

SOFIFA

CREANDO VALOR EN EL TERRITORIO

COMUNIDADES AL CENTRO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL



INDICE



01

Carta Introdutoria

PAG. 4

02

La importancia de la vinculación con el territorio.

PAG. 7

03

Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

PAG. 13

04

Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

PAG. 18

INICIO

1 Carta
Introductoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.

Carta Introdutoria

Las empresas juegan un rol central en el desarrollo de un país y en la calidad de vida de las personas, y deben estar constantemente superándose y esforzándose para mejorar sus prácticas, poniendo en el centro a las personas y aumentando su valor, junto con mejorar el bienestar de la comunidad en que está presente. En un mundo cambiante, cada vez más globalizado, y luego de una pandemia mundial, tener una estrategia de sostenibilidad para cumplir este rol empresarial es indispensable, promoviendo una mirada de largo plazo en donde el propósito de las organizaciones convive y se potencia junto con los objetivos de diversas organizaciones y personas con los cuales las

empresas interactúan. En este marco, es fundamental la creación de valor para todos los stakeholders.

En esta mirada de desarrollo empresarial sostenible, desde SOFOFA promovemos que las empresas consideren 6 pilares de la Sostenibilidad para evaluar y gestionar su actividad; comunidad, trabajadores, consumidores, medio ambiente, proveedores y gobiernos corporativos. Estamos convencidos que el trabajo responsable y centrado en las personas en el marco de estos 6 pilares estrecha los lazos de confianza con la ciudadanía, elemento esencial para hacer de Chile un país de oportunidades.



INICIO

1 Carta
Introdutoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.

Pilares Estrategia Sostenibilidad SOFOFA



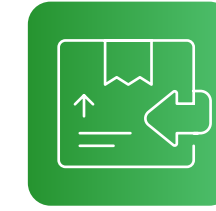
Medio Ambiente:

- Medición y gestión en base a metas de reducción de impactos ambientales (emisión de GEI, huella de carbono, etc.).
- Iniciativas y prácticas de gestión hacia una economía circular.
- Conservación y gestión sustentable de recursos naturales.
- Capacitación y formación continua en relación a crisis climática.



Trabajadores:

- Comunicación y diálogo con trabajadores.
- Inclusión y equidad de género.
- Capacitación y reconversión laboral.
- Flexibilidad y adaptabilidad.
- Medición y gestión del clima laboral y salud en el trabajo.
- Sistemas de compensación e incentivos adecuados.
- Desarrollo de liderazgos.
- Prevención de acoso laboral.



Proveedores:

- Conocimiento del equipo ejecutivo y directorio de los proveedores.
- Capacitación y desarrollo de proveedores.
- Estrategias de caracterización y vinculación con proveedores PYMES, con beneficios y estrategias de relacionamiento.
- Pago oportuno a proveedores.
- Certeza de procesos proveedores – clientes.



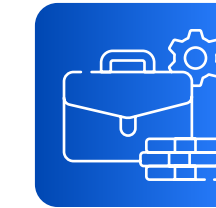
Comunidad:

- Estrategias de vinculación con comunidades en base a programas permanentes.
- Comunicación con comunidades y levantamiento de sus perspectivas.
- Oportunidades de desarrollo de trabajo local.
- Relación con organizaciones territoriales (ONGs, autoridades, Gobierno, juntas vecinales, etc.).



Cliente/ Consumidor:

- Medición y gestión del nivel de satisfacción de los clientes.
- Estrategias para generar una cultura centrada en el cliente.
- Protocolos de resolución de problemas y reclamos.
- Retroalimentación de clientes.
- Protección de derechos de los clientes.
- Canales de comunicación eficientes con los clientes.
- Transparencia.



Gobierno Corporativo:

- Definición de estructura, roles, objetivos y sus mecanismos de control.
- Conexión del Directorio con la Operación, los trabajadores y otros stakeholders de interés.
- Trato periódico de temas de interés asociados a materias de sostenibilidad.
- Presencia de protocolos y prácticas que velen por conductas éticas.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

La vinculación, compromiso y trabajo con las comunidades, tiene un impacto evidente en la sociedad, a través del impacto directo que tienen los programas de vinculación, pero también hacia adentro de la organización, generando un mayor sentido de orgullo y pertenencia en los colaboradores, incrementando la motivación de los trabajadores, impulsando la generación de lazos al interior de las empresas, entre muchos otros aspectos. Desde esa lógica, en el presente documento sistematizamos una serie de experiencias y aprendizajes que pretenden impulsar e inspirar a la comunidad empresarial a seguir desarrollando más y mejores iniciativas de vinculación con la comunidad.

Queremos agradecer a todas las empresas socias del gremio que participaron de la elaboración de este documento, el cual ha sido fruto de una construcción colaborativa que hoy termina con la publicación de 16 casos de éxito en esta primera versión.



Es importante mencionar que las relaciones con las comunidades son dinámicas y van evolucionando con el tiempo, al igual que las mejores prácticas empresariales. Entendemos que el presente documento requiere de constantes actualizaciones y la incorporación de nuevos y diferentes programas de vinculación, lo cual iremos desarrollando paulatinamente. A su vez, comprendemos la riqueza que tiene reunir a diferentes representantes de diversas organizaciones para reflexionar y aprender desde la experiencia que cada uno tiene sobre cómo generar un mejor y mayor impacto en las personas. En esa línea, este documento ha sido el canal para impulsar esta reflexión gremial, la cual queremos extender a las empresas e invitarlas a transitar hacia la acción permanente. Esperamos que el contenido de las próximas páginas oriente e impulsen mejores estrategias de vinculación de las empresas con las comunidades, estando siempre abiertos al diálogo y a nutrir las confianzas, para que entre todos podamos hacer de un Chile un país de oportunidades, donde nadie se quede atrás.

Richard von Appen
 Presidente SOFOFA

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

1 Carta
Introductoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.



2

LA IMPORTANCIA DE LA VINCULACIÓN CON EL TERRITORIO.

En base a una revisión de la literatura, así como la experiencia de las empresas que han ayudado en la construcción del presente documento, detallaremos una serie de elementos que dan cuenta de la importancia que tiene para las empresas generar una positiva vinculación con la comunidad. Estos elementos se separan en cuatro categorías: la evolución del concepto de desarrollo sostenible, la importancia de la sostenibilidad en la toma de decisiones estratégicas, la relevancia del criterio social para generar impacto dentro y fuera de la compañía y, finalmente, la relación que tiene el trabajo comunitario en la percepción de la ciudadanía frente a las empresas.



A.- Evolución del concepto de Desarrollo Sostenible

El concepto de Desarrollo Empresarial Sostenible, término acuñado en la estrategia de Sostenibilidad de SOFOFA, es fruto de una evolución conceptual que está asociado a diferentes paradigmas de relacionamiento de la empresa con la sociedad. Si bien, esta evolución se puede estudiar en profundidad y hacer un documento exhaustivo para analizar los paradigmas asociados a cada concepto, desde la experiencia y conversación que se ha dado en la construcción de este documento, podemos resaltar tres grandes etapas:

- » **Filantropía Empresarial:** La filantropía referida a las empresas nace en Estados Unidos a fines del siglo XIX, basado en fundamentos religiosos de los empresarios exitosos. Las responsabilidades sociales eran entendidas como obligaciones morales o religiosas. Generalmente las acciones estaban dirigidas a trabajadores y comunidades aledañas y se basaban en donaciones y actividades altruistas para mejorar la educación, salud e infraestructura básica en sus localidades.
- » **Responsabilidad Social Empresarial (RSE):** Se origina en la década de los setenta y articula las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas que la sociedad tiene respecto de las empresas. Con este concepto se rompe el paradigma de

que únicamente la administración del negocio debe estar dirigida a los intereses de los accionistas. Se llega a la conclusión de que más que un gasto, la responsabilidad social empresarial podía llegar a ser una fuente de innovación y de ventajas competitivas. Este modelo de administración del negocio implica un compromiso voluntario de la organización a conocer, considerar y dar respuesta a las expectativas de sus grupos de interés relevantes.

- » **Desarrollo Sostenible:** El desarrollo sostenible hace referencia a abordar temáticas relacionadas con sostenibilidad desde lo más profundo de la estructura de la empresa. Surge con el objetivo de vincular la responsabilidad social al *core business* de las empresas, como fuente de creación de valor compartido que orienta la toma de decisiones estratégicas de la empresa y no como un componente o acciones adicionales que algunas empresas realizan por miradas filantrópicas. Tal como menciona la UICN, es un enfoque que tiene como objetivo la realización de negocios que sean económicamente viables, socialmente justos y ambientalmente correctos.

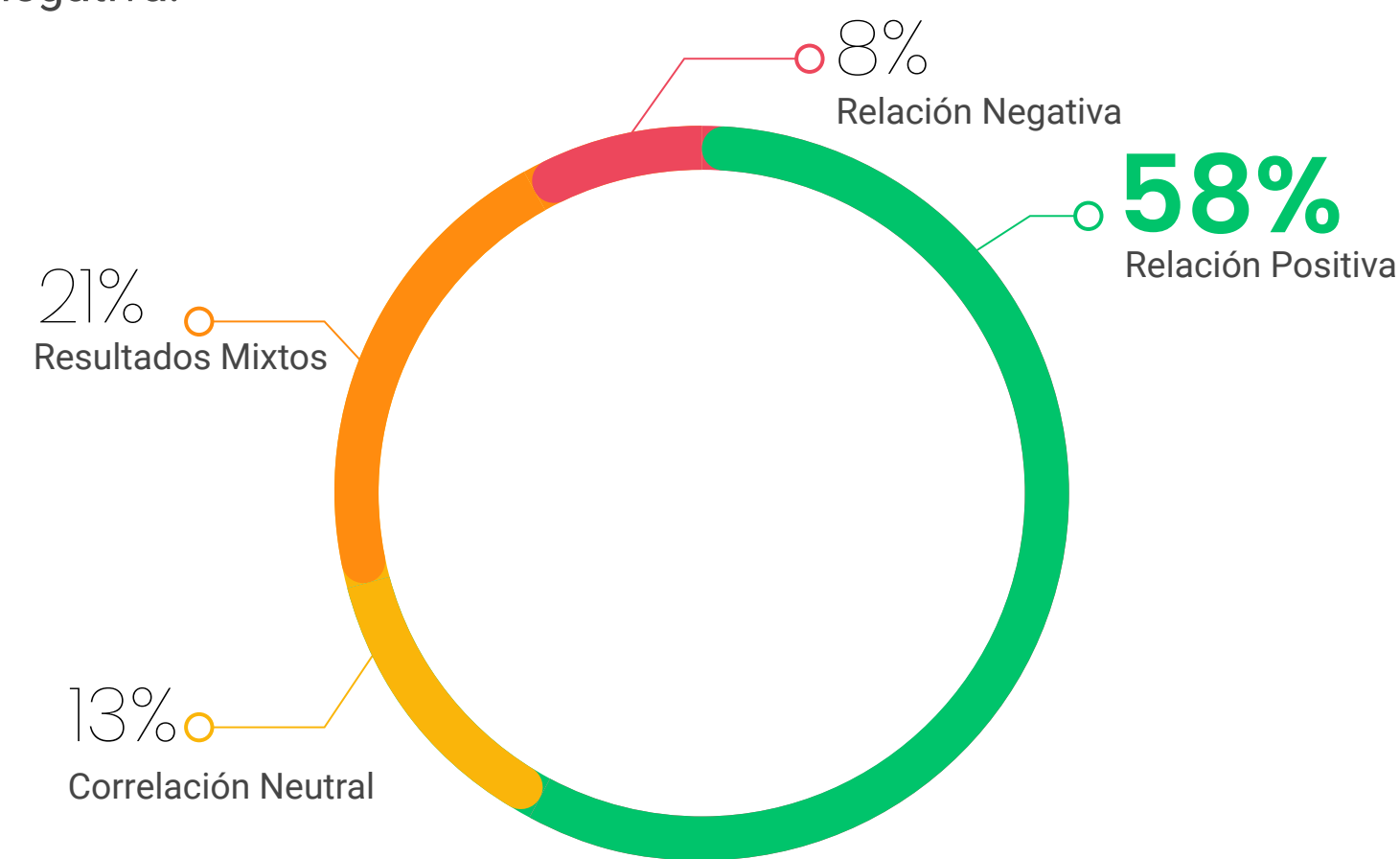
B.- Importancia de una mirada sostenible para la toma de decisiones estratégicas

» Dimensiones de sostenibilidad han adquirido cada vez más importancia en la toma de decisiones estratégicas de las empresas. Tal como se menciona en Accenture & World Economic Forum, “los deseos de convertirse en una empresa sostenible y responsable han adquirido mayor importancia entre las empresas a nivel mundial, pasando del 65%, en 2019, al 73%, en 2020”. (Accenture & World Economic Forum (WEF), 2021)



» Además, se ha logrado un gran avance en vincular índices de sostenibilidad con rentabilidad. Según un estudio de KPMG, “el 70% de los directores ejecutivos de Estados Unidos reconoce que las iniciativas enfocadas en ESG mejoran el rendimiento financiero versus un 37% del año anterior”. (KPMG, “Confidence and growth”, 2022)

Respecto a la vinculación de los índices de sostenibilidad con rentabilidad, un estudio de la Universidad de Nueva York (NYU) que consideró la revisión de más de 1000 trabajos de investigación entre los años 2015 al 2020 que estudiaron la relación entre ESG y el desempeño financiero, destacó que **la mayoría de los estudios (58%) encontraron una relación positiva entre ESG y el desempeño financiero**, el 13% encontró una correlación neutral, el 21% mostró resultados mixtos y muy pocos (8%) mostraron una relación negativa.



Bajo esta misma línea, según un estudio de Wharton, en períodos de tiempo sobre los tres años, las empresas con mejores gestiones en ESG entregaron un **retorno sobre el capital invertido (ROIC) 4% mayor y un 9% menos de volatilidad** (Wharton, “Walking the talk”, 2022)

Además se proyectan **53 billones de dólares para el 2025 como inversión en activos ESG**, lo que implica más de un tercio de los \$ 140,5 billones en activos totales proyectados bajo administración (-Bloomberg, “ESG assets may hit \$53 trillion by 2025, a third of global AUM”, 2021).

Las empresas con propósito tienen cada vez mayor relevancia en la actualidad, además de ser financieramente viables. Según un estudio de la Escuela de Negocios de Harvard, “las empresas con un propósito fuerte superan al mercado entre un 5% y un 7% anual, crecen más rápido y tienen **mayor rentabilidad**” (Harvard Business Review, 2019 “181 Top CEOs Have Realized Companies Need a Purpose Beyond Profit”)

Finalmente, según un estudio de Zeno Group, **cuando se percibe que una marca tiene un propósito fuerte, los consumidores tienen 4 veces más probabilidades de comprar de esa marca, 6 veces más probabilidades de defender esa marca en un momento desafiante, 4,5 más probabilidades de recomendar (defender) la marca a amigos y familiares y 4 veces más probabilidades de confiar en la marca.** (Zeno Group, Zeno Strength of Purpose Study, 2020)

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

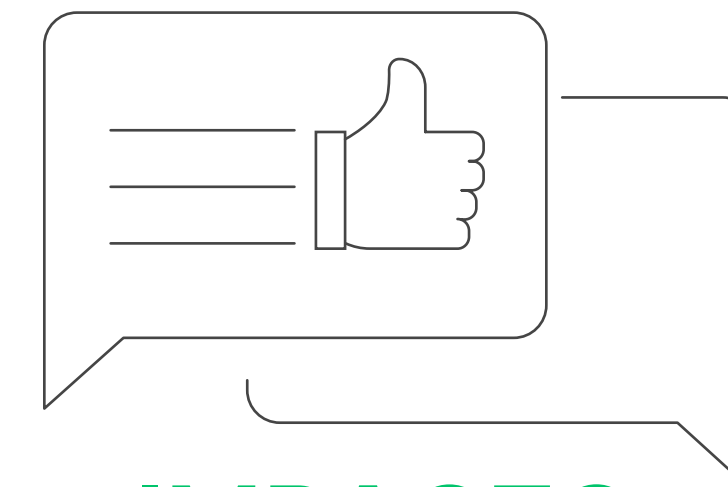
C.- “S” como generador de impacto al interior de la compañía

Dentro de las dimensiones de sostenibilidad se encuentra la relacionada con la gestión social y comunitaria, la cual influye en diversos factores fundamentales para las empresas, tanto a nivel interno como externo. Alguno de estos factores son:



» **Atracción de talentos:** Preocuparse de generar vínculos con los territorios podría ser fundamental para atraer buenos talentos. Según cifras de la Escuela de Negocios de Harvard, el **90% de los MBA están dispuestos a renunciar a los beneficios financieros para trabajar en una organización con buena reputación de ética y responsabilidad social corporativa.** (HBS, Corporate Social Responsibility and Employee Engagement”, 2010.) Además, según un estudio de International Business Machines (IBM), Clientes, Comunidades y Accionistas, son los grupos más importantes para el éxito a largo plazo según los trabajadores. (IBM, “Sustainability at a turning point”, 2021.)

» **Sentido de orgullo y pertenencia de los trabajadores:** El propósito y el sentido de pertenencia de los colaboradores tienden a estar relacionados. Según un estudio de la Escuela de Negocios de Harvard, dónde se utilizan más de 1.5 millones de observaciones a nivel de empleados en miles de empresas, **“si la empresa tiene un fuerte propósito corporativo, sus empleados sentirán un mayor significado e impacto en sus trabajos”**(Harvard Business Review, “181 Top CEOs Have Realized Companies Need a Purpose Beyond Profit”, 2019)



IMPACTO POSITIVO

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

D. Vinculación comunitaria e impacto en la precepción ciudadana frente a las empresas

Las organizaciones, ahora más que nunca, requieren un propósito mayor. El sentimiento público de que las empresas deberían "existir" por razones más convincentes que solo registrar un crecimiento de primera línea y ganancias extraordinarias se ha vuelto más pronunciado después de la crisis financiera mundial de 2008. Un cambio en la mentalidad del consumidor, especialmente entre los compradores jóvenes, es otra razón para el mayor enfoque en el propósito corporativo. Los consumidores

conscientes de la comunidad **esperan que las empresas demuestren más compromiso social.**

Muchas personas hoy en día, especialmente aquellas en el grupo de edad Gen Z, solo compran productos de empresas que son social y ambientalmente responsables.

La importancia del propósito se extiende mucho más allá de un eslogan elevado y bien elaborado. Si se sigue de buena fe, un propósito corporativo fuerte tiene el poder de ampliar las bases de clientes de las empresas, mantener una fuerza laboral talentosa y proporcionar beneficios constantes en forma de mayores ingresos y ganancias. Un propósito bien diseñado, que detalla por qué una empresa debería existir en el mundo, además de registrar los rendimientos de los accionistas, **ayuda a mantener una reputación**

positiva en el mercado. (Forbes, "Business gain when purpose and profit go hand in hand",2023)

Los consumidores son cada vez más exigentes, lo que hace que temas como transparencia y reputación de la empresa sean cada vez más relevantes. En este sentido, según un estudio realizado el 2021 por Porter Novelli, **el 73% de los consumidores** menciona que para ganar su apoyo las empresas deben mostrar cómo están apoyando a las comunidades y al medio ambiente.

Asimismo, según el Barómetro de Confianza en las Empresas de SOFOFA, **el trabajo con comunidades es el principal motor de comentarios positivos de la ciudadanía frente a las empresas** en base a un análisis de big data de 521.347 comentarios analizados en redes sociales. Además, dentro del mismo Barómetro, la medida **"mostrar preocupación por el medio ambiente y las relaciones con la comunidad"** es la quinta que más se repite al consultar a la ciudadanía respecto a qué deben hacer las empresas para generar más confianza."



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

E.- Desafíos

Los desafíos que enfrentan las empresas para generar un mayor y mejor impacto en la calidad de vida de las comunidades con las que se relacionan van cambiando a lo largo del tiempo y evolucionando con la historia de éstas y sus intereses. Tal como comentamos en el apartado inicial, incluso el enfoque y concepto con el cual se aborda estas materias van evolucionando, pasando de la “Filantropía” al “Desarrollo Sostenible”.

En esta misma línea, los desafíos para fomentar la vinculación de las empresas con los territorios también van evolucionando. Si los temas que abordaban las empresas hace 30 años podían estar focalizados en pobreza, acceso a servicios

básicos, educación primaria obligatoria, entre otros, hoy en día vemos que están enfocadas en temas como desarrollo de competencias laborales para la industria 4.0, desafíos de reducción de huella de carbono, ciberseguridad, entre otros.

Junto con la evolución de los conceptos y los temas a abordar, están el desafío de generar investigación local que permita dar cuenta de los impactos cuantitativos que tienen este tipo de iniciativas de vinculación con el territorio en la sostenibilidad financiera de las compañías y en el impacto de la calidad de vida de las personas. Este desafío es común para la sociedad civil, la academia y centros de estudios, en conjunto con el mundo empresarial y el sector público, para aportar con data y análisis actualizados que relacionen el impacto comunitario con la rentabilidad financiera.



1 Carta
Introductoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.

1 Carta
Introductoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.

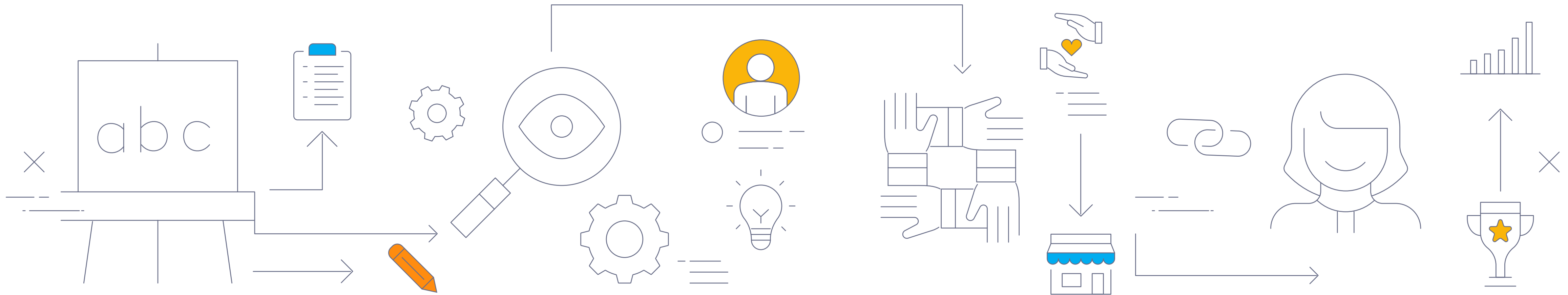


A partir de la revisión de los casos de éxito que se detallarán en el siguiente bloque, junto a las reflexiones y análisis sostenidas en reuniones con las empresas participantes de la redacción del presente documento, se han levantado una serie de buenas prácticas transversales que se recomiendan considerar a la hora de diseñar e implementar iniciativas de vinculación con las comunidades, los que se detalla a continuación:

3

CATALIZADORES DEL ÉXITO:

10 elementos recomendados para impactar a las comunidades



1. Nombre pertinente:

Definir un nombre atractivo del programa, considerando que con éste se difundirá a la comunidades y al interior de la empresa. La identificación de un programa con un nombre genera sentido de pertinencia y simplifica el posicionamiento del mismo en la comunidad. Se recomiendan nombres simples y autoexplicativos.

2. Transparencia:

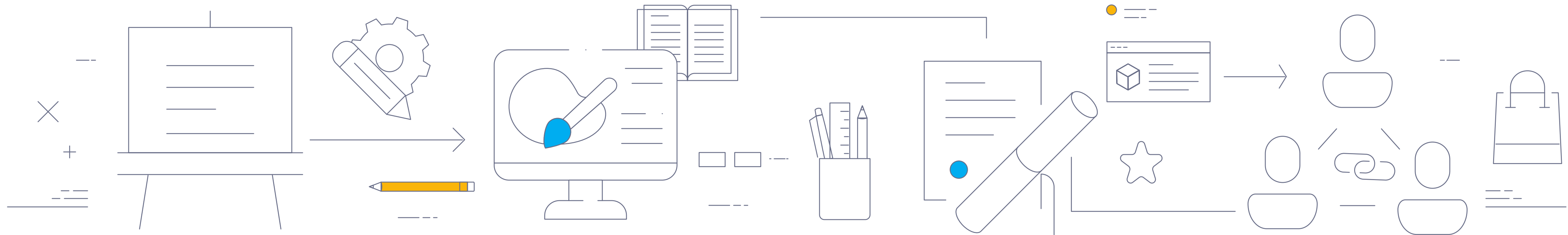
Realizar acciones que den cuenta de una transparencia proactiva (dar a conocer respaldos y medios de verificación de declaraciones de impacto) más que reactiva (presentarlos ante solicitudes). La transparencia es un elemento transversal para la generación de confianzas, ajuste de expectativas y anticipación de problemas relacionales.

3. Alianza Público – Privada:

Analizar las alternativas para construir el programa en el marco de una alianza que otorgue mayor robustez y credibilidad a los programas, a pesar de complejizar su gestión en algunas ocasiones. En caso de lograr activar las alianzas, es importante definir un sistema de gobernanza claro (quién toma las decisiones, cómo, cuáles son las responsabilidades de cada parte, etc.)

4. Coordinador definido:

Definir a una persona con roles claros y de vinculación directa con los beneficiados, con posibilidades de tomar o canalizar decisiones de manera ágil, quien asume el liderazgo y coordinación del programa, definiendo de la manera más clara posible cuáles son sus roles dentro del proyecto y qué se espera dentro de éste. No obstante, es necesario resaltar que la responsabilidad del programa recae en varias personas de la organización, no sólo el coordinador.



5. Tablero de gestión:

Establecer indicadores por objetivos del programa, considerando sus fórmulas de cálculo con sus respectivas fuentes de información, metas y responsables, con el fin de gestionarlos periódicamente (plazos dependerán de la duración del proyecto).

Se recomienda presentar semestralmente los resultados del tablero al Directorio de la empresa o Comité asociado a temas de sostenibilidad empresarial

6. Protagonismo en el diseño:

Involucrar en la fase de diseño del programa a la comunidad, no sólo en los diagnósticos participativos. Es importante aclarar en su participación los alcances generales del programa, con el fin de ajustar expectativas. A su vez, es recomendable evitar la sensación de que las recomendaciones de la comunidad serán necesariamente incluidas, puesto que esto debe pasar por un proceso de evaluación.

7. Hitos centrados en las relaciones:

Marcar hitos donde se de un espacio de interacción a nivel personal es esencial para generar cercanía entre el programa y sus iniciativas con la comunidad en donde se desarrolla. Estos hitos deben estar enmarcados en las relaciones institucionales asociadas al programa, pero focalizada en las relaciones personales que hacen posible el proyecto.

8. Vinculación a Largo Plazo:

Impulsar una mirada de largo plazo, considerando e la generación de una relación con la comunidad tiene hitos o iniciativas puntuales, pero no se sustenta desde esas acciones esporádicas tipo “spot”. Se recomienda en el diseño partir desde un plan macro, de largo plazo, a una bajada en iniciativas puntuales, velando porque todas estas tengan sentido y coherencia con el plan mayor.



9. Plan comunicacional:

Acompañar todo el programa de vinculación con las comunidades con hitos comunicacionales, idealmente con vocería de los beneficiados y representantes a nivel transversal de la empresa. El plan debe contemplar objetivos, mensajes fuerza por stakeholder, canales e hitos de comunicación, alineado bajo un lema o mensaje fuerza que se recomienda construir junto a la comunidad.

10. Resultados concretos y foco:

Dar a conocer resultados concretos a la comunidad beneficiada, que denoten un impacto comprobable del proyecto y acotado al foco del mismo (y no en otros elementos que disten mucho de la realidad de los vecinos). Estas instancias dan cuenta de los avances de los programas, además de ser una oportunidad para orientar las siguientes metas.



1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



4

EXPERIENCIAS INSPIRADORAS:

16 Iniciativas que marcan personas y comunidades



ALAS Futuro



Acercando la Energía: combatiendo la pobreza energética junto a nuestras comunidades.



Fortalecimiento Empresarial para proveedores de San José de Maipo



Gestión Integral del recurso hídrico con la comunidad



Programa Super Sano Experiencia en Sopraval



Iniciativa por los Jóvenes



Terapia de Hogar



Plan de Fortalecimiento a Sindicatos de Pescadores Artesanales



Parque Angostura



Programa Alianza Mujer Atacameña



Mi Almacén Mi Comunidad



Programa Buen Vecino: Reposicionando



Programa de formación Dual de Educación en comunidades de Mejillones y Calama



Coquimbo Ciudad Puerto



Seguridad Energética en Campamentos



Espacios Solidarios para Emprendedores

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Cervecería AB InBev Chile.

ALAS FUTURO

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal



Entregar oportunidades de aprendizaje a estudiantes de liceos Técnico Profesionales (TP) cercanos a la planta productiva, alineando los planes de formación con los requerimientos de la compañía y estableciendo hitos de aprendizaje significativos del los estudiantes al interior de la empresa, formando a su vez nuevos perfiles para el pipeline técnico-operativo de la compañía.

Nuestros objetivos particulares



- Capacitar estudiantes de liceos TP en contenidos de neumática, electroneumática y PLC, tanto al interior del colegio como al interior de la empresa.
- Desarrollar planes formativos al interior de los liceos TP acorde a las necesidades reales de las empresas.
- Generar hitos de aprendizaje en terreno mediante visitas al laboratorio de formación ALAS Futuro construido en la planta de la empresa con maquetas interactivas que simulan los procesos productivos de la planta.
- Dar a conocer y generar interés en los estudiantes por las carreras TP y las posibilidades de desarrollo personal y laboral existentes en la compañía.
- Capacitar y comprometer a trabajadores de la planta con la formación de estudiantes TP.

Foco



Educación.

ODS



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



El programa está orientado a estudiantes de cuarto medio de Liceos Técnicos profesionales cercanos a la planta de la empresa (Quilicura o zonas aledañas), tanto hombres como mujeres, que cursen las asignaturas técnicas de neumática, electroneumática y PLC. Son estudiantes que presentan el interés por conocer en la práctica lo que aprenden teóricamente en sus liceos.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Técnicos internos de la empresa (instrumentistas):** Maestros guías de los estudiantes, siendo capacitados para orientar la formación de los jóvenes en la planta.
- **Área Corporate Affairs & Legals:** Diseñar el programa y generar la relación con los liceos y difundir el programa
- **Área People & Management:** Diseñar los planes formativos acorde a las necesidades de la empresa y coordinar la implementación del programa (coordinador del proyecto).

... y externos a la empresa?



- **Técnicos de automatización empresa SMC:** Capacitar a instrumentistas en contenidos a desarrollar para estudiantes.
- **Educación SOFOFA:** Generar la vinculación con liceos y apoyar en el diseño inicial del programa.
- **Liceos TP:** Coordinar la participación de los estudiantes.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

	SENTAR LAS BASES PARA EL PROYECTO	CONSTRUCCIÓN DE LABORATORIO EQUIPAMIENTO DE LABORATORIO	PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Definir las áreas de formación para el proyecto acorde a las necesidades de la empresa (Ej. neumática). Definir alcance del proyecto (cantidad de estudiantes a formar y liceos a considerar). Generar la vinculación inicial con el liceo, invitándolos a participar. Planificar y coordinar la capacitación de los instrumentistas que serán los encargados de recibir y formar a los estudiantes. Coordinar la formación al interior de los Liceos en los procesos que vivirán al interior de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Planificar, coordinar con proveedores y realizar seguimiento del correcto levantamiento del laboratorio donde se desarrollarán las clases, contemplando una primera etapa para la construcción de la infraestructura general y la instalación de las maquetas donde se realizarán los desafíos formativos. 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinar las visitas de los estudiantes en grupos reducidos (10-15 estudiantes) para ser recibidos por el instrumentista capacitado y resolver en las maquetas del laboratorio los desafíos que simulan la planta productiva. Considera también una visita guiada a la planta.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Coordinador de proyecto junto a área de Corporate Affairs y Directores de Liceos. 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinador de proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinador de proyecto junto a Director o encargados de formación TP de los liceos.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Contar con técnicos con conocimientos estandarizados de acuerdo a lo que se implementará en clases y jóvenes con conocimiento básicos previos. 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorio habilitado y equipado. 	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de los estudiantes con la visita realizada.
¿CUÁNDO / CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 1 mes 	<ul style="list-style-type: none"> 5 meses 	<ul style="list-style-type: none"> 4 meses

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



¿QUÉ MIDE?

¿CÓMO SE CALCULA?

¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?

COBERTURA	SATISFACCIÓN	CONTINUIDAD FORMATIVA LABORAL
<ul style="list-style-type: none"> Alcance de la iniciativa respecto a los jóvenes formados. 	<ul style="list-style-type: none"> Respuesta de los estudiantes respecto al proceso formativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Continuidad de la relación de los estudiantes con la compañía.
<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de estudiantes que realizan el proceso de formación sobre la cantidad meta. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de respuestas positivas de los estudiantes ante la evaluación de la iniciativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de estudiantes participantes del programa que continúan ligados a la compañía (prácticas o contratos).
<ul style="list-style-type: none"> Registro de asistencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de cierre. 	<ul style="list-style-type: none"> Nómina de seguimiento de estudiantes.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

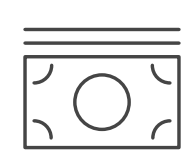
3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

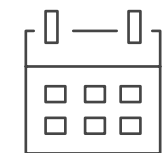


¿Qué logramos y qué aprendimos?

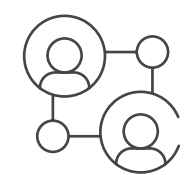
Recursos necesarios



Recursos monetarios para construcción del laboratorio, equipos, maquetas, branding y logística.



Tiempo de planificación.



Personal para implementar el proyecto (ej: instrumentistas que asumen un rol formativo) y seguimiento.

Cualitativamente



- Mayor confianza y empoderamiento de los estudiantes, logrando aprendizajes significativos en materias técnicas, orientación profesional e interés por el rubro.
- Instrumentistas que asumen un rol formativo generan un mayor sentido de pertenencia y propósito con la empresa.

Cuantitativamente



- En el primer piloto participaron más de 60 estudiantes.
- Se realizó vinculación con 2 colegios, contemplando más de 45 horas de formación práctica y teórica a los estudiantes.

Principales aprendizajes



- Capacidad de entrenar y conocer en la práctica a jóvenes, quienes pueden integrarse en la cadena de procesos de la organización de forma temprana, generando vínculos e identificando los mejores perfiles para eventuales reclutamientos alineados a las necesidades de la organización.
- Necesidad de entender y ajustar el programa a los tiempos de los liceos (meses de prácticas, calendario escolar, etc.)
- Necesidad de generar BBDD de seguimiento y monitoreo posterior, no quedar solo en el hito. Ej: realizar encuestas donde los alumnos indiquen sus expectativas al terminar la educación media.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación



- Inauguración del laboratorio con presencia de los colegios.
- Reunión inicial con invitación a los Liceos, involucrando a su plana directiva en el diseño del proyecto.
- Visitas de los estudiantes.
- Ceremonia de certificación con los estudiantes que participaron del proyecto.

Barreras u obstáculos del programa



- Comunicación fluida con proveedores: Algunos proveedores con los que se trabajó no respondían de forma ágil, esto se daba porque la coordinación de algunas tareas se llevaba a cabo en más de un medio de comunicación y no se definió desde el principio uno.
- Calendario escolar: No había información respecto al calendario escolar de los alumnos, por lo que era difícil coordinar actividades debido a actividades propias del funcionamiento de los liceos.

Palabras de sus protagonistas

“Mi experiencia en el ALAS Futuro fue increíble, tanto por la inducción en el proceso de la cervecería en ámbitos de elaboración, tanto como una mirada más técnica para lograr aquellas funciones; Se nos hizo desafíos neumáticos para familiarizarnos con las acciones requeridas por el proceso en la planta, por ejemplo encontrar fallas o programar y armar circuitos.

Con este programa concluyo que se están dando grandes oportunidades laborales y académicas, desde una mirada inclusiva y apostando por gente joven”

(Vicente Fredes, ex alumno de especialidad electrónica Liceo Benjamín Dávila Larraín)



FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL PARA PROVEEDORES DE SAN JOSÉ DE MAIPO

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal



Potenciar la gestión, administración y fortalecimiento de negocios con acciones vinculadas al desarrollo de emprendedores/as, micro y pequeños empresarios/as que son o fueron proveedores locales en el proyecto Alto Maipo con el fin de producir resultados sostenibles en el tiempo y que contribuyan al desarrollo local.

Nuestros objetivos particulares



- Facilitar y garantizar la vinculación de los emprendedores/as y MYPES participantes con los actores relevantes, tanto públicos como privados, dentro y fuera del territorio, y con el sector turismo y fomento.
- Promover y asegurar la asociatividad entre los mismos participantes, de modo de lograr el desarrollo de servicios y programas asociativos que permitan enfrentar de forma más competitiva el acceso a nuevos mercados.
- Capacitar a los emprendedores/as y microempresarios/as participantes en temas de economía circular y difundir su sello como estrategia de desarrollo local.

Foco



Desarrollo Laboral, Emprendimiento e Innovación.

ODS



- 1 Carta Introdutoria
- 2 La importancia de la vinculación con el territorio.
- 3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.
- 4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad

Grupos que desarrollan una actividad económica con identidad local. El programa ha beneficiado directamente a 125 emprendedores/as y microempresario/as de la comuna de San José de Maipo que han participado en actividades de capacitación del programa desde el año 2016, y de los cuales el 67% son mujeres que sostiene la economía de su hogar.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?

- **Gerente de Relacionamento Comunitario (RRCC):** Líder del proyecto.
- **Jefe comunitaria:** Coordinador del proyecto.

... y externos a la empresa?

- **Centro de Negocios La Florida SERCOTEC:** desarrollo de parte técnica del programa.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

	SELECCIÓN	FORMACIÓN	ACTIVACIÓN
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de selección de los emprendedores con los que se trabajará: <ul style="list-style-type: none"> » Se realiza a través de una invitación a la base de datos de proveedores locales que son o fueron proveedores locales del proyecto Alto Maipo. » Se ejecuta reunión de presentación del programa de Fortalecimiento Empresarial. » Se selecciona a emprendedores y/o empresarios que realicen actualmente un negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Selección de áreas de desarrollo para los emprendedores, a través de un diagnóstico realizado por la coordinadora del proyecto para determinar las principales oportunidades de formación (por ejemplo, a modo ilustrativo, los temas abordados en años anteriores son: registros contables, técnicas de comercialización, responsabilidad social empresarial para PYMES, diseño de negocio). Diseño y ejecución de talleres de capacitación para emprendedores con expertos en las materias de interés, con un foco de carácter práctico (por ejemplo, cómo realizar la operación renta, pasos para lograr la formalización o realización de oferta de valor individual y asociativa). Realización de seminarios focalizado (por ejemplo, turismo e importancia de la innovación). 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades que faciliten el impulso y gestión comercial a la red de emprendedores del programa, tales como: <ul style="list-style-type: none"> » Generación de oferta de valor individual y asociativa para presentar su oferta a nuevos mercados. » Rueda de negocio para presentar sus emprendimientos, tanto al interior como al exterior de la comuna. » Coordinación y/o participación en ferias laborales. Creación de una plataforma o mecanismo de seguimiento y control simple que permite ir teniendo información actualizada al menos semestralmente respecto a indicadores base del proyecto, tales como aumento de ventas, aumento de empleos, formalización y creación de nuevos negocios.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Relacionamento Comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Relacionamento Comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Relacionamento Comunitario y Centro de negocios La Florida-SERCOTEC.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Participación de emprendedores/as de la comuna de San José de Maipo. 	<ul style="list-style-type: none"> Cambios positivos en la organización administrativa de los emprendimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> Los participantes del programa logran vinculación con actores relevantes dentro y fuera de la comuna para promover sus servicios.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 1 mes. 	<ul style="list-style-type: none"> 5 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 meses.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	TASA DE CREACIÓN DE OFERTAS DE VALOR	SPEECH DE VENTA INDIVIDUAL	SPEECH DE OFERTA ASOCIATIVA	REUNIONES CON POTENCIALES CLIENTES	AUMENTO DE VENTAS	CONTRATACIÓN DE PERSONAL
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Los participantes del programa desarrollan su oferta de valor individual. 	<ul style="list-style-type: none"> Calidad del discurso de las ofertas individuales desarrolladas durante el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Calidad del discurso de la oferta de valor asociativa desarrolladas durante el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Los participantes del programa ofrecen sus productos y/o servicios a nuevos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Los participantes del programa aumentaron sus ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de personas contratadas durante el programa.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de participantes que presenta su oferta de valor. 	<ul style="list-style-type: none"> Medición a través de encuestas a los potenciales clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Medición a través de encuestas a los potenciales clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de reuniones por participantes con diferentes potenciales clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Variación porcentual de ingresos antes y durante los años del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Diferencia de personal antes y después del programa.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Presentación sistematizada de la oferta de valor de cada participante. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de los potenciales clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de los potenciales clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Listado de reuniones realizadas por emprendedor con potencial cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Formulario F22. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de nuevas contrataciones declaradas por los emprendedores.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

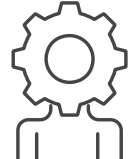



4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios



-  Encargado de Programa.
-  Equipo de formación.
-  Gastos de formación (talleres, webinars, etc.).
-  Gastos de activación (ruedas de negocios, ferias, etc.).

Cualitativamente



- » Se generaron ofertas de valor individual y asociativas entre los participantes para llegar a nuevos mercados y vinculación con actores relevantes dentro y fuera de la comuna de San José de Maipo en el rubro del Turismo y en Fomento Productivo.
- » Interés de replicar este programa en otras comunidades donde está presente, adaptando las actividades de capacitación de acuerdo a la realidad y necesidad de cada territorio.

Cuantitativamente



- » 125 emprendedores/as y microempresario/as de la comuna de San José de Maipo han sido parte del programa (67% son mujeres que sostiene la economía de su hogar).
- » Participantes del programa lograron aumentar sus ventas en más del 50% después de participar en el programa.
- » Se generaron nuevos empleos, aumentando el personal en un 45% promedio.
- » Se realizaron 2 grupos asociativos, en el cual uno de ellos se reunió con más de 11 potenciales clientes.

Principales aprendizajes



- » Importancia de realizar seguimiento permanente a los participantes para que logren obtener buenos resultados.
- » La fortaleza de generar asociatividad en la comuna, más allá de los programa individuales, como foco para impulsar un desarrollo local más amplio y dar sostenibilidad al proyecto.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



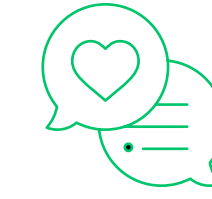
Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- Entrega de herramientas concretas y prácticas de gestión, administración y fortalecimiento de negocios, con resultados concretos.
- Continuidad de un programa de largo plazo, no acotado a pocos meses o iniciativas puntuales, considerando su extensión en la etapa de operación de la central.
- Alianza estratégica con el Centro de Negocios La Florida SERCOTEC, ya que los participantes del programa se mantendrán como clientes permanentes.
- Mantención del contacto con los emprendedores/as y empresario/as de la comuna invitándolos a participar de las versiones del Fondo Concursable de la Fundación AES Chile, que tiene dentro de sus ámbitos de participación el apoyo a emprendedores y empresarios de la comuna.

Barreras u obstáculos del programa

- Baja participación en las actividades por falta de tiempo.
- No lograr acortar la brecha de los emprendedores/as y microempresario/as participantes en materia de conocimiento administrativo, financiero, y oferta de valor de sus negocios, frente a la competencia fuera de la comuna/ sector donde se trabaje.
- No conseguir la sostenibilidad de los negocios de los participantes para que se mantengan en el tiempo.



Palabras de sus protagonistas

“Los emprendedores que participan del programa, desde el 2016, son clientes del centro de negocios del ministerio de Economía y un pilar fundamental para el desarrollo sostenible de San José. El desafío es sumar a más mujeres en nuestro programa ”

(Paola Olivares Schirmer, Gerente Relacionamento Comunitario AES Chile.)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Sopraval, Agrosuper.

PROGRAMA SÚPER SANO EXPERIENCIA EN SOPRAVAL

Iniciativas que marcan personas y
comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Promover hábitos y un estilo de vida saludable para mejorar la calidad de vida de los alumnos y sus familiares a través de herramientas didácticas que les permitan tener una grata experiencia asociada a la enseñanza bajo la metodología de “aprender jugando”.

Nuestros objetivos particulares

- Contribuir a la formación de hábitos de vida saludable en niños y niñas, a través de la alimentación equilibrada y la práctica de actividad física por medio de un aprendizaje interactivo y entretenido.
- Identificar una alimentación sana y equilibrada y aplicar la funcionalidad de los alimentos de manera práctica.
- Desarrollar hábitos adecuados de actividad física, lavado de alimentos y cuidado de los espacios.
- Reforzar la comprensión lectora y escrita a través de nuestros libros didácticos.
- Equilibrar y educar sobre las porciones adecuadas del plato alimentario.
- Fomentar el consumo de agua y reforzar sus beneficios.

Foco

Salud, Educación.

ODS

Promovemos hábitos de vida y alimentación saludable para niños y apoderados a través del programa Súper Sano.



1 Carta
Introdutoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



Alumnos del primer ciclo básico (1° a 4° básico) junto a sus familias, pertenecientes a 33 establecimientos educacionales (municipales y particulares subvencionados) ubicados en las ocho comunas donde Sopraval cuenta con instalaciones.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Coordinador de programas:** coordina talleres con directores y jefes de UTP de establecimientos a partir de la gestión con los distintos municipios y departamentos de educación..
- **Subgerente Relaciones con la Comunidad:** establece la relación con el municipio y genera un convenio entre la municipalidad y la empresa..
- **Relacionador comunitario:** establece la relación con el municipio y el Departamento de Educación respectivo..

... y externos a la empresa?



- **Municipio (alcalde):** firma el convenio para implementación y desarrollo del programa.
- **DAEM (alcalde):** autoriza y valida los contenidos asociados a la malla curricular del Ministerio de Educación e implementa los talleres.
- **Establecimientos educacionales (directores, jefe UTP, profesores de aula y asistentes):** coordinan y apoyan de talleres en sala.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

	PLANIFICACIÓN INTERNA	PLANIFICACIÓN ESCOLAR	IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario para la destinación de recursos que tienen como objetivo la compra de material. • Distribución de recursos, considerando los contenidos de la malla curricular, objetivos de aprendizaje y estrategias pedagógicas. • Planificación anual general de las actividades, considerando los establecimientos educacionales donde se impartirá el programa. • Compra de materiales requeridos según la planificación. • Selección y capacitación del equipo docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión con municipio (alcalde) para presentar el programa y definir los establecimientos de acuerdo a las necesidades. Contempla la firma del convenio entre la municipalidad y la empresa. • Reunión con Departamento de Educación del Municipio para planificar el acta con las fechas en que se realizarán las actividades. • Reuniones con los equipos de los establecimientos, para conocer a los respectivos docentes y calendarizar fechas por curso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de talleres por parte del equipo docente en base al programa . Contempla 45 minutos de duración y uno o dos talleres por cada nivel, manteniendo la estructura del curso. • Implementación de encuestas de talleres y retroalimentación por parte de los establecimientos. • Publicación y difusión de resultados del programa junto a cada establecimiento.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinador de programa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Subgerente de Relaciones con la Comunidad, Relacionador Comunitario, Coordinador del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinador de programas – equipos docentes Súper Sano.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> • Carta Gantt general del proyecto y habilitación de recursos necesarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación en detalle del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de los talleres.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> • 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 semanas por establecimiento.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



ALIMENTACIÓN EQUILIBRADA	HÁBITOS SALUDABLES
--------------------------	--------------------

¿QUÉ MIDE?

- Selección de colaciones saludables, consumo de fruta y agua.
- Alumnos identifiquen e incorporen hábitos saludables.

¿CÓMO SE CALCULA?

- N° Previo de colaciones saludables (CS)*100/ N° posterior de CS.
- N° de alumnos con hábitos saludables pre *100/ N° de alumnos con hábitos saludables post intervención.

¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?

- Número de colaciones saludables de los alumnos antes de la intervención v/s número de colaciones saludables después de nuestra intervención.
- Por nivel y establecimiento.
- Numero de alumnos que identifiquen y practiquen estilos de vida saludable.
- Pilares fundamentales:
 - » Consumo de agua.
 - » Actividad física.
 - » Correcto descanso.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

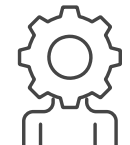
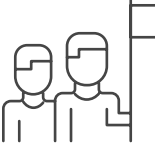
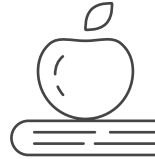
4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios



-  Encargado de Programa.
-  Equipo docente Súper Sano.
-  Materiales: pendones, libros, uniforme equipo y corpóreo.

Cualitativamente



Fomentamos rutinas equilibradas y saludables, a través de la generación de vínculos afectivos con nuestros alumnos.

Continuidad en los aprendizajes, reflejado en conductas de vida saludable, comprometidos con la comunidad escolar y familiar.

Cuantitativamente



- 3.500 niños adherentes al programa.
- Cinco convenios con municipalidades en las comunas donde impartimos el programa.
- 33 establecimientos adherentes al programa.
- 90% de niños seleccionan colaciones saludables, consumiendo fruta y agua.
- 80 % de los alumnos participantes de las intervenciones mejoraron sus hábitos saludables.
- 80% de los alumnos realizan actividad física basada en juegos acorde a su edad.

Principales aprendizajes



- Valor de la alianza público-privada que se genera entre empresa, municipio y establecimientos educacionales.
- Importancia de entregar herramientas educativas a los docentes, bajo estrategias de aprendizaje lúdico, presencial e innovador para los alumnos.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación



- Firma de convenios con las municipalidades y vinculación inicial con DAEM, para orientar el programa en base a la necesidad educacional de la comuna.
- Presentación de los resultados del programa, dando cuenta de la transparencia de los datos.

Barreras u obstáculos del programa



- En ocasiones, lento compromiso inicial por parte de algunos establecimientos educacionales.
- Dificultades para la coordinación de calendarios escolares, considerando los tiempos pedagógicos requeridos.

Palabras de sus protagonistas

“Este tipo de herramientas educativas es un muy buen material de apoyo y un reforzamiento entretenido, lúdico y comprensible, ya que los niños pueden entender la información de una manera distinta y activa”.

(Elba Zúñiga - profesora de escuela Villa Florida, La Calera)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Easy, Cencosud.

easy

TERAPIA DE HOGAR

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal



Mejorar salud la calidad de vida y reparar las “necesidades de hogar” que presentan grupos vulnerables, a través de un trabajo colaborativo, que integra a distintas personas, empresas, ONGs y al sector público.

Nuestros objetivos particulares



- Dar vida al propósito corporativo de Easy: “ayudar a las personas a construir el hogar de sus sueños”.
- Generar alianzas de largo plazo con impacto social entre proveedores, instituciones públicas, ONGs y las otras unidades de negocio de Cencosud e Easy.
- Ser un aporte al desarrollo humano de grupos vulnerables a través de la restitución del derecho fundamental a tener una vivienda digna, que aporte a su calidad de vida.
- Mejorar el clima laboral, el compromiso y el orgullo reputacional de los colaboradores de Easy.
- Inspirar a otras organizaciones a contar con instancias de voluntariado corporativo.

Foco



Salud, Sustentabilidad y Medio Ambiente, Superación de la Pobreza, Protección Infantil y/o Adulto Mayor, Infraestructura.

ODS





¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



Se genera un amplio scouting desde la consultora social de Easy (Fundación 7 Sueños). Dentro de los requisitos se encuentra la necesidad de renovación en algún espacio del hogar, nivel de vulnerabilidad social/necesidad, levantamiento de aspectos legales (antecedentes del beneficiario: regularización de documentos del terreno y permisos de la propiedad), potencial de crecimiento y proyección a futuro para asegurar una inversión con sentido e impacto; y la posibilidad de que se permita visibilizar una realidad de hogar “desconocida” a través de todas las plataformas. Posteriormente se hace un seguimiento post Terapia.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Gerente Comercial, Gerente Experiencias – Gerentes de tienda:** Levantamiento de proveedores y productos que pueden aportar a las Terapias.
- **Gerente Personas:** Desarrollo del plan de voluntariado de colaboradores Easy en todas las tiendas, CD y Administración Central.
- **Gerente Administración/Gerente Supply Chain:** Planificación y logística para hacer posible la Terapia.
- **Gerente tiendas Easy :** Gestión de recolección y despacho de productos al lugar de la Terapia.
- **Gerente de Marketing, Gerente de Sostenibilidad y equipo:** Gestión, planificación

y coordinación del proyecto interna y externamente. Validación de casos. Registro audiovisual de cada terapia, comunicación y difusión.

... y externos a la empresa?



- **Fundación 7 Sueños:** Gestor social y constructivo.
- **Fundaciones e instituciones públicas aliadas** (Fundación Familias Power, Fundación Nuestra Casa, Corporación Renal Mater, Fundación para la Infancia Ronald McDonald, Fundación El Mejor Cambio de tu Vida, Sename, Senama, SernamEG): Presentación de casos de grupos de personas en situación de vulnerabilidad que cuentan con “problemas de hogar”. Trabajo colaborativo para que la intervención sea fructífera en el largo plazo y responda a las reales necesidades del beneficiario.
- **Proveedores:** Donación de productos para habilitar espacios y convertirlos en hogares.

¿Cómo se implementa?

	DEFINICIÓN DE CASOS	DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN	INTERVENCIÓN
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Se realiza una selección interna por parte del equipo de Sostenibilidad Easy y posteriormente validado por consultora social de la marca para determinar a los beneficiarios. Se agendan visitas técnico-sociales a los casos seleccionados por parte del gestor social, con foco en revisar viabilidad del proyecto. También se convoca a expertos partner en otras materias para tomar decisiones. Se estudia y se hace un levantamiento de aspectos legales/reputacionales junto al gestor social para tomar en cuenta regularización de documentos del terreno y permisos de la propiedad. Además, los planos de la construcción para conocer correctamente las instalaciones a las que el equipo se enfrentará. El beneficiario (paciente) al que se le realizará la Terapia de Hogar puede ser una persona, grupo familiar o comunidad que tiene una dolencia/temática de hogar a la que entraremos a profundizar. Por ejemplo: "Hogar es la primera escuela", "Un hogar se adapta contigo", "Hogar es el que protege", "En un hogar siempre hay espacio para el amor" u "Hogar el origen de nuestra identidad). 	<ul style="list-style-type: none"> Visita técnica – constructiva por parte del gestor social y contractivo, con el objetivo de cerciorarse de que es seguro intervenir en ese lugar, en función del estado de las instalaciones eléctricas, de agua, gas y estado de la estructura de la casa. Levantamiento de cubicación, lo que considera una bajada al detalle por tipo de producto y unidades. Definición de proveedores, considerando como criterios, la importancia de la expertise sobre una categoría de hogar/construcción en particular que necesita ser priorizada para conseguir un resultado idóneo. Se define una tienda ancla Easy, la que tendrá el rol de abastecer de productos y materiales al equipo técnico y de voluntariado de Terapia de Hogar. Funciona como una capitanía en la que lidera el gerente de tienda, con el objetivo de centralizar la operación y logística del caso en un sólo lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> Intervención constructiva de los voluntarios que renuevan los espacios hasta convertirlos en un hogar, junto a proveedores que aportan en función de su expertise, relacionada a la categoría de sus productos. La mayor parte de los casos incluye la colaboración de una Fundación/Institución con foco en mejorar la calidad de vida a través de una solución de hogar conectada a sus reales necesidades. Inauguración del nuevo hogar, considerando un hito con la participación de todos los colaboradores detrás del proyecto y los beneficiarios.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Equipo Sostenibilidad Easy, Gestor social y audiovisual. 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo Sostenibilidad Easy, Gestor social, constructiva y audiovisual. 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo Sostenibilidad Easy, Gestor social y audiovisual.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Visita y diagnóstico, definición de 6 casos y temáticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Visita y diseño de intervención a 6 hogares. 	<ul style="list-style-type: none"> 6 intervenciones realizadas, con sus respectivas inauguraciones.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 1 mes por caso. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 mes por caso. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 a 2 meses por caso.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	CANTIDAD DE VOLUNTARIOS INVOLUCRADOS ASOCIADOS	CANTIDAD DE BENEFICIARIOS	CANTIDAD DE PROVEEDORES	CANTIDAD DE PRODUCTOS APORTADOS
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Sumatoria de participantes activos por jornadas de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de personas impactadas directamente (miembros de las familias que reciben la Terapia). 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de proveedores que realizan aporte donación. 	<ul style="list-style-type: none"> Impacto económico mediante la valorización de aportes.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Impacto social indirecto de la iniciativa, basado en el compromiso de la gente. 	<ul style="list-style-type: none"> Las Fundaciones/Instituciones nos comparten su reporte anual de beneficiarios. En caso de una familia o comunidad, se calcula un estimado considerando 4 personas por familia. 	<ul style="list-style-type: none"> Impacto económico, mediante la Convocatoria a empresas proveedoras y organizaciones partners de Easy. 	<ul style="list-style-type: none"> El equipo constructivo realiza una cubicación de materiales por cada obra, lo que considera una bajada al detalle por tipo de producto y unidades. En complemento con el levantamiento y solicitud de muebles y decoración se genera un cálculo consolidado por el número de unidades aportadas en total.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Reporte anual de fundaciones instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Reporte anual de fundaciones/instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Catastro interno de participación y aportes de cada proveedor. 	<ul style="list-style-type: none"> Cálculo en base a los SKU/materiales necesarios por cada obra a través del equipo constructivo.

INICIO







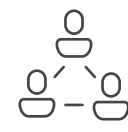

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios 	Cualitativamente 	Cuantitativamente 	Principales aprendizajes 
<ul style="list-style-type: none">  Equipo interno.  Equipos externos – fundaciones.  Voluntarios (HH internas de trabajadores.).  Donación en productos de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> » Terapia de Hogar evidencia el rol del hogar en la calidad de vida de las personas a través de la transformación de espacios en hogares, demostrando que cuando renuevas un espacio algo se renueva en ti. » A través de una cadena de ayuda que involucra: proveedores, profesionales, maestros de la industria, voluntarios, instituciones, vecinos y colaboradores, se consigue que la intervención sea consistente y coherente con la recuperación de “sensación de hogar” para todos sus beneficiarios. 	<ul style="list-style-type: none"> » +15.000 beneficiarios alcanzados al año. » +90 proveedores internos y externos participando. » + de 3.000 voluntarios. » + 22.000 horas de profesionales participando, como voluntarios. » + 15.000 productos entregados. 	<ul style="list-style-type: none"> » Para involucrar tanto a los voluntarios internos de Easy Chile, como a los proveedores, se requiere un fuerte trabajo previo de alineamiento a un propósito común, que pone en el centro a las personas. Esto va generando mística, orgullo y reputación de marca en el largo plazo. » La comunicación es fundamental desde el inicio; primero para visibilizar las problemáticas de hogar que tienen los beneficiarios y luego para dar a conocer al público externo todos los esfuerzos realizados en conjunto, lo que amplifica el impacto.

INICIO

- 1 Carta Introdutoria
- 2 La importancia de la vinculación con el territorio.
- 3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.
- 4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación



- Visita técnica social: Con foco en revisar si el caso es viable o no, en aspectos técnicos/constructivos y sociales. Se ayuda a distintos tipos de hogares, que relevan distintas temáticas de hogar a nivel país y permiten conocer en profundidad este espacio, a través de la convocatoria a expertos partner en otras materias. Aquí es cuando se comienza a generar un lazo entre el beneficiario y el gestor social, que permite comprender si se avanzará o no.
- Nivel de vulnerabilidad social/necesidad, levantamiento de aspecto legales (antecedentes del beneficiario: regularización de documentos del terreno y permisos de la propiedad), potencial de crecimiento y proyección a futuro para asegurar una inversión con sentido e impacto.
- Inauguración - El alta: cada Terapia se inaugura con un “alta del hogar”. Esto se acompaña de una jornada hito en la que participan todos los colaboradores detrás del proyecto y los beneficiarios, con el objetivo de demostrar el movimiento que genera la iniciativa. A través de una jornada en que se revela por primera vez el espacio intervenido y se genera un espacio humano de conversación y conexión entre las partes.

Barreras u obstáculos del programa



- No considerar la opinión de los mismos beneficiarios, como actores activos en la transformación de sus hogares, de tal modo que posteriormente sientan como ajenos esos espacios, donde, aunque han sido renovados, ellos no han puesto de su parte para lograrlo.
- Prometer cosas que después no se podrán cumplir. Siempre hay que cuidar las expectativas de grupos de personas vulnerables.



Palabras de sus protagonistas

“Gracias a Uds., por ser parte de esta gran obra que ayuda a personas con situaciones tan difíciles, y darnos la posibilidad de aportar con un granito de arena como empresa”

(Raúl Poblete - Gerente Retail ByP)



Colbun.

PARQUE ANGOSTURA: MÁS QUE UNA CENTRAL LA FUSIÓN DE LA ENERGÍA, EL TURISMO Y EL EMPRENDIMIENTO PARA IMPULSAR EL DESARROLLO LOCAL

Iniciativas que marcan personas y comunidades



¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Desarrollar un polo turístico al alero de la Central Angostura, mediante un proyecto desarrollado en conjunto con la comunidad, para aportar de manera efectiva y ampliada al desarrollo local, poniendo en valor la naturaleza local, la cultura y las potencialidades productivas de la comunidad.

Nuestros objetivos particulares

- Construir, operar y mantener infraestructura turística (“Parque Angostura”) que ponga en valor la riqueza natural de la zona y haga compatible el turismo con el embalse de generación eléctrica Angostura.
- Promover y potenciar un nuevo destino turístico (“Destino Angostura”), que genere oportunidades laborales, comerciales, crecimiento y desarrollo local.
- Fomentar la educación y cultura ambiental a través de los distintos atractivos de parque.
- Desarrollar una cadena de emprendedores de productos y servicios que soporte el desarrollo del destino turístico.
- Ofrecer acceso a los vecinos de las comunidades locales y a los turistas una oferta turística gratuita y de calidad.

Foco

Desarrollo Laboral, Emprendimiento, Turismo y desarrollo local.

ODS





¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



- Visitantes del Parque Angostura, quienes reciben un servicio gratuito de alta calidad. Según la encuesta estival 2021-2022, el 76% es de la región del Biobío, incluyendo un 5 % de las comunas locales (Santa Bárbara y Quilaco).
- Trabajadores directos de los atractivos: 52 trabajadores directos en los cinco atractivos y 20 emprendedores (provenientes de 15 familias) que tienen puestos permanentes de venta en el Parque.
- Más de 70 emprendedores del destino ampliado que proveen alojamiento, alimentación, artesanía, servicios turísticos, etc.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Gerente Corporativo de Asuntos Públicos:** Director del desarrollo del Parque Angostura.
- **Jefe de Asuntos Públicos Biobío:** Supervisor del desarrollo del Parque y del Centro de Emprendimiento asociado.
- **Encargado de Parque y Relacionamento Comunitario:** Jefe de Operaciones de los contratos y servicios del Parque.
- **Encargada de Desarrollo Local y Relacionamento Comunitario:** Supervisor del Centro de Emprendimiento asociado.

- **Jefe de Comunicaciones Zona Sur:** Gestor de Comunicaciones y Eventos del Parque.

- **Encargados de Mantenimiento del Parque.**

... y externos a la empresa?



- **Contratista de Operación de Playas y de Centro de Visitantes/ Arboretum/ Mirador;** proveen servicios y personal operativo al Parque.
- **Comodatarios de los 3 Campings;** operan los campings.
- **Emprendedores locales;** venden productos y servicios en las instalaciones del Parque (mirador, playas).
- **Centro de Emprendimiento Colbún;** organismo promotor de la formación y desarrollo de emprendedores.
- **Municipio de Santa Bárbara y Quilaco;** impulsan diversas obras, proyectos y eventos turísticos.
- **Sernatur;** define los lineamientos de desarrollo turístico, asigna recursos transversales para el turismo y financia variados programas.
- **Emprendedores del destino ampliado Santa Bárbara - Quilaco;** ofrecen distintos productos y servicios turísticos (alimentación, alojamiento, tours, etc.)

¿Cómo se implementa?

	PARTICIPACIÓN CIUDADANA ANTICIPADA	DISEÑO PARTICIPATIVO	CREACIÓN DE UN CENTRO DE EMPRENDIMIENTO	OPERACIÓN DEL PARQUE ANGOSTURA
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Levantar observaciones ciudadanas y expectativas en torno al proyecto de generación eléctrica en la zona. Mediante diálogo y reuniones con la comunidad se identifican eventuales riesgos, impactos, inquietudes y aspectos de interés para la comunidad, al tiempo que se perfecciona la definición del área de influencia y se determinan atributos locales relevantes para el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> Conformación de una alianza público-privada llamada “Mesa de Turismo Angostura” con representantes de JJVV, Municipios, Cámara de Comercio, Sernatur, Colbún, entre otros. Diseño, en el marco de la mesa, de elementos del Parque Angostura (varios contenidos en la RCA) y la parrilla de eventos y asociados, entre otros elementos de la operación futura. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar programas de formación, incubación y levantamiento de recursos públicos y privados para la creación de emprendimientos y el potenciamiento de los negocios existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> Construir y administrar el parque vinculado al desarrollo local por medio de la creación de una red de emprendedores a cargo de ejes estratégicos como la operación de los campings, centros de visitante (centro educacional, ambiental y turístico), playas, aboretum, miradores y senderos. Realizar una evaluación sistemática de la experiencia de los visitantes. Generar prácticas de promoción y marketing del destino mediante mesa liderada por Sernatur.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Encargados de Relacionamento Comunitario internos y externos. 	<ul style="list-style-type: none"> Encargada de Desarrollo Local y Relacionamento Comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Emprendimiento Colbún. 	<ul style="list-style-type: none"> Encargado de Parque en vinculación con la comunidad.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico y proyecto de generación eléctrica mejorado previo a ingreso a EIA que incluyó un Parque. 	<ul style="list-style-type: none"> Reporte anual de fundaciones/instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Catastro interno de participación y aportes de cada proveedor. 	<ul style="list-style-type: none"> Cálculo en base a los SKU/materiales necesarios por cada obra a través del equipo constructivo.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 2007 (9 meses) 	<ul style="list-style-type: none"> 2011-2014 	<ul style="list-style-type: none"> 2012 en adelante 	<ul style="list-style-type: none"> 2015 en adelante

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	Nº DE VISITANTES AL PARQUE EN TEMPORADA ESTIVAL	INGRESOS DIRECTOS DE EMPRENDEDORES DEL PARQUE	INGRESOS ASOCIADOS AL DESTINO EN EMPORADA ESTIVAL	SATISFACCIÓN DE VISITANTES	PERCEPCIÓN DE APOORTE LOCAL	EMPRENDEDORES FORMALIZADOS ALAÑO	LEVANTAMIENTO DE CAPITAL DE EMPREN. EXISTENTES AL AÑO
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Número de Visitantes en temporada estival. 	<ul style="list-style-type: none"> Ventas de emprendedores del parque en temporada estival. 	<ul style="list-style-type: none"> Gasto estimado agregado de los visitantes en el destino turístico en temporada estival. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción. 	<ul style="list-style-type: none"> % de personas que consideran el parque como un aporte al desarrollo local. 	<ul style="list-style-type: none"> Nuevos negocios locales que se formalizan al año. 	<ul style="list-style-type: none"> Recursos levantados desde fondos públicos por emprendedores existentes durante el año.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Sumatoria de visitantes a c/u de los atractivos del parque. 	<ul style="list-style-type: none"> Sumatoria de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Multiplicación del número de visitantes año x gastos estimado diario por persona en productos y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> % de personas con respuesta afirmativa frente a pregunta de satisfacción. 	<ul style="list-style-type: none"> % de personas con respuesta afirmativa a ¿Ud. cree que el Parque ha beneficiado a Quilaco y Santa Bárbara?. 	<ul style="list-style-type: none"> Sumatoria de las empresas que realizan formalización de su actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> Sumatoria de recursos monetarios – premios recibidos por emprendedores existentes durante el año.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Registro de visitas de cada atractivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de ventas de los emprendedores en módulos de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de visitas de cada atractivo Encuesta de Satisfacción de Visitantes/gasto diario pp (ref 2021 – 22.548 personas). 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de Satisfacción (ref 2020-21: muestra de 539 personas). 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de Satisfacción. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de gestión mensual del Centro de Emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de gestión mensual del Centro de Emprendimiento.

INICIO

1 Carta Introdutoria










2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios 	Cualitativamente 	Cuantitativamente 	Principales aprendizajes 
<ul style="list-style-type: none">  Encargado de Programa.  Campaña de mkt, difusión y eventos.  Apoyo emprendedores.  Centro de Emprendimiento Colbún (oficinas, gastos de operación y 4 trabajadores).  Servicios de operación de cada uno de los atractivos (monitores, guardías, salvavidas, etc.) y mantención de instalaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> » Impulso al emprendimiento local: “Cada recurso, aunque sea mínimo es muy importante para nosotros, porque nosotros carecemos con recursos para hacer emprendimiento, para hacer mejoramiento a nuestros hogares” (testimonio mujer beneficiada) » Empoderamiento de las mujeres atacameñas. » Difusión del rol de la empresa y de las mujeres atacameñas. » Gobernanza y trabajo colaborativo de manera sistemática, en mesas estructuradas. 	<ul style="list-style-type: none"> » Más de 2.100 beneficiadas dentro del primer año de implementación de AMA. » 1.400 con fondo de apoyo individual. » Más de 700 personas en atenciones de salud de especialidades médicas y exámenes para la prevención del cáncer de mama. » 50 emprendedoras (se espera llegar a 150). 	<ul style="list-style-type: none"> » Crear lineamientos estratégicos y transparentarlos desde el comienzo, informando a la comunidad los objetivos y alcance del programa. » Mantener una comunicación constante con las áreas y equipos de trabajo que estarán involucrados directamente. » Informar los avances de cada proyecto asociado al programa. » Cumplir con cada uno de los acuerdos o dar respuesta a ellos. » Apertura interna para implementar nuevos procesos internos que den lugar a programas innovadores.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación



- **Participación ciudadana anticipada** (incorporar en etapas tempranas las inquietudes comunitarias al diseño del proyecto).
- **Inclusión masiva de Mano de Obra Local** en la construcción de la Central Angostura (en promedio el 65% de los trabajadores fue de la VIII Región y el 34% correspondió a Quilaco y Santa Bárbara, considerando cifra peak de contratación de 4.000 trabajadores).
- **Creación de la Mesa de Turismo**, institucionalizando la participación local y el diálogo permanente.
- **Creación del Centro de Emprendimiento**, para responder a una brecha que condicionaba el desarrollo del turismo, que tenía casi nula red de prestadores de servicios.
- **Diseño de la central** con solo 1 m de baja variación de cota (aunque no era el diseño inicial, esta definición permitió establecer un proyecto compatible con el turismo).

Barreras u obstáculos del programa



- Rechazo y desconfianza de la comunidad en función de **experiencias** de proyectos hidroeléctricos **anteriores**: Desde el inicio de la evaluación ambiental la comunidad indicaba que estos proyectos no generaban ningún progreso social y sí producían impactos ambientales. También desconfiaban de la existencia y permanencia de algún proyecto social que además suponían iba a ser ajeno a las necesidades e intereses de la comunidad.
- Búsqueda de **beneficios sociales individuales** sustitutivos al parque: Ante la idea de impulsar un destino turístico algunos representantes auguraban fracaso, le restaban valoración y sugerían apoyos alternativos individuales confinados a las zonas de influencia directa (ej: rebaja de la cuenta de la luz).

Palabras de sus protagonistas

“Con el trabajo de más de 8 años podemos decir con orgullo que a través del Parque Angostura, nacido al alero de la central Hidroeléctrica Angostura, aportamos de manera positiva al desarrollo local de Santa Bárbara y Quilaco. Al Parque asisten 100.000 visitantes por temporada que dejan 2.000 MM\$ a la economía local. La comunidad de emprendedores turísticos ha crecido y es cada vez más protagonista y embajadora de un “nuevo” destino turístico reconocido por Sernatur. En este largo camino ha sido clave la participación de la comunidad tanto en el diseño del proyecto como en el desarrollo del parque”.

(Julian Perret - Subgerente de Asuntos Públicos Centrales de Generación Colbún)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Andina, Coca-Cola.

MI ALMACÉN MI COMUNIDAD

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

El Sistema Coca-Cola en Chile, compuesto por Coca-Cola Chile y sus socios embotelladores, Embotelladora Andina S.A. (Coca-Cola Andina) y Coca-Cola Embonor S.A., busca desarrollar y potenciar habilidades sociales, ambientales y económicas de las y los dueños de almacenes de barrio en las comunas más vulnerables, potenciando su liderazgo comunitario a través de herramientas (capacitaciones) y oportunidades (concursos para desarrollo de proyectos) para implementar iniciativas con impacto en sus respectivas comunidades locales.

Nuestros objetivos particulares

- Desarrollar habilidades de administración y empoderamiento en líderes locales (dueños y dueñas de almacenes) mediante espacios de aprendizaje gamificados y atingentes a sus desafíos.
- Entregar competencias y conocimientos mediante talleres presenciales de formación con foco en trabajo comunitario y educación ambiental.
- Impulsar el trabajo colaborativo al interior de las comunidades, liderado por las y los dueños de almacenes de barrio capacitados, a través de la co-creación de proyectos de impacto comunitario desarrollados a través de talleres de creación colectiva.
- Potenciar el sentido de identidad de los barrios, a través de la gestión de los proyectos y la difusión de los mismos.
- Acompañar a líderes vecinales en la postulación de fondos públicos para sus proyectos.

Foco

Desarrollo Laboral, Educación, Emprendimiento y Sustentabilidad y Medio Ambiente.

ODS





¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



Dueños y dueñas de almacenes de barrio, considerando que, al menos, un 70% sean mujeres, sin límite de edad. Se focaliza en las comunas más vulnerables de las regiones Metropolitana, Antofagasta, Valparaíso y Biobío, donde hay necesidad de capacitación y de mejoramiento comunitario.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



Coca-Cola Andina

- **Área de Trade Marketing:** levantamiento información clientes para focalizar el programa en base a las necesidades detectadas.
- **Área Sostenibilidad y Comunidades:** coordinación con autoridades locales y aliados estratégicos para implementar el programa, además de hacer seguimiento del programa en cuanto a indicadores y ejecución de actividades con su respectiva difusión.

Coca-Cola Chile

- **Área Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sustentabilidad de Coca-Cola Chile:** elaboración del programa, elección del socio estratégico para su implementación, coordinación de contenidos y metodología, vinculación con autoridades, difusión y vocería en medios de comunicación y relacionamiento con los socios embotelladores.

... y externos a la empresa?



- **Fundación Gastronomía Social:** ejecutor y articulador del programa, estando a cargo de la formación de las y los dueños de almacenes y la gestión de los respectivos proyectos de impacto comunitario. El trabajo es ejecutado en coordinación permanente con los distintos actores del Sistema Coca-Cola (Coca-Cola Chile y sus socios embotelladores en cada región).
- **BancoEstado, Por Todas, Triciclos, Cultiva y EmprendeLovers:** organizaciones colaboradoras que imparten distintos cursos y talleres del programa.
- **Ministerio de Economía, Fomento y Turismo:** participante en lanzamiento del programa.

¿Cómo se implementa?

	DISEÑO INICIAL Y VALIDACIÓN	PROGRAMA PILOTO	ESCALAMIENTO Y EVALUACIÓN
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Diseño y postulación del proyecto por parte de las instituciones ejecutoras (PACS Coca-Cola Chile junto a Fundación Gastronomía Social), alineando los objetivos y estrategias con el equipo interno, Carta Gantt con acciones, tiempos y responsables, indicadores, metas y costos. Validación del proyecto (en base a plataforma de The Coca-Cola Foundation) y reunión de coordinación inicial. 	<ul style="list-style-type: none"> Definición del alcance del piloto, acotado inicialmente a una comuna prioritaria en base a información de interés levantada por el área de Trade Marketing. Realización de las acciones centrales del programa acotado a la comuna: <ul style="list-style-type: none"> Convocatoria a dueños y dueñas de almacenes mediante una campaña territorial junto al equipo de Trade Marketing. Programación de plataforma virtual de capacitación y adjudicación de becas para dueños y dueñas de almacenes seleccionados. Talleres presenciales de formación con contenidos de trabajo comunitario y educación ambiental. Generación de bases del concurso para desarrollar proyectos de impacto comunitario, socialización de las mismas con los participantes de los talleres, recepción de propuestas y definición de un ganador. Adjudicación del proyecto en base evaluación del jurado. Gestión del proyecto comunitario y difusión. Acompañamiento para la postulación a otros fondos públicos o privados. Evaluación del piloto y análisis de opciones de escalarlo. 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis del cumplimiento de indicadores del proyecto piloto y evaluación de oportunidades de mejora. Implementación del piloto, con las mejores identificadas, en nuevas comunas, considerando entre las etapas una ceremonia de presentación de los proyectos. Generación de una plataforma web para dar cuenta del proyecto.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> PACS Coca-Cola Chile 	<ul style="list-style-type: none"> Coca-Cola Andina. Coca-Cola Chile. Fundación Gastronomía Social. 	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Gastronomía Social y Sistema Coca-Cola Chile.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Aprobación del proyecto, con su respectiva Carta Gantt e indicadores. 	<ul style="list-style-type: none"> Participación de primeros almaceneros en la formación (58 becas digitales entregadas) y adjudicación del primer proyecto de impacto comunitario.. 	<ul style="list-style-type: none"> 4.600 becas digitales entregadas y adjudicación de 10 proyectos.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 9 meses.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	INSCRIPCIÓN	FORMACIÓN	POSTULANTES	PROYECTOS ENE ADJUDICADOS
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Interés de grupo objetivo. La vinculación del almacenero con la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso de aprendizaje del grupo objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Interés de los participantes en capacitarse y vincularse con sus comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo a la iniciativa a través de la Fundación, a proyectos concretos de incidencia comunitaria, creados por la comunidad. Cantidad de proyectos adjudicados (aquéllos que pasan a evaluación del jurado y son elegidos).
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de inscritos, a quienes se les dan becas digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de personas que completan con éxito el curso de 80 horas (Etapas formativas uno y dos). 	<ul style="list-style-type: none"> Número de participantes que postulan y número de proyectos de co-creación comunitaria que se presentan. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de proyectos adjudicados (aquéllos que pasan a evaluación del jurado y son elegidos).
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Inscritos en web https://mialmacenmicomunidad.cl/. 	<ul style="list-style-type: none"> Intranet de la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma digital del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Votación en plataforma por el jurado seleccionado, considerando evaluación de propuesta diferenciada (peso 30%) inclusión de la comunidad (45%) y liderazgo y compromiso (25%).

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

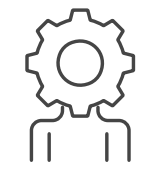
3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

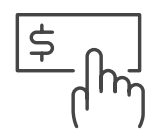
Recursos necesarios



Encargado de Programa.



Equipo ejecutor (consultores) en base a postulación.



Adjudicación de proyectos (aporte pecuniario por proyecto).



Campaña de difusión y convocatoria.



Herramientas de formación (costos de capacitaciones y programación web y cursos digitales).

Cualitativamente



- » Formación y entrega de herramientas de capacitación para una mejor gestión de los negocios de barrio.
- » Mayor cohesión social y sentido de pertenencia a través de la postulación a proyectos comunitarios.
- » Difusión y validación de los almaceneros y sus negocios como fuente de encuentro y desarrollo territorial.
- » Empoderamiento femenino como líderes y emprendedoras vecinales como instancia de unión territorial.
- » La importancia del vínculo entre la marca con sus comunidades, en este caso los socios almaceneros y almaceneras.

Cuantitativamente



- » Alta tasa de participación y formación, al menos 4.600 usuarios creados en la plataforma.
- » Lograr, al menos, la participación de un 70% de mujeres.
- » Alta tasa de compromiso y permanencia: al menos el 50% de los becarios que se gradúan y completan con éxito el programa.
- » Al finalizar el programa, al menos 400 personas habrán sido capacitadas en temas socio ambientales en talleres presenciales.
- » Al finalizar el programa se habrán implementado al menos 140 iniciativas de impacto socio ambiental comunitario diseñadas.
- » Al final del programa 10 iniciativas comunitarias lideradas por los almaceneros habrán sido aceleradas para su implementación.

Principales aprendizajes



- » Importancia de generar un impacto comunitario desde el protagonismo de los negocios de barrio.
- » La importancia de la capacitación y formación de los dueñas y dueños de almacenes para incentivar su crecimiento y desarrollo.
- » Generar alianzas público-privadas para el correcto desarrollo y ejecución del programa.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



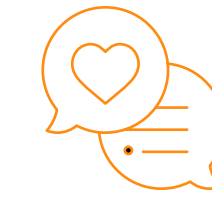
Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- Creación de alianzas con el sector público, privado y sociedad civil para el desarrollo del programa.
- Presentación del programa a los territorios.
- Lanzamiento del programa con presencia del Ministro de Economía, Fomento y Turismo, Nicolás Grau y alcalde de I. Municipalidad de Renca.
- Talleres presenciales en las comunas.
- Ceremonia de presentación de proyectos y promoción en los territorios.

Barreras u obstáculos del programa

- Falta de tiempo de las y los dueños de almacenes, entendiendo que su tiempo se correlaciona directamente con los ingresos que tienen a fin de mes, por lo que las instancias de capacitaciones, generación de proyectos, entre otros, compiten con la posibilidad de mantener atendiendo el local en algunas ocasiones.
- Brechas de conocimiento digital por parte de las y los dueños de almacenes, dificultando su participación en instancias online registros en la plataforma asociada al proyecto.
- La desconfianza por parte de las comunidades (almaceneros y almaceneras) post pandemia sobre las iniciativas masivas y eventos de relacionamiento.



Palabras de sus protagonistas

“Desde el Ministerio de Economía vemos esta iniciativa de una forma muy positiva y estamos trabajando para ampliar las alianzas con las grandes empresas. En este caso creemos que este programa no solo es de beneficio mutuo, sino que también es importante para tener una sociedad más cohesionada, una sociedad que funciona mejor, donde exista más comunidad”.

(Nicolás Grau, Ministro de Economía, Fomento y Turismo.)





Palabras de sus protagonistas

“El 70% de los almacenes en Chile son liderados por mujeres jefas de hogar. Por ello, nos enfocamos en impulsar el desarrollo social y empoderamiento económico de las mujeres. Cada una de ellas es un agente de cambio, una emprendedora y una movilizadora, tanto de sus familias como de sus comunidades. Por lo mismo, nos importa entregarles cada día más herramientas para potenciar sus liderazgos”.

Paola Calorio, directora de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sustentabilidad de Coca-Cola Chile, Bolivia y Paraguay.

“Estamos convencidos de que los almaceneros no solo son emprendedores sino también gestores y líderes de sus barrios. Por este motivo, y con el objetivo de continuar apoyándolos en su desarrollo, hemos sido parte de la implementación en terreno del programa “Mi almacén, Mi comunidad”, cuyo foco es capacitar a los almaceneros de los territorios donde estamos presente, en temas relevantes para el crecimiento de su negocio y generar oportunidades para la implementación de proyectos que vayan en directo beneficio de sus vecinos”.

Pía Fertilio, gerente Legal y Asuntos Regulatorios.

“Nuestra Fundación busca a través de la colaboración radical, crear programas que generen impacto colectivo y cohesión social. Daremos la oportunidad a 4.600 almaceneras y almaceneros de Chile de comunidades más vulneradas a crecer profesionalmente y mejorar la calidad de vida de sus vecinos a través de Mi Almacén, mi Comunidad, una muestra más de que las alianzas multisectoriales pueden aportar bienestar social”.

Rafael Rincón, presidente de la Fundación Gastronomía Social.

ENAEX S.A. (Planta Prillex América) y
ENAEX SERVICIOS S.A. (Planta Río Loa)

PROGRAMA DE FORMACIÓN DUAL DE EDUCACIÓN EN COMUNIDADES DE MEJILLONES Y CALAMA

Iniciativas que marcan personas y
comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Potenciar la inserción laboral de estudiantes de educación técnico profesional (TP) a través de la puesta en práctica, en contextos productivos reales, de los elementos fundamentales de su especialidad técnica, generando habilidades profesionales y de relacionamiento claves para su futura inserción laboral.

Nuestros objetivos particulares


- Generar lazos más fuertes, estableciendo una relación estratégica de las plantas productivas de la empresa (Planta Prillex en Mejillones y Planta Río Loa en Calama) con los estudiantes de los establecimientos de formación locales.
- Entregar oportunidades de desarrollo laboral y futuras contrataciones a jóvenes profesionales formados bajo la metodología dual, en base a las especialidades desarrolladas (como por ejemplo: Operador de Planta Química, Mecánico Industrial y Electricista).
- Vincular a los colaboradores de la empresa en la formación de jóvenes técnicos profesionales, tomando el rol de maestros guías de los mismos.
- Mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales a través del fomento del empleo y formación local.

Foco

Educación, Desarrollo Laboral,
Superación de la Pobreza.

ODS



 **¿A quién apunta y quién lo implementa?**

Perfil de la comunidad 

Estudiantes de 3ro y 4to medio de un Liceo Técnico Profesional en Mejillones y estudiantes de instituto Profesional AIEP de la Universidad Andrés Bello en Calama, que quieren experimentar de forma directa y temprana la dinámica de su especialidad.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa? 

- Área de Formación
- Área de Sostenibilidad y Personas
- Gerencia de Operaciones y Mantenimiento
- Colaboradores como Maestros Guías

... y externos a la empresa? 

- Institutos de Educación Superior (AIEP Universidad Andrés Bello)
- Liceos Técnicos Profesionales (Juan José Latorre Benavente)
- Mineduc (validación del programa)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

 **¿Cómo se implementa?**

	DISEÑO	FORMACIÓN	INSERCIÓN LABORAL
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Levantamiento junto a la UCN (Universidad Católica del Norte) de prioridades para los vecinos, siendo una de las dimensiones mas relevantes la “empleabilidad”. Análisis de necesidades laborales de cada planta y de las empresas de la comuna, cruzado con la oferta de formación TP del sector. Diseño de mallas curriculares (cruce de malla escolar y necesidades de la empresa, partiendo por el perfil de egreso TP y el perfil de ingreso a la empresa), en línea con requisitos del Mineduc y con apoyo de Fundación Chile Dual (de Sigdo Koppers). Elaboración de una hoja de ruta y plan de trabajo con objetivos, acciones, responsables, planos y metas junto a los Institutos Profesionales y Liceos. Hito de lanzamiento anual. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementación del plan de trabajo, considerando: <ul style="list-style-type: none"> » Instancias de presentación de la empresa en los Liceos e Institutos Profesionales. » Convocatoria a trabajadores internos como maestros guía. » Formación de colaboradores como maestros guía. » Postulación y selección de estudiantes. » Entrevista a apoderados. » Ceremonia de ingreso de los estudiantes. » Ejecución de clases teóricas (por Instituto Profesional y Liceos). » Ejecución de clases prácticas en plantas acompañados por maestros guías. » Evaluación de los estudiantes. » Ceremonia de cierre de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Levantamiento de ofertas laborales por especialidad. Selección mediante protocolo propio de la empresa de candidatos a puestos laborales. Ingreso de alumnos seleccionados.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Chile Dual (SK), Analista de Sostenibilidad, equipo de Desarrollo Organizacional y Formación. 	<ul style="list-style-type: none"> Maestros Guías, Analista de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Analista de Selección de cada planta.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Plan de trabajo construido con los aliados estratégicos y validado. 	<ul style="list-style-type: none"> Acciones de formación implementadas con los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Jóvenes contratados y/o con ventajas curriculares.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> Actualización anual de oferta curricular (iniciado en 1990 en Calama y 2004 en Mejillones). 	<ul style="list-style-type: none"> Planta Prillex: 443 horas en total en 7 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> Río Loa: 443 horas en total. 168 horas pasantía y 200 horas en curso de seguridad.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	EXAMEN DE EVALUACIÓN DE CARRERA	PARTICIPACIÓN DE ESTUDIANTES	TASA DE CONTRATACIÓN	PARTICIPACIÓN INTERNA
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Indica si los estudiantes han desarrollado y aplicado los conocimientos adquiridos del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de estudiantes formados. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de estudiantes formados que son contratados por la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de trabajadores internos que participan como maestros guía o en otros roles de formación.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Promedio simple donde el 50% es la nota mínima para aprobar. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de estudiantes participando en el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Tasa de estudiantes contratados sobre estudiantes formados. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de trabajadores registrados.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Excel con notas de evaluaciones (2 exámenes semestrales a cargo de los Maestro Guía). 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de estudiantes inscritos, con porcentaje de participación en instancias formativas en la empresa sobre un 75%. 	<ul style="list-style-type: none"> Nómina de personal cruzada con registro de estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de maestros guías voluntarios.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

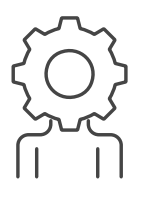

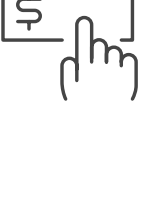
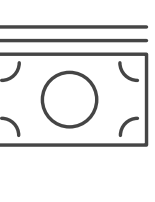
4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios



-  Coordinadores de Proyecto y Operaciones
-  Equipo de maestros guía
-  Gastos de formación (talleres, reserva de salones, docentes, etc.)
-  Gastos de actividades (dependiendo de la planta) incluye: entrega de tablets, mochilas, EPP, transporte, alimentación, etc.

Cualitativamente



- » En Río Loa el programa 2022 obtuvo un 100% de satisfacción por parte de los alumnos.
- » Los alumnos el 2022 también destacaron a los maestros guías por su amabilidad, cercanía y dedicación al trabajo.
- » El 50% de los alumnos, al terminar el programa señalaron que les gustaría seguir estudiando y trabajando.
- » También señalaron aspectos a mejorar como las filas de espera del casino y que la pasantía práctica tuviera más horas.

Cuantitativamente



- » El programa lleva más de 20 años de continuidad con más de 1000 estudiantes que han pasado por el proceso de formación dual.
- » Durante el 2022 hubo un total de 44 alumnos, 22 alumnos en Planta Prillex América Mejillones y 22 en Planta Río Loa Calama.
- » Aprobaron un 100% de los 44 estudiantes durante el 2022.
- » En Río Loa, de los 22 participantes, postularon 12 y se contrataron a 8, dando una tasa de 36% de contratación.
- » En planta Prillex se espera que los estudiantes terminen el técnico superior antes de que puedan entrar al proceso de selección.
- » potenciales clientes.

Principales aprendizajes



- » Jóvenes con una mejor formación que pueden aspirar a tener mayores ingresos y mejor calidad de vida.
- » Aumento de la obra de mano local técnica calificada, lo que es positivo para la comunidad y las empresas.
- » Generación de lazos entre los vecinos y las plantas (entendimiento del negocio, aporte a la economía local y del país, etc.).
- » Importancia del trabajo colaborativo (centros de formación, empresas y organizaciones locales) para lograr mejores impactos sociales.
- » Sentido de pertenencia que genera en los colaboradores voluntarios participar como maestros guías de los estudiantes.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación



- Lanzamiento del programa con centros de formación y autoridades.
- Conversación inicial con apoderados y apoderadas.
- Visitas a la planta y áreas productivas.
- Postulación y selección de los alumnos y alumnas.
- Ceremonia de bienvenida y presentación. Entrega de implementos.
- Actividades lúdicas para generar confianza.
- Visita de alumnos de 2do medio a las plantas, quienes vivirán la experiencia los siguientes años.
- Cierre de programa con entrega de certificados a los mejores alumnos de cada mención o especialidad.

Barreras u obstáculos del programa



- Es un trabajo voluntario por parte de los Maestros Guías, por lo que deben sacrificar sus horas de ocio, lo cual dificulta su participación.
- Optimizar los tiempos en que los alumnos quedan libres cuando hay operaciones de emergencia en la planta
- Mejorar la forma de comunicación con los jóvenes en cuanto a las exigencias para el trabajo (seguridad, presentación, etc.).
- Pérdida de interés de los alumnos debido a la extensión del programa.



Palabras de sus protagonistas

“Estamos trabajando de forma sostenible y se mantenga en el tiempo para seguir abriendo oportunidades de desarrollo de carrera para la comunidad de mejillones”

Gerardo Carrizo - Analista RSE

“...no solo estamos preocupados de ser una compañía rentable, sino que también de ser un aporte a la sociedad, ser capaces de ofrecer mejores trabajos y más seguros”

(Juan Andrés Errázuriz -CEO de Enaex)



ENEL Distribución.

SEGURIDAD ENERGÉTICA EN CAMPAMENTOS

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Brindar un acceso seguro y limpio a la energía eléctrica, complementando aquello con la intervención social que permita instalar capacidades en la comunidad, fomentando así el desarrollo económico, mejorando además la cultura de consumo de energías.

Nuestros objetivos particulares

- Acceso Seguro a la energía eléctrica mediante la regularización de clientes irregulares.
- Acceso a energía limpia, mediante la realización de talleres sobre Energías Renovables no convencionales los cuales contemplan además la autoconstrucción de luminarias solares que prestan servicio a la comunidad.
- Mejorar las condiciones de eficiencia energética mediante la realización de charlas sobre la temática.
- Promover la creación de nuevos o mejores empleos, desarrollando talleres y cursos que brinden oportunidades de una mejor inserción laboral a los residentes de campamentos.

Foco

Seguridad, Educación, Desarrollo Laboral, Sustentabilidad y Medio Ambiente, Emprendimiento e Innovación, Superación de la Pobreza.

ODS



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad

Comunidad radicada en asentamientos informales del área de concesión de ENEL Grids, localizados principalmente en zonas suburbanas (cercanas a la urbe pero no cuentan con las condiciones mínimas de urbanización), una baja proporción de personas ha cursado la educación superior, mayormente haitianos, peruanos y venezolanos, que presentan una deficiente calidad del acceso a la energía y condiciones de eficiencia energética en sus hogares.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?

- **Jefa de Sostenibilidad y Economía Circular de ENEL Grids:** identificar los riesgos socioambientales de cara al desarrollo del proyecto, tanto para la comunidad como la compañía. Realiza intervención con la comunidad para impulsar el éxito del proyecto de electrificación. Desarrolla y gestiona proyectos de Creación de Valor Compartido, los cuales se orientan a beneficiar tanto a la compañía como a los diversos grupos de interés, principalmente comunidad.
- **Responsable de Customer Engagement:** Desarrollo del proyecto de electrificación.
- **Especialista de Relaciones Institucionales:** Comunicación formal con instituciones que se encuentren dentro del área de influencia.

... y externos a la empresa?

- **Directivas Campamentos:** Coordinar ejecución de iniciativas por parte de ENEL con la comunidad. Levantar requerimientos de la comunidad para la compañía. Establecer acuerdos en representación de la comunidad en caso de existir negociaciones o delegación de responsabilidades que involucren el éxito de los proyectos a desarrollar.
- **Municipalidad:** Vincularse con proyectos a desarrollar mediante sus diversas direcciones. Contribuir con el desarrollo de actividades propuestas por Enel en el campamento.
- **Fuerzas de Orden y Seguridad:** Colaborar con la seguridad de ENEL y sus grupos de interés en situaciones complejas que se desarrollen en el campamento.
- **Fundaciones:** Aliados estratégicos con foco en sus misiones.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

	DIAGNÓSTICO SOCIOENERGÉTICO	ELECTRIFICACIÓN	INTERVENCIÓN SOCIAL
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Levantamiento de información mediante encuesta en terreno de dimensiones económicas, habitabilidad del hogar, trabajo, acceso a la energía, etc. Creación de insumo para una mesa de trabajo que permita tomar mejores decisiones en cuanto a realización de actividades e iniciativas que sean productivas para la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Solicitud de permisos municipales para la electrificación. Levantamiento en detalle de la disposición y requerimientos de la comunidad. Instalación de empalmes y sistema eléctrico. 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinación con aliados estratégicos para la construcción de infraestructura social definida en el plan (Sedes Sociales, Luminarias Sustentables). Realización de talleres y cursos de eficiencia energética, prevención de riesgos eléctricos, autoconstrucción de luminarias solares, emprendimiento, para vecinos de comunidades intervenidas. Mantenimiento de mesas de Trabajo para abordar temáticas de desarrollo social, cultura de consumo responsable, etc. Capacitación de personas en emprendimiento, oficios y liderazgo. Realización de proyectos comunitarios de creación de valor compartido en Energías Renovables No Convencionales para construcción de luminarias solares.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Customer Engagement. 	<ul style="list-style-type: none"> Sostenibilidad/Techo/ Litro de Luz/Municipio.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Informe de resultados. Conformación de mesas de Trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> Instalación de empalmes. 	<ul style="list-style-type: none"> Ejecución de proyectos en base a plan de trabajo.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 1 mes. 	<ul style="list-style-type: none"> Variable según condiciones propias del campamento. 	<ul style="list-style-type: none"> +12 meses.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

	COBRANZA	EVALUACIÓN DE IMPACTO
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Realización de talleres de consumo consciente y eficiencia energética para el campamento. Emisión de Facturación. Medición de dos medidas de interés: Cálculo de tasa de pago (hogares que pagan). Porcentaje de pago de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> Cálculo de la variación de principales indicadores levantados en el diagnóstico, los que puedan dar cuenta de desarrollo en la comunidad tales como: Calidad en el acceso a la energía. Grado de electrificación del consumo. Ingresos. Situación Laboral. Habitabilidad del Hogar. Entre otros.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Market/Sostenibilidad/ Customer Engagement. 	<ul style="list-style-type: none"> Sostenibilidad.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Tasas de cobranza y pago. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de impacto.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> Vida útil del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> Posterior a 6 meses de cobranza.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	Nº TALLERES	Nº PERSONAS INVOLUCRADAS O BENEFICIARIOS	TASA DE PAGO	NIVEL DE ELECTRIFICACIÓN DEL HOGAR
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de actividades de instalación de capacidades realizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Personas que participan de instancias o talleres. 	<ul style="list-style-type: none"> Tasa de personas que pagan su consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad promedio de electrodomésticos por hogar.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Número absoluto de talleres. 	<ul style="list-style-type: none"> Número absoluto de participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Facturaciones con pago de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> Comparación de la cantidad promedio de electrodomésticos por hogar antes y después de la implementación del proyecto.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Registro del área de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro del área de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro NCO y Market. 	<ul style="list-style-type: none"> Estudio Realizado por área de Sostenibilidad de ENEL.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.





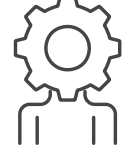


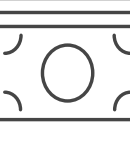
3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.





¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios 	Cualitativamente 	» Cuantitativamente 	Principales aprendizajes 
<ul style="list-style-type: none">  Equipo interno.  Equipos externos – fundaciones (TECHO, Litro de Luz).  Modelo de intervención con instalación de infraestructura ya sea sede social o similar.  Proyecto comunitario de creación de valor compartido en Energías Renovables No Convencionales. 	<p>» La comunidad en general tiene un acceso más seguro al suministro eléctrico, desarrollan e incorporan nuevos conocimientos y capacidades mediante la participación de cursos y talleres y en general mejorar la calidad de vida de las personas aportando a disminuir vulnerabilidades de pobreza energética</p>	<p>» >80 personas capacitadas en construcción de luminarias con paneles solares años 2021 - 2022.</p> <p>» 3 sistemas de alumbrado en espacios comunes, con un total de 11 luminarias solares en 3 campamentos.</p> <p>» 71 personas capacitadas en ERNC, instalación de luminarias solares.</p> <p>» > 30 beneficiarios talleres de aprendizaje popular y microemprendimiento.</p> <p>» > 4700 beneficiados con construcción de sedes sociales.</p> <p>» 3 routers 4g con acceso a Wifi previa visualización de material de Eficiencia Energética.</p>	<p>» Levantamiento de expectativas de forma exhaustiva de quienes depende el éxito el proyecto, todo aquel grupo de interés relevante.</p> <p>» Definir estrategia de relacionamiento con grupos de interés que contemple un modelo de gobernanza horizontal, en el que todos los sectores (público, privado, y sociedad civil) asuman responsabilidades y compromisos.</p>

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- Primer acercamiento con la comunidad.
- Primer Taller comunitario, puerta de entrada a la comunidad (Eficiencia Energética).
- Cumplimiento del compromiso de electrificación de todas las familias del campamento.
- Cumplimiento de la construcción de sede social e intervención con talleres de formación.

Barreras u obstáculos del programa

- Variabilidad del contexto social, principalmente en campamentos.
- Negativas de autoridades en la intervención de campamentos.
- No disponibilidad al pago del consumo eléctrico por parte de la comunidad.

Palabras de sus protagonistas

“Como comunidad estamos felices y agradecidos. Este proyecto nos ayuda bastante, porque nos sentimos mucho más seguros. Esperamos varios años para poder ver la electrificación de nuestras casas. Hoy podremos usar nuestros electrodomésticos y tener luz en cualquier momento del día. También estamos muy contentos de recibir la nueva sede social, donde esperamos hacer más talleres y actividades”

(Diana Rojas – Dirigente El Esfuerzo 2 Cerrillos)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

“ACERCANDO LA ENERGÍA: COMBATIENDO LA POBREZA ENERGÉTICA JUNTO A NUESTRAS COMUNIDADES”

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Implementar proyectos de energía renovable de pequeña escala que permitan a las comunidades con quienes se relaciona ENGIE acceder a energía limpia y sostenible a través de soluciones fotovoltaicas, combatiendo la pobreza energética en las dimensiones de acceso y asequibilidad haciendo uso de fuentes renovables y alineados al ODS7.

Nuestros objetivos particulares

- Aumentar la vinculación y percepción de la empresa para/con las localidades.
- Aumentar el uso de espacio comunitario para aumentar la cohesión social de la localidad.
- Disminuir el valor del costo variable eléctrico en los servicios o infraestructura pública clave, como APR (sistemas de agua potable rural) o plantas de tratamiento de aguas, sedes sociales, que existen en la comunidad.
- Disminuir el valor del costo variable eléctrico en emprendimientos o negocios locales.

Foco

Energía Asequible y No Contaminante.

ODS



1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad

Comunidades que poseen brechas de acceso a la energía, ya sea por falta de disponibilidad de este servicio básico, como también por la dificultad que significa costear la energía eléctrica para las familias de escasos recursos. Se focaliza en 3 grupos objetivos con sus respectivas necesidades:

- Familias ubicadas a menos de 1 km a la redonda de las operaciones, pertenecientes al tramo 0-70 de vulnerabilidad: Poco uso de sede social o espacio comunitario por falta de energía eléctrica en la dependencia.
- Familias ubicadas a menos de 1 km a la redonda de las operaciones: Alto costo de la energía impacta en el valor del agua de los APR.

Emprendedores ubicadas a menos de 5 km a la redonda de las operaciones, pertenecientes al tramo 0-70 de vulnerabilidad: Alto costo de la energía impacta en el presupuesto disponible o capital de trabajo.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?

- **Especialista Asuntos Corporativos:** levantamiento de información de la comunidad, relacionamiento comunitario.
- **Asesor Técnico:** encargado de dimensionar y valorizar la solución.
- **Jefe Asuntos Corporativos:** revisión de antecedentes técnicos y si es acorde a las necesidades detectadas en el levantamiento de la información.

- **Gerente Comunidades y Sostenibilidad;** aprobación de plan de trabajo y liberación de recursos.

y externos a la empresa?

- **Beneficiarios directos:** Aportar su mirada de los desafíos y posibles soluciones (Ejemplo: Museo Lasana, Municipalidad de Calama; Iglesia Ayquina, Calama; APR La Aguada, Yumbel; Cocinería Anita Reyes, Mulchén; Abarrotes María Montoya, Laja; Planta tratamiento La Aguada, Yumbel; entre otros).
- **Junta de Vecinos:** ser parte de la gobernanza de proyecto.
- **Municipalidades;** coordinación mesas de trabajo y convocatoria.
- **Mesa de organizaciones comunitarias (p.e: Puente Perales y de La Aguada):** coordinación mesas de trabajo.
- **Agencia de Sostenibilidad Energética:** aporte de fondos para las iniciativas.

¿Cómo se implementa?

	IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD	DISEÑO GENERAL	DISEÑO ESPECÍFICO	IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Identificar el grupo objetivo con el que se trabajará o implementará la solución energética mediante reuniones formales e informales con vecinos, autoridades y/o empresarios/emprendedores de la zona. Internamente, detallar los objetivos que busca alcanzar la iniciativa energética. Levantamiento de las principales problemáticas, necesidades de acceso o de asequibilidad a la energía en el territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar si existen soluciones que actualmente aborden la problemática levantada, con apoyo de un asesor. Asignar un nombre del programa o actividad en conjunto con la comunidad u organización involucrada. Creación de un plan con la descripción de la actividad propuesta, detallando el producto y el resultado esperado a nivel general. 	<ul style="list-style-type: none"> Agregar indicadores y metas claras para cada productos, con su resultados de corto, mediano y/o largo plazo (indicadores SMART), detallando si se desarrollará un sistema de monitoreo de los avances. Detallar el producto y alcance de la solución (por ejemplo: número de personas que beneficiará que el proyecto entregue energía). 	<ul style="list-style-type: none"> Contratación de proveedores, de preferencia locales. Seguimiento construcción del proyecto. Evento inauguración. Seguimiento del desempeño de la solución.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Especialista (levantamiento de info.) y Gerente (definición de objetivos). 	<ul style="list-style-type: none"> Especialista – Jefe – Asesor. 	<ul style="list-style-type: none"> Asesor. 	<ul style="list-style-type: none"> Especialista – Jefe – Gerente.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Determinación del área de influencia del programa, con problemáticas priorizadas y alcances y expectativas claras. 	<ul style="list-style-type: none"> Listado de las problemática y sus respectivas soluciones propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores (KPI) claros, específicos y simples para cada solución, para los diferentes plazos. 	<ul style="list-style-type: none"> Lograr implementar sin afectar a las comunidades, con pago oportuno a los proveedores.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 3 - 4 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 -3 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 -3 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 1-2 meses.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	% ORGANIZACIONES PARTICIPANTES	ALCANCE DE PERSONAS APOYADAS	APOYO EMPRENDEDORES	EMPRENDEDORES APADRINADOS
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de organizaciones presentes en la mesa respecto del total de la localidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de personas apoyadas por la iniciativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Ahorro en la cuenta eléctrica. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de emprendedores beneficiados.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Organizaciones participantes/ Total organizaciones en el área de influencia. 	<ul style="list-style-type: none"> # Cantidad de personas beneficiadas directamente por el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> % de ahorro vs mes anterior o mismo mes año anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> # de emprendedores apoyados.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Registro organizaciones sociales del Municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro organizaciones sociales del Municipio e información brindada por los beneficiarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta de luz. 	<ul style="list-style-type: none"> Conteo de beneficiarios.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.





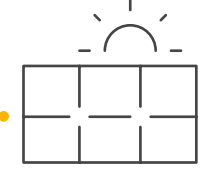

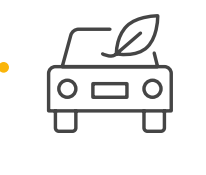

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.





¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios 	Cualitativamente 	Cuantitativamente 	Principales aprendizajes 
<ul style="list-style-type: none">  Empresa local de instalación de paneles.  Equipo interno para el desarrollo del programa.  Viajes a la zona del equipo.  Baterías de almacenamiento (Según el caso). 	<ul style="list-style-type: none"> » Crear gobernanza para la asignación y selección de proyectos de energización. » Aumento en el uso de la infraestructura comunitaria. » Mayor cohesión social y cuidado del territorio y sentido de pertenencia en la localidad. 	<ul style="list-style-type: none"> » Reducción en la cuenta eléctrica en un 20% de beneficiarios. » Aumento de 15% en el uso de infraestructura pública o sedes comunitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> » Importancia de agregar indicadores y metas claras de productos y resultados de corto, mediano y/o largo plazo (indicadores SMART). » Entregar soluciones que requieran poca mantención o que sea muy acotada, para dar sostenibilidad a la iniciativa sin dependencia de la empresa.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- **Relacionamiento previo**, antes del ingreso al SEIA, con las comunidades.
- Identificar el grupo objetivo con el que se trabajará o implementará la solución energética.
- Creación de **relato comunicacional** para el acercamiento con las comunidades, control de expectativas.
- Creación de **mesas de trabajo**.
- Levantamiento de las principales problemáticas o necesidades de acceso o asequibilidad a la energía en el territorio.
- Detallar los objetivos que busca alcanzar la iniciativa energética.
- **Identificar si existen soluciones** que actualmente aborden la problemática identificada (solo en el caso que aplique).

Barreras u obstáculos del programa

- Pérdida de confianza por parte de la comunidad con empresas.
- Baja cohesión social dentro de la comunidad.
- Ausencia del Estado en la solución de temáticas de diversa índole.



Palabras de sus protagonistas

“Para ENGIE es importante poner en valor las tradiciones de cada una de las comunidades con las que nos vinculamos. Por eso, estamos orgullosos y muy contentos del trabajo conjunto que realizamos con la comunidad de Ayquina, que hoy nos permite contar con la energización de su templo, epicentro de la fiesta religiosa más importante para ellos”

(Matías Bernales - Gerente de Sostenibilidad y Comunidades)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

GESTIÓN INTEGRAL DEL RECURSO HÍDRICO CON LA COMUNIDAD

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Diagnosticar la situación actual de la red de acequias, canales y sifones del sector de Nos, y asimismo la importancia del agua de riego para las diversas comunidades locales, por medio del diseño e implementación de un programa de Limpieza de estos artefactos hidráulicos.

Nuestros objetivos particulares

- Activar una mesa de trabajo con los diversos grupos de interés (público, privado y la comunidad) para captar su percepción, problemáticas y sus necesidades hídricas.
- Elaborar un mapa de síntesis con la red de acequias, canales y sifones del sector de Nos, para conocer la trayectoria del agua y sus diversas comunidades.
- Implementar un Programa de Limpieza de Acequias, Canales y sifones, sumado a conversatorios informativos y de sensibilización de la importancia de una gestión integrada del agua de riego junto a las comunidades locales.

Foco

Educación, Sostenibilidad y Medio Ambiente.

ODS





¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



Vecinos de la comuna de San Bernardo, una de las comunas de mayor superficie de la Región Metropolitana (155 Km²), con una población de 301.303 habitantes (INE,2017). En donde un 9,2% se encuentra en situación de pobreza por ingresos y un 18,5% de pobreza en sus cuatro dimensiones. En particular, el programa se desarrolló en el área sur de la comuna, el sector de Nos, localidad que presenta más de 6 kilómetros de extensión de acequias y canales, y en donde diversas comunidades utilizan el recurso hídrico para el riego. Las personas pertenecen a los grupos socio económicos C2 (clase media típica), C3 (clase media baja), D (vulnerables), con una alta densidad de personas pertenecientes a los rangos etarios adultos (27-59 años) y adultos mayores (60 años en adelante).

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Jefe de RSE y Comunicaciones:** Encargado y coordinación general, elaboración del diagnóstico, línea de base y aplicación de metodologías participativas con los diversos actores sociales (públicos, privados y comunidad) para la síntesis e implementación del programa en el sector de Nos, San Bernardo.
- **Gerente de Personas, Comunicaciones y RSE:** difusión y entrega de información a todas las áreas ejecutivas de la compañía en marco del programa implementado con la comunidad.
- **Analista de Comunicaciones y RSE:** apoyo en terreno y difusión del programa en

nuestras plataformas comunicacionales internas y externas.

- **Superintendente de Administración:** coordinación con el área de servicios generales para la limpieza de acequias, canales y sifones.

... y externos a la empresa?



- **Asociación de Canales de Maipo:** coordinación y gestión de la información para el corte de agua en el canal tronco, revisión e inspección de trabajos desarrollados en terreno.
- **Junta de Vecinos 58 Norte:** articulación y coordinaciones con la comunidad del sector de Nos, para la puesta en marcha de la mesa técnica y actividades participativas (mapeos colectivos, conversatorios y recorridos).
- **Municipalidad de San Bernardo, Dirección de Operaciones, área Fiscalizador de Aguas:** apoyo logístico y técnico para la apertura de sifones, coordinación de cortes programados y solución de eventualidades en terreno pre y post limpieza de acequias y canales.
- **Inmobiliaria San Bernardo S.A.:** apoyo teórico y práctico en el conocimiento de la red de acequias y canales, para la identificación de lugares claves a considerar para mejorar la continuidad del agua.
- **Empresa de Ferrocarriles del Estado (EFE):** coordinaciones para la limpieza de la red de acequias, canales y sifones.

¿Cómo se implementa?

	DIAGNÓSTICO	SISTEMATIZACIÓN	IMPLEMENTACIÓN
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Activación de una mesa de trabajo con los diversos grupos de interés (público, privado y la comunidad) para captar su percepción, problemáticas y sus necesidades hídricas. Los actores claves para el proceso son definidos por el radio de influencia y su vinculación con los artefactos hidráulicos (uso, gestión, conflictos y cercanía). La mesa se desarrolla una vez al mes y tiene una duración de 3 horas. Análogamente, se complementa con 2 jornadas a terreno para fortalecer los contenidos teóricos y prácticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de un mapa de síntesis colaborativo (cartografía participativa) con la red de acequias, canales y sifones del sector de Nos, para conocer la trayectoria del agua y sus diversas comunidades. Para la construcción del mapa el contenido necesario a considerar es el siguiente: Definir límites geográficos de intervención. Red vial, línea férrea, áreas verdes, sitios eriazos. Comunidades (Villas y loteos, empresas e instituciones públicas). Problemáticas territoriales y percepciones sociales. Red hídrica, río, canales, acequias, sifones, marcos partidores, entre otros artefactos hidráulicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Puesta en marcha de un Programa de Limpieza de Acequias, Canales y sifones, considerando: Conversatorios informativos y de sensibilización de la importancia de una gestión integrada del agua de riego junto a las comunidades locales. Jornadas desarrolladas en la sede vecinal de la comunidad, las que fueron relatadas por un profesional especialista en temas sociales, ambientales y derechos de aprovechamiento de aguas. La estructura de los conversatorios, incorpora los temas levantados en las mesas de trabajo e identificados en el mapa de síntesis. La limpieza se ejecuta anualmente, y se realizan mantenciones periódicas trimestrales. Se coordina por tramo en la red de acequias, canales y sifones las áreas a intervenir para solicitar los permisos respectivos con las instituciones públicas y privadas. La comunidad levanta alertas en los lugares claves, y con mayores problemáticas.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de RSE y Comunicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de RSE y Comunicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de RSE y Comunicaciones (líder), Gerente de Personas, Comunicaciones y RSE; Analista Comunicaciones y RSE; y SI de Administración.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Mesa Técnica de trabajo con la comunidad, municipalidad y empresas actividades (con verificación de asistencia). 	<ul style="list-style-type: none"> Mapa temático que ilustre los puntos de conflicto, comunidades, trazado de la red de acequias, canales y sifones. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunidad sensibilizada y red de acequias y canales, limpias, sin embanques, basura y otros elementos que impidan el flujo del agua.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 4 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 4 meses.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	PERSONAS BENEFICIADAS	PERSONAS CAPACITADAS
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Personas que utilizan el agua de riego en el marco del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Personas que son parte de la comunidad, quienes utilizan el agua de riego y deseen conocer los beneficios del cuidado y gestión integral del recurso hídrico.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> N° de personas que con la implementación del programa tienen agua de riego *100 /el total de personas que residen en la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> N° de personas capacitadas en marco del programa formativo*100 /el total de personas que residen en la comunidad.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Fuentes primarias, obtenida mediante encuesta cerrada a los beneficiarios que utilizan el agua de riego de la red de acequias y canales de programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Fuentes primarias, obtenida mediante encuesta cerrada a los beneficiarios que utilizan el agua de riego y que desean capacitarse para conocer los beneficios del cuidado y gestión integral del recurso hídrico.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



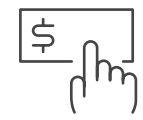


¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios



Horas de coordinación y planificación con actores claves, tales como la junta de vecinos, municipalidad y empresas.



Ejecución de la limpieza y mantenimiento de acequias, canales y sifones en la extensión identificada en el sector Nos. (Recurso Pecuniario).



Horas de capacitación y sensibilización en temas de derechos de aprovechamiento de aguas, patrimonio y artefactos hidráulicos.

Cualitativamente



- » Fortalecimiento del tejido social mediante estableciendo una red entre la comunidad, instituciones públicas y privadas da cuenta de un trabajo pensado y reflexionado desde el bienestar común de nuestros vecinos y vecinas.
- » Aumento del conocimiento de todos quienes se vinculan con el recurso hídrico y los diversos artefactos hidráulicos, como acequias, canales, sifones y partidores.
- » Mejora en la calidad de vida de la comunidad, mediante la puesta en valor del recurso hídrico, su importancia para el medio ambiente, para el riego y el abastecimiento humano.

Cuantitativamente



- » 4 mesas de trabajo y 2 jornadas de terreno con los diversos grupos de interés (público, privado y la comunidad) para captar su percepción, problemáticas y sus necesidades hídricas.
- » 400 vecinos/as capacitados directamente y 2.000 indirectamente de en temas de artefactos hidráulicos, derechos de aprovechamiento de aguas e importancia del recurso hídrico.
- » 6 Kms de acequias, canales y sifones del sector de Nos limpiados y mejorados en beneficio de las comunidades locales (30.000 personas).
- » 1 Mapa de síntesis colaborativo (cartografía participativa) con la red de acequias, canales y sifones del sector de Nos.
- » 1 jornada de limpieza anual, y 4 jornadas de mantenimiento trimestrales.

Principales aprendizajes



- » Elaboración de un diagnóstico participativo, por etapas e involucrando a todos los actores sociales permitirá dar sustento al proyecto/ programa.
- » Las iniciativas trabajadas colaborativamente, tienen un bajo costo de intervención y alto impacto, más aún cuando se establecen alianzas.
- » Para su éxito y consolidación, se debe hacer seguimiento a la iniciativa. Sostenibilidad del programa en el largo plazo.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



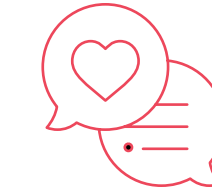
Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- Mapeo Colectivo con la Junta de Vecinos 58 Norte “Conociendo nuestras acequias, canales y otros artefactos hidráulicos”.
- Conversatorios Junta de Vecinos 58 Norte “Puesta en marcha programa de limpieza de acequias, canales y sifones”.
- Visitas a terreno en toda la extensión de la red de acequias, canales y sifones del sector de Nos.
- Limpieza y mantención de la red de acequias, canales y sifones del sector de Nos.

Barreras u obstáculos del programa

- Dificultad para acceder a información clave con el objeto de levantar un diagnóstico y línea de base, debido a que no todo se encontraba documentado y georreferenciado.
- Desconocimiento de los beneficios e impacto de la implementación de esta iniciativa por los actores claves, lo que prolongó la consolidación de la red de apoyo.
- Falta de tiempo por parte de los actores externos involucrados para cumplir con la planificación anual.



Palabras de sus protagonistas

“Para las acequias y aguas de riego es súper importante mantener una buena comunicación. Nuestros vecinos se preocupan de mantenerlas limpias y de que el agua no venga contaminada, porque esa misma agua ellos la ocupan para sus cultivos, huertos y árboles. El trabajo con MolymetNos ha sido muy importante. Cada vez que solicito que se tiene que limpiar las acequias o cualquier problema, recurren de inmediato al llamado de la comunidad”

(Carolina Silva - Presidenta de Junta de Vecinos 58 Norte)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

INICIATIVA POR LOS JÓVENES

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Aumentar la diversidad y preparar la próxima generación de líderes de nuestra organización mientras apoyamos a los jóvenes en su transición al mundo laboral, mediante 4 pilares que abarcan diferentes etapas de formación de los jóvenes; orientación, entrenamiento, empleabilidad y generación de oportunidades.

Nuestros objetivos particulares

Cada uno de los pilares del programa tiene su propio objetivo particular:

- “Oriéntate”: orientar a los jóvenes respecto de su futuro laboral a temprana edad (colegio/universidad), para disminuir la brecha entre el estudiante y el mundo laboral, aprovechando también de mostrar a Nestlé como marca empleadora.
- “Entrénate”: brindar oportunidades laborales al comienzo de la carrera profesional, aportando a la empleabilidad y con el objetivo de entrenar jóvenes para así poder reclutar desde ese semillero que se construye mediante el programa de prácticas, por ejemplo.
- “Empléate”: contratar a jóvenes a lo largo de la cadena de valor.
- “Oportunidades”: generar alianzas entre el sector público-privado que apoyen la empleabilidad juvenil.

Foco

Educación, Desarrollo Laboral, Emprendimiento e Innovación.

ODS



1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad

Jóvenes entre 18 y 29 años, con foco especial en desempleados o jóvenes que no estudian ni trabajan. No existe discriminación de sexo y grupo socioeconómico.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?

- **Líder de Iniciativa por los Jóvenes (Youth Lead):** coordinar y potenciar cada uno de los pilares y sus iniciativas con la finalidad de desafiar nuestros objetivos e impactar a la mayor cantidad de jóvenes.
- **Analista de Reclutamiento:** publicar, entrevistar y contratar a jóvenes para cada una de las iniciativas.
- **Human Resources Business Partners:** compartir la información a los Line Managers y respectivas fábricas
- **Comunicaciones Internas:** dar a conocer las iniciativas, vacantes y programas que llevamos a cabo.
- **Maestros guía:** formadores de los jóvenes en el modelo dual, donde estudiantes van a formarse a la empresa.
- **Line manager:** velan por cumplir el proyecto de práctica de sus practicantes.
- **Colaboradores en general:** participación en voluntariado corporativo.

Mancom (Management Committee): Sponsor de los trainee

... y externos a la empresa?

- **Fundación Forge:** apoyo con los voluntariados corporativos.
- **First Job:** aliado en los Webinar sobre información en tendencia relatada por colaboradores de Nestlé.
- **Inacap y Duoc UC:** dictar la formación en la escuela de aprendices.
- **Chile Dual:** apoyo para implementar la formación dual.
- **Universidades (Adolfo Ibáñez, Católica, de Chile, entre otras):** realizar charlas, potenciar programas propios (ejemplo: Youth Talent Programs de la U. Chile) y articular posibles participaciones de jóvenes en las iniciativas del programa.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo se implementa?

	DISEÑO	EJECUCIÓN				
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> En el foro de Creación de Valor Compartido del 2014 y debido a la crisis de empleo juvenil que estaba viviendo Europa en la época, Nestlé se comprometió a crear una Iniciativa que fortaleciera la empleabilidad juvenil vinculando educación con trabajo en todos los países donde Nestlé estuviera presente. Se generaron pilares y actividades asociadas de acuerdo al impacto que estas tendrían. Firmaron acuerdo con stakeholders claves para impulsar el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas Programa que dura entre 3 y 6 meses para jóvenes que están terminando su educación superior. Se les entrega un proyecto que deben desarrollar durante su estadía en Nestlé. 	<ul style="list-style-type: none"> Dual Programa que se trabaja con Liceos Técnicos Profesionales de las comunas donde Nestlé está presente y a través de maestros guías (tutores) se trabaja con jóvenes de diferentes especialidades. 	<ul style="list-style-type: none"> Voluntariado Una vez al año, colaboradores de Nestlé se inscriben en el Voluntariado para impactar a jóvenes de diferentes GSE con actividades de vinculación con el mundo laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> Trainee Una vez al año se seleccionan jóvenes que harán un programa de entrenamiento durante un año en alguna de las áreas de la compañía, buscando desarrollar jóvenes íntegros profesionalmente. 	<ul style="list-style-type: none"> Escuela de Aprendices Durante dos semanas se capacita a jóvenes en cuanto a la elaboración y fabricación de alimentos. Una vez finalizado la capacitación y de acuerdo a su desempeño se les entrega un diploma y si hay vacantes, se les ofrece trabajo.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de HR y Líder de Iniciativa por los Jóvenes. 	<ul style="list-style-type: none"> Line Manager, HRBP, Equipo Talent Acquisition, Youth Lead. 	<ul style="list-style-type: none"> Line Manager, HRBP, Equipo Talent Acquisition, Youth Lead. 	<ul style="list-style-type: none"> Voluntarios, Youth Lead. 	<ul style="list-style-type: none"> Line Manager, HRBP, Equipo Talent Acquisition, Youth Lead. 	<ul style="list-style-type: none"> Institución encargada, HRBP, Equipo de Talent Acquisition, Youth Lead.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Aportar en la empleabilidad juvenil. Impactar a más jóvenes que el año anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> Formar jóvenes talentos. 	<ul style="list-style-type: none"> Formar jóvenes talentos y vincularlos con la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprometer a los colaboradores con la empleabilidad juvenil. 	<ul style="list-style-type: none"> Formar jóvenes talentos. 	<ul style="list-style-type: none"> Formar jóvenes talentos.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> Constante. 	<ul style="list-style-type: none"> 6 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 años. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 hora, (1 veces al año) por voluntario. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 año. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 semanas, (30 veces al año).

INICIO

1 Carta Introductoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	CONTRATADOS YE	JÓVENES EN LA DOTACIÓN	PRACTICANTES	DUALES	APRENDICES
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Número de jóvenes menores de 30 contratados. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de menores de 30 en la compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> Jóvenes que realizan sus prácticas laborales en el marco del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Alumnos que realizan su formación dual en el marco del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de jóvenes que son formados en la escuela de aprendices.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Número de jóvenes menores de 30 años contratadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Jóvenes menores de 30 años en la compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de jóvenes que finalizan su práctica sobre meta de prácticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de jóvenes que realizan su formación dual sobre la meta de duales. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de jóvenes que participan de escuelas sobre la meta de la misma.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Consolidados mensuales de dotación. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidados mensuales de dotación. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidados mensuales de dotación. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidados mensuales de dotación. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidados mensuales de dotación.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

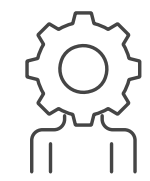
4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.





¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios



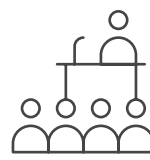
Equipo de formación.



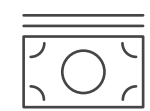
Presupuesto directo para financiamiento de las iniciativas.



Difusión.



Evento: Encuentro de Jóvenes de la Alianza del Pacífico.



Presupuesto para formación dual / Ley Estatuto Joven (pagar los estudios de la carrera técnica mientras el joven trabaja en Nestlé, con un horario adaptado).

Cualitativamente



- » Generar conciencia en el joven que participa de nuestros programas una imagen de nuestra empresa como “marca empleadora”, quedando en su top of mind al momento de postular cuando terminan su etapa estudiantil.
- » Reconocimientos con premios, tanto de instituciones públicas como privadas.

Cuantitativamente



- » Sólo el 2022 en los diferentes pilares de la iniciativa se han impactado a más de 28.800 jóvenes, y se han contratado a 178 personas que han pasado por alguno de los programas.
- » A nivel general, desde que nació la Iniciativa en 2015 hasta la fecha se han impactado a más de 86 mil jóvenes, desglosándose por programa de la siguiente manera:
 - » Pilar Oriéntate: 75.100
 - » Pilar Entrénate: 4.214
 - » Prácticas: 3.279
 - » Duales: 777
 - » Trainee: 158
 - » Pilar Empléate: 7.424

Principales aprendizajes



- » Calmar las aprensiones de los equipos y cambiar los paradigmas de los stakeholders importantes, presentando el programa internamente con claridad, es esencial para reducir los temores, a tal nivel que inicialmente algunas áreas miraban con preocupación el programa (por incluir a jóvenes en formación en las plantas productivas), mientras que ahora los jefes preguntan cuándo empieza la temporada de prácticas y cuántos pueden solicitar.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- Junto con la implementación de Iniciativa por los Jóvenes, se creó el Encuentro de Jóvenes de la Alianza del Pacífico, siendo en 2022 su VII versión. Esta se lleva a cabo junto México, Perú y Colombia y busca brindar herramientas a los jóvenes, achicar la brecha entre la educación y el mundo laboral, al mismo tiempo que visibiliza nuestra organización y ofrecemos puestos de trabajo.
- Cuando el Encuentro de Jóvenes se realizó en Chile el 2017, se creó la “Alianza por los Jóvenes” con la finalidad de unir a más empresas influyentes a favor de la empleabilidad juvenil. El objetivo es que cada organización se desafíe internamente y se proponga impactar a más jóvenes.

Barreras u obstáculos del programa

- Aprensiones de las jefaturas en donde serían implementados los programas, con temas de seguridad y los riesgos asociados a tener un accidente en fábrica de un menor de edad o cómo influiría en la productividad tener a gente no entrenada.
- Adaptaciones que se deben hacer para compatibilizar horarios escolares o de formación superior, con los tiempos propios de la empresa, lo que exige un grado de coordinación importante entre los Colegios o institutos con la empresa.

Palabras de sus protagonistas

“Llevo 4 meses trabajando en Nestlé, entré gracias al programa Trainee de Iniciativa por los Jóvenes, en donde, al ir rotando por diferentes equipos de trabajo durante 1 año, esperan de mi aportar ideas diferentes, conocer a diferentes equipos de trabajo y sus dinámicas de trabajo, mientras yo logro desarrollar tanto habilidades blandas como duras. Me siento desafiada día a día y que mis ideas si aportan valor”

(Carolina Hrepic - HR Trainee Nestlé.)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Oxiquim S.A.

PLAN DE FORTALECIMIENTO A SINDICATOS DE PESCADORES ARTESANALES

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Proporcionar conocimientos, oportunidades laborales y herramientas para mejorar y estabilizar los ingresos de los pescadores de las zonas en que la empresa desarrolla sus operaciones, considerando que en los últimos años hemos sido testigos de la inestabilidad de los ingresos de las comunidades locales.

Nuestros objetivos particulares

- Generar mesas de trabajo, de periodicidad mensual, con todas las organizaciones de pescadores artesanales cercanas a nuestras instalaciones.
- Levantar, priorizar y actualizar anualmente las necesidades de las organizaciones.
- Ejecutar proyectos para el desarrollo de la pesca local con financiamiento directo.
- Levantar fondos públicos y privados para impulsar los proyectos de los pescadores.
- Realizar capacitaciones en oficios ligados a trabajos del mar y herramientas de gestión organizacional.
- Diversificar las fuentes de ingreso de los pescadores.

Foco

Educación, Desarrollo Laboral, Emprendimiento e Innovación, Seguridad, Sustentabilidad y Medio Ambiente.

ODS



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



Pescadores artesanales pertenecientes a las comunas de Quintero, Puchuncaví y Mejillones, que formen parte de una organización formal, ya sea sindicato o cooperativa. Este grupo de interés se ha visto fuertemente afectado por las últimas crisis sociales y sanitarias, además de la inestabilidad del recurso marino, debido tanto a la disponibilidad de recursos como también al cambio climático.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Gerente de Sostenibilidad:** Responsable de Planificación estratégica de relacionamiento con stakeholders.
- **2 consultores:** Apoyo estratégico en relacionamiento con las comunidades.
- **2 encargados de Sostenibilidad y Territorio:** Levantamiento de información y ejecución de planificación (Mejillones, Quintero y Puchuncaví).

... y externos a la empresa?



- **Sindicatos de pescadores (14) de las comunas de interés y Federación de Pescadores Artesanales (1):** Beneficiarios y aporte en el levantamiento de desafíos y soluciones de cara al objetivo del programa.



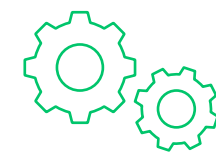
INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo se implementa?

	COORDINACIÓN Y VINCULACIÓN INICIAL	DISEÑO DEL PLAN DE TRABAJO	EJECUCIÓN
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Establecer la gobernanza interna del equipo de trabajo, considerando reuniones semanales de coordinación y avance entre el Gte. De sostenibilidad, consultor social y los encargados de sostenibilidad, además de una reunión mensual de reporte donde se suma el Gte. De RRHH y una anual con el equipo de Gerencia General). Identificación de sindicatos y federaciones de pescadores de la zona. Reunión presencial con cada uno de ellos y formalización de la relación, estableciendo una mesa de trabajo con cada uno. 	<ul style="list-style-type: none"> Levantamiento inicial (y de renovación o revisión anual) de Prioridades/Necesidades del grupo de pescadores, las que son validadas con la asamblea. Identificación de actuales y potenciales soluciones para las prioridades levantadas, con foco en generar y priorizar capacitaciones para mejorar el desarrollo laboral y económico de los sindicatos (manipulación de alimentos, la reparación de motores fuera de borda, reparación de botes de fibra de vidrio, liderazgo, finanzas, modelos de negocio y habilidades digitales), así como el al fomento y diversificación de empleo. Contempla a su vez acciones para postular a fondos públicos (Indespa, Corfo, BID, etc.) y privados, además de apoyo en gestión administrativa y de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de capacitaciones financiadas por Oxiquim y ejecutadas por ASIVA capacitaciones, para el desarrollo de nuevos oficios con posibilidad de empleo y emprendimiento, además de herramientas que faciliten una eficiente gestión de los sindicatos. Ejecución del “fondo de apoyo al desarrollo de la pesca artesanal”, postulable de manera anual, donde cada uno de los sindicatos de pescadores presentan iniciativas relacionadas a la diversificación de ingresos o desarrollo laboral. Contratación de servicios por parte de la empresa, identificando por parte de Oxiquim los servicios relacionados al mar que van mas allá de la pesca, preparar a las empresas relacionados a los sindicatos según un estándar definido y la contratación de los servicios por parte de Oxiquim.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Encargado de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Encargado de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Encargado de Sostenibilidad.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento y vínculo sostenible entre las partes. 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de trabajo general validado por la asamblea. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo laboral de los pescadores con acciones concretas impulsadas por la empresa.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 12 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> Anualmente, 1 mes. 	<ul style="list-style-type: none"> Permanente.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	MESAS DE TRABAJOS	FONDOS PÚBLICOS LEVANTADOS	FONDO OXIQUIM EJECUTADO	CAPACITACIONES	SERVICIOS CONTRATADOS
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de reuniones. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de fondos postulados adjudicados 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de fondos ejecutados correctamente. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de Personas Capacitadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Contratación de Servicios Empresas Pescadores.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de reuniones al año. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de fondos adjudicados/ Cantidad de fondos postulados. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de fondos ejecutados/ Cantidad de fondos adjudicados. 	<ul style="list-style-type: none"> Suma de personas capacitadas. 	<ul style="list-style-type: none"> \$ invertido año actual / \$ invertido año anterior.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Base de datos de seguimiento (Documento Excel compartido). 	<ul style="list-style-type: none"> Base de datos de seguimiento (Documento Excel compartido). 	<ul style="list-style-type: none"> Base de datos de seguimiento (Documento Excel compartido). 	<ul style="list-style-type: none"> Base de datos de seguimiento (Documento Excel compartido). 	<ul style="list-style-type: none"> Base de datos de seguimiento (Documento Excel compartido).

INICIO

1 Carta Introdutoria





2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios 	Cualitativamente 	Cuantitativamente 	Principales aprendizajes 
<ul style="list-style-type: none"> Encargados de Territorio (+ hh equipos administrativos, comunicación, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> » Mejora en las confianzas y cercanías de manera bidireccional. » Solución de problemas de relacionamiento que dificultaban las operaciones diarias de pesca artesanal y de nuestros terminales marítimos. 	<ul style="list-style-type: none"> » Se han realizado más de 310 reuniones » Se ayudó a postular a 4 sindicatos en 4 proyectos, reuniendo un total de \$125.000.000 para el desarrollo de estas organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> » La construcción de relaciones de confianza y vínculo con sindicato requieren tiempo, transparencia de las empresas y cumplimiento de promesas.
<ul style="list-style-type: none"> Consultora de apoyo. 	<ul style="list-style-type: none"> » Coordinación y colaboración directa ante emergencias. (Antes era confrontamiento automático ante contingencias marítimas) 	<ul style="list-style-type: none"> » Se solucionan situaciones administrativas de 3 sindicatos de pescadores con INDESPA, ahorrando un total de \$88.000.000. 	<ul style="list-style-type: none"> » Es necesario cambiar la relación transaccional hacia sindicatos de pescadores y generar un trabajo vinculado a potenciar el liderazgo de las organizaciones, fortalecer su quehacer (pesca) o generar diversificación de empleos.
<ul style="list-style-type: none"> Financiamiento directo (fondo Oxiquim). 	<ul style="list-style-type: none"> » Cambio en el tipo de iniciativas financiadas, anteriormente relacionadas a un formato más asistencial y ahora con el objetivo de e generar valor compartido a largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> » 43 personas capacitadas con curso de 74 horas por persona. 	
<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto de capacitación. 		<ul style="list-style-type: none"> » 560 pescadores beneficiados (12 sindicatos) por habilitación de sedes, puntos de limpieza, puntos de reciclaje, entre otros. » 120 pescadores beneficiados por , compra de computadores y la adquisición de una lancha en conjunto con Corfo. 	

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

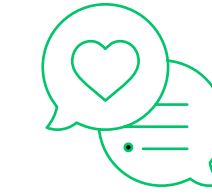


- Generación de mesas de trabajo con sindicatos de pescadores, generando más de 310 reuniones.
- Ayuda a postular a fondos estatales y empresariales.
- Gestión para la solución de problemas administrativos entre sindicatos e INDESPA.

Barreras u obstáculos del programa



- Reticencia de sindicatos de pescadores a generar confianza con empresas.
- Costumbre a relacionamiento transaccional entre sindicatos de pescadores y empresas.
- Contexto politizado entre comunidad, empresa y autoridades locales.



Palabras de sus protagonistas

“Con Oxiquim hemos desarrollado bastantes proyectos, es una de las primeras empresas que ha llegado más cierto, mas cercana, que ha tenido más, yo creo más voluntad cierto, de las otras empresas. Hemos trabajado bien con Oxiquim”

(Alex Bernal - Presidente Sindicato Embarcadero de Quintero)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

 **Palabras de sus protagonistas**

Agradecer a Oxiquim, a la gente que siempre esta apoyando todas estas iniciativas y nosotros poder seguir potenciándonos”

Rodrigo Rivera, Director Sindicato N°5 de Quintero.

“Con Oxiquim el apoyo de Oxiquim conseguimos equipamiento y un robot sumergible, una muy buena herramienta para efectuar nuestros trabajos... y el apoyo siempre importante de la persona que pusieron a trabajar con nosotros que nos apoya en todo lo que necesitamos”

Cristian Arriaza, Presidente Sindicato Por La Razón o la Fuerza de Quintero.

“La relación que tenemos con Oxiquim nos permite entender que como sindicato de pescadores podemos ser un aporte la economía localW. El convenio que establecimos nos ha permitido generar puestos de trabajo, capacitaciones, pensar como empresa. Es también un incentivo para seguir trabajando en el desarrollo del sector y de sus socios.”

Galvarino Cabrera, presidente Sindicato Trabajadores Independientes Pescadores Artesanales de Mejillones.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

PROGRAMA AMA (ALIANZA MUJER ATACAMEÑA)

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Contribuir, desde el diálogo y el acuerdo entre SQM y el Comité Asesor compuesto por mujeres del territorio, indígenas atacameñas o Lickanantay, al bienestar de las mujeres de la Comuna de San Pedro de Atacama agregando valor en la entrega de beneficios y proyectos ejecutados en el territorio.

Nuestros objetivos particulares

- Apoyar el desarrollo de proyectos individuales y emprendimientos de las mujeres Lickanantay de la Comuna de San Pedro de Atacama.
- Contribuir en el acceso a mejor calidad de vida de las mujeres de la Comuna de San Pedro de Atacama.
- Aportar a la permanencia de la práctica de la agricultura en la Comuna de San Pedro de Atacama.
- Crear espacios de diálogo con mujeres representativas de la cultura Lickanantay para escuchar necesidades que estén presentes en la Comuna.
- Movilizar agentes de cambio en la comuna de San Pedro de Atacama.
- Reconocer los temas de interés acerca del rol y desarrollo de las mujeres que habitan en la Comuna de San Pedro de Atacama.
- Promover acciones dirigidas a promover la autonomía física y económica de las mujeres beneficiarias de los proyectos del Programa AMA.
- Desarrollar proyectos y programas pertinentes y con perspectiva de género, acorde a la priorización realizada por las asesoras de común acuerdo con la

compañía.



Foco

Educación, Desarrollo Laboral, Emprendimiento e innovación, sustentabilidad y medio Ambiente, Salud.

ODS




INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad

- Mujeres que habitan de manera permanente en la Comuna de San Pedro de Atacama, particularmente a quienes pertenecen a la etnia atacameña y/o Lickanantay. Lo anterior se toma en consideración por las estadísticas arrojadas por los efectos adversos causados por la pandemia del COVID 19 que afectó a nivel global el desarrollo de la mujer, en contexto desde una mirada económico social, considerando el factor mujer jefa de hogar y cuidado de menores en muchos casos sumado al desempleo, el impacto en la producción agrícola, artesanal, el acceso a la salud, entre otros.
- Por otra parte, el Programa ejecuta proyectos a partir de la asesoría de su comité, beneficiando a quienes se encuentren en situación de vulnerabilidad más allá de su legado cultural o pertenencia ancestral. Se busca promover el acceso equitativo a oportunidades para todas las mujeres del territorio.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?

- **Presidente del Directorio y VP de Servicios Corporativos:** sponsor del programa, toma de decisiones estratégicas y participación en hito que ayudan a generar confianza.

- **Gerente de Sostenibilidad y Relaciones Comunitarias:** Supervisión de la buena ejecución del Programa AMA.
- **Jefa de Relaciones Comunitarias:** Participar en reuniones y colaborar en mesa de Patrimonio y Medio Ambiente.
- **Jefa de Valor Compartido:** Participar de las reuniones y ser parte de la toma de decisiones del Programa.
- **Encargado de Programa AMA:** Encargado de estar en permanente contacto con el Comité Asesor y de la implementación, ejecución seguimiento y sistematización de los proyectos. Convocar a las mesas de trabajo y coordinar los acuerdos establecidos en ella.

... y externos a la empresa?

- **Comité Asesor:** compuesto por 10 mujeres atacameñas que representan distintas organizaciones y cumplen roles de liderazgo en el territorio.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

	DIAGNÓSTICO Y DISEÑO	CONVOCATORIA Y KICK OFF	IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN SISTEMÁTICA
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de problemas en el área de influencia. Tras la pandemia se evidenció un impacto principalmente en la inclusión laboral de la mujer, asimismo aumentaron los índices de vulnerabilidad en el territorio. Instancia de conversación junto a líderes del territorio acerca de la viabilidad de crear acciones para el diagnóstico presentado, evaluándolas por impacto en la comunidad y factibilidad de aplicación. Creación de una hoja de ruta general con los ejes de trabajo, objetivos y perfil de los involucrados. 	<ul style="list-style-type: none"> Convocatoria abierta a mujeres atacameñas que deseen participar del Comité Asesor mediante activación de redes. Definición de un encargado de programa. Kick Off interno mediante primera reunión con el Comité Asesor y representantes de SQM, dando cuenta del objetivo y creando un plan de trabajo con propuestas de acciones, plazos, responsables y KPIs. Presentación del plan de trabajo creado a la Gerencia, ajustes y validación del mismo Presentación del plan de trabajo validado al Comité Asesor. 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones mensuales de planificación y seguimiento con el Comité Asesor y representantes de SQM, focalizados en 4 ejes estratégicos: a promoción del emprendimiento y el desarrollo de negocios, salud, formación y capacitación y la orientación al buen vivir de la mujer atacameña. Conformación de mesas de trabajo por cada eje estratégico. Desarrollo de proyectos individuales y emprendimientos, con apoyo financiero (programa FAI: Fortalecimiento para Emprendedoras de la Comuna de San Pedro de Atacama). Coordinación de atenciones de salud de especialidades médicas y exámenes para la prevención del cáncer de mama. Cursos y talleres de emprendimiento para mujeres, así como otros temas de interés (ejemplo: conducción clase B). Generar hitos de difusión, con protagonismo de las mujeres y de la empresa, para dar a conocer los avances del programa, junto con la publicación de una página web.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Jefa de Valor Compartido y Jefa de Relaciónamiento Comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefa de Relaciones Comunitarias y Jefa de Valor Compartido. 	<ul style="list-style-type: none"> Encargado del Programa AMA.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico y hoja de ruta general validado por la gerencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico y hoja de ruta general validado por la gerencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Ejecución de iniciativas de vinculación con la comunidad en base a plan de trabajo con diálogo permanente con las beneficiarias a través del Comité.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> 3 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> Seguimiento mensual.

INICIO

1 Carta Introductoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	BIENESTAR COMITÉ ASESOR	PERCEPCIÓN DE BENEFICIARIAS	ACERCAMIENTO A LAS BASES	COMPARACIÓN DE IMPACTO DE PROYECTOS
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia durante la participación del Programa, para Conocer su experiencia previa y presente a la implementación del Programa AMA. 	<ul style="list-style-type: none"> Percepción de beneficiarias de manera cuantitativo a través de encuestas cerradas realizadas previo y luego del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de beneficiarias del Programa AMA. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de postulantes a cada proyecto contrastando el interés que generan unos sobre otros.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de una entrevista cualitativa no estructurada. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de escala gradual realizada a muestra de beneficiarias. 	<ul style="list-style-type: none"> Total de beneficiarias de los proyectos ejecutados por AMA. 	<ul style="list-style-type: none"> Números de postulantes a cada proyecto de acuerdo al universo objetivo.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Sistematización de entrevistas. 	<ul style="list-style-type: none"> Sistematización de encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros de participación. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros de postulación.

INICIO

1 Carta Introductoria





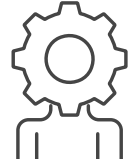


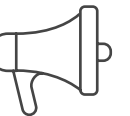

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.




¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios 	Cualitativamente 	Cuantitativamente 	Principales aprendizajes 
<ul style="list-style-type: none">  Encargado de Programa.  Disposición y participación del Comité Asesor.  Fondos pecuniarios para generar acciones por mesa de trabajo (ejemplo: fondo de apoyo individual en caso de ser seleccionada).  Elementos de difusión: logotipo, web, evento, etc.  Elementos para la operación (arriendo de salones, tablets, etc). 	<ul style="list-style-type: none"> » Impulso al emprendimiento local: “Cada recurso, aunque sea mínimo es muy importante para nosotros, porque nosotros carecemos con recursos para hacer emprendimiento, para hacer mejoramiento a nuestros hogares” (testimonio mujer beneficiada) » Empoderamiento de las mujeres atacameñas. » Difusión del rol de la empresa y de las mujeres atacameñas. » Gobernanza y trabajo colaborativo de manera sistemática, en mesas estructuradas. 	<ul style="list-style-type: none"> » Más de 2.100 beneficiadas dentro del primer año de implementación de AMA. • 1.400 con fondo de apoyo individual. • Más de 700 personas en atenciones de salud de especialidades médicas y exámenes para la prevención del cáncer de mama. • 50 emprendedoras (se espera llegar a 150). 	<ul style="list-style-type: none"> » Crear lineamientos estratégicos y transparentarlos desde el comienzo, informando a la comunidad los objetivos y alcance del programa. » Mantener una comunicación constante con las áreas y equipos de trabajo que estarán involucrados directamente. » Informar los avances de cada proyecto asociado al programa. » Cumplir con cada uno de los acuerdos o dar respuesta a ellos. » Apertura interna para implementar nuevos procesos internos que den lugar a programas innovadores.

INICIO

- 1 Carta Introdutoria
- 2 La importancia de la vinculación con el territorio.
- 3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.
- 4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- Conformación del Comité Asesor, compuesto por 10 mujeres atacameñas, se reúne periódicamente con SQM, en donde se involucra, además directores, VP, lo que representa un interés mutuo para tomar nuevas acciones para el desarrollo de las mujeres en el territorio.
- Creación, implementación y difusión de proyectos consensuados con la comunidad.
- Disposición de herramientas tecnológicas desde la comprensión a quienes no tienen fácil acceso a ella, para facilitar la vinculación.

Barreras u obstáculos del programa

- Complejidad de generar una relación contractual con el Comité Asesor, considerando el rol que desempeñan en organizaciones del territorio.
- La mirada externa de personas ajenas a la empresa, el Comité Asesor ha sido víctima de críticas por su vinculación con la empresa.
- Transparentar el proceso, lo que se ha hecho a la fecha, la relación existente con el Comité Asesor ha debido someterse a crear nuevos formatos internos para este tipo de vinculación.



Palabras de sus protagonistas

“El programa AMA ha significado una conexión directa con muchas mujeres de la Comuna, no solamente es la entrega de un beneficio, ya que detrás de cada proyecto hay mujeres con la esperanza de mejorar su situación actual sobreponiéndose a la adversidad de los tiempos difíciles. También transmiten la importancia este tipo de programas para el desarrollo personal y comunitario, asimismo su interés en cumplir compromisos y recalcan el agradecimiento a iniciativas como esta”

(Robert Ayavire - Encargado de Programa AMA)



INICIO

1 Carta
Introdutoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.

REPOSICIONANDO: CAPACITACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE RECICLADORES DE BASE, UNA INICIATIVA DEL PROGRAMA BUEN VECINO

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

El Programa Buen Vecino (PBV) es el medio por el cual nos integramos a la comunidad, comprendemos su realidad, sus recursos, necesidades y prioridades, conectándonos con las personas en su contexto. Este programa busca el desarrollo de capacidades y la autogestión de las comunidades, fomentando alianzas y movilizando recursos tangibles e intangibles, promoviendo relaciones constructivas y participativas a largo plazo con los vecinos y la cooperación para el logro del desarrollo local, a través de un diálogo bidireccional, Impactando directamente a las comunidades de los territorios donde nos encontramos presentes.

Para que este programa funcione, se constituyeron los Comité Buen Vecino en cada una de nuestras operaciones principales: Casablanca, Valparaíso y Macul, los cuales son asesorados y acompañados por la Gerencia de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad.

A la fecha se han realizado más de 30 iniciativas en las líneas de trabajo de Comunidades Saludables, Desarrollo del Talento Humano, Medio Ambiente y Soluciones Circulares y Voluntariado Corporativo.



Foco



Sustentabilidad y Medio Ambiente.

ODS



1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

En el marco de nuestro Programa Buen Vecino y el eje de trabajo Medio Ambiente y Soluciones Circulares, el Programa Reposicionando busca capacitar, certificar y reconocer el oficio de los recicladores de base en el marco de su rol en la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento de Reciclaje (Ley REP), implementando un modelo de identificación de recicladores de la comuna, la posterior capacitación mediante un sistema pertinente y efectivo, para finalmente coordinar el proceso de certificación que la normativa establece necesaria para que un reciclador de base sea reconocido como tal.

Nuestros objetivos particulares

- Validar y reconocer el rol de los recicladores de base en el objetivo de fomentar el cuidado del ecosistema
- Entregar conocimientos concretos y verificables para que los recicladores de base puedan desempeñar de mejor manera su oficio, logrando su certificación en base al perfil de competencias laborales creado por Chile Valora
- Dar a conocer normativas vigentes y el impacto que tienen en sus contextos laborales a personas que no tienen fácil acceso y entendimiento de este tipo de leyes (concretamente, explicar la implicancias de la ley REP a los recicladores de base).

Foco

Sustentabilidad y Medio Ambiente.

ODS



1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



Recicladores de base que no cuentan con certificación de dicho oficio, que se han desempeñado formal o informalmente en la recolección y pretratamiento de residuos en las comunas de Casablanca y Valparaíso. En su gran mayoría, los beneficiados son personas en situación de pobreza multidimensional, con bajo conocimiento formal en aspectos laborales. Mayoritariamente mujeres, integrantes de familias que tienen una tradición como recicladores de base.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Jefa de proyectos en comunicaciones y sostenibilidad:** Coordinar con las diferentes partes involucradas la correcta implementación del proyecto.
- **Analista de sostenibilidad:** Apoyar en la implementación del proyecto.
- **Analista de comunicaciones:** Difundir interna y externamente el proyecto, sus alcances y resultados.

y externos a la empresa?



- **Fundación Emplea (Hogar de Cristo):** Convocatoria a participantes y llevan a cabo la capacitación.
- **ANARCH (Asociación Nacional de Recicladores de Base):** validación del perfil de participantes.
- **OTIC SOFOFA – SOFOFA:** Coordinar la ejecución de los talleres y capacitaciones en base al modelo de formación creado y validado para este fin.
- **Bureau Veritas:** Realizar la evaluación de certificación de competencias.
- **Municipio:** Levantar propuesta de recicladores a capacitar y certificar.



INICIO

1 Carta
Introdutoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.

 ¿Cómo se implementa?

	DISEÑO	CONVOCATORIA	COORDINACIÓN	EJECUCIÓN	GRADUACIÓN Y CIERRE
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del modelo de capacitación (no presencial con componentes sincrónicos y asincrónicos) y certificación. • Definición de alcance (número de participantes y comunas). 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamado, en coordinación con el municipio, a recicladores para participar del programa, indicando los beneficios e implicancias del mismo. • Entrevistas y validación de inscritos (confirmar perfil de reciclador). 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de carta Gantt del proceso de capacitación, considerando módulos sincrónicos (4) y coordinación con la etapa de certificación. • Envío de tablets con software de capacitación instalado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión de Kick Off con participantes. • Capacitaciones en base a programa inscrito en SENCE. • Proceso administrativo desarrollado junto a la OTIC y SENCE para financiar el proyecto. • Proceso de evaluación en base a criterios y procedimientos establecidos por Chile Valora, considerando una evaluación en terreno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hito de graduación para la entrega de diplomas de capacitación y diploma de certificación. • Informe de cierre del proyecto y promoción del mismo al interior y exterior de la empresa.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> • Jefa de Proyectos en comunicaciones y sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante ANARCH. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jefa de Proyectos. • Representante Fundación Emplea. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación Emplea. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jefa de Proyectos en Comunicaciones y Sostenibilidad.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de cantidad de participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lista de participantes finales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carta Gantt con hito de inicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lista de asistentes y su respectiva participación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de participantes aprobados.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> • 1 mes. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1,5 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 semanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 mes.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	CANTIDAD DE PARTICIPANTES	PORCENTAJE DE ASISTENCIA CAPACITACIÓN	PORCENTAJE DE ASISTENCIA CERTIFICACIÓN	PORCENTAJE DE APROBACIÓN
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de recicladores inscritos en el curso de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de participación de los asistentes en la fase de formación. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de participación en la etapa de certificación. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de aprobación en la evaluación de certificación.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de recicladores validados considerando su firma de compromiso de participación. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de horas promedios realizadas por todos los recicladores sobre el total de duración del curso. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de recicladores que se presentan a la evaluación de certificación sobre total de inscritos. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de recicladores con certificación completa aprobada sobre cantidad de inscritos.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Registro de asistentes de la OTEC. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de asistencia en base a seguimiento realizado por la OTEC. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de recicladores evaluados en base a planilla de casa certificadora. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro de recicladores validados en plataforma de Chile Valora.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

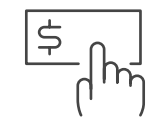
4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.





¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios



Franquicia tributaria para el financiamiento de tablets (con el programa de capacitación cargado), acceso a internet (para conectar a las personas con las capacitaciones sincrónicas), costos propios de la capacitación y la certificación.



Costos asociados a la ceremonia de certificación (por ejemplo, coffee)

Cualitativamente



» Mayor nivel de reconocimiento por parte de la comunidad (personas de la empresa, el municipio y vecinos) del oficio de los recicladores de base, reconociéndolo en un marco formal y no desde la informalidad.

» Mayor conocimiento por parte de los recicladores del impacto que ciertas leyes tienen en su trabajo diario.

» Generación de una comunidad de recicladores, vinculada a la ANARCH.

Cuantitativamente



» 83 recicladores participando en el proceso de formación, 53 de Valparaíso y 30 de Casablanca.

» 57 recicladores certificados*

» 100% de aprobación de la certificación de los recicladores que se someten a la evaluación.

Principales aprendizajes



» El programa tiene mayor pertinencia en la medida que se focalice en el territorio donde se tiene presencia, independiente de que se puede impulsar en otras comunas.

» En la convocatoria es clave que el candidato muestre mostrar un interés genuino en participar de la actividad. En esa línea, fue fundamental el desarrollo de entrevistas pequeñas con los candidatos, para aclarar el alcance del proyecto y detallar sus compromisos.

» El financiamiento a través de la Franquicia Tributaria mediante pre-contratos es un canal administrativo que simplifica la ejecución del curso (que debe estar codificado en SENCE) y permite usar los recursos focalizados en participantes con alto grado de vulnerabilidad.

» El curso de formación, al haber sido diseñado junto a los mismos recicladores de base (con el lenguaje que haga sentido, ejemplos, imágenes, etc.) logra un alto interés de los participantes, quienes además lo traspasan a sus familias.

» Pensar previamente en los obstáculos del proyecto (por ejemplo, la poca disponibilidad de tiempo que tienen los recicladores para formarse, puesto que implica dejar de trabajar, o bien, consideraciones con personas que no saben leer ni escribir) fue clave para diseñar un curso que se adapte a todos los recicladores.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación



- Entrevistas con cada participante antes de iniciar el curso, donde podían resolver sus inquietudes y aclarar las expectativas del curso.
- La ceremonia de graduación como un hito de reconocimiento formal a los recicladores de la comuna, en donde se invita a representantes del Municipio.
- El kick off del proceso de formación, donde un representante de la empresa da a conocer el sentido del curso para los recicladores, así como la motivación que tuvo la compañía para realizarlo.

Barreras u obstáculos del programa



- Tiempo y disponibilidad de las personas, principalmente al considerar que el tiempo dedicado a la formación implica menos tiempo dedicado a reciclar, lo cual repercute en el ingreso del participante.
- Complejidades de la conexión a internet que a veces producía inasistencias.
- Poco nivel de conocimiento previo, sin tener conocimiento por ejemplo de la ley REP o leyes viales o de seguridad en el trabajo

Palabras de sus protagonistas

“Estamos muy contentos y orgullosos de este hito de certificación de los recicladores de base. Con este proyecto seguimos reafirmando nuestro interés por el trabajo colaborativo público - privado y también con todos los actores presentes en la zona, dado que entendemos que solo trabajando unidos podremos alcanzar nuestro propósito superior que es construir un mundo mejor donde el desarrollo sea para todos”.

(Kinna Guichard - Jefa de Proyectos de Comunicaciones y Sostenibilidad, Tresmontes Lucchetti.)



INICIO

1 Carta
Introdutoria

2 La importancia de
la vinculación con
el territorio.

3 Catalizadores del
éxito:
10 elementos
recomendados
para impactar a
las comunidades.

4 Experiencias
inspiradoras:
16 Iniciativas que
marcan personas
y comunidades.

Terminal Puerto Coquimbo.

COQUIMBO CIUDAD PUERTO

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal

Fidelizar la relación de la empresa con la comunidad aledaña al puerto, fortaleciendo su identidad portuaria a través del reconocimiento de su historia y de la importancia que tienen dentro de la cadena de valor de la operación portuaria actual y futura, manteniendo una relación cercana y transparente, con comunicación continua con las juntas de vecinos aledañas al puerto.

Nuestros objetivos particulares

- Contar con canales de comunicación directos con la comunidad para conocer sus impresiones en tiempo real sobre lo que pasa en el terminal.
- Generar espacios para que los vecinos conozcan de primera fuente y en terreno en qué consiste la operación portuaria.
- Comunicar innovaciones que signifiquen reducción de potenciales externalidades de la operación.
- Sostener una relación transparente y cercana con el entorno.
- Anticiparse a hechos que puedan generar cualquier tipo de incomodidad en los vecinos, contando qué se hará y cómo se hará.
- Empapar a los vecinos del espíritu del puerto, reconociéndoles su valor histórico como actores relevantes para la empresa.

Foco

Identidad Local.

ODS

Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles





¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



5 juntas de vecinos (JJVV) aledañas a Terminal Puerto Coquimbo, ubicadas en el sector Parte Alta, que colinda con el terminal. En promedio cada JJVV tiene 100 familias socias, por lo que el programa tiene un alcance estimado de 500 familias. El puerto se ubica en un área donde se produce el efecto “anfiteatro” donde todo lo que pasa en el puerto se ve y se escucha fácilmente a mucha distancia.

Relación canalizada a través de los presidentes y directivas de cada una de las 5 juntas de vecinos.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Gerente General:** liderar 3 a 4 reuniones anuales con presidentes de JJVV, actualizando sobre el puerto y las proyecciones comerciales.
- **Jefe de Sostenibilidad:** mantener diálogo permanente con vecinos, siendo puente entre empresa y comunidad. Esto implica traspasar inquietudes de la comunidad al área operativa, anticiparse a posibles operaciones que generen externalidades a la comunidad, generar material explicativo y canalizarlo con las JJVV para explicar aspectos de la operación (medidas de contención, faenas atípicas, innovaciones, etc).

... y externos a la empresa?



- **Presidentes de JJVV:** representar demandas comunitarias hacia TPC, mediar con algunos vecinos por temas particulares, participar de visitas y reuniones con la empresa, dar retroalimentación frente a la información entregada por la empresa.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

	GENERAR CONEXIÓN	CULTIVAR LA RELACIÓN			EVALUAR Y RETROALIMENTAR	
¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> Levantamiento y priorización (por cercanía e impacto) de JJVV con las cuales trabajar. Reuniones iniciales de vinculación con las juntas de vecinos, reconocimiento y validación de líderes comunitarios a través de reuniones e iniciativas específicas desarrolladas en sedes vecinales y puerto. Identificación de elementos comunes y relevantes para empresa y vecinos que servirán de eje para una relación colaborativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de información oportuna a vecinos de potenciales actividades portuarias que puedan influir el día a día vía WhatsApp o flyers (Ej: aviso diario de horarios de hinca de pilotes relacionados a proyecto de ampliación). 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones de actualización sobre actividad portuaria y proyecciones a vecinos. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicaciones de vecinos al terminal para expresar demandas, sugerencias, consultas, inquietudes, etc. Considera recepción presencial (puerto funciona 24/7), análisis interno de situación y respuesta a vecino/a. 	<ul style="list-style-type: none"> Proyectos específicos para cada JJVV: Mejoras de infraestructura, talleres de manualidades en dependencias del puerto, talleres deportivos. Aportes para niños de la comunidad en fechas específicas: Navidad y Día del Niño. 	<ul style="list-style-type: none"> Reunión anual de cierre para recibir sugerencias, afiatar la relación del Puerto con la comunidad, identificando oportunidades, desafíos y aspectos de mejora.
¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Sostenibilidad, Gerente General, Presidente JJVV, vecinos. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General. 	<ul style="list-style-type: none"> Dirigentes Sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Sostenibilidad.
¿QUÉ SE ESPERA?	<ul style="list-style-type: none"> Generar una relación inicial desde la apertura y transparencia en la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> Entregar información útil anticipadamente a líderes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> Vinculación directa y continua del gerente general. 	<ul style="list-style-type: none"> Mantener un canal bidireccional de comunicación continuo y resolutivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Afiatar la relación empresa – comunidad con hitos puntuales que involucran a vecinos y trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> Manifestar y accionar proactivamente el interés de la empresa por escuchar a los vecinos para mejorar.
¿CUÁNTO TIEMPO?	<ul style="list-style-type: none"> Frente a cada cambio de directiva. 	<ul style="list-style-type: none"> Diario. 	<ul style="list-style-type: none"> Trimestral, 2 horas por reunión. 	<ul style="list-style-type: none"> Diario. 	<ul style="list-style-type: none"> 5 al año, una por JJVV. 	<ul style="list-style-type: none"> Una vez al año.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



ENVÍO DE COMUNICADOS DE FORMA ANTICIPADA

VISITAS A INSTALACIÓN PORTUARIA CON DIRIGENTES

¿QUÉ MIDE?

• Da cuenta del conocimiento de vecinos sobre actividades del terminal.

• Participación de vecinos en instancias de fidelización.

¿CÓMO SE CALCULA?

• % de faenas no regulares comunicadas anticipadamente a comunidades.

• % de participación de vecinos en visitas.

¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?

• Registro de medio de comunicación utilizado.

• Registro de asistencia y fotográfico.



1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

Recursos necesarios



Coordinador(a) de programa, responsable de mantener diálogo directo y permanente con vecinos (hh para atender a comunidades.)



Disposición de diversas áreas de la empresa (seguridad, operaciones, mantenimiento) para entregar información oportuna y clarificadora a vecinos y modificar tareas en caso de ser necesario (hh áreas).



Fondos pecuniarios para generar instancias de trabajo colaborativo (proyectos de infraestructura, talleres para vecinos, aportes en fechas emblemáticas para los niños.)

Cualitativamente



- » Siendo una empresa 24/7 en pleno centro histórico, jamás se ha tenido una detención de operaciones por manifestaciones, ni incumplimiento de normativa.
- » Existencia de canales de comunicación fluidos y capacidad de diálogo instalada con comunidades aledañas al terminal. Esta misma se traduce en defensa incluso del puerto ante comentarios en redes sociales, por ejemplo.

Cuantitativamente



- » Aviso anticipado a vecinos del 100% de faenas que puedan producir algún impacto en la comunidad.
- » Ejecución de proyectos comunitarios con el 100% de las JJVV comprendidas en el área de influencia.
- » Realización de 4 visitas anuales para dirigentes sociales al terminal.
- » Cumplimiento del 100% de los compromisos voluntarios anuales asumidos en Proyecto de Modernización.

Principales aprendizajes



- » **Empatía:** No ser indiferentes a las externalidades que pueden llegar a afectar a los vecinos.
- » **Reconocimiento:** Los vecinos son parte de la historia del terminal y de la identidad de Coquimbo, por eso existe una preocupación de actualizarlos permanentemente sobre qué hace la empresa y cómo lo hace.
- » **Colaboración:** Toda acción es coordinada y previamente acordada. Qué hacer se define en conjunto, no verticalmente.
- » **Anticipación:** Conocer a los vecinos permite entender qué podría incomodarles. Ante esas situaciones se actúa de forma preventiva.
- » **Transparencia:** Las comunidades pueden tener otras expectativas, pero siempre se debe situar todo en un plano real (explicación mediante).

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación

- Líderes comunitarios dispuestos a hablar positivamente en nombre del puerto frente a medios.
- Respaldo por escrito de líderes comunitarios frente autoridades locales para proyectos de desarrollo de infraestructura portuaria.
- Reconocimiento explícito hacia los vecinos como actores relevantes para el éxito del puerto.

Barreras u obstáculos del programa

- Reconocimiento de líderes. En un principio hay que saber qué líderes están más legitimados frente a la comunidad, en algunos casos hay que potenciarlos.
- Riesgo que implica reconocer a las comunidades como protagonistas de la operación portuaria. El trabajo colaborativo y la confianza convierte ese riesgo en una oportunidad.
- Temor a exponer el detalle de lo que se hace en el puerto. Finalmente el demostrar que las cosas se hacen bien y con dedicación se convierte en un valor.
- Involucramiento de la empresa como un todo. Generar el cambio de switch en que la comunidad es importante para todas las áreas, no para una en específico.

Palabras de sus protagonistas

“Reconocer a las comunidades como parte fundamental de nuestro giro es una responsabilidad y un deber. Sin requerir de grandes inversiones, un trabajo empático, transparente y dedicado, nos permite permear de una identidad/objetivo común, tanto a los integrantes de la empresa como a los miembros de la comunidad”

(Martín Muñoz Mendoza – Jefe de Sostenibilidad.)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Walmart.

ESPACIOS SOLIDARIOS PARA EMPREENDEDORES

Iniciativas que marcan personas y comunidades

¿Qué buscamos?

Nuestro objetivo principal



Otorgar espacios en el que emprendedoras del territorio pueden comercializar sus productos apoyando al empoderamiento femenino y desarrollo local.

Nuestros objetivos particulares



- Facilitar espacios de comercialización a emprendedores con énfasis en el emprendimiento femenino.
- Generar alianzas público-privadas con Municipios y organismos estatales.
- Entregar oportunidades de desarrollo con el negocio como motor de impulso para las emprendedoras.

Foco



Desarrollo Laboral, Emprendimiento.

ODS



¿A quién apunta y quién lo implementa?

Perfil de la comunidad



- Mujeres microempendedoras de diversas regiones del país, cuyos emprendimientos sean su mayor fuente de ingresos.
- Empendedoras que comercializan productos de elaboración propia que complementen la propuesta de valor de Walmart Chile.
- Empendedoras pertenecientes a programas gubernamentales o municipales. Ejemplo: “Mujeres jefas de hogar” y “Mujer Emprende”.

¿Quiénes son los involucrados por parte de la empresa?



- **Coordinador comunidades:** Verificar disponibilidad de locales, contactar e invitar a instituciones a participar en el programa, invitar a participar a las comunidades, guiar a las empendedoras durante el proceso, coordinar la implementación del programa con contrapartes.

... y externos a la empresa?



- **Juntas de vecinos / Unión Comunal:** Firmar convenio de espacios solidarios y comodato correspondiente.
- **Municipalidades:** Velar por el correcto cumplimiento de las ferias de acuerdo a los requerimientos de la compañía.
- **Ministerio de la mujer y equidad de género y SernamEG:** Dar visibilidad a las actividades destacando el empoderamiento femenino como eje de desarrollo económico para la compañía.



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

¿Cómo se implementa?

DISEÑO – COORDINACIÓN

EJECUCIÓN

¿QUÉ?

- La institución solicita diversos supermercados para instalar sus ferias de emprendimiento (todo Chile).
- El equipo de comunidades junto a Comercial (arriendos) revisa los locales solicitados y autoriza los locales en donde es factible realizar la actividad.
- El municipio solicita las fechas que ellos estimen convenientes desde marzo a diciembre (esto se revisa para no interrumpir la operación del local).
- Entrega de solicitud de comodato.
- Generación de convenio entre las partes.

- Una vez confirmados los locales, firmado el comodato y el convenio. La contraparte se reúne con el gerente de la tienda para coordinar espacio disponible, cantidad de emprendedoras, fechas programadas, y todo lo que tenga relación con la actividad.
- Planificación en terreno y ejecución de Espacios Solidarios.

¿QUIÉN?

- Municipalidad u organización a fin, Subgerencia de Relaciones Comunitarias, Área legal.

- Entidad ejecutante.

¿QUÉ SE ESPERA?

- Coordinar la habilitación del espacio.

- Ejecución de Espacios Solidarios.

¿CUÁNTO TIEMPO?

- 3 Semanas.

- 2 Días.

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.





¿Cómo lo medimos y qué recursos necesito?

Indicadores



	Nº DE ESPACIOS SOLIDARIOS	Nº DE EMPRENDEDORAS
¿QUÉ MIDE?	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de espacios a disposición de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de vecinas emprendedoras que utilizan el programa.
¿CÓMO SE CALCULA?	<ul style="list-style-type: none"> Nº de Espacios Solidarios que se realizan en cada supermercado durante todo el año. 	<ul style="list-style-type: none"> Nº de emprendedoras que participan del programa.
¿DÓNDE OBTENGO LA INFORMACIÓN?	<ul style="list-style-type: none"> Planilla seguimiento del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> Planilla seguimiento del programa.



1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

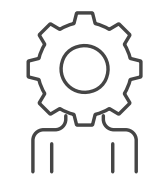
3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.



¿Qué logramos y qué aprendimos?

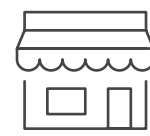
Recursos necesarios



Encargado de Programa.



Campaña de mkt, difusión.



Infraestructura, espacios, toldos, mesas.

Cualitativamente



- » Se deja en el pasado el enfoque transaccional de un supermercado. Con este programa los locales pasan a cumplir un nuevo rol dentro de la economía de nuestros vecinos.
- » Con el programa se genera un sentido de pertenencia para las comunidades del entorno.

Cuantitativamente



- » 295 fechas de Espacios Solidarios implementados.
- » 3540 Espacios Solidarios a disposición de la comunidad.
- » +2500 emprendedores impactados por los Espacios Solidarios.

Principales aprendizajes



- » El interés y solicitud debe nacer y ser organizado desde las comunidades en colaboración con la empresa.
- » Gestionar con anticipación para poder realizar una buena coordinación de espacios con el fin de generar una actividad lo más provechosa posible para todos los involucrados.
- » Importancia de una buena coordinación con la contraparte (Municipio, entidad a fin).

INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito:
10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras:
16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

Los hitos y las barreras identificadas

Hitos que marcaron la relación



- Reunión Inicial: Reunión con el municipio para invitarlos a ser parte del programa.
- Firma de convenio y comodato: Hito que permite formalizar y promover el vínculo entre el municipio y Walmart.
- Inauguración : Se realiza un hito de inauguración de cada espacio Solidario, el que fomenta la participación de las emprendedoras y da visibilidad a los esfuerzos colaborativos entre las instituciones solicitantes y la empresa.

Barreras u obstáculos del programa



- Informalidad de los emprendedores participantes: Las emprendedoras deben realizar los tramites necesarios tanto en el municipio como en SII para participar de la actividad.
- Desorganización de la entidad solicitante: Los municipios cuentan con escasos recursos materiales y de personal para realizar más fechas y de mejor calidad.

Palabras de sus protagonistas

“La oportunidad que nos da SBA de Reñaca, es única. En cualquier lugar de la comuna debemos pagar para instalarnos como emprendedoras. Además, el flujo de clientes de un supermercado es algo muy beneficioso para nosotras ”

(Katherine Cerna, secretaria UNCO Reñaca Alto)



INICIO

1 Carta Introdutoria

2 La importancia de la vinculación con el territorio.

3 Catalizadores del éxito: 10 elementos recomendados para impactar a las comunidades.

4 Experiencias inspiradoras: 16 Iniciativas que marcan personas y comunidades.

