se encuentran.

Considerando los resultados bases para el reporte, a continuación se presenta la distribución de las acciones por las categorías de relacionamiento comunitario utilizadas para llevar a cabo la investigación y sistematización de esta.

GRÁFICO N.º 5

DISTRIBUCIÓN DE ACCIONES DE RELACIONAMIENTO COMUNITARIO POR CATEGORÍA



Lo que se observa en el **GRÁFICO N.º 5** es que, del total de acciones sistematizadas, cerca de la mitad corresponde a acciones asociadas a la categoría Desarrollo comunitario. Esto es seguido por la categoría de Cuidado y desarrollo sustentable del ecosistema, que considera todas las acciones que buscan velar por el cuidado de los recursos naturales asociados al bosque y al entorno del sector forestal y sus comunidades aledañas. La tercera categoría con mayor concentración de acciones corresponde a Relacionamiento con Grupos Humanos Participantes de Pueblos Indígenas (GHPPI) lo que no es una sorpresa para el sector forestal, debido a la larga historia del rubro con los pueblos originarios a lo largo y ancho del territorio chileno (Frêne & Núñez, 2010; Barrena, Hernando & Rojas, 2016).

Por último, las acciones menos numerosas en el sector corresponden al Uso del agua y consumo sustentable, así como acciones orientadas al Género, diversidad e inclusión, relevante para que las empresas puedan identificar sus fortalezas y debilidades en cuanto a los desafíos que tienen por delante para el relacionamiento comunitario.

Un número importante de las empresas participantes cuentan con fundaciones que se dedican a velar y desarrollar acciones dirigidas a distintos ámbitos, pero, para fines de este reporte, se consideran las acciones, tanto de las fundaciones y organizaciones sociales asociadas a las empresas como acciones implementadas directamente por las empresas.

Las categorías mencionadas y aquellas ilustradas en el gráfico se analizan y desglosan en las siguientes secciones.



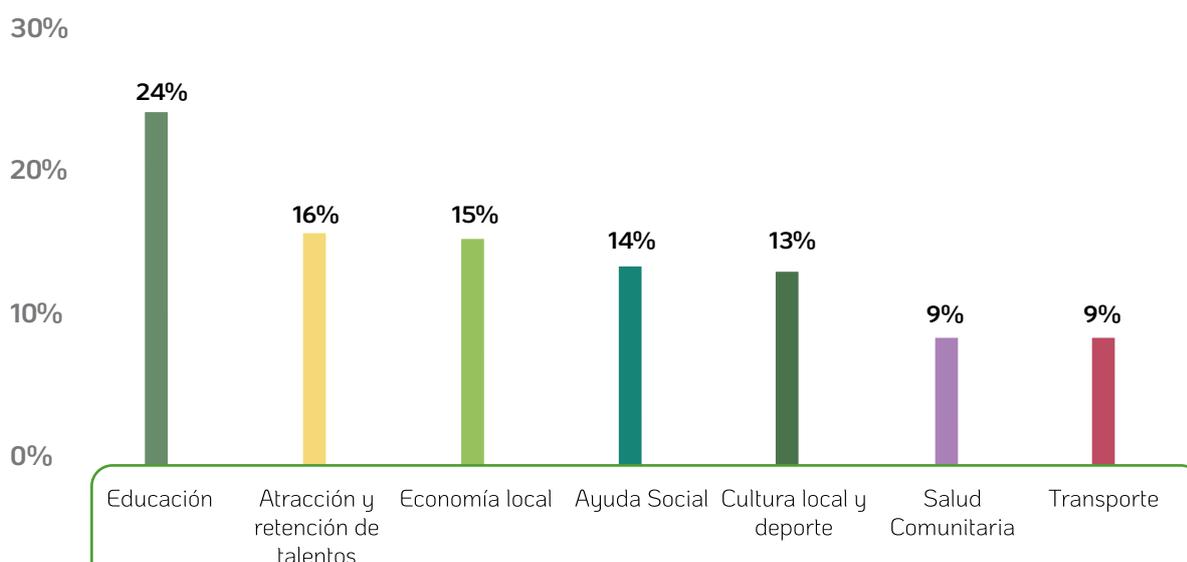
7.2 Desarrollo comunitario

La primera categoría para analizar es la de **desarrollo comunitario**, que está conformada a partir de siete dimensiones que buscan abarcar todas las acciones asociadas al desarrollo propio de las comunidades en términos sociales, económicos y culturales.

Al ahondar en esta categoría con las empresas participantes, se logró sistematizar un total de 317 acciones, las cuales se encuentran distribuidas según dimensión de la siguiente manera:

GRÁFICO N.º 6

ACCIONES DE DESARROLLO COMUNITARIO POR DIMENSIÓN

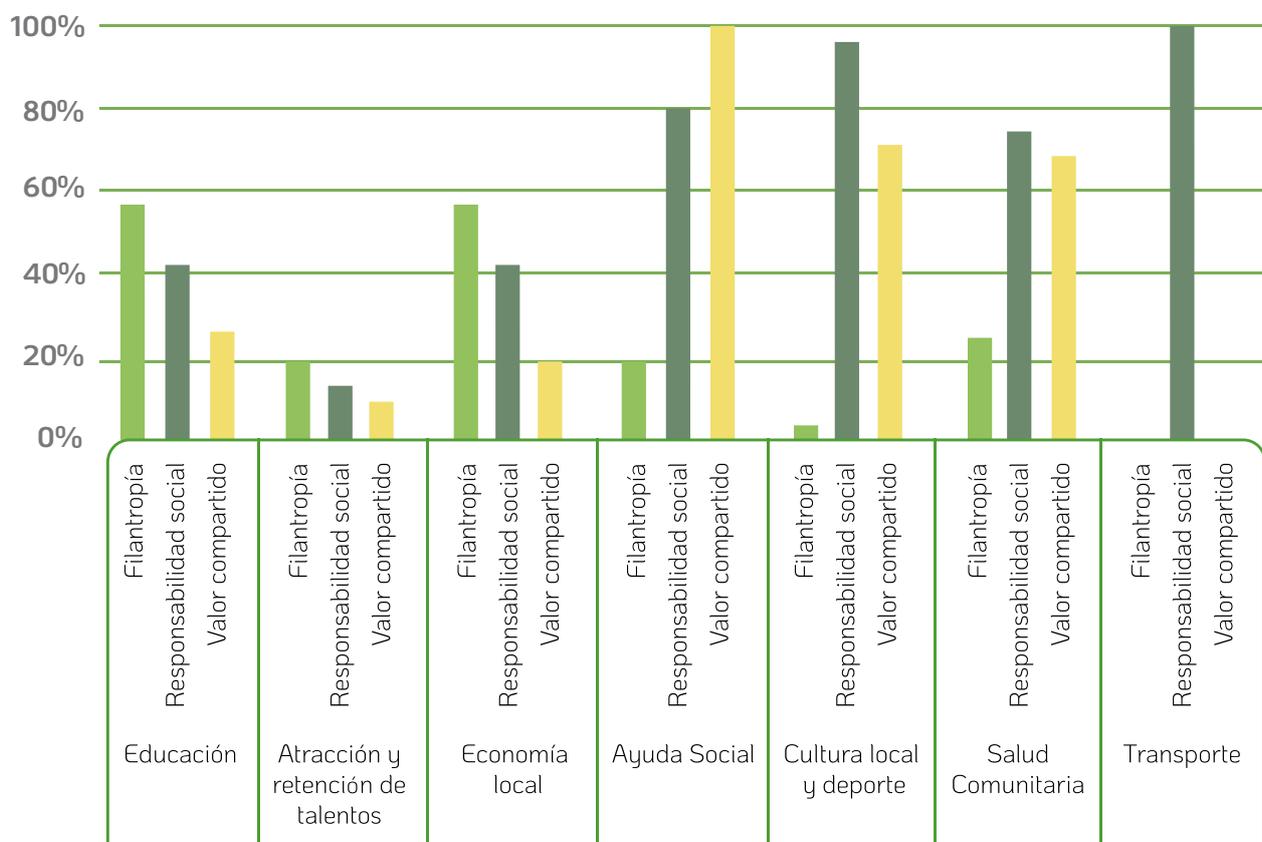


Al observar el **GRÁFICO N.º 6**, se puede apreciar una concentración de acciones asociadas a la educación de las comunidades (24 %), seguida por atracción y retención de talentos (16 %) y economía local (15 %). Aquellas acciones que apuntan al transporte, por otro lado, corresponden a la dimensión con la menor cantidad de acciones desarrolladas por el sector. Sin embargo, esto último no se presenta como problema al ser, principalmente, políticas implementadas por todas las empresas para la mitigación voluntaria del impacto que tiene el transporte y paso de camiones madereros.

Respecto de la localización de estas acciones en el territorio, 129 comunas cuentan con acciones de desarrollo comunitario y la mayor cantidad de estas se concentra en Cabrero, Constitución, Arauco y Nacimiento. Esto último se explica por la ubicación de las distintas industrias madereras; por lo tanto, es consistente que las comunas mencionadas reflejen la mayor cantidad de acciones gestionadas al estar las industrias localizadas en ellas y recibir mayores recursos.

GRÁFICO N.º 7

ACCIONES DE DESARROLLO COMUNITARIO POR DIMENSIÓN Y NIVEL DE RELACIONAMIENTO



Ahora bien, teniendo en cuenta la información en el **GRÁFICO N.º 7** parece pertinente ahondar en la naturaleza de las acciones de desarrollo comunitario en cuanto al nivel de relacionamiento que tienen. Al observar la información expuesta en el gráfico anterior, se puede ver que, principalmente, los tipos de relacionamiento que priman en cada dimensión están en línea con la definición propia de cada una de estas. En **educación**, prima el valor compartido como nivel de relacionamiento con un 45 % de las acciones, lo que se debe, principalmente, a la naturaleza de las acciones asociadas a educación que apuntan a la capacitación de comunidades en labores del sector forestal (industria, faena e incluso incendios).



De la misma manera que en educación, las acciones asociadas a la **atracción y retención de talentos** también cuentan con una tendencia hacia un nivel de relacionamiento de valor compartido con un 45 %. Esto, al igual que la dimensión anterior, se vincula con la naturaleza de la dimensión que busca atraer e incorporar a las comunidades a las labores y el óptimo desarrollo del sector forestal. Aquí, las acciones van a ir en línea con la contratación de vecinos/as en puestos vacantes, pero más importante aún, la incorporación de vecinas y vecinos en la cadena productiva del sector como proveedores locales.

Siguiendo la misma tendencia de las dos dimensiones ya analizadas, la dimensión **economía local** también cuenta con la mayor concentración (48 %) de las acciones guiadas bajo un principio de valor compartido. Estos resultados van en la línea de acciones asociadas a la creación y financiamiento de campos, viveros y huertas comunitarias para el beneficio tanto de las comunidades como de los socios (viveros de bosque nativo, por ejemplo) y acciones en la línea de asesorías, capacitaciones y mentorías a emprendedores locales (capacitaciones en hotelería, turismo) en zonas en las que se desarrollen faenas y/o desarrollo industrial.

Los resultados respecto del nivel de relacionamiento para **ayuda social** calzan con la definición, tanto de ayuda social como del nivel de relacionamiento que prima. Al corresponder la ayuda social principalmente a acciones basadas en donaciones y aportes a organizaciones sociales y personas en situación de vulnerabilidad tiene sentido que el 88 % de estas acciones sean asociadas a la filantropía. Las acciones asociadas a este nivel se desarrollan en relación con programas de vivienda y subsidios para las comunidades y acciones asociadas a donaciones de alimentos. Esta dimensión, para el propósito de este reporte, se vio especialmente afectada por la pandemia, pues las empresas socias participantes concentraron sus esfuerzos en contribuir a aplacar la compleja situación socioeconómica y sanitaria que vivía el país.

Al observar la dimensión de **Cultura local y deporte**, se ve una distribución similar entre acciones filantrópicas y acciones asociadas a la responsabilidad social. Sin embargo, más de la mitad (56 %) corresponde a acciones guiadas bajo un principio de responsabilidad, en la línea de alianza con centros culturales en los territorios que se encuentran y el desarrollo y apoyo del deporte. Esto último se refiere, principalmente, a acciones asociadas al fútbol en la forma de campamentos para niños y Copa de la Empresa en la cual participan tanto comunidades como colaboradores de la empresa.

Respecto de la dimensión asociada a acciones en la línea de **salud comunitaria**, al igual que el caso de ayuda social, las acciones se concentran en los niveles de relacionamiento de filantropía y responsabilidad social. La responsabilidad social, sin embargo, es el nivel que concentra cerca de la mitad de las acciones (44 %), lo cual se condice con la naturaleza de la dimensión al ser, principalmente, acciones implementadas en respuesta a cooperar con la situación país por la crisis por covid-19. Las acciones están orientadas a la entrega de exámenes PCR a la comunidad y aportes a hospitales y centros de salud pública.

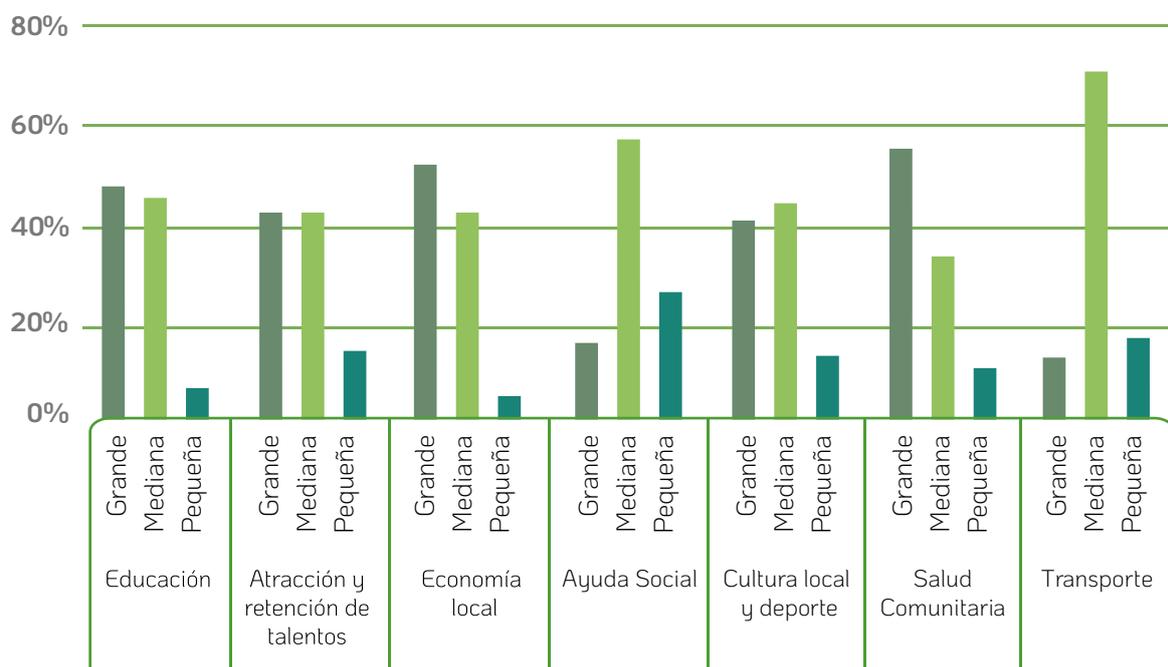


Debido a la definición de las acciones asociadas a la dimensión de **transporte**, orientadas al impacto del transporte de productos madereros, los resultados expuestos tienen sentido que sean, en su totalidad, acciones asociadas a la responsabilidad social, ya que se refieren a los planes e iniciativas voluntarias dirigidas a gestionar el impacto de los camiones y las operaciones forestales en las comunidades y territorios en los que se encuentran.

Dados estos hallazgos, surge el interés por profundizar en la distribución de acciones de desarrollo comunitario, según el tamaño de las empresas, referente a las dimensiones revisadas anteriormente. Para ello, el siguiente gráfico resume los resultados que se detectaron:

GRÁFICO N.º 8

ACCIONES DE DESARROLLO COMUNITARIO POR DIMENSIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

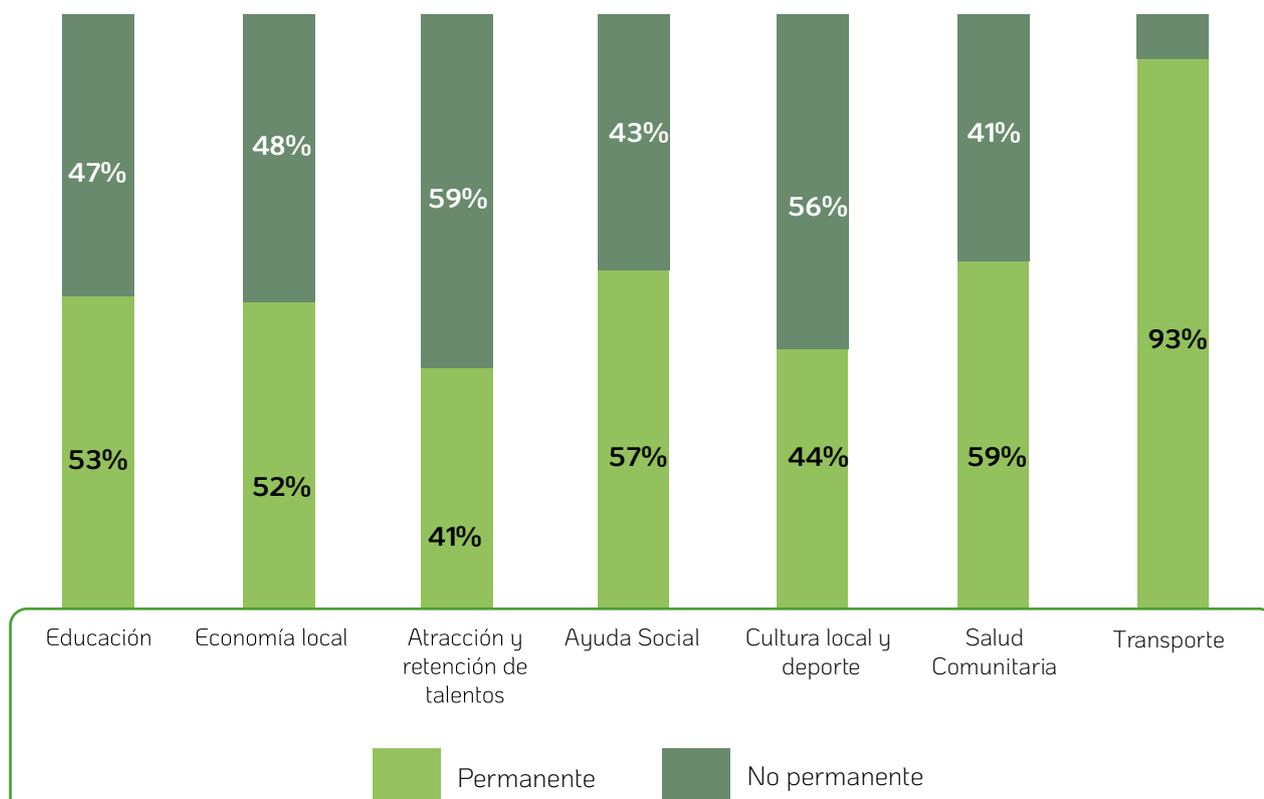


De acuerdo con el **GRÁFICO N.º 8**, se observa, a modo general, que, en las dimensiones de **educación, economía local y salud comunitaria**, las empresas de tamaño grande concentran la mayor cantidad de acciones, seguidas por las empresas de tamaño mediano. Sin embargo, al observar las dimensiones de **ayuda social, Cultura local y deporte y transporte**, se aprecia una distribución en la cual las empresas de tamaño mediano concentran la mayor cantidad de acciones. Este se condice con lo expresado en el **GRÁFICO N.º 8** de acciones de relacionamiento comunitario por tamaño de la empresa, donde la distribución de las acciones se centra, principalmente, en las empresas grandes y medianas del sector.

Para finalizar esta sección y con el objetivo de estudiar la relación entre la permanencia de las acciones según tipo de acción, el gráfico a continuación ilustra la distribución de ambas variables.

GRÁFICO N.º 9

PERMANENCIA DE ACCIONES DE DESARROLLO COMUNITARIO POR DIMENSIÓN



En el **GRÁFICO N.º 9** se observa que las distribuciones entre acciones permanentes y no permanentes de las empresas son similares para la mayoría de las dimensiones estudiadas en este reporte. Sin embargo, cabe detenerse en los casos de **ayuda social** y **salud comunitaria**, en los que prima la no permanencia de las acciones (57 % y 59 %) y por lo tanto corresponde a relacionamientos esporádicos con su entorno. Esto tiene sentido al considerar que las acciones que fueron sistematizadas para el presente reporte reflejan el quehacer desde 2020 en adelante, con un impacto de crisis social y pandemia. Esta es, por lo tanto, una de las posibles explicaciones detrás del comportamiento de estas acciones, donde la baja permanencia en ambas dimensiones se encuentra ligada a acciones filantrópicas en pos de mitigar la crisis sanitaria mediante donaciones específicas durante la pandemia. Al terminar las cuarentenas y el estado de excepción asociadas a esta, las acciones disminuyeron de la misma manera.

A diferencia de las dimensiones mencionadas anteriormente, **atracción y retención de talentos** junto a la dimensión **transporte** contienen acciones que se realizan principalmente de forma permanente. Para el caso de atracción y retención de talentos, esto es positivo al ser indicador del compromiso del sector forestal por aportar a la contratación e introducción de las comunidades a las empresas, entregando trabajos de forma continua y comprometida. Para el caso de **transporte**, en tanto, esto es especialmente positivo ya que un 97 % de las acciones son permanentes, lo que refleja el compromiso del sector al gestionar el impacto que tiene la extracción y transporte de maderas para las comunidades aledañas.

En general, el análisis de la permanencia de las acciones indica un compromiso de las empresas a colaborar y participar activamente en todas las dimensiones de desarrollo comunitario en los territorios y comunidades en las que se encuentran. A su vez permite identificar el carácter de estas y comprender la fluctuación que existe en la alta actividad que podría darse en una determinada dimensión como fue el caso de salud comunitaria durante los últimos años, en función de las necesidades que su entorno expresa.

Ahora, se da paso al análisis desglosado de las dimensiones de desarrollo comunitario del sector forestal, con el fin de comprender a cabalidad sus alcances.

Educación

En esta dimensión, se lograron sistematizar **77 acciones**, con un alcance de **422.594 beneficiarios**, que se distribuyen en **75 comunas**. Las comunas de Cabrero y Nacimiento concentran la mayor cantidad de acciones. Estas acciones están distribuidas en las siguientes subdimensiones:

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Talleres, cursos y programas educativos	20
Construcción y/o financiamiento de establecimientos educacionales	19
Capacitaciones profesionales	17
Programas de capacitación para incendios	14
Becas universitarias y técnico-profesionales	7

Sobre los **talleres, cursos y programas educativos**, las empresas socias Corma reportan un interés por acciones que beneficien a las comunidades como un todo, donde quien quiera participar tenga acceso a ellos. En esta línea, las acciones van desde talleres de liderazgo para dirigentes sociales a talleres a solicitud de las comunidades para satisfacer necesidades puntuales como talleres recreativos (panadería y peluquería, entre otros).

Respecto de la **construcción y/o financiamiento de establecimientos educacionales**, las acciones varían según el capital económico disponible que tengan las empresas, donde las empresas de mayor tamaño van a contar con mayor alcance. Aquellas acciones que requieran una mayor inversión, tales como los campus Duoc UC Nacimiento y Arauco, son implementadas de la mano de fundaciones y organizaciones educacionales. Sin embargo, se reportaron a su vez acciones particulares como donaciones dirigidas a solicitud de las comunidades, que son administradas y entregadas por cada empresa a distintas instituciones. Esto último puede ser ejemplificado con donaciones que van desde donaciones de leña y alimentos a la entrega de antenas que permitan el acceso a internet, beneficiando no solo a escuelas, sino que a comunidades enteras. Este es el caso de la localidad de Chanco en Lumaco, que contaba con todos los equipos necesarios para acceder a internet, pero no con una conexión a la red propiamente tal. Con la ayuda de una empresa socia Corma, hoy la escuela de este territorio cuenta con internet Starlink, lo que les permite mejorar la calidad de vida de sus alumnos y alumnas.

Por otro lado, las acciones asociadas a **capacitaciones profesionales** abarcan un amplio rango que va desde capacitaciones en oficios relevantes para las comunidades y territorios, tales como capacitaciones artesanales o guiadas al propio rubro del sector forestal. Estas últimas corresponden, por ejemplo, a programas de formación de motosierras, manejo de logística e incluso capacitaciones que permiten la empleabilidad de vecinos en la industria forestal en distintas áreas.

Sobre los programas de **capacitación en prevención de incendios**, las acciones reportadas están cubiertas por todas las empresas del sector, al ser este un tema relevante para el rubro forestal. En esta línea, se incluyen iniciativas como la *Red de Prevención Comunitaria de Incendios*, capacitaciones *Combate incendios Corma* y juntas de vigilancia comunitaria.



En las acciones mencionadas sobre incendios, sobresale el rol que ha tenido la participación activa de empresas socias Corma en la Red de Prevención Comunitaria de Incendios (RPC). Esta iniciativa tiene como fin desarrollar una alianza colaborativa entre vecinos, empresas, entidades públicas y organizaciones sociales con el propósito de prevenir incendios de forma colaborativa y permanente. A partir de esta alianza y para la temporada 2020-2021, se logró trabajar en **80 comunas con 345 comités colaborativos y 4.200 vecinos, realizando 4.133 medidas preventivas de incendios** (CONAF, 2022).

Al observar en qué consisten las medidas realizadas por la RPC, estas apuntan a la educación y capacitación local respecto de la prevención y riesgos que significan los incendios en los territorios. Dentro de estas medidas, se aprecian tres categorías:

- Acciones preventivas: medidas como silvicultura preventiva, limpieza y despejes de entornos, accesos y viviendas.
- Educación para la prevención: campañas puerta a puerta (educando vecinos), operativos carreteros, talleres y capacitaciones.
- Reacción coordinada: medidas como implementación de protocolos de emergencia, señalética comunitaria y simulacros de emergencia.

Respecto de las acciones de desarrollo comunitario asociadas a la entrega de **becas universitarias y técnicas**, varias de ellas se vieron paralizadas por la situación sanitaria, ya que las empresas concentraron las energías y recursos en otras áreas. Sin embargo, se reportaron siete acciones de este tipo en la línea de becas de aportes económicos para estudiantes rurales, becas para la educación superior y, a escala mayor, programas asociados a fundaciones con el fin de potenciar la educación superior en los territorios en los que se encuentren.

Atracción y retención de talentos

Al ahondar en las acciones de desarrollo comunitario asociadas a la **atracción y retención de talentos**, se lograron sistematizar **49 acciones**, con un alcance de **57.062 beneficiarios**. Las acciones están distribuidas en las siguientes subdimensiones:

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Contratación de mano de obra local	17
Financiamiento directo a emprendimientos locales	13
Uso de proveedores locales	11
Participación en ferias laborales	5
Levantamiento de información sobre cesantía local	3

Respecto de estas subdimensiones y teniendo en cuenta la distribución anterior, los resultados arrojan que, al hablar de **contratación de mano de obra local**, todas las empresas participantes del reporte declaran tener iniciativas que consideran la absorción de mano de obra local en la medida en que los requerimientos de la industria lo ameriten. La acción principal en esta subdimensión es entonces la incorporación de una política corporativa para la absorción de mano de obra local. Para lograr lo anterior, tres de las 14 empresas participantes reportaron impulsar un trabajo directo con organizaciones públicas como las Oficinas Municipales de Información Laboral (OMIL), para así llevar un mapeo de las necesidades laborales en los territorios en las que se encuentran.

Asociada a la subdimensión anterior, para poder incorporar a los vecinos al sector forestal desde el empleo, cinco empresas presentes en el estudio declararon participar en ferias laborales en los territorios, ampliando las instancias de los vecinos para optar a trabajos en el rubro. De la misma forma, cuatro empresas declararon realizar catastros periódicos respecto del nivel de cesantía en los territorios en que se encuentran para colaborar en la medida en que sea posible.

Al observar las subdimensiones que apuntan al **trabajo con emprendimientos y pymes** y al ahondar en acciones que beneficien a estos emprendedores locales, se aprecia que las empresas declaran 11 acciones de este tipo. Las iniciativas van desde donaciones dirigidas a emprendimiento (dinero, equipos y materiales) a casos particulares de empresas de mayor tamaño con programas dedicados a apoyar al surgimiento de pymes como programas de reactivación durante y pospandemia.

Otra forma en que las empresas logran atraer y retener talentos, es a partir del **uso de proveedores locales**. En esta subdimensión se sistematizaron 11 acciones, en beneficio de 30.958 personas en los territorios del sector forestal. Cuando se considera el uso de proveedores locales, las empresas más grandes cuentan hoy con programas dedicados a la producción de valor compartido mediante el trabajo en conjunto con los emprendimientos, pymes y negocios locales. Programas como *Juega local* identifican proveedores locales y los invitan a participar en procesos de licitación para suministrar diferentes servicios en toda la línea de producción de la empresa, lo que ha sido beneficioso para las comunidades cercanas a esta empresa particular.





Economía local

La economía local es un área relevante a la que toda empresa socia Corma busca desarrollar y aportar. A partir del trabajo de investigación para este reporte, se lograron sistematizar **50 acciones** asociadas a la economía local, con **231.865 beneficiarios**. Las acciones están distribuidas en las siguientes siete subdimensiones:

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Financiamiento de campos, huertas y viveros comunitarios para el uso local e industrial	12
Apoyo y financiamiento de oficios locales	10
Desarrollo del turismo local	8
Asesorías, mentorías y capacitaciones profesionales a pymes y emprendimientos locales.	6
Financiamiento de proyectos con impacto ciudadano	5
Disposición de bonos y fondos concursables para el desarrollo económico	5
Facilitación de espacios físicos concretos para el turismo y exposición y venta de productos locales.	4

Al realizar las entrevistas con las empresas socias, la subdimensión **financiamiento de campos, huertas y viveros comunitarios** concentró las acciones en mayor medida. En esta línea, las empresas contribuyen principalmente a través de iniciativas como convenios de pastoreo, que permite que vecinos y comunidades accedan a predios y campos forestales con fines de recolección. Esto contribuye a la economía local en la medida en que vecinos puedan vender productos como hongos, frutos de árboles nativos (piñones), plantas medicinales y alimentos varios (nalca, frambuesas, hortalizas) recolectados en los bosques del sector forestal.

Una medida directa en la que empresas aportan a la economía local es con **apoyo y financiamiento de oficios locales**. En esta subdimensión se sistematizaron 10 acciones, que oscilan entre apoyo a artesanos (Artesanas Comunidad María Colipi) y proyectos de mayor envergadura que significan inversión a gran escala en actividades asociadas a artesanos y practicantes de oficios. Esto último se concentra en acciones como capacitaciones a personas que trabajan con recursos naturales, por ejemplo, el programa *Recolectores del bosque*, que capacita a mujeres y hombres que trabajan en la recolección de hongos y nalcas y a apicultores que se benefician de los bosques para la producción de miel. Otra gran acción en esta subdimensión es la llamada Fibra local, que cual invita y concentra a distintas artesanas y artesanos que busquen emprender y vender sus productos.

Otra área en la que el sector forestal ha participado históricamente es la del **turismo local** en los territorios en que se encuentran. En esta línea, las acciones más emblemáticas son letreros con nombres de ciudades (Los Ángeles y Arauco), proyecto *Rutas fluviales de la Araucanía* y comodatos turísticos (formato de parques y bosques turísticos). En esta subdimensión, se identificaron **134.283 beneficiarios** directos.

Así mismo, las empresas participantes presentaron, a través de sus acciones, un interés por capacitar y asesorar a los emprendedores locales desde proyectos como fortalecimiento del emprendimiento local, asesorías técnicas (Nocha Malén) y, en el caso de estar desarrollando proyectos de gran envergadura, acciones como capacitaciones en hotelería, salubridad, transporte y alimentación, con el fin de atender a la población flotante vinculada a la industria.

En estas últimas tres subdimensiones, destacaron la posibilidad de las comunidades de aprovechar los productos forestales no madereros, el acceso a espacios concretos construidos y facilitados por empresas del mundo de la madera en los cuales pudiesen vender sus productos y artesanías (Fibra local y ferias, entre otras) y acceso a fondos y bonos concursables dispuestos por las empresas para el goce de las comunidades y emprendedores. En total, estas subdimensiones sumaron 12 acciones.

Ayuda social

Al ahondar en las acciones que las empresas llevan a cabo asociadas a **ayuda social** como parte de su relacionamiento comunitario, se lograron sistematizar **42 acciones**. Un total de **51.530 personas** han recibido aportes y ayuda por parte de empresas socias Corma en **80 comunas** de la macrozona sur, siendo la comuna de Constitución donde se concentra la mayor cantidad de estas acciones.

Para captar en detalle en qué consisten estas ayudas sociales, se generaron cuatro subdimensiones que contienen la siguiente distribución de acciones:

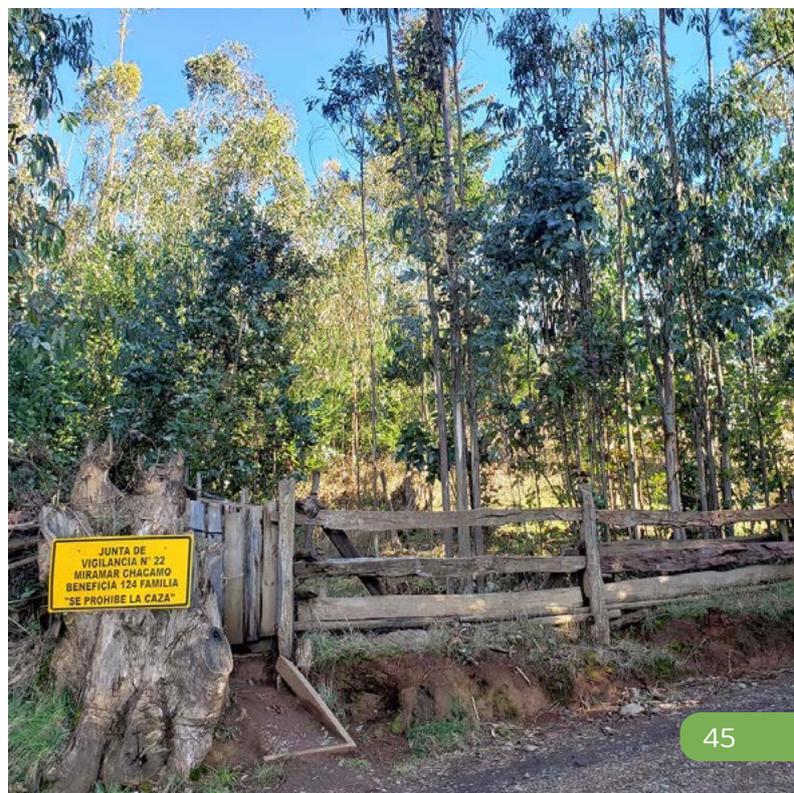
SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Programas de viviendas y/o subsidios sociales a personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica.	22
Seguridad alimentaria de la comunidad (ollas comunes, casinos, cajas de alimentos)	18
Apoyo en carencias energéticas de las comunidades (eléctrica y/o calor).	1
Apoyo material para infraestructura menor (caminos vecinales y horas máquina)	1

Como se puede observar en la tabla anterior, la subdimensión que concentra la mayor cantidad de acciones realizadas por las empresas participantes es la de implemento de **programas de vivienda y/o subsidios sociales a personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica**. Las principales acciones llevadas a cabo fueron aquellas de políticas de donación de leña a vecinos y comunidades aledañas a faenas, al igual que donaciones dirigidas en calidad de materiales y ayuda económica. Estas acciones fueron impulsadas de la misma manera, pero a diferente escala, por la mayoría de las empresas participantes.

En esta misma línea, otra acción relevante asociada a la subdimensión anterior corresponde a los programas de vivienda y donaciones a personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica. Las empresas más grandes del sector cuentan con programas y áreas dedicadas a la formulación de soluciones de vivienda para comunidades en las que se encuentran. Ejemplos emblemáticos de ello son las poblaciones construidas por estas empresas en asociación con el sistema público en comunas tales como Constitución y Curanilahue. Sin embargo, existen acciones de este estilo a menor escala en las que empresas de tamaño mediano y pequeño hacen donaciones dirigidas a personas específicas en situación de vulnerabilidad, como la donación de madera para la construcción de la casa de una mujer en situación de calle en Constitución. Ejemplos como el anterior abundan si bien se realizan a menor escala a través de donaciones de madera y/o casas prefabricadas.

Otra de las subdimensiones de ayuda social se centra en toda acción dedicada a aportar a la **vulnerabilidad en términos de alimentación** de las comunidades en las que las empresas participantes se sitúan. Estas acciones van principalmente en la línea de entrega de alimentos, ya sea como cajas de mercadería o donaciones dirigidas a particulares y organizaciones sociales (desayunos, dulces, entre otras).

Las últimas dos subdimensiones cuentan con un total acumulado de dos acciones registradas. En primer lugar, para la subdimensión de **apoyo a carencias energéticas** destaca la donación de paneles solares por una de las empresas participantes para permitir el acceso a electricidad en una comunidad de Curacautín. Por otro lado, la última subdimensión contempla la acción de **entrega de apoyo material en infraestructura menor**; es decir, aportes en arreglo de caminos vecinales y donaciones de horas-máquina para las diversas necesidades que pueda tener la comunidad.





Cultura local y deporte

En la dimensión de Cultura local y deporte, se observa la sistematización de **43 acciones**, que favorecen a un total de **79.743 personas** en **27 comunas** de la macrozona forestal, en que Constitución concentra la mayor cantidad de estas. Las acciones asociadas a Cultura local y deporte se clasifican en las siguientes subdimensiones:

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Alianzas con teatros y fundaciones culturales	20
Acciones relacionadas al deporte	23

Respecto de la **alianza con teatros y fundaciones culturales**, las acciones realizadas por las empresas participantes están dirigidas hacia actividades recreativas y artísticas en la comunidad (*Cine al aire libre*, por ejemplo), trabajo con centros culturales (bibliotecas y teatros), financiamiento de espacios comunitarios y sedes sociales, al igual que inversión y participación en museos.

En la subdimensión asociada a acciones **relacionadas al deporte**, se observan iniciativas como apoyo a deportistas y seleccionados nacionales, actividades deportivas como fútbol y maratones para las comunidades y financiamiento de clubes deportivos, esto ya sea a nivel nacional (La Roja) o a nivel comunitario (liga de fútbol local).

Salud comunitaria

Respecto de las acciones de desarrollo comunitario asociadas a la salud pública y local, se sistematizaron **27 acciones** que favorecen a **41.210 beneficiarios**. Estas acciones fueron y/o son llevadas a cabo en 23 comunas a lo largo del país, donde Cabrero y Los Ángeles concentran el mayor número. Para comprender mejor los resultados y acciones, la dimensión fue dividida en las siguientes subdimensiones:

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Financiamiento de salud pública local	22
Etnomedicina Mapuche	5

Las acciones sistematizadas fueron recopiladas de estudios, reportes e informes de las empresas participantes desde 2020 en adelante, por lo que existe una tendencia a acciones asociadas principalmente al aporte y gestión del sector en torno a la crisis sanitaria.

Al analizar la primera subdimensión respecto del **financiamiento a la salud pública local**, se observan, principalmente, acciones en la línea de donaciones dirigidas al servicio público (mascarillas, guantes y kits de protección), facilitación y habilitación de hospitales de emergencia (pandemia) y entrega de PCR a la comunidad. En menor medida, emergen acciones asociadas a comodatos para hospitales y mejoras en la infraestructura de la salud pública local.

En la dimensión asociada a la **etnomedicina mapuche**, se sistematizaron cinco acciones, que se alinean con la idea de colaboración entre empresas del sector forestal con comunidades Mapuche en la medida que se permita la plantación y recolección de plantas medicinales en los predios que se encuentren en terrenos forestales y/o a partir de la entrega de tierras a las comunidades con el propósito de cultivar plantas medicinales.

Transporte

En la dimensión **transporte**, el 95% de estas acciones están asociadas a un plan de buenas prácticas implementadas por las empresas en favor de la convivencia y mitigación de impacto que tienen en los territorios en los que operan⁵.

En esta dimensión, se sistematizaron **29 acciones**, que benefician a un total de **3.800 personas** en **103 comunas** donde se desarrollan las actividades del sector forestal. Para el análisis de esta dimensión, se consideraron todas las acciones asociadas a la mitigación de impactos del transporte de la madera por parte de las empresas participantes.

Sobre esto último, se consideraron de igual manera las acciones de gestión comunitaria aplicadas por las 14 empresas participantes en el presente estudio. Esta gestión comunitaria consiste en los planes permanentes que aplican las empresas en torno al polvo y ruido que produce el transporte de material y se centra en la reparación de caminos, uso de camiones aljibes y matapolvo para mitigar el impacto.

⁵ Las empresas no cuentan con beneficios económicos asociados a estas prácticas.

Por otro lado, se sistematizó la acción de realizar actas al comienzo y fin de la faena junto a las comunidades con el fin de acordar horarios de transporte y mitigación de los impactos que este tenga. Esta acción es realizada de forma permanente por seis empresas participantes del reporte.

Para esta dimensión fue necesario dar cuenta también del complejo contexto imperante en la macrozona sur. Al preguntar si las empresas contaban con protocolos de seguridad asociados a las faenas y labores productivas, 10 empresas declararon tenerlos. Con estos protocolos, las empresas buscan proteger a los colaboradores del sector forestal de los riesgos que significa trabajar en zonas conflictivas.

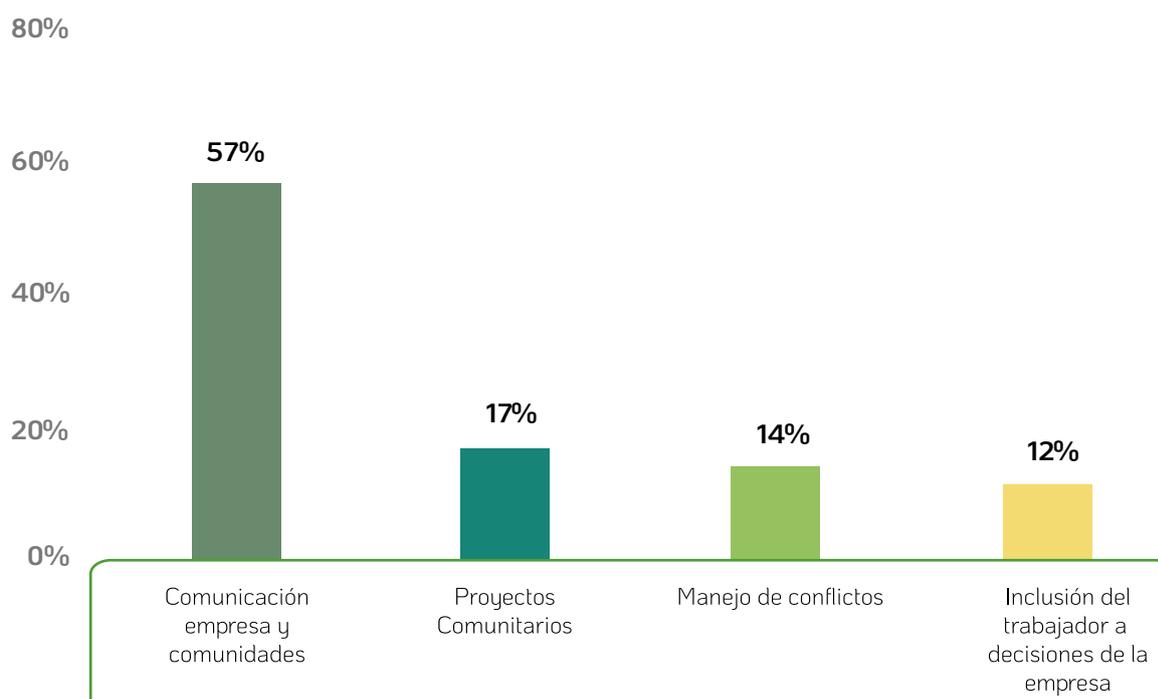
7.3 Instancias de diálogo y acercamiento comunitario

En la segunda categoría de la matriz de acciones de relacionamiento comunitario se encuentran las **instancias de diálogo y acercamiento comunitario**, en que se observaron **69 acciones** atribuidas a esta categoría con **28.134 beneficiarios** en **47 comunas** del país. En esta dimensión se buscó identificar aquellas acciones que realizan las empresas del sector forestal, ligadas al acercamiento y trabajo directo con las comunidades. Por ello, se subdividió la categoría en cuatro dimensiones que abarquen de la mejor manera estas acciones.

A continuación, se presenta la distribución de las acciones mencionadas en sus respectivas dimensiones.

GRÁFICO N.º 10

ACCIONES DE DIÁLOGO Y ACERCAMIENTO COMUNITARIO POR DIMENSIÓN

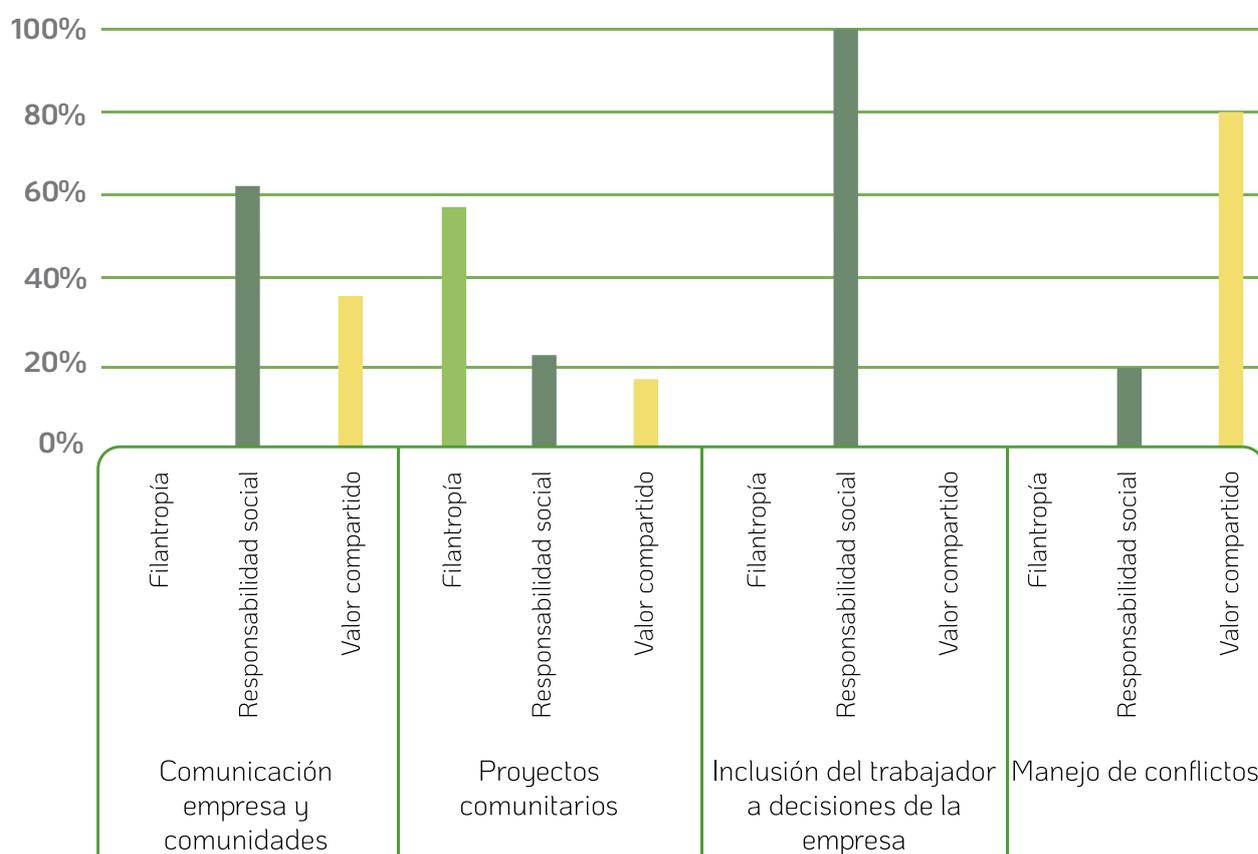


El **GRÁFICO N.º 10** destaca que más de la mitad de las acciones pertenecientes a la categoría expuesta corresponden a comunicación entre la empresa y las comunidades y abarcan medidas e iniciativas como el establecimiento de líneas y mesas de diálogo y acciones de trabajo directo con organizaciones arraigadas a las comunidades. Las dimensiones que siguen con menor cantidad están asociadas a proyectos comunitarios (17 %), acciones dirigidas al manejo de conflicto con comunidades e individuos (14 %) y, por último, acciones dirigidas a establecer diálogo con los trabajadores del sector, actores claves de la comunidad (12 %). Esta última dimensión abarca la temática de sindicalización dentro de las empresas participantes del reporte.

A nivel regional, un 39 % de las acciones de esta categoría se llevan a cabo en la Región del Biobío seguida por la Región de La Araucanía con un 25 %.

GRÁFICO N.º 11

ACCIONES DE DIÁLOGO Y ACERCAMIENTO COMUNITARIO POR DIMENSIÓN Y NIVEL DE RELACIONAMIENTO



A partir del **GRÁFICO N.º 11**, se puede observar en cada dimensión la distribución por nivel de relacionamiento. Se aprecia que, para el caso de la dimensión **comunicación entre empresa y comunidades**, prima la responsabilidad social (64 %) como nivel de relacionamiento; en **proyectos comunitarios**, filantropía (58 %); en **inclusión de los trabajadores** prima responsabilidad social (100 %) y, por último, en **manejo de conflictos** corresponde principalmente a valor compartido (80 %).

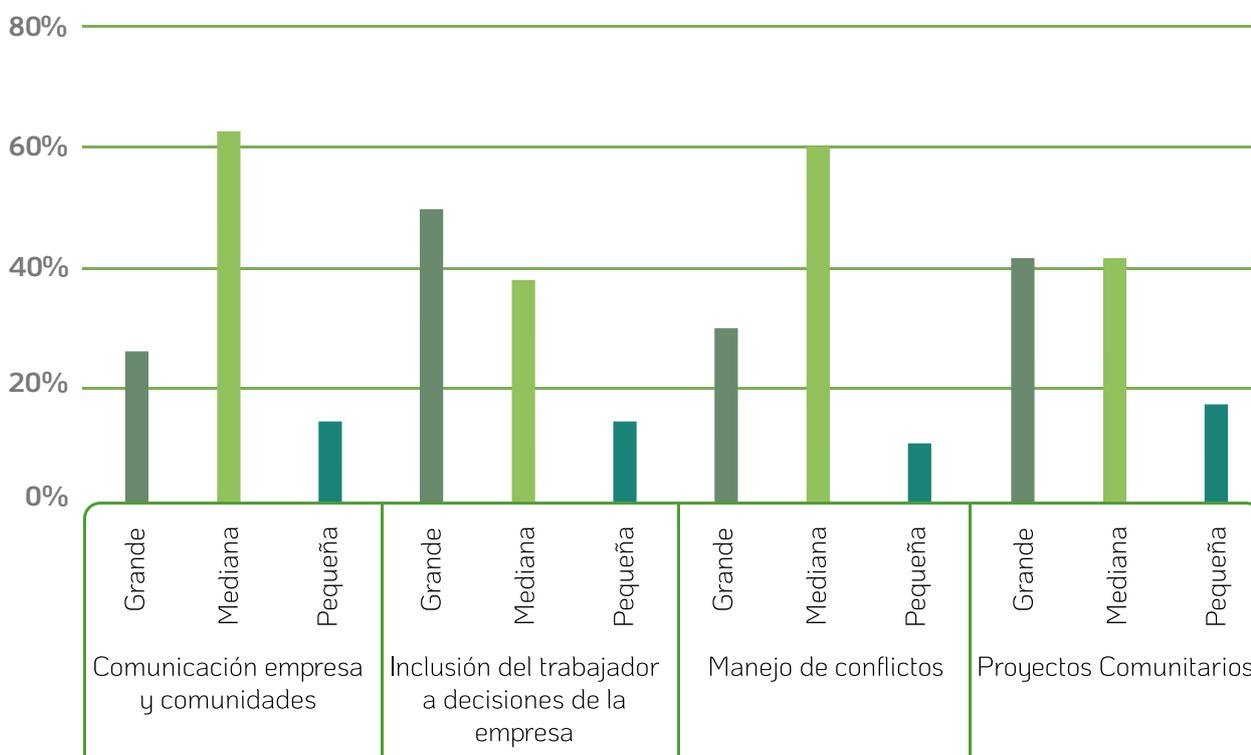
Los resultados anteriores no son sorprendidos al considerar la naturaleza conceptual de cada dimensión. Resulta coherente que, al analizar la comunicación entre empresas y comunidades, prime responsabilidad social, ya que las empresas impulsan todas esas acciones para poder recepcionar y mitigar el impacto que tiene el desarrollo productivo de estas en los diferentes territorios. Por otro lado, la ejecución de acciones principalmente filantrópicas en la dimensión proyectos comunitarios es igualmente esperable al ver que estas acciones van en la línea de voluntariados y actividades entre las empresas y comunidades (día de puertas abiertas, por ejemplo).

En esta lógica, las acciones en la dimensión de **inclusión de trabajadores** corresponden en su totalidad a responsabilidad social, lo cual tiene sentido, ya que es el reflejo cuantificable de los esfuerzos de las empresas por relacionarse con sus comunidades internas de acuerdo a lo estipulado por la ley. Si bien la sindicalización es un derecho garantizado para los trabajadores, son incluidas en este reporte debido a que forman parte de las metas de la **Política Forestal 2015 – 2035** (Ministerio de Agricultura, 2015.), por tanto, relevantes para las empresas del mundo de la madera.

Por último, que el manejo de conflicto corresponda a un 80 % de acciones asociadas al valor compartido es coherente al considerar que estas son acciones en mira del trabajo conjunto con las comunidades para beneficiar tanto a las empresas como a los otros actores involucrados en el funcionamiento diario del sector forestal.

GRÁFICO N.º 12

ACCIONES DE DIÁLOGO Y ACERCAMIENTO COMUNITARIO POR DIMENSIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA



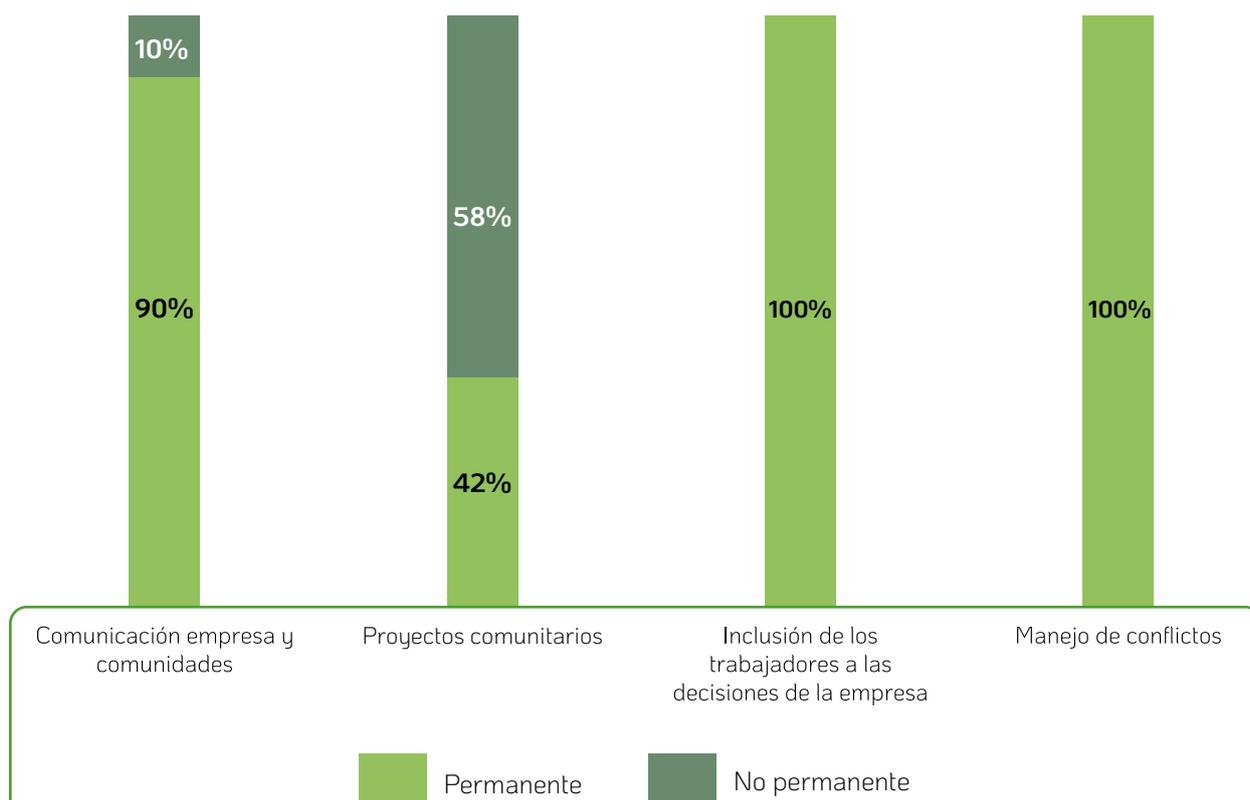
En el **GRÁFICO N.º 12** sobre la distribución de **acciones de acercamiento y diálogo comunitario por dimensión y tamaño de la empresa**, se aprecia que, en las dimensiones **comunicación de la empresa con comunidades** y en **manejo de conflictos**, las empresas de tamaño mediano concentran más de la mitad de las acciones, seguidas por las empresas de tamaño grande. Esto tiene sentido, considerando el gráfico n.º 1, en que se aprecia que las empresas medianas concentran la mayor parte de las acciones sistematizadas (esto se debe a que la mayoría de los socios Corma participantes son de tamaño mediano, lo que es representativo del sector forestal).

En la dimensión **inclusión de trabajadores**, el hecho de que las empresas de tamaño grande tengan el porcentaje más alto de acciones, se debe a que, en esta dimensión, se consideró la sindicalización de los trabajadores. Por ello, resulta coherente que sean estas empresas las que, por su tamaño, cantidad de trabajadores y antigüedad en el rubro, estén más avanzadas respecto de la sindicalización e inclusión de trabajadores en las decisiones de la empresa.

A modo de cierre del análisis de resultados generales de esta categoría, el siguiente gráfico contiene la distribución de las acciones de diálogo y acercamiento por dimensión y permanencia.

GRÁFICO N.º 13

PERMANENCIA DE LAS ACCIONES DE DIÁLOGO Y ACERCAMIENTO COMUNITARIO



Lo que se observa es un panorama donde, para esta categoría, las acciones realizadas son a largo plazo y de constancia en los territorios. El **GRÁFICO N.º 13** demuestra el compromiso del sector por establecer puentes y canales para la comunicación e integración de las empresas en las comunidades, como un actor permanente y dispuesto a aportar.

Si bien lo expuesto es para tres de las cuatro dimensiones, no es sorprendente y tampoco negativo que en la dimensión de **proyectos comunitarios** prime la no permanencia. Esto se explica al considerar el tipo de acciones que se realizan y entendiendo que varían y se modifican en el tiempo según la contingencia. El hecho de que sea principalmente no permanente se explica porque estas acciones de proyectos comunitarios quedaron suspendidas por la crisis sanitaria, al restringirse el contacto directo, clave para realizar días de puertas abiertas de la empresa y voluntariados entre la empresa y comunidades.

En general, el gráfico da luces del compromiso de las empresas participantes por generar un aporte e impacto positivo y permanente en sus comunidades a partir de una relación cercana y directa con estos.

A continuación, se analiza en detalle cada dimensión.

Comunicación entre empresa y comunidades

Esta dimensión se dividió en tres subdimensiones que logren aumentar la sensibilidad respecto de las posibles acciones. Como se puede observar en la siguiente tabla, se detectaron **39 acciones** sistematizadas. A continuación se señalan las subdimensiones.

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Mesas de diálogo y líneas de comunicación	31
Trabajo con organizaciones sociales	7
Actividades entre empresa y comunidades	1

Sobre **mesas de diálogo y líneas de comunicación**, se rescata la gestión comunitaria, acción implementada por 10 de las 14 empresas entrevistadas, lo cual está asociado a la atención de quejas y solicitudes a través de los canales de diálogo desarrolladas para el contacto con las comunidades. La siguiente acción que se repite de acuerdo con esta subdimensión es la participación de las empresas en diversos comités y mesas de trabajo. Esto es positivo al considerar que las empresas tienen interés por ejercer como un actor activo en las dinámicas locales, siendo un vecino más.

Respecto del **trabajo con organizaciones sociales**, se sistematizaron siete de estas acciones, que van a estar ligadas al trabajo con organizaciones sociales locales para el bienestar de las comunidades (bomberos, hogares de ancianos, juntas de vecinos, entre otras.).

Por último, la subdimensión de **actividades entre empresa y comunidades** contempla la acción de contar con días abiertos de la industria, de manera que los vecinos y comunidades aledañas puedan entrar y familiarizarse con el sector forestal y los procesos de la madera.



Proyectos comunitarios

Sobre esta dimensión, se lograron sistematizar **12 acciones** asociadas a la participación de las empresas y sus trabajadores en festividades locales, voluntariados y trabajo social con las comunidades. Esto, al igual que la subdimensión anterior, da luces de la intención empresarial de alcanzar reconocimiento como un actor importante en sus territorios.

Inclusión de los trabajadores en las decisiones de la empresa

Al indagar sobre los canales y medios comunicacionales que tienen las empresas con sus comunidades, surgió la necesidad de ahondar en la relación de estas con sus propios trabajadores. Cinco de las 14 empresas participantes del reporte cuentan con acciones de inclusión de trabajadores. Esto es positivo al considerar que llevan un diálogo activo y cuentan con canales para recibir solicitudes e incluir a colaboradores en negociaciones y conversaciones periódicas.

Manejo de conflictos

En esta dimensión se sistematizaron **10 acciones** correspondientes, que van en la línea de diálogo directo con las comunidades para solucionar posibles conflictos. Cinco empresas declararon implementar esta práctica directa. Sin embargo, otras empresas indican que la forma en la cual manejan los posibles conflictos es a partir de la recepción virtual de quejas y solicitudes. Todo esto permite dar cuenta de la disposición de las empresas participantes a escuchar y trabajar junto a las comunidades para prevenir conflictos.

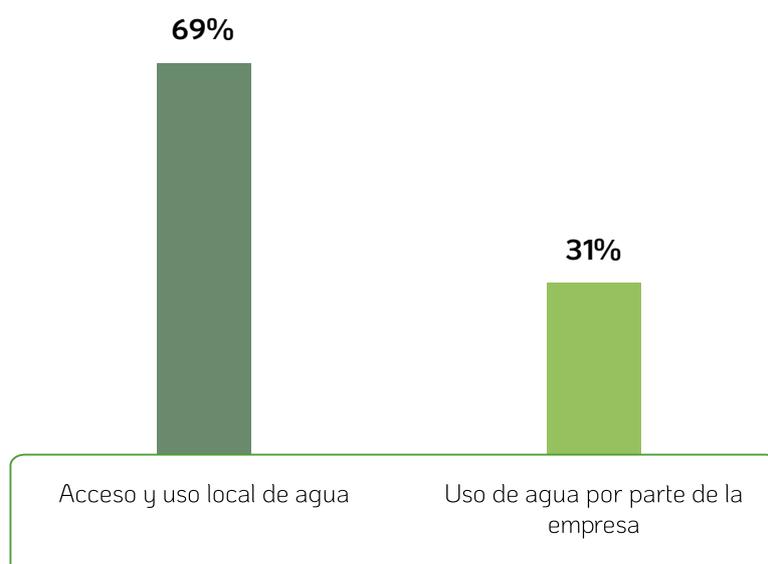
7.4 Uso y consumo sustentable del agua

En primera instancia, al invitar a las empresas asociadas a Corma a participar en el estudio, el foco en el tema agua era captar los aportes y el trabajo desplegado frente a la escasez hídrica que aqueja al país. De este modo, al crear la matriz de acciones de relacionamiento comunitario, se dividió la categoría en dos dimensiones. Por un lado, se consideró el uso propio que le dan las empresas al recurso y sus esfuerzos en disminuir y generar políticas de consumo sustentable. Por otro lado, se identificaron las acciones llevadas a cabo en relación con el aporte que hacen a la democratización del recurso para las comunidades y territorios en los que se encuentran, a través de la educación y la facilitación del agua.

Sobre esta categoría, se sistematizaron **54 acciones** con un alcance de **121.158 beneficiarios** en **88 comunas** a lo largo del país. Para poder ahondar en la temática, se establecieron dos dimensiones dentro de la categoría con el fin de facilitar el análisis y permitir resultados desagregados que faciliten una mejor comprensión. Estas dimensiones abarcan tanto el consumo interno de agua por parte de las empresas como el esfuerzo de facilitar el acceso a agua potable para las comunidades.

GRÁFICO N.º 14

ACCIONES DE USO Y CONSUMO SUSTENTABLE DE AGUA POR DIMENSIÓN

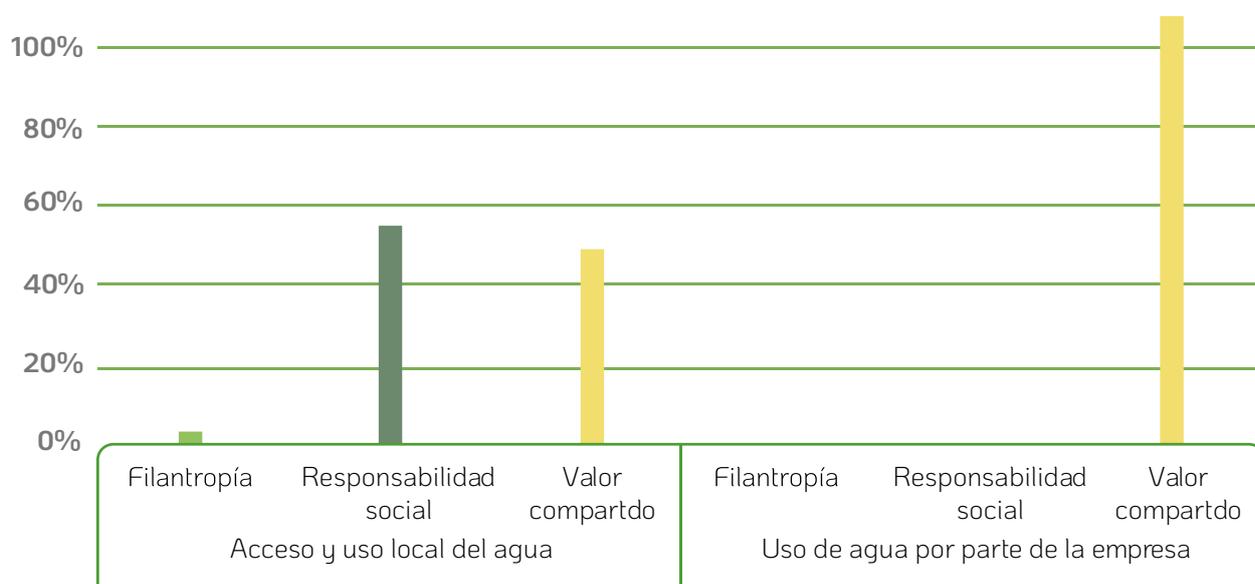


Al profundizar en la distribución de las acciones por dimensión, se obtuvo en el **GRÁFICO N.º 14**, que la mayoría se concentra en iniciativas y programas ligados al acceso y uso local de agua (69 %), mientras que un 33 % va a corresponder a acciones de uso de agua por parte de la empresa. Esto último se explica ya que no todas las empresas participantes tienen un uso constante de agua, al no ser todas industria.

En el **GRÁFICO N.º 15**, los resultados en relación con el nivel de relacionamiento comunitario en esta categoría indican que, para las acciones relacionadas al acceso y uso local de agua, la distribución entre responsabilidad social y valor compartido es bastante similar.

GRÁFICO N.º 15

ACCIONES DE USO Y CONSUMO SUSTENTABLE DE AGUA POR DIMENSIÓN Y NIVEL DE RELACIONAMIENTO



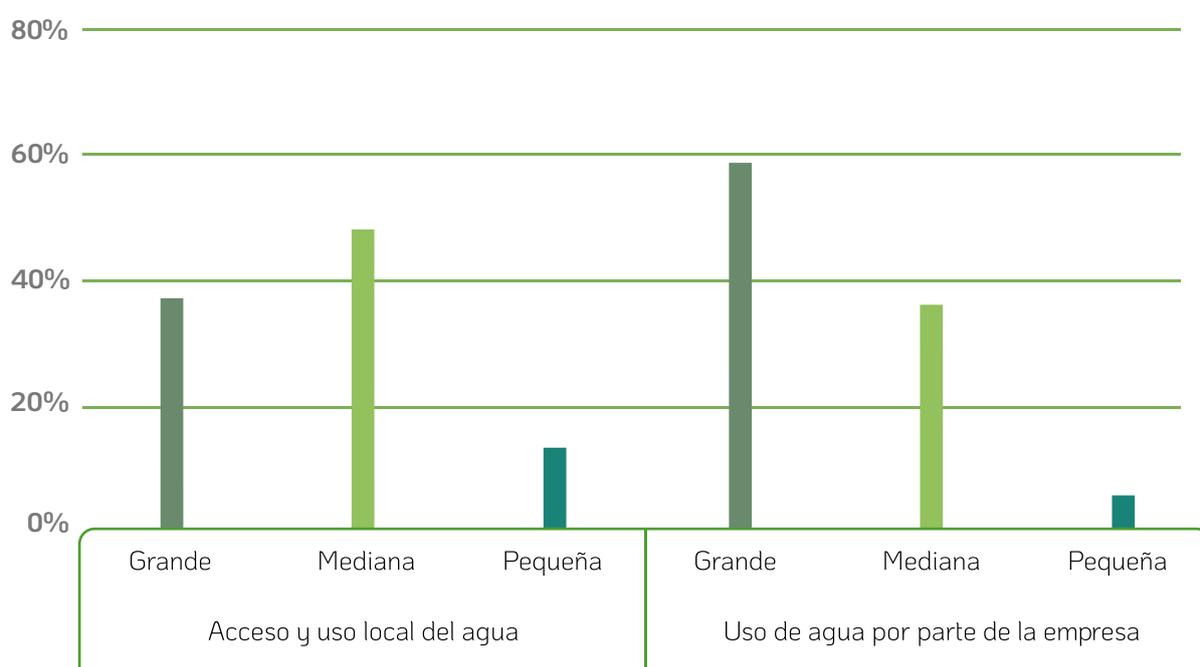
Como se menciona en el párrafo anterior, que **responsabilidad social y valor compartido** sean similares en distribución tiene lógica, al considerar las acciones que abarcan. Por un lado, las principales acciones asociadas a **responsabilidad social** son todas las iniciativas por parte de las empresas para facilitar el acceso de agua a las comunidades, siendo estas acciones, principalmente, el acceso a captaciones de agua y APR. Estas son parte de este nivel de relacionamiento ya que es un acto por parte de la empresa para mitigar sus impactos y, al mismo tiempo, beneficiar a las comunidades colindantes.

Por otro lado, al observar las acciones asociadas a esta dimensión en cuanto sean de valor compartido, se encontraron principalmente acciones asociadas a la gestión, junto a las comunidades, de proyectos hídricos y la participación en comités de agua potable. Esto es positivo si se considera el beneficio mutuo tanto para las empresas como para las comunidades.

Sobre la dimensión de **uso de agua por parte de las empresas**, la totalidad de las acciones van guiadas por un principio de valor compartido. Esto se debe a que son iniciativas y proyectos que buscan cooperar colectivamente a la disminución de desechos contaminantes del agua en el trabajo industrial de productos de madera y la asociación y suscripción a pactos internacionales para el cuidado del recurso. Todo esto cae en la categoría de valor compartido al incluir a comunidades y, al mismo tiempo, representar un cambio en la cultura del sector forestal respecto de sus prácticas.

GRÁFICO N.º 16

ACCIONES DE USO Y CONSUMO SUSTENTABLE DE AGUA POR DIMENSIÓN Y TAMAÑO DE EMPRESA

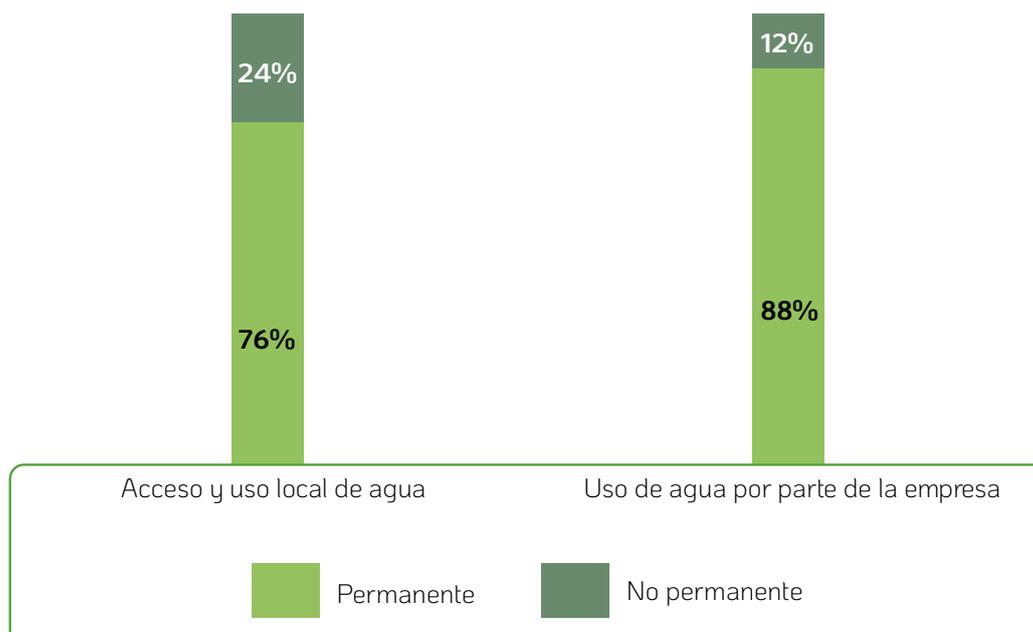


En el **GRÁFICO N.º 16**, se puede observar la distribución de las acciones en cuanto al tamaño de la empresa que las realiza. Sobre la dimensión de acceso y uso local de agua, se aprecia que las empresas tamaño mediano concentran el mayor porcentaje de estas acciones (49 %), seguidas por las empresas de tamaño grande (38 %) y por último las pequeñas (13 %). Esta tendencia es similar para la segunda dimensión, donde tanto empresas grandes como medianas realizan el mismo número de acciones asociadas al uso de agua, con las más pequeñas teniendo la menor cantidad.

La explicación para la dimensión de acceso y uso local de agua va en la línea de que, al igual que categorías anteriores, por la cantidad de empresas participantes que son de tamaño mediano, tiene sentido que sean estas quienes concentran el mayor porcentaje de iniciativas. Sin embargo, esta tendencia cambia al observar la segunda dimensión y considerar que no todas las empresas tienen uso de agua constante en sus procesos al no contar todas con industria.

GRÁFICO N.º 17

PERMANENCIA DE ACCIONES DE USO Y CONSUMO SUSTENTABLE DE AGUA



Al observar la distribución de datos respecto de esta categoría, por dimensiones y permanencia, el resultado a modo general es que prima, en su mayoría, la permanencia de las acciones en los territorios en que se encuentra el sector forestal. Esto es positivo al considerar la crisis hídrica que vive el país y la necesidad del esfuerzo colectivo para poder mitigarlo. Por lo que, los resultados expuestos en el **GRÁFICO N.º 17** ilustran el compromiso sectorial por trabajar y aportar permanentemente a esta problemática mundial.

Acceso y uso local de agua

Al ahondar en las dimensiones de la categoría, respecto del acceso y uso local de agua, se aplicaron dos subdimensiones para captar las diferentes acciones asociadas a la temática. En ellas, se sistematizaron 37 acciones asociadas a esta dimensión, donde, como se observa en la siguiente tabla, aquellas relacionadas con la facilitación al acceso de agua potable para las comunidades, concentran la mayoría de las acciones.

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Facilitación al acceso de agua potable para la comunidad local	27
Protección de cuerpos de agua y parques fluviales	10

Para fines de este reporte, el foco está dado en aquellas acciones concretas de facilitación de agua potable para las comunidades, los APR y captaciones de agua. Para profundizar en estas acciones, se presenta la siguiente tabla:

ACCIÓN	CANTIDAD	N.º BENEFICIARIOS	N.º COMUNAS
APR	15	5.397	11
Captación de agua	629	55.191	79

La tabla anterior indica que se cuenta con un total de **15 APR** que benefician a **5.397 personas** de variadas comunidades. Al mirar los resultados respecto de las captaciones de agua, se lograron sistematizar **629 iniciativas**, en favor de **5.5191 personas** en **79 comunas**, concentradas principalmente en la macrozona sur.





Sobre lo anterior, la siguiente tabla muestra las comunas con más captaciones de agua, donde Lumaco es la comuna que concentra la mayor cantidad de acciones.

COMUNAS	N.º CAPTACIONES
Lumaco	73
Nacimiento	58
Victoria	33
Contulmo	26
Collipulli	22

Uso de agua por parte de la empresa

Al momento de sistematizar las acciones asociadas al uso y consumo de agua, fue necesario cuantificar las iniciativas por parte de las empresas para regular y mejorar sus prácticas respecto del uso de este recurso. En este sentido, se sistematizaron **17 acciones** relacionadas con la dimensión, que están ligadas principalmente a la inversión en nuevas tecnologías y políticas para minimizar el consumo del recurso hídrico.

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Inversión en nuevas tecnologías y políticas para minimizar el consumo de agua por parte de la empresa	9
Firma de acuerdos nacionales e internacionales	5
Reducción de desechos que afecten la calidad del agua	2
Tipo de abastecimiento	1

La siguiente subdimensión con más acciones corresponde a la participación y adhesión de las empresas a acuerdos nacionales e internacionales para el cuidado del agua en los procesos productivos y la disminución de contaminantes.

7.5 Cuidado y desarrollo sustentable del ecosistema

Uno de los temas fundamentales para comprender el funcionamiento del sector forestal radica en la relación de las empresas con su entorno, ecosistema y comunidades. Para captar las acciones que los participantes del reporte realizan en relación con lo anterior, se creó la categoría sobre el cuidado y desarrollo sustentable del ecosistema, de la cual se desprenden dos dimensiones: cuidado de recursos biológicos y biodiversidad y cuidado socioambiental. En total, se sistematizaron **87 acciones** con **711.464 beneficiarios**⁶ directos en **72 comunas**

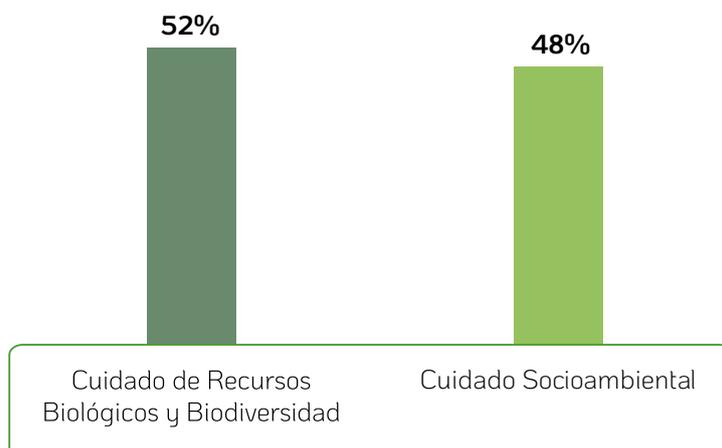
⁶El número de beneficiarios para esta categoría incorpora los visitantes a parques privados anualmente.

a lo largo del país. De las **72 comunas**, se seleccionaron cinco con más acciones expuestas en la siguiente tabla, donde la comuna de Arauco y Nacimiento concentran el mayor número.

COMUNAS	N.º CAPTACIONES
Arauco	6
Nacimiento	6
Hualqui	5
Constitución	5
Victoria	5

GRÁFICO N.º 18

ACCIONES DE CUIDADO Y DESARROLLO SUSTENTABLE DEL ECOSISTEMA POR DIMENSIÓN



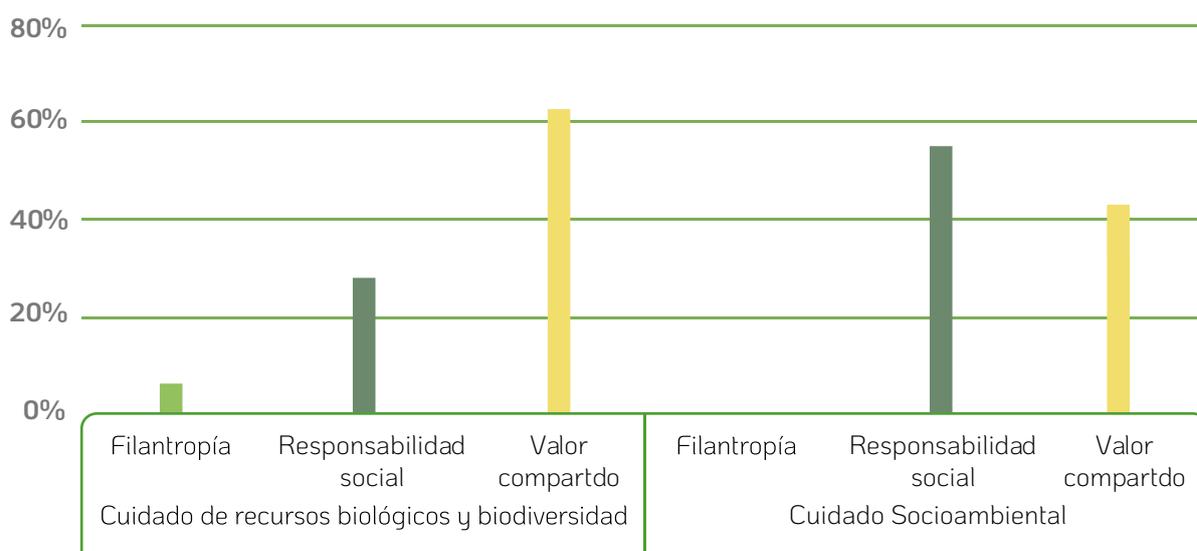
El **GRÁFICO N.º 18** indica que la mayoría de las acciones registradas en esta categoría se concentra en aquellas asociadas al cuidado de recursos biológicos y biodiversidad. Con un 52 % de las acciones, es coherente que la dimensión mencionada contenga más acciones que cuidado socioambiental. Ello se debe a la naturaleza del rubro forestal y a la transformación de las exigencias del mercado sobre procesos de certificación forestal en los últimos años, lo que motiva a impulsar iniciativas asociadas con el cuidado sustentable de los recursos. Esta dimensión contiene acciones asociadas con el cuidado del bosque nativo, áreas de alto valor de conservación biológicos y creación de parques y plazas públicas para el disfrute comunitario.

Por otro lado, el otro 48 % de las acciones registradas en esta categoría corresponde a la dimensión de **cuidado socioambiental**, que vela por la educación ambiental y la inversión en nuevas tecnologías dirigidas al desarrollo sustentable, políticas de limpieza y cuidado del entorno e iniciativas y programas alineados con políticas de reciclado.



GRÁFICO N.º 19

CUIDADO Y DESARROLLO SUSTENTABLE DEL ECOSISTEMA POR DIMENSIÓN Y NIVEL DE RELACIONAMIENTO

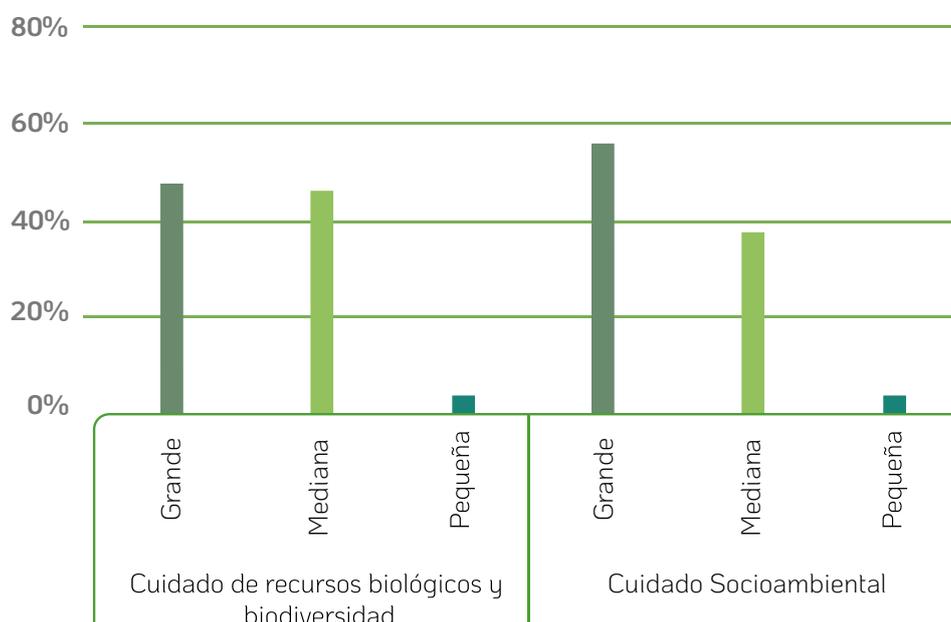


Al indagar en el nivel de relacionamiento correspondiente a las acciones sistematizadas, se observa en el **GRÁFICO N.º 19** que, en la dimensión **cuidado de recursos biológicos y biodiversidad**, priman las acciones con nivel de valor compartido. Esto es relevante al considerar que la labor del cuidado de la biodiversidad no es algo que las empresas han adoptado como un trabajo individual, sino que han desarrollado iniciativas que incluyen a diversos actores y que generan un bien común, tanto para el negocio como para las comunidades.

Al observar la dimensión sobre **cuidado socioambiental**, los resultados, respecto del nivel de relacionamiento, arrojan una distribución donde prima el valor compartido con un 55 %. Esto es positivo en la medida en que las empresas implementen iniciativas que se aparten del asistencialismo y que involucren a las comunidades como actores fundamentales para el cuidado de sus entornos.

GRÁFICO N.º 20

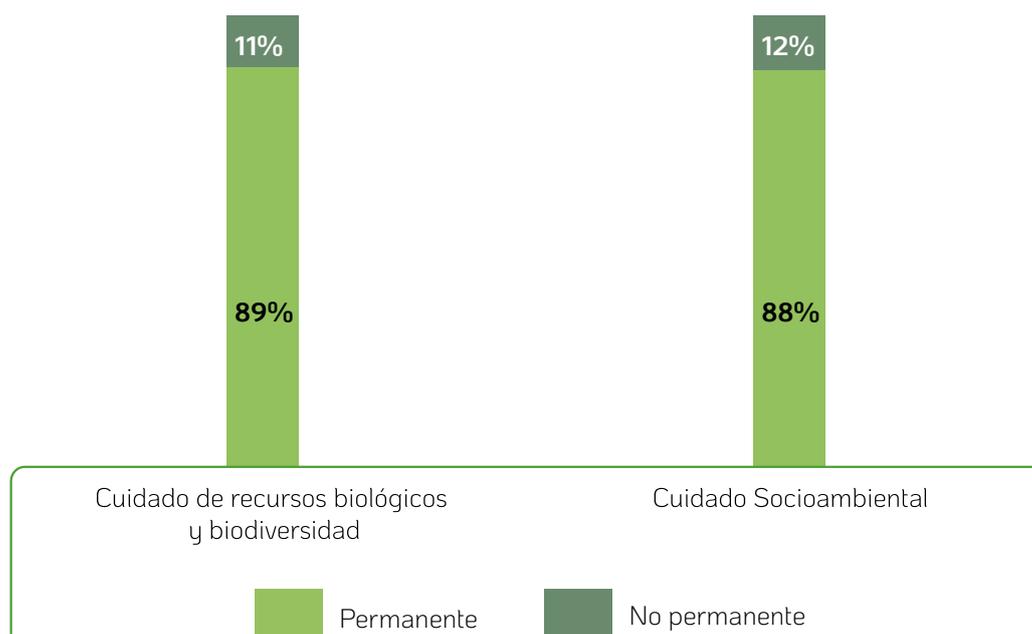
CUIDADO Y DESARROLLO SUSTENTABLE DEL ECOSISTEMA POR DIMENSIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA



Al examinar la información expuesta en el **GRÁFICO N.º 20**, el análisis general es que tanto las empresas grandes como las medianas llevan a cabo la mayor cantidad de acciones para ambas dimensiones y las empresas pequeñas las concentran la menor cantidad. Esto, al igual que otras categorías, puede ser explicado por distintas razones; sin embargo, la que tiene más sentido para el presente reporte es que las empresas grandes y medianas cuentan con mayores recursos y extensión en cuanto a superficie, por lo que tienen mayores posibilidades para generar un impacto positivo y negativo en el medioambiente. Sin embargo, en la dimensión cuidado socioambiental las empresas grandes concentran la mayor cantidad de acciones.

GRÁFICO N.º 21

PERMANENCIA DE LAS ACCIONES DE CUIDADO Y DESARROLLO SUSTENTABLE DEL ECOSISTEMA



Si se considera la permanencia de las acciones realizadas por las empresas participantes, tanto para la dimensión **cuidado de recursos biológicos y biodiversidad** como para **cuidado socioambiental**, priman las acciones permanentes por sobre las no permanentes. Esto es especialmente positivo ya que ilustra cómo las empresas, en los últimos años, han transformado el sector en uno comprometido con la sustentabilidad y sostenibilidad del rubro a partir de iniciativas que protegen el bosque y su entorno.

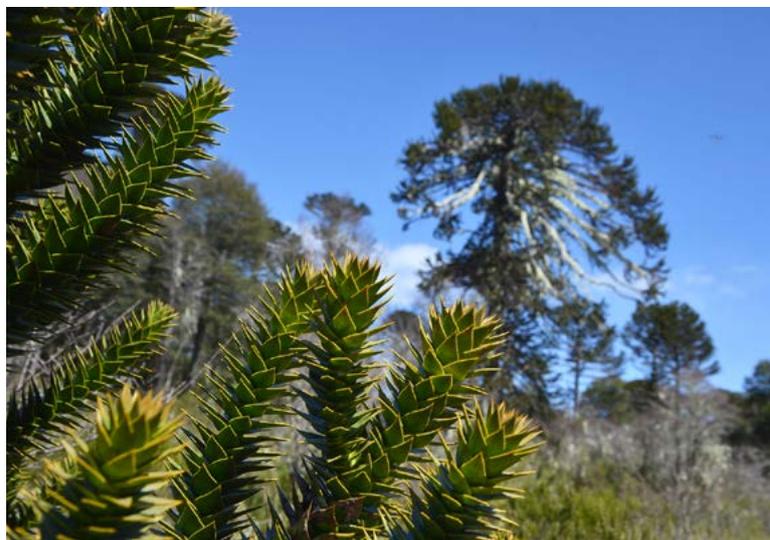
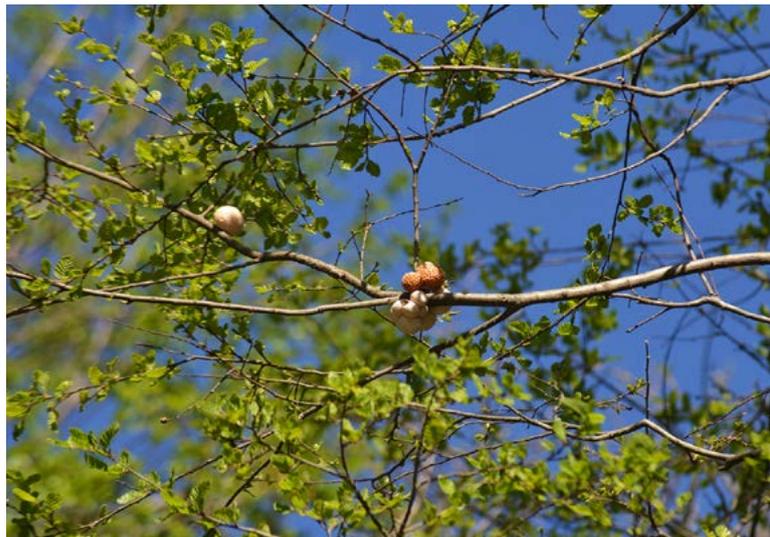
Cuidado de recursos biológicos y biodiversidad

Teniendo en cuenta los resultados anteriores, esta sección profundiza en las acciones relacionadas con el cuidado de recursos biológicos y biodiversidad. Para esta dimensión, se sistematizaron **45 acciones**, distribuidas en tres subdimensiones. Estas acciones abarcan gran parte de la macrozona forestal, logrando un alcance de **97.077 beneficiarios** directos.

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Políticas de protección y desarrollo sustentable	23
Desarrollo sustentable del bosque nativo y sus especies	13
Creación de parques y plazas	9

De la subdimensión de **políticas de protección y desarrollo sustentable** se desprenden 23 acciones sistematizadas, que van en la línea de adhesión a pactos internacionales como los Science Based Targets y Race to Zero (carbono neutralidad), y acciones como la identificación de Áreas de Alto Valor de Conservación (AAVC) biológicos en procesos de certificación FSC.

La siguiente subdimensión, tal como refiere su nombre, está compuesta por acciones orientadas al **desarrollo sustentable del bosque y protección de bosque nativo**. Aquí se sistematizaron 13 acciones, que rescatan iniciativas como la participación del *Diálogo forestal*⁶, programas de plantaciones de araucarias, sistemas de gestión de especies amenazadas y proyectos de protección de bosque nativo.



Además, en esta dimensión se consideran todas las acciones realizadas por las empresas que contemplan la **creación de parques y plazas públicas** para la comunidad. Aquí se sistematizaron nueve acciones de las cuales se rescatan la creación de parques (Parque Alessandri, por ejemplo) y el hermooseamiento de plazas comunitarias.

⁶El *Diálogo Forestal Chileno* reúne a los actores del sector forestal en la búsqueda de soluciones para el sector forestal que se basen en el diálogo, la participación, la construcción colectiva y que considere todos los intereses de manera pro-activa.

Cuidado socioambiental

Sobre el cuidado socioambiental, se identificaron **42 acciones** sistematizadas, alcanzando **614.387 beneficiarios** directos. Los principales resultados de esta dimensión destacan ¿el alto número? de empresas comprometidas en el cuidado y limpieza del entorno (20 acciones), a través de actas de faena, que la mayoría de las empresas participantes tener. Estas actas consisten, principalmente, en un registro fotográfico y un compromiso entre las empresas y las comunidades de cuidar el entorno antes, durante y después de las faenas para dejar los caminos y terrenos igual o mejor de lo que fueron «recibidos».

También se rescatan los compromisos por parte de las empresas para educar a las comunidades en torno al medioambiente y, al mismo tiempo, invertir en modernizar sus industrias y procesos. En este caso fueron 15 las acciones asociadas a esta subdimensión, de las cuales sobresale el programa Vivamos el bosque, implementado por dos de las empresas participantes, que cumple la labor de educar sobre el medioambiente y la relación de las comunidades con su entorno.

La última subdimensión corresponde a políticas y programas de reciclado, que busca implementar iniciativas locales para potenciar el reciclado, tanto de productos asociados a la madera como aquellos no vinculados a ella. En esta línea, se sistematizaron siete acciones relacionadas con este tema, donde se rescata la adhesión de empresas a acuerdos con agencias de sustentabilidad y a metas corporativas como Zero waste 2025.

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Políticas de limpieza y cuidado del entorno	20
Educación a la comunidad e inversión en nuevas tecnologías para un desarrollo sustentable	15
Políticas y programas de reciclado	7

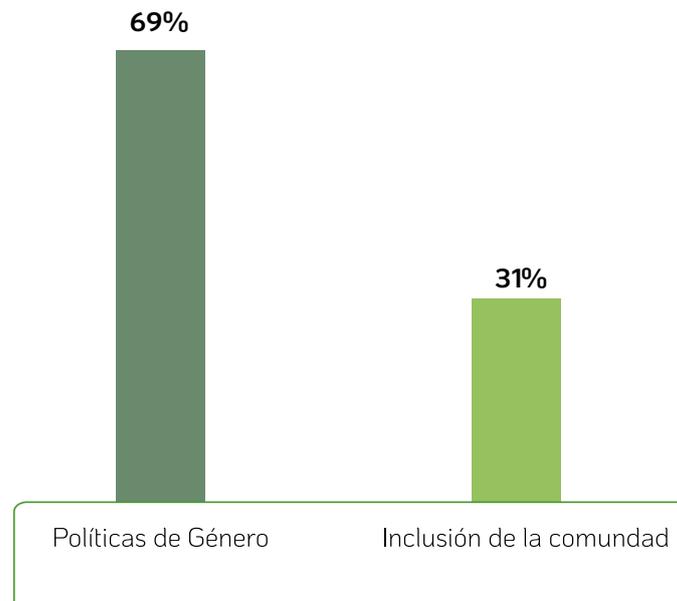
7.6 Género, diversidad e inclusión

Al construir la matriz de relacionamiento comunitario para este reporte, fue fundamental considerar el contexto sociopolítico en el cual se desenvuelven hoy todos los sectores productivos. En esta línea, se consideró la temática de género, diversidad e inclusión debido al fuerte impacto que ha tenido en las políticas y cambios de prácticas empresariales en los últimos años. Por ello y porque hoy los socios Corma están invitados a adherir este cambio cultural, se incluyó en la matriz y subsiguientemente en las entrevistas realizadas a los participantes de la investigación.

Los resultados arrojan **26 acciones** sistematizadas asociadas a esta categoría, con un alcance de **7.624 personas** beneficiadas. Sobre estos datos, al observar el **GRÁFICO N.º 22** se aprecia la distribución por dimensión, donde las políticas de género abarcan el mayor porcentaje de acciones (69 %) en comparación con la segunda dimensión asociada a inclusión con un 31% de las acciones. Esto se puede explicar en que durante los últimos años el enfoque ha estado puesto en mejorar las políticas de género en las empresas, en la línea de generar una mayor participación femenina dentro del rubro, en comparación con una reciente incorporación de prácticas inclusivas a las prioridades y cultura empresarial.

GRÁFICO N.º 22

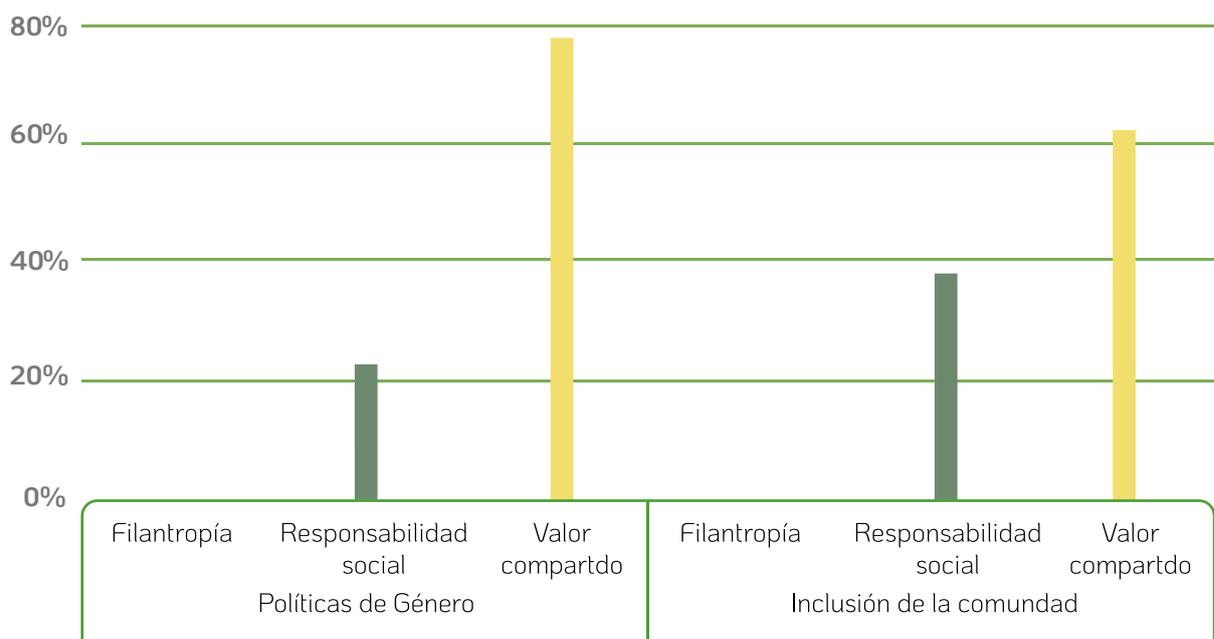
GÉNERO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN POR DIMENSIÓN



Ahora bien, al considerar los resultados de esta categoría desde sus dimensiones y nivel de relacionamiento, lo que se obtiene es el **GRÁFICO N.º 23**.

GRÁFICO N.º 23

GÉNERO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN POR DIMENSIÓN Y NIVEL DE RELACIONAMIENTO

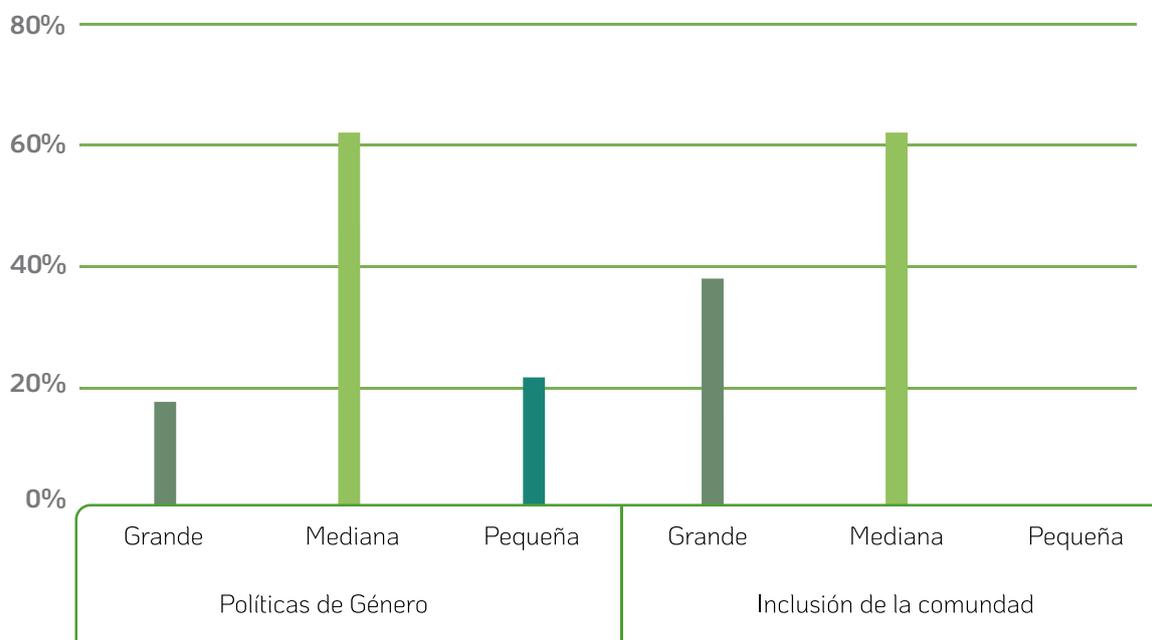


El **GRÁFICO N.º 23** ilustra una preponderancia de acciones con un nivel de relacionamiento de valor compartido, lo que es una tendencia visible en ambas dimensiones. Esto se explica

al ser acciones que benefician tanto a las empresas como a comunidades en la medida en que existen una incorporación y apertura de nuevos puestos y posibilidades para mujeres y otras diversidades. Todo esto potencia el negocio y, al mismo tiempo, el bienestar de la comunidad.

GRÁFICO N.º 24

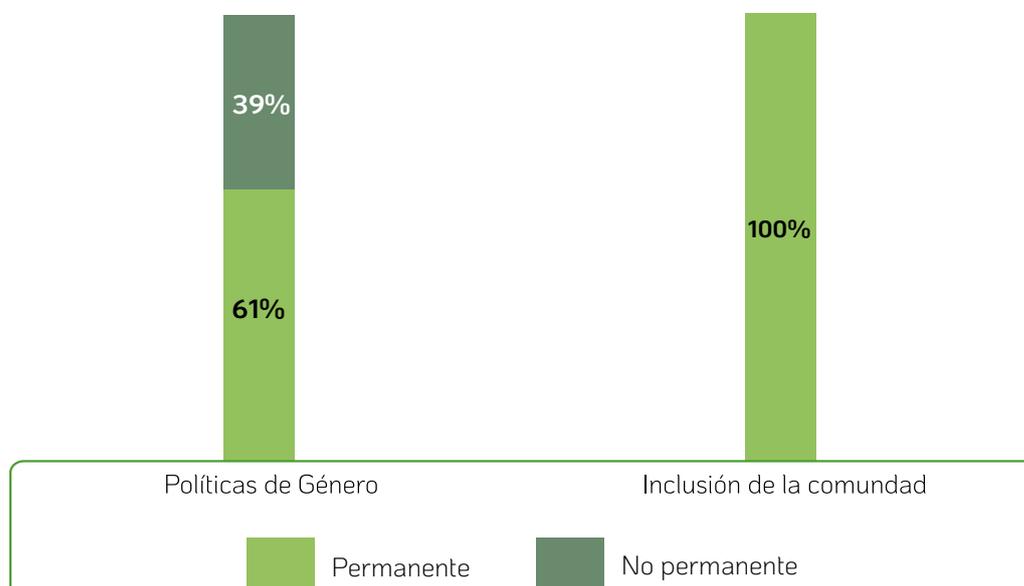
GÉNERO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN POR DIMENSIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA



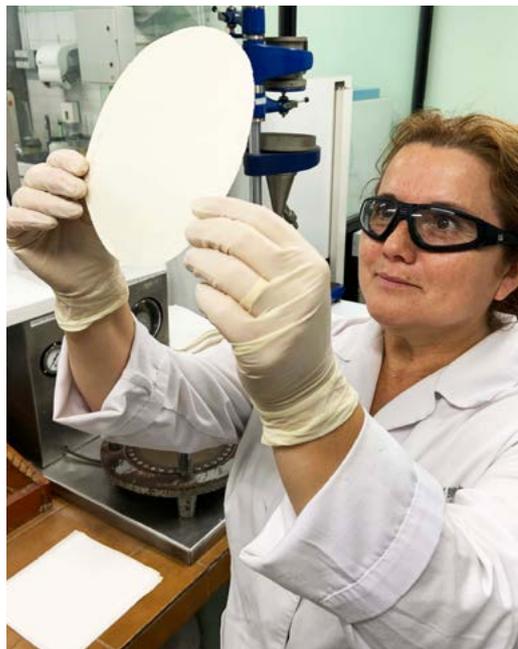
El **GRÁFICO N.º 24** evidencia que, dentro de la categoría, para ambas dimensiones son las empresas de tamaño mediano las que concentran las acciones. Esto enseña el positivo cambio en la cultura empresarial que se vive hoy respecto de temáticas de género e inclusión. Se rescata la presencia de políticas de género transversal y se celebran las iniciativas y acciones que busquen transformar al sector forestal en una actividad productiva basada en la equidad de género e inclusión.

GRÁFICO N.º 25

PERMANENCIA DE ACCIONES DE GÉNERO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



A modo de cierre de los resultados generales de esta categoría y considerando la permanencia de las acciones asociadas al género, diversidad e inclusión, a partir del **GRÁFICO N.º 25** se destaca el compromiso por las empresas participantes de generar acciones e iniciativas que perduren en el tiempo. Sobre las políticas de género, que un 39 % no sea permanente, no debe interpretarse como una falta de disposición por parte del sector a trabajar en las temáticas, sino que, por el contrario, significa la modificación y creación de acciones variadas para mejorar la inserción femenina en el sector (por ejemplo, múltiples cursos y capacitaciones que no se realizan necesariamente de forma anual).



A continuación, se expone una profundización de las dimensiones de esta categoría para comprender mejor qué es lo que abarca.

Políticas de género

Para profundizar en lo que conlleva tener acciones de relacionamiento comunitario en la línea de políticas de género, se construyeron tres subdimensiones, que suman un total de **18 acciones** sistematizadas.

Sobre las **políticas de contratación femenina**, las empresas declararon un total de 10 que abarcan desde iniciativas para contratar mujeres hasta compromisos y metas corporativas para lograr un determinado porcentaje de inserción laboral femenina. Otra de las subdimensiones indicadas en la tabla que se presenta a continuación es la implementación y oferta de **capacitaciones para mujeres**, de forma de facilitar la inserción en el rubro. Estas capacitaciones van desde el manejo de grúas y camiones hasta programas de inserción.

La subdimensión con menos acciones asociadas corresponde a **políticas de corresponsabilidad**. Las empresas que declararon implementar estos programas proponen beneficios a sus colaboradores para potenciar la corresponsabilidad parental y así no perjudicar a las mujeres con hijos respecto de su inserción y participación en el sector forestal.

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Política de contratación de mujeres	10
Capacitaciones para mujeres en el sector forestal	6
Políticas de corresponsabilidad	2

Inclusión de la comunidad

Los resultados de la dimensión de inclusión de la comunidad arrojan la sistematización de siete acciones. Estas fueron divididas en dos subdimensiones, que abarcan las políticas de inclusión y contratación de diversidades, y, por otro lado, iniciativas de inclusión de la comunidad.

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Políticas inclusivas y contratación de diversidades	5
Consultas públicas	3

Las acciones reportadas en la primera subdimensión, de políticas inclusivas, fueron la adhesión al Target Gender Equality de las Naciones Unidas, que compromete a las empresas a trabajar en pos de la inclusión e incorporación de mujeres y diversidades a sus sectores productivos; la implementación de lenguaje inclusivo a nivel comunicacional en toda la empresa, compromisos y metas corporativas de contratación de personas discapacitadas y protocolos de abuso y acoso.

En la subdimensión consultas públicas se abordó la inclusión de las comunidades en cuanto al conocimiento de sus percepciones y expectativas para lograr un trabajo en conjunto fructífero. Aquí se reportaron dos acciones en la línea de realización de consultas públicas y pulsos sociales.

7.7 Relacionamiento con Grupos Humanos Pertencientes a Pueblos Indígenas (GHPPI)

Luego de hacer un recorrido de los resultados de las otras cinco categorías se exponen los resultados respecto del relacionamiento del sector forestal con las comunidades indígenas. Esta categoría es una continuación del trabajo realizado por Corma desde 2019, al comenzar el proceso de construcción del eje estratégico de Relacionamiento Comunitario, responsable de un primer levantamiento que abordó la temática indígena.

Teniendo en cuenta lo anterior, se presentan los resultados actualizados respecto de la temática de relacionamiento con comunidades indígenas.

En primer lugar, a partir de las entrevistas con las empresas participantes y la revisión de literatura y documentos, se lograron sistematizar **81 acciones**, con un alcance de **59.789 beneficiarios** directos. Respecto de la localización de estas acciones, la siguiente tabla presenta las comunas con más acciones, donde Victoria queda en el primer lugar con nueve acciones.

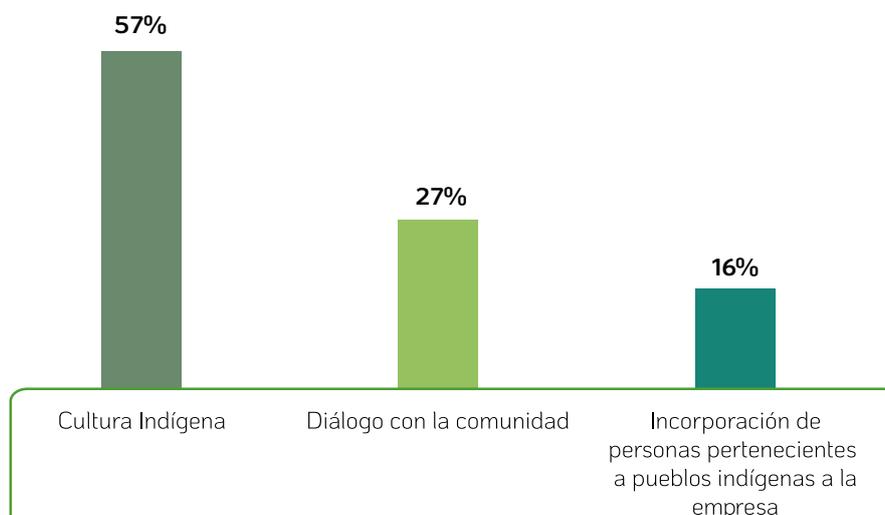
COMUNAS	N.º ACCIONES
Victoria	9
Arauco	6
Collipulli	5
Loncoche	5
Curacautín	4

Considerando la información anterior como una contextualización de la temática, el **GRÁFICO N.º 26** expone la distribución de acciones de relacionamiento con grupos humanos pertenecientes a pueblos indígenas por dimensión.



GRÁFICO N.º 26

RELACIONAMIENTO CON GHPII POR DIMENSIÓN



El **GRÁFICO N.º 26** da a conocer la preponderancia de las acciones asociadas a la **cultura indígena** concentrando más de la mitad del total de acciones en esta categoría (57 %). A esta dimensión le sigue **diálogo con la comunidad** (27 %) e **incorporación de personas pertenecientes a pueblos indígenas a la empresa** (16 %).

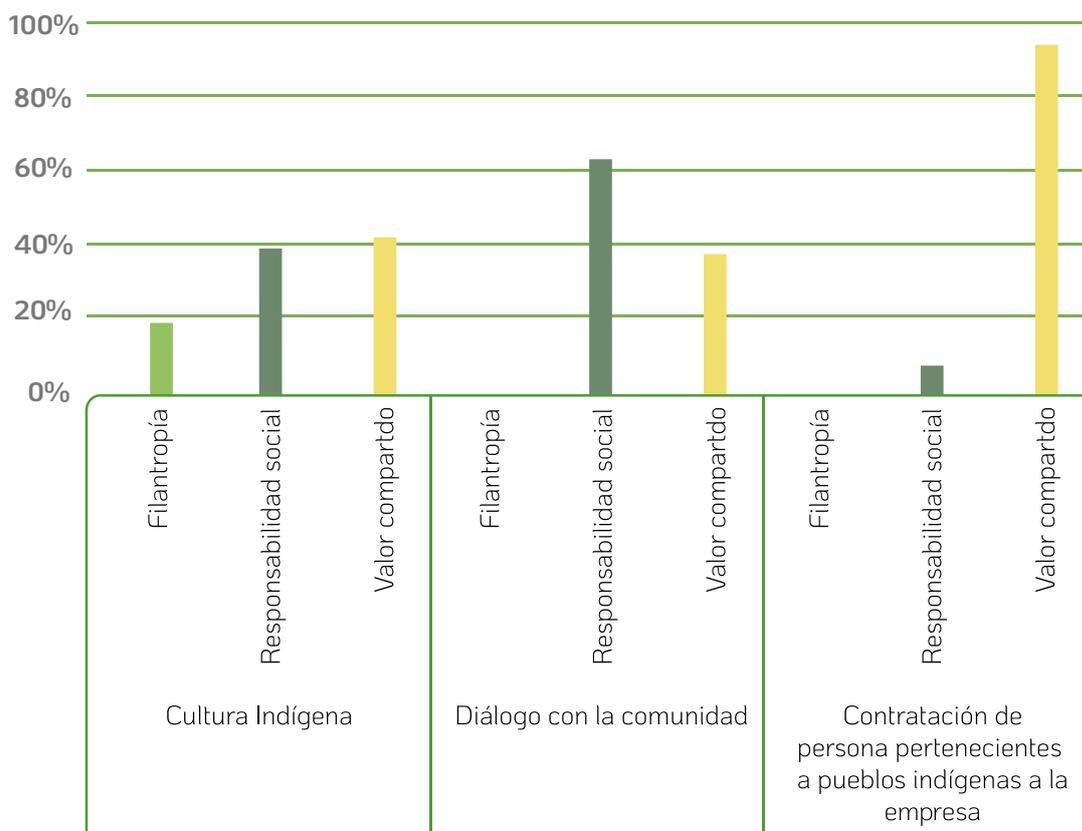
A modo de análisis de estos resultados, el gráfico y los datos arrojan una tendencia por parte de las empresas a dirigir sus recursos a acciones concretas que puedan ser beneficiosas para las comunidades Mapuche. Con esto se hace referencia a las actividades e iniciativas culturales que promueven no solo la protección de la cosmovisión Mapuche, sino que también el desarrollo económico local.

Al dirigirse a los resultados de la categoría vinculada con los niveles de relacionamiento que puedan tener las acciones implicadas, se obtuvo una distribución coherente con la naturaleza propia de las dimensiones. Con esto último, y partiendo por **cultura indígena**, no sorprende una distribución donde los datos se concentren en **responsabilidad social** (38 %) y **valor compartido** (42 %), ya que la mayoría de las acciones de esta dimensión se enfoca en mitigar el impacto que tiene el sector forestal en las comunidades, aprovechando la oportunidad para beneficiar a los territorios involucrados.



GRÁFICO N.º 27

RELACIONAMIENTO CON GHPII POR DIMENSIÓN Y NIVEL DE RELACIONAMIENTO

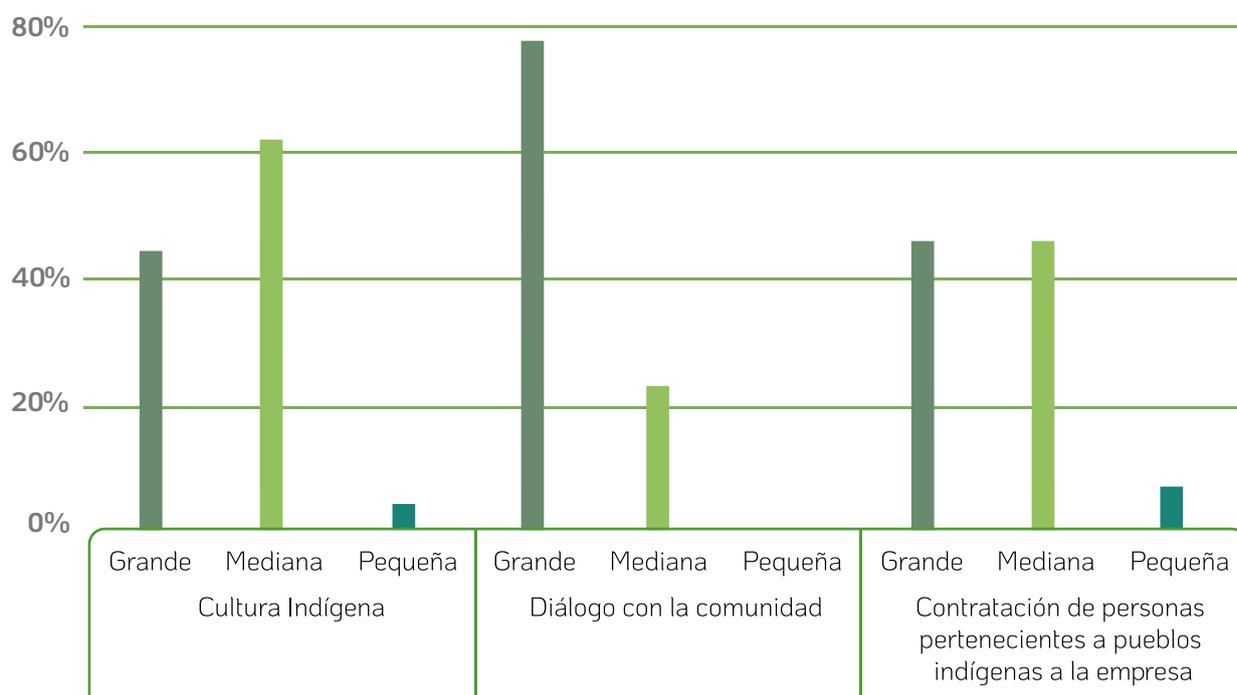


La predominancia de responsabilidad social como nivel de relacionamiento en **diálogo con la comunidad** resulta coherente al observar las acciones que la componen como dimensión. Las acciones se guían bajo la responsabilidad social en la medida en que generen un impacto positivo en las comunidades en las que operan las empresas, potenciando el diálogo y la vinculación territorial. Estos son, por ejemplo, la participación en el Consejo Consultivo Mapuche o la realización periódica de consultas públicas a las comunidades Mapuche para captar las inquietudes y sugerencias.

Respecto de la **incorporación indígena** a las empresas, se registra un 92 % de acciones de valor compartido, lo que quiere decir que existe un esfuerzo por parte de las empresas y las comunidades indígenas de trabajar en conjunto para potenciar tanto el bienestar social como económico de las empresas y comunidades locales. Un ejemplo de esto es el programa de forestación Mapuche que ilustra con éxito un caso en el cual tanto las empresas como las comunidades se ven beneficiadas al trabajar juntos.

GRÁFICO N.º 28

RELACIONAMIENTO CON GHPII POR DIMENSIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA



A primera vista en el **GRÁFICO N.º 28**, los resultados son semejantes a los de las otras categorías al ahondar en el tamaño de la empresa; sin embargo, es interesante lo expuesto para la dimensión diálogo con la comunidad, donde las empresas de gran tamaño concentran la mayor cantidad de acciones. Este caso se puede deber a que las empresas de gran tamaño llevan más tiempo en los territorios, por lo que ya tienen acciones y mecanismos para el diálogo más establecidos que sus contrapartes medianas y pequeñas. Ejemplos de estas acciones más consolidadas son la iniciativa de contar con un equipo de Patrimonio y Asuntos Públicos como canalizadores de comunicación entre empresas y comunidades indígenas, al igual que la participación de diálogos con autoridades ancestrales. Lo anterior refleja una postura ya consolidada como actor válido dentro de las comunidades, permitiéndoles innovar y llevar a cabo más acciones de diálogo.

GRÁFICO N.º 29

PERMANENCIA DE ACCIONES DE RELACIONAMIENTO CON GHPPI



A modo de cierre de la exposición de los resultados generales respecto de las acciones de relacionamiento con GHPPI, el gráfico anterior exhibe un alto porcentaje de permanencia para las tres dimensiones contempladas. Esto evidencia un compromiso por parte de las empresas participantes de continuar la labor de construir una relación positiva entre las comunidades indígenas y el sector forestal. Lo anterior es muy significativo al considerar la imagen pública del sector y la larga historia entre las empresas forestales y las comunidades Mapuche.

Cultura indígena

Dentro de la categoría de relacionamiento con GHPPI, la dimensión más destacada respecto de la cantidad de acciones corresponde a la cultura indígena con **46 acciones** sistematizadas y **9.283 beneficiarios** directos. Esta dimensión abarca todas las acciones que involucran el trabajo en conjunto con las empresas para cuidar y desarrollar la cultura Mapuche.

Las acciones están orientadas al desarrollo de oficios asociados a la cultura Mapuche, siendo las más importantes la alfarería y el cultivo de plantas medicinales. Con esto, las empresas buscan colaborar estrechamente con las comunidades para no solo rescatar la cultura, sino que también para beneficiar económicamente a estas comunidades.

Otra acción común es el desarrollo del turismo local desde la cosmovisión Mapuche, lo que es posible al realizar rutas culturales como Cayucupil y Taiñ Folil. Lo anterior va de la mano con un trabajo activo de identificar áreas para satisfacer la identidad cultural de las comunidades locales, mejor conocidos como Áreas de Alto Valor de Conservación Culturales (AAVC), los cuales entran dentro de un protocolo de protección por parte de las empresas del sector forestal.





Esta dimensión también abarca todas las labores por parte de las empresas forestales de colaborar y trabajar con las comunidades Mapuche para desarrollar la economía local y contribuir al bienestar de estas. En esta dimensión resalta el llamado *Programa de forestación Mapuche*, el cual involucró tanto a empresas como a comunidades Mapuche en la producción de valor compartido a través de la forestación.

Diálogo con la comunidad indígena

Al ahondar en la dimensión de **diálogo con la comunidad indígena**, se observa la sistematización de **22 acciones** beneficiando a **47.996 personas**. En este sentido, para entender mejor qué es lo que integra esta dimensión, se utilizaron las tres subdimensiones:

SUBDIMENSIONES	N.º ACCIONES
Canales de comunicación para el diálogo con GHPPI	10
Proyectos multiculturales	8
Diálogo multiculturales	4

En primer lugar, respecto de los **canales de comunicación para el diálogo con GHPPI**, se captaron 10 acciones, que abarcan compromisos de diálogo directo para solucionar conflictos al igual que un trabajo cercano con las comunidades a través de protocolos diversos. Por otro lado, las ocho acciones asociadas a **proyectos multiculturales** están asociadas a capacitaciones de colaboradores de las empresas en torno a la cosmovisión indígena y protocolos de comunicación al igual que el trabajo en conjunto con las comunidades en sitios de significación cultural. Los **diálogos multiculturales**, en tanto, abarcan la participación del Consejo Consultivo Mapuche en Loncoche y protocolos de relacionamiento con autoridades ancestrales Mapuche.

Incorporación de personas pertenecientes a pueblos indígenas a la empresa

Sobre la contratación de personas pertenecientes a pueblos originarios en las empresas, se identificaron **13 acciones** sistematizadas, que abarcan iniciativas de fomento laboral a comunidades Mapuche, capacitaciones (como motosierrista, por ejemplo), asesorías y políticas de no discriminación al gestionar una contratación (por sexo, nacionalidad, religión). Esto demuestra la disposición del sector forestal de acoger las necesidades laborales existentes en diversas zonas y comunidades indígenas del país.

EXPERIENCIAS Y TESTIMONIOS DE COMUNIDADES FORESTALES

Para fines del reporte y teniendo en cuenta los resultados expuestos anteriormente, donde se consideraron los datos cuantitativos respecto de las acciones de relacionamiento comunitario del sector forestal, fue necesario ahondar con mayor precisión sobre estas acciones a través de un trabajo cualitativo. Para ello, fueron fundamentales las conversaciones con diferentes actores sociales asociados al sector forestal, desde beneficiarios directos (particulares) a representantes sociales y gubernamentales que han trabajado y desarrollado una relación con el sector.

Para ser fidedignos con las conversaciones, el tiempo y la dedicación de los actores comunitarios que participaron y permitieron ser entrevistados, esta sección presenta los diferentes temas que surgieron y que fueron comentados por ellos mismos en las entrevistas y focus groups, de manera de plasmar las percepciones y aportes relacionados con la labor social y comunitaria del sector forestal.

A modo general, al comienzo de las entrevistas y *focus groups* realizados, se les preguntó a las y los participantes sobre sus percepciones del sector forestal y las acciones de relacionamiento comunitario que se llevaron a cabo y/o siguen siendo realizadas en los territorios en los que se encuentran. Las preguntas fueron diseñadas con el fin de permitir la libre interpretación de los participantes, por lo que las respuestas lograron abarcar un amplio número de temáticas. Sin embargo, debido a la gran cantidad de información cualitativa recopilada, solo se abarcaron los temas con mayores menciones por los actores comunitarios.



8.1 Rol social y económico local del sector forestal

Al indagar con los participantes de las entrevistas y *focus groups* respecto del impacto social y económico del sector forestal en los territorios en que se encuentran las empresas dedicadas al rubro, la respuesta no fue siempre unívoca, develando matices en la medida en que se abría la pregunta y se desarrollaba la conversación.

Entendiendo que, en lo concreto, el sector forestal contribuye en gran medida a la economía nacional, con un 2 % del PIB, es también pertinente preguntar a las comunidades cuáles son sus percepciones sobre el aporte económico de la industria en la cotidianeidad.

Si bien la pregunta, como se comentó al principio, tiene diversos matices, existe en general un consenso sobre la relevancia que tiene la industria en la economía local y el progreso social en los territorios en que se encuentra. Hay una alta valoración respecto de las oportunidades laborales que presenta el sector y su importante valor para la subsistencia de las comunidades. Esto último tiene especial importancia en sectores rurales y/o más alejados de las ciudades, donde la principal fuente de trabajo corresponde a las plantas de procesamiento de madera, celulosa e industria manufacturera de productos madereros.

Respecto a lo mencionado, algunas de las percepciones y comentarios asociados a la importancia del sector forestal en lo económico, destacan declaraciones como la siguiente:

«Soy enemiga de echar (a) las empresas porque hay muchas familias que dependen de ellas. Aquí [Empresa] aporta mucho en la economía y en actividades».

Entrevistada 08, Nacimiento.

A partir de la cita anterior, se aprecia una valoración positiva sobre el rol que tiene el sector forestal y lo arraigado que se encuentra en la economía local. El sector forestal no solo impacta a sus trabajadores y colaboradores, sino que también a las familias de ellos y a la subsistencia general de estas personas.

Reforzando el mismo sentimiento, la cita **«si no estuvieran ellos [Empresa] acá, no podríamos tener grandes proyectos»** (Entrevistado 25, Collipulli) ilustra esta relación y apreciación del rol que la presencia de una empresa del sector forestal en los territorios tiene para el progreso de las comunidades.

En la cita anterior, el entrevistado hace referencia a las ayudas que ha otorgado una de las empresas participantes en términos de donaciones y proyectos sociales, desde donación de un estadio a la formulación de proyectos de viviendas ecológicas, que, en palabras de la Entrevistada 26, significa un **«cambio fundamental para la calidad de vida de las personas»** (Entrevistada 26, Collipulli). Al ahondar en el rol que ha tenido el sector forestal en el último tiempo en las distintas comunidades, la Entrevistada 32 hace alusión al rol que tuvo una de las empresas en el periodo crítico por la pandemia, al indicar que **«la empresa permitió que durante la pandemia Laraquete pueda florecer económicamente. (...) ahora, [Empresa] nos ayuda a dar un vuelco hacia lo turístico»** (Entrevistada 32, Laraquete). Esta cita vuelve

a rescatar el importante rol que cumplen las empresas forestales en sus territorios, no solo desde las posibilidades de empleo, sino que también en otras áreas de la vida social y pública de las comunidades.

En esta línea, los aportes de las empresas del sector forestal no son tan solo económicas, sino sociales. Este es el caso de la Entrevistada 01 que relató cómo, gracias a la donación de madera realizada por una empresa socia Corma, logró construir su casa propia y cómo eso impacta de forma muy positiva su calidad de vida. Casos como estos se repiten a lo largo del periodo de entrevistas con actores comunitarios que son parte del sector, al rescatar la gestión de empresas forestales al donar madera y recursos para construcciones de casas, reparaciones y proyectos de viviendas a gran escala (Entrevistada 01, Putú; Entrevistado 21, Los Ángeles; Entrevistado 24, Collipulli; Entrevistada 26, Collipulli; Entrevistado 35, Curanilahue).

El Entrevistado 23 se refiere a esta labor social de las empresas forestales en los variados territorios en los que están, y, así mismo, plantea la necesidad del sector de dirigir sus acciones a aquellas iniciativas que sean sostenibles y valiosas para las comunidades. Esto se puede apreciar en la siguiente cita:

«El gran desafío de las empresas es adaptarse, pasar del asistencialismo a la instalación de capacidades en las comunidades. De nuevo, entiendo que es una empresa y que debe generar riquezas, pero aun así tienen responsabilidades sociales. Por eso creo que tienen que generar valor, más allá de ir con la canasta, (eso) es trabajar con las comunidades para que logren tener un grado de autonomía y poder generar sus propias riquezas”»

Entrevistado 23, Los Ángeles.

Esta última cita permite dar cuenta de la valoración e importancia que se les da a las empresas forestales en sus territorios y también la crítica al asistencialismo y paternalismo característico de los sectores productivos del país. Sin embargo, se rescata el espíritu de trabajar en conjunto y entender que las empresas deben producir, pero, al mismo tiempo, invitándolas a ser actores relevantes de sus comunidades como generadores de valor compartido.

8.2 Cambio climático, medioambiente y el agua como recurso

A pesar de ser un tema complejo y de alto desconocimiento y desinformación colectiva, los participantes destacan que, si bien el problema de escasez del agua invoca a todas las personas en el territorio, sin importar si son del sector público o privado, **«no es obligación de las empresas el tema del agua, si no que los entes que deberían hacerse cargo, no lo hacen»** (Entrevistado 06, Cabrero). Dichos como el anterior se repitieron en la mayoría de las entrevistas realizadas, en que se rescató una importante preocupación por la escasez del agua y el interés por trabajar en conjunto con el sector para intentar revertir la situación.

Sin embargo, si bien la percepción fue principalmente positiva respecto del rol del sector forestal en la escasez de agua, es importante rescatar aquellos comentarios de participantes que plantearon su preocupación sobre el estado del recurso en sus territorios. Estas inquietudes se plasmaban más bien en la línea que indicó el Entrevistado 29 al expresar su tristeza e impotencia sobre la exponencial pérdida del recurso en las montañas y campos donde vive: **«Nos están secando; antes donde veíamos vertientes, ya no queda nada»** (Entrevistado 29, Loncoche), aludiendo al rol de empresas forestales y plantaciones en su comuna.

En la misma línea, el Entrevistado 29 relata, desde su cosmovisión, la experiencia vivida respecto del agua en su comunidad, asociando la problemática al manejo del sector forestal respecto del recurso. Considerando el sentimiento de angustia manifestado por el entrevistado, se logra entrever la urgencia que tiene una acción rápida para el cuidado del medioambiente y el agua con una estrategia que respete la naturaleza y las comunidades que viven en ellas. En la siguiente cita se plasma esta preocupación, presente en la gran mayoría de las entrevistas realizadas para este reporte.

«Hace 5 años, el agua todavía estaba ahí; hoy no está, hay que hacer pozos profundos. Para nosotros, las comunidades, estamos pensando seriamente cómo vamos a afrontar este tema. Y nosotros tenemos la solución, tierra recuperada, plantar (bosque) nativo o por lo menos mantenerlo. Donde hay (bosque) nativo, hay humedad. Ahora plantaron pino y el pino seca; el agua desapareció, porque el agua es viva, el agua es celosa, entonces si aquí hubiera agua y le corto los árboles, el agua se desaparece».

Entrevistado 29, Loncoche.

En este sentido, la Entrevistada 08 rescata, al igual que el Entrevistado 29, la creciente escasez de los recursos hídricos al decir:

«Nos estamos secando, pero es necesario hacer un mea culpa y ver cómo estamos usando nosotros el agua. ¿Cuántas veces estoy regando, dejamos el agua corriendo? Siempre le echamos la culpa a la empresa, pero ¿Y yo? ¿Cómo yo estoy usando el agua? Hay que entender que el agua potable no es responsabilidad de la empresa, pero cuidar el recurso es responsabilidad de todos».

Entrevistada 08, Nacimiento.

La cita anterior tiene especial relevancia al denotar la discusión pública respecto de la responsabilidad que tiene el sector forestal frente el agotamiento del agua, donde se le critica

ampliamente. Esta crítica fue percibida en la mayoría de las entrevistas, lo cual se le atribuyó a una falta de información por parte de los participantes, quienes reconocen la necesidad de que las empresas forestales compartan y faciliten los estudios sobre uso de suelo y consumo de agua en su labor productiva. La acotación de la Entrevistada 08 rescata esta reflexión propia sobre el consumo de agua por parte de la población general y la crítica hacia el sector forestal, indicando la necesidad de trabajar en conjunto hacia el cuidado de los recursos hídricos y naturales, antes de responsabilizar a toda la industria.

El Entrevistado 29 no solo destaca la idea del «**agua viva, agua celosa**» si no que pone énfasis en la necesidad de reconsiderar las prácticas forestales y el cuidado del medioambiente como un todo, que debe ser resguardado y respetado. Aquí se realza la importancia del bosque nativo, no solo como buena práctica, si no que como una necesidad real para la subsistencia de los suelos y la naturaleza en Chile. En este sentido y tomando el cuidado del medioambiente como un todo, participantes en distintos territorios rescatan la necesidad latente de trabajar por restaurar y aumentar el bosque nativo como algo urgente. Esto lo recalcan los entrevistados 32, 33 y 34 al trabajar en un rubro directamente relacionado con el sector forestal, el trabajo apícola en la Región del Biobío.

«La relación de la empresa forestal en esta zona partió muy mal. En un periodo muy complejo para la historia de Chile (...) Se eliminaron grandes cantidades de bosque nativo, fundamental para las abejas. Nosotros éramos el paraíso de las abejas (...); en 40-50 años todo se transformó en monocultivo y ahí empezamos a darnos cuenta de todo lo que se había perdido; se hizo un gran daño al mundo apícola. Las empresas empezaron a darse cuenta (de) que el mundo ya no les iba a permitir esa parada de crecer y destruir y de a poquito comenzaron a relacionarse más con las comunidades e incorporar el bosque nativo como algo fundamental en su trabajo. Esto hace 5 años, el cambio de actitud de acercarse y recibir solicitudes y opiniones».

Entrevistado 34, Curanilahue.

En la cita anterior se destaca la preocupación por el bosque nativo, pero también el reconocimiento a un cambio de la cultura empresarial en los últimos años por parte del sector forestal al reconsiderar sus prácticas y escuchar las solicitudes por restaurar y plantar más bosque nativo como una prioridad y un aporte a la sociedad general.



8.3 Invitación a mayor participación del sector forestal en las conversaciones y diálogo

Sobre la invitación de las comunidades a que el sector forestal aumente sus espacios para conversar y dialogar en sus territorios, la Entrevistada 04 se refiere al modo en el cual se relacionan las empresas forestales, haciendo hincapié en dejar de lado el asistencialismo y aplicar un diálogo activo con las comunidades para responder a las necesidades de las personas. Ella dice:

«Que tengan más acercamiento, pero no tan solo con venir a regalar cosas, sino que, a conversar, a sentarse, a escucharnos (...) Es distinto cuando te sientas a conversar y a trabajar unidos. Sentémonos y analicemos los temas».

Entrevistada 04, Santa Olga.

En la cita anterior, el Entrevistado 05 explica esta desconexión del sector con sus comunidades a partir de las dificultades que viven las comunidades en el caso de crisis sociales y naturales asociadas al rubro, resaltando la necesidad de ampliar la comunicación y participación activa de las empresas en las comunidades que tengan presencia. La siguiente cita ilustra lo mencionado:

«Uno de los problemas más grandes que tiene el sector forestal, es la falta de contacto con la comunidad. Cualquier cosa que pasa en la forestal, quien sufre la consecuencia es la comunidad, entonces, falta comunicación entre los forestales y la comunidad, hay un vacío que sería interesante cambiarlo en beneficio de las forestales y de la comunidad».

Entrevistado 05, Cabrero.

Aquí, se reitera la invitación al trabajo en conjunto de las comunidades, sus representantes y organizaciones con las empresas del sector forestal para lograr el beneficio transversal de todos los actores involucrados.

Por otro lado, y dejando de lado las sugerencias directas a la forma en la que se realizan las acciones de relacionamiento comunitario, la mayoría de los entrevistados son honestos al reconocer y agradecer el esfuerzo por parte de las empresas de dar y actuar de la forma más positiva posible en relación con las comunidades y el desarrollo productivo del sector. Esto se puede ver reflejado en la siguiente cita:

«Se agradece que no solo han colaborado [Empresas forestales], si no que ha habido un compromiso por participar y ser parte de la comunidad y la Cultura local y deporte; ese espíritu de estar siempre atenta y participando. Una cosa es entregar el recurso y desaparecer, pero aquí han estado constantemente comprometidos».

Entrevistado 03, Constitución.

El agradecimiento y la valoración de los entrevistados respecto del involucramiento de las empresas forestales fue un tema visible en las diversas entrevistas y focus groups; en esto, si bien se invita a incorporarse y escuchar a las comunidades y sus necesidades, también se rescata el trabajo ya hecho por el sector al ser las empresas actores que participan activamente e intentan mitigar su impacto de una forma que beneficie a las comunidades de la mejor forma posible.

Los entrevistados reconocen que las empresas del sector forestal tienen un propósito, que es producir y desarrollar un negocio. Por lo mismo, entienden que muchas veces las acciones de relacionamiento, proyectos e iniciativas sociales que implementan, son parte de un esfuer-

«Se entiende que son una empresa y tienen que producir, así (es) que se agradece enormemente el compromiso y disposición a colaborar que han tenido con nosotros y el trabajo para mejorar la vida de las personas en las zonas en que se encuentran».

Entrevistada 18, Los Ángeles.

zo colectivo y un compromiso externo a sus funciones. Lo anterior se ve reflejado a partir de la siguiente cita de la Entrevistada 18:

La percepción general de las y los entrevistados es que las empresas realizan una buena gestión en torno a sus acciones de relacionamiento comunitario; sin embargo, se solicita y sugiere un mayor diálogo y acercamiento a las realidades y necesidades de las comunidades que buscan beneficiar, de manera de permitir la creación de valor compartido y una mejor recepción pública del sector.

8.4 Democratización de la información

Otro de los temas comentados por los participantes de las entrevistas realizadas para este reporte es la solicitud de democratizar la información, masificar lo que ya existe para permitir un mayor conocimiento por parte del sector público y comunidades sobre el trabajo del sector forestal, tanto en el trabajo productivo como comunitario de las empresas.

De los temas que más se repitieron al preguntar qué es lo que le hace falta al sector forestal, destacó la solicitud por parte de las comunidades hacia las empresas de generar más instancias de conversación y diálogo para dar a conocer los avances e información disponible. La Entrevistada 14 refleja esto al decir, al momento de sugerir ideas para la democratización de la información, que es necesario **«ampliar las conversaciones y actividades entre las empresas y las comunidades para bajar la información a los vecinos»** (Entrevistada 14, Nacimiento). Ello de nuevo refleja el interés de las comunidades por acercarse a las empresas, lo cual no es posible sin un esfuerzo especial de las empresas a abrirse comunicacionalmente al público.

En otras palabras **«las empresas son muy buenas para hacer cosas, pero son muy malas para compartirlas. Es ahí que se genera la falta de educación y empieza el descontento»** (Entrevistado 33, Curanilahue). Lo dicho por el Entrevistado 33 demuestra que hay un conocimiento general sobre la ejecución de iniciativas en torno a las acciones sociales y medioambientales, pero falta el paso extra de las empresas para compartir la información, lo que, según el entrevistado, podría colaborar en el objetivo de mitigar la desinformación de la población sobre el sector forestal.

8.5 Rol de Corma en los territorios

En este contexto, es importante rescatar la percepción de los participantes sobre el rol de Corma en los territorios en los que se desarrolla el rubro forestal.

Los actores sociales participantes en el reporte reconocen la labor realizada por Corma, en su carácter de organización gremial, para acercar a sus socios a las realidades de los territorios en los que se encuentran y así invitarlos a colaborar en iniciativas sociales y medioambientales que sean pertinentes para las comunidades. En este sentido, participantes como la Entrevistada 02 rescatan la importancia que han tenido en la comunidad (Constitución) como nexo entre las empresas y las comunidades.

Si bien el fin del reporte no es rescatar la labor propia de Corma, el tema fue mencionado en forma reiterada por los participantes, invitando a la Corporación a involucrarse y participar como tal en el relacionamiento comunitario a través de un diálogo activo con las comunidades para seguir desarrollándose como un nexo articulador entre el sector forestal y sus vecinos. La Entrevistada 02 (Constitución) destaca el rol positivo que ha tenido Corma como nexo entre las empresas y, en su caso particular, Carabineros de Chile con el mundo de la madera. En sus palabras, **«Corma, a través del directorio, hace la convocatoria [de solicitudes y necesidades], lo cual es sumamente provechoso como institución para poder acceder a recursos y tener un mayor alcance.»** (Entrevistada 02, Constitución).

Sin embargo, aún existen testimonios que invitan a la Corma a tener un rol más activo en los territorios en los que se encuentran, tal como lo indica el Entrevistado 06 (Cabrero), quien señala:

«Corma, que no es un organismo pequeño, que se haga partícipe, que se empapen de lo que nosotros como dirigentes les planteamos a ustedes (...) sería bueno que el directorio se empape de todo lo que nosotros hablamos. ¿Por qué? Porque ahí van a ir tomando conciencia y después ellos mismos le van a replicar al resto y decir 'Oye, esto está pasando en las comunidades'»

Entrevistado 06, Cabrero

Esta última cita plantea una dinámica que ocurre de forma transversal en el sector forestal y que se refiere a la desconexión de las empresas y las personas encargadas de implementar acciones y llevar a cabo iniciativas con las propias comunidades beneficiadas. Sin embargo, la mayoría de los entrevistados resalta el cambio en las políticas de relacionamiento comunitario en los últimos años y el acercamiento progresivo de las empresas Corma. Incluso se rescata la iniciativa de Corma de realizar actividades en las que las comunidades puedan participar y dar a conocer sus testimonios, como el presente reporte.

9 PROPUESTAS

Teniendo en cuenta los resultados y recomendaciones indicadas en este documento, se plantean las siguientes propuestas para el desarrollo del eje de relacionamiento comunitario de la Corporación Chilena de la Madera. Estas propuestas buscan llevar este reporte más allá y así lograr dar lineamientos para futuras investigaciones y proyectos.

9.1 Ampliación del proyecto

En primer lugar, se propone ampliar el proyecto de investigación realizado con el objetivo de consolidar el reporte y el eje de relacionamiento como uno que genere y entregue información representativa y verídica de las acciones llevadas a cabo por el sector forestal.

Para ampliar el proyecto, se propone incorporar a más empresas socias y, eventualmente, abarcarlas por completo. Con esto, tal como se ha mencionado, se espera generar una sistematización completa de las acciones de relacionamiento comunitario de los socios Corma. De la misma forma, se propone incorporar a más actores de relacionamiento comunitario considerando que existen múltiples factores que los diferencian y los hacen igual de valiosos al momento de rescatar sus percepciones, experiencias y sugerencias.

Sobre esto último y de la mano de la siguiente propuesta, se espera que en un futuro, luego de tener un mapeo amplio de actores claves en el relacionamiento, se puedan generar metodologías y aproximaciones adaptadas a cada una de las necesidades de estos actores.

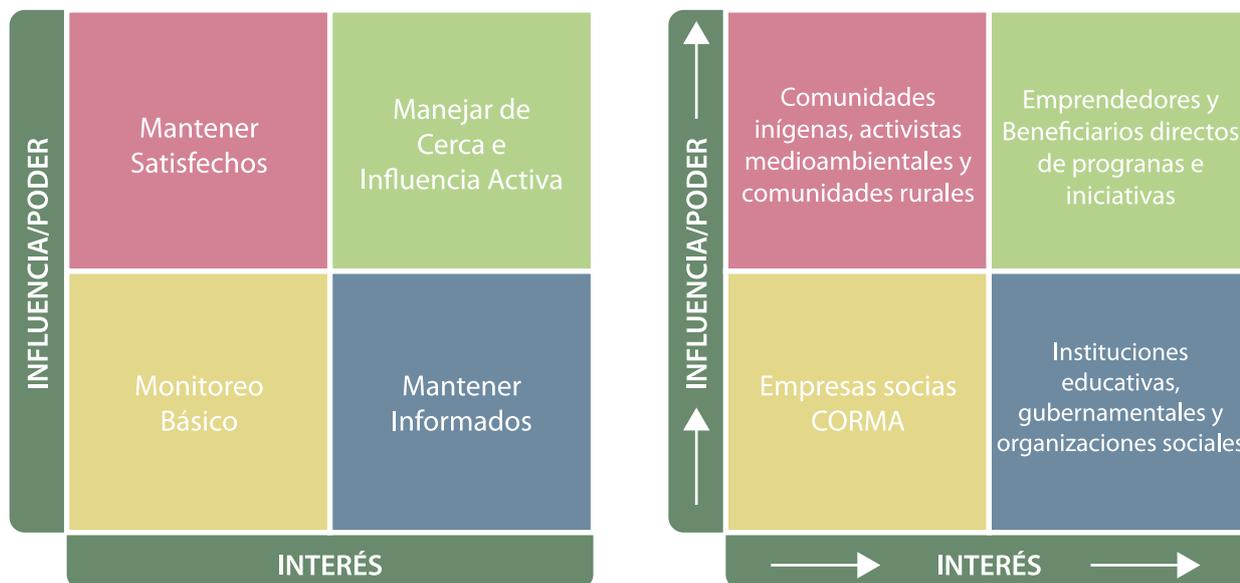
Si se amplía el proyecto, se espera articular a todo el sector forestal parte de Corma (socios) en el área de relacionamiento comunitario para compartir las experiencias positivas, y negativas en un informe que recopile el trabajo que se realice anualmente.

9.2 Mapeo de actores relevantes

Considerando el alcance del sector forestal en términos de beneficiarios y afectados, se propone la realización de un mapeo amplio de actores relevantes en el relacionamiento comunitario. El mapeo de actores permite conocer las «alianzas, los conflictos y los portavoces autorizados» que pueden aportar o afectar la implementación de un programa, iniciativa y acción de relacionamiento (Pozo-Solis, 2007). Para ello, la propuesta es realizar un Mapeo de Actores Claves (MAC) o un análisis de grupos de interés ya que identificar y valorar a los actores sociales permite diseñar mecanismos de gestión oportuna de los riesgos sociales, guiando el actuar social de las empresas para prevenir costos económicos, políticos, sociales y humanos (Vela Meléndez, 2017).

Para este reporte se logró hacer un mapeo básico bajo presupuestos subjetivos y literatura, respecto de los actores relevantes en el relacionamiento comunitario para el sector forestal. Idealmente, se propone ejecutar una medición minuciosa y a cabalidad de los actores y generar así mapas de influencia y relevancia que permitan al gremio y sector general anteponerse a posibles conflictos y también formular proyectos e iniciativas que logren potenciar a las comunidades y los recursos invertidos.

A continuación, se ilustran el mapa de actores claves base y el mapa con los actores identificados para el presente reporte. Se espera que a futuro se pueda considerar y utilizar este insumo como una línea base.



9.3 Manual de buenas prácticas de relacionamiento comunitario

A partir de la información expuesta, la propuesta de este reporte es la realización futura de un manual de buenas prácticas de relacionamiento comunitario del sector forestal para, de esta forma, tener un estándar común para todas las empresas socias Corma.

Este insumo permitirá abordar y distinguir las mejores prácticas y, al mismo tiempo, generar una sinergia entre los socios con el fin de mejorar la percepción pública del sector, articulando a diversos actores en los variados territorios para generar un impacto positivo mayor.

Teniendo en cuenta los resultados, ya sea en la sistematización propia de las acciones de relacionamiento comunitario como en la captación de las experiencias y testimonios de las comunidades asociadas al sector forestal, la reflexión final es resaltar la importancia que tienen las empresas socias Corma y el mundo de la madera en los territorios y comunidades en las que se encuentran.

Los resultados mencionados arrojan que existe una transición del sector forestal en la forma en la que se realiza el relacionamiento comunitario. Esta transición se puede ver a nivel transversal en las empresas de tamaño grande, mediano y pequeño, que han orientado sus acciones, a diferentes escalas, hacia aquellas que generen valor compartido, lo que refleja una modernización del sector. Por otro lado, se rescata el compromiso de las empresas socias Corma por generar acciones e iniciativas que perduren, indicando el interés del sector por producir un impacto positivo a largo plazo.

Respecto de la importancia del sector forestal en los territorios, parece pertinente rescatar que, realizar un cambio social e involucrarse en las comunidades, es un desafío ingente que las empresas participantes han enfrentado de forma positiva, siendo valoradas por los diversos actores. Sin embargo, la convivencia y problemáticas sociales que se busca solucionar y mitigar requieren años de trabajo y de una disposición amplia de recursos, no solo dinero, sino que de tiempo y energías conjuntas.

En esta línea, el presente reporte resalta las acciones positivas que el sector lleva a cabo, rescatando el esfuerzo y apreciaciones que tienen los beneficiarios de las acciones de relacionamiento e invitando al sector mejorar su acción y trabajo de forma articulada, potenciando los recursos que tiene y dialogando con las comunidades y sus actores para permitir la sostenibilidad y una relación fructífera en los territorios en los que se encuentren.

A modo de cierre, se destaca la cita «**Sin los árboles no somos nada (...) Lo que la gente tiene que hacer, es cuidar el bosque...**» (Entrevistada 01, Putú), que plasma el espíritu y la invitación de este reporte a articularse y trabajar en conjunto para proteger el bosque y los recursos naturales, ya que, tal como dice la entrevistada “Sin los árboles, no somos nada”.

- *Amaeshi, K., Adegbite, E., Ogbechie, C., Idemudia, U., Kan, K., Issa, M., & Anakwue, O.* (2016). Corporate Social Responsibility in SMEs: A Shift from Philanthropy to Institutional Works?. *Journal of Business Ethics*, 138(2), 385-400. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2633-1>.
- *Barrena Ruiz, J., Hernando Arrese, M., & Rojas Marchini, F.* (2016). Antecedentes históricos sobre el Complejo Forestal y Maderero Panguipulli, provincia de Valdivia, Centro-sur de Chile. *Bosque (Valdivia)*, 37(3), 473–484. doi:10.4067/s0717-92002016000300004.
- *Baumgartner, R. J.* (2019). Sustainable Development Goals and the Forest Sector—A Complex Relationship. *Forests*, 10(2), 152.
- *Brammer, S., & Millington, A.* (2005). Corporate Reputation and Philanthropy: An Empirical Analysis. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 29-44. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-7443-4>.
- *Bridoux, F., & Stoelhorst, J. W.* (2022). Stakeholder governance: Solving the collective action problems in joint value creation. *Academy of Management Review*, 47(2), 214-236.
- *Brundtland, G. H., & Khalid, M.* (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford, Gran Bretaña.
- *Cathcart, M.* (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico. *Ciencia en su PC*, (3),12-21. [fecha de consulta 16 de junio de 2022]. ISSN: 1027-2887. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002>.
- *CONAF.* (2022). Red de Prevención Comunitaria 2022-2023.
- *Ministerio de la Agricultura.* (2016). Política Forestal 2015 – 2035. Maval Spa, Santiago, Chile.
- *Frêne C. & Núñez, M.* (2010). Hacia un nuevo Modelo Forestal en Chile. *Revista Bosque Nativo*, 47, 25-35.
- *Gene, T.* (2005). Community and Community Development in Resource-Based Areas: Operational Definitions Rooted in an Interactional Perspective, *Society & Natural Resources*, 18(7), 661-669, Doi 10.1080/08941920590959640.
- *Hajdúchová, I., Mikler, C., & Giertliová, B.* (2019). Corporate Social Responsibility in Forestry. *Journal of Forest Science*, 65(11), 423–427. doi:10.17221/79/2019-jfs.
- *Hart, A.* (1988). Discurso pronunciado en las sesiones del IV Congreso de la UNEAC. La Habana, Cuba. p. 3.
- *Kania, J., & Kramer, M.* (2011). Collective Impact. *Stanford Social Innovation Review*, 9(1), 36–41. <https://doi.org/10.48558/5900-KN19>.
- *Korhonen, E., Toppinen, A., Lähtinen, K., Ranacher, L., Werner, A., Stern, T., & Kutnar, A.* (2016). Communicating Forest Sector Sustainability: Results from four European countries. *Forest Products Journal*, 66(5-6), 362-370.
- *Kramer, M., & Pfitzer, M.* (2016). The Ecosystem of Shared Value. *Harvard Business Review*, 80-89.

- *Lähtinen, K., Toppinen, A., Suojanen, H., Stern, T., Ranacher, L., Burnard, M., & Kitek Kuzman, M.* (2017). Forest Sector Sustainability Communication in Europe: A Systematic Literature Review on the Contents and Gaps. *Current Forestry Reports*, 3(3), 173–187. doi:10.1007/s40725-017-0063-2.
- *Loera-González, J. J.* (2021). Structural Violence and the Role of the State: Notes on Extractive Forestry and Indigenous Territories in Northern Mexico. *The Extractive Industries and Society*, 8(3), 100908. doi:10.1016/j.exis.2021.100908.
- *Marcal, J., Antizar-Ladislao, B., & Hofman, J.* (2021). Addressing Water Security: An Overview. *Sustainability*, 13(24), 13702. <https://doi.org/10.3390/su132413702>.
- *Más Mujer Forestal Corma.* (2022). Manual de transferencia de buenas prácticas Más Mujer Forestal. Santiago.
- *Mirvis, P., & Googins, B.* (2006). Stages of Corporate Citizenship. *California Management Review*, 48(2), 104–126. doi:10.2307/41166340.
- *Moravcikova, K., Stefanikova, L., & Rypakova, M.* (2015). CSR Reporting as an Important Tool of CSR Communication. *Procedia Economics and Finance*, 26, 332–338. doi:10.1016/s2212-5671(15)00861-8.
- *Morsing, M., & Schultz, M.* (2006). Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323–338. doi:10.1111/j.1467-8608.2006.00460.x.
- *Porter, M. E., & Kramer, M. R.* (2019). Creating Shared Value. In *Managing Sustainable Business*, 323–346. Springer, Dordrecht.
- *Pozo Solís, A.* (2007). «Mapeo de Actores Sociales», documento de trabajo PREVALFIDA.
- *Sampieri, R. H.* (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.
- *Sharma, P.* (2021). «Corporate Philanthropy: A Systematic Review». *Major Papers*. (188). <https://scholar.uwindsor.ca/major-papers/188>.
- *Silveira, D., Colomé, C., Heck, T., Nunes da Silva, M., & Viero, V.* (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de Enfermería*, 24(1-2), 71-75. <https://dx.doi.org/10.4321/S1132-12962015000100016>.
- *Vela Meléndez, L.* (2017). Valoración de actores sociales en proyectos, organizaciones y territorios: una propuesta metodológica integrada.
- *Yang, & Yan, M.-R.* (2020). The Corporate Shared Value for Sustainable Development: An Ecosystem Perspective. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 12(6), 2348–. <https://doi.org/10.3390/su12062348>.



