

RESPONSABILIDAD SOCIAL COMPROMETIDA

PREMISAS BASICAS

DAVID HUMBERTO YTURRIOZ GASPAR



EDICIONES PROSPECTUS & GURCLA

INDUSTRIAS UNIDAS VASCO ANDINOAMERICANA

2019

ÍNDICE

Capítulo Uno	: Bases de la Responsabilidad Social
Capítulo Dos	: Caso Uno: Sector Construcción
Capítulo Tres	: Responsabilidad Social de Antamina
Capítulo Cuatro	: Responsabilidad Social de Yanacocha
Capítulo Cinco	: Responsabilidad Social Textil Española
Capítulo Seis	: Empresas y Ciudadanos Corporativos

DEDICATORIA

***A mi hijo Erickson Ashley Yturrioz Cárdenas.
Grande Grande Vikingo Panadero.***

Enero, Surco Perú 2018

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (R.S.E.) es un concepto aun poco entendido por el común de la gente, sin embargo podemos definirlo como el aporte que cada empresa, institución, profesional o persona hace en pro del desarrollo sostenible de la población, o para revertir los problemas de la humanidad.

De esta manera, encontramos una serie de avances en éste tema que se han dado en hablar sobre la Responsabilidad Social Empresarial, y por ello se estructuró una compilación de los mejores artículos y asuntos breves de la problemática de los ciudadanos corporativos (empresas), de todo tipo tanto las micro empresas , pymes y grandes empresas . De esa forma podemos establecer y esclarecer un marco conceptual, así como los casos de mineras, constructoras nacionales y textiles españolas.

Asimismo, esto hace que descubramos como el avance de la nueva filosofía gerencial involucra el reto de la responsabilidad social empresarial o corporativa dependiendo el tamaño; pero eso no es obstáculo para el avance de la responsabilidad social de los sectores gubernamentales, y que puedan ser medidos de acuerdo a las exigencias de los nuevos tiempos.

TEMAS PREOCUPANTES AL 2020

- **Gestión Tripartita.** Se avanzará en la consolidación de una gestión integrada, colaborativa, entre el Sector Empresario, el de las Organizaciones y el de las Administraciones Públicas. En momentos de crisis, si habrá más RSE será sobre la base de este modelo.
- **Negocios Inclusivos.** Más allá de que el tema será eje de la VI Conferencia Interamericana organizada por el BID, se avanzará en el armado de redes para compartir know-how y experiencias de gestión eficaces donde las empresas acompañarán estos procesos.
- **PyMes responsables.** Definitivamente, de aquí para adelante será la hora de las Pequeñas y Medianas Empresas volcadas hacia sistemas más eficientes de gestión y producción, y por ende, con miras en su accionar responsable. Y serán este tipo de empresas las que generen un mayor empuje de la RSE en toda la cadena de valor.
- **Creatividad.** Ya estamos en un punto en el que se entendió que lo filantrópico es apenas “una acción más” (y para nada, la principal)

de una estrategia de Responsabilidad Social. Y si bien aún subsiste en ciertos lugares como modelo, a partir de ahora dejará el camino libre para la creatividad de la gestión responsable.

□ **Territorios Socialmente Responsables (TSR).** Europa ha sido pionera en este sistema de gestión integrada (que se relaciona con lo dicho en el punto 1 pero va más allá) y el modelo de TSR está llegando cada vez con más fuerza a Latinoamérica. Incluso, algunas iniciativas del Pacto Global en la región están marcando el paso incentivando a gobiernos, empresas y organizaciones a pensar en términos de Responsabilidad territorial.

La presente compilación tiene la intención de que los legos y alumnos de diversas profesiones tengan una nueva consciencia de esta tendencia mundial aunada a la globalización sobre la responsabilidad social empresarial o corporativa.

CAPÍTULO UNO

Bases de la Responsabilidad Social

❖ Premisas Básicas

La responsabilidad social empresarial es un concepto que puede definirse como una filosofía adoptada en la gestión de la empresa para actuar, no solo en beneficio propio, sino también en beneficio de sus trabajadores, familias y del entorno social. La práctica de la responsabilidad social empresarial (en adelante RSE) implica que las empresas desarrollen una visión integral para el futuro donde se dé el triple beneficio de rentabilidad para la empresa, mejora del entorno inmediato y beneficio para la sociedad como un todo en un sentido más extenso. La difusión del concepto de RSE como el triple beneficio todavía está en su etapa inicial en el Perú. Sin embargo se ha avanzado mucho en los últimos cinco años y hoy es una idea acogida por varios gremios empresariales como Confiep, la SNMPE, Comex y Perú 2021.

La **inversión social** se refiere a la canalización de recursos con el objetivo principal de mejorar la imagen de la empresa a través del apoyo a una comunidad o a un tipo de acción (cultural, por ejemplo). Requiere de un esfuerzo de visión que articule claramente la labor de la empresa con el desarrollo de la comunidad. Los recursos se obtienen del presupuesto elaborado por la empresa para sus gastos. La empresa privilegia la relación con la comunidad. Establece un nexo incompleto entre entorno y empresa.

La **responsabilidad social** implica varias cosas. En primer lugar, que las empresas desarrollen una visión integral de futuro en la que no solo esté incorporada la comunidad sobre la cual se asientan, sino también su país o su sociedad. En segundo lugar, que emerja una nueva forma de organización que promueva liderazgos internos los mismos que contribuyan a reforzar la misión que se traza la empresa y la descentralización de los niveles de autoridad para mejorar la productividad de los trabajadores. En tercer lugar, que su proyección interna y externa la lleve a movilizar no solo dinero y equipos, sino que sus aportes se hagan también en recursos humanos y profesionales, dando oportunidad para que los propios trabajadores aporten su conocimiento a las diversas actividades que se desarrollan en la sociedad. El nexo entre empresa y entorno se completa.

¿Por qué las empresas se ven impulsadas a emprender iniciativas sociales?

Hoy en día, la economía global ha hecho que las acciones sociales se conviertan en una herramienta estratégica de negocio. La razón de ser de las compañías no debe centrarse en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, sin embargo, sí es necesario que conciban la idea de generar valor social y económico.

La responsabilidad social empresarial no es nada nuevo. Sin embargo, durante los últimos años ha adquirido un mayor auge ya que, tanto empresarios como gerentes, ahora están más conscientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales.

❖ **Evolución a lo social**

La tendencia hoy en día es alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial, ya que precisamente la responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa y la lealtad de los consumidores hacia una determinada marca. La conciencia social del líder y su deseo de hacer un aporte a la sociedad, han cambiado el entorno de los negocios durante la última década.

En un artículo reciente, el profesor de la escuela de negocios de Harvard, James Austin, aseguró que "la creciente importancia de la dimensión social de la empresa es uno de los cambios recientes de mayor impacto. Se podría pensar en una evolución de las empresas. Las encuestas indican que las poblaciones en todo el mundo esperan que las empresas contribuyan a la solución de problemas sociales. Esta presión y el descubrimiento de que las inversiones en el campo social son rentables, condujeron a una nueva etapa, en la cual lo social y lo económico se integran en la búsqueda de la sostenibilidad".

❖ **Beneficio empresarial**

Las iniciativas sociales no pueden ser acciones aisladas, deben ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategia de la empresa. Precisamente allí es que está el éxito del negocio, en saber mantener un balance y una coherencia entre todas esas tareas. Cuando los empresarios alinean su negocio con actividades sociales, la imagen de la compañía mejora de una manera inimaginable.

Antes, solíamos relacionar el concepto de "responsabilidad social empresarial" con donaciones y acciones de caridad. Las empresas apostaban más y estaban concentradas en aquellos consumidores con altos niveles de ingreso. Sin embargo, esa concepción ha cambiado. Los empresarios se están acercando más a aquellos sectores de bajos recursos y éstos, a su vez, están pasando de ser beneficiarios a clientes potenciales, proveedores y hasta socios. Los empresarios los ven ahora como actores económicos, impulsando beneficios no sólo para este sector, sino también para la empresa.

❖ **¿Cómo lograr la transformación social?**

“Las compañías deben asumir y desarrollar entonces una nueva estrategia de negocio, donde esté presente la inclusión de este sector de una manera justa y transparente. El reto es romper con las brechas existentes, cambiando la cultura organizacional e incluyendo nuevos actores en la economía global.”

Muchos empresarios no conocen a la población de bajos recursos, la idea es establecer alianzas con esta comunidad e incorporarla a la fuerza de trabajo, así como diseñar nuevos métodos de investigación de mercado. Asimismo, es necesario potenciar el negocio con la incorporación de emprendedores sociales y organizaciones comunitarias.

Un estudio de la Universidad de Harvard arrojó que aquellas "compañías que balancean las necesidades de los accionistas, empleados, clientes, proveedores y comunidad en general, mostraron cuatro veces más crecimiento en comparación con las que se enfocan únicamente en los accionistas". Esto quiere decir que nos encontramos frente a un nuevo modelo de negocio: empresas que están sensibilizadas y comprometidas con el entorno social que las rodea, pero que al mismo sienten la necesidad de que estas acciones vayan de la mano de la rentabilidad económica.

Desde su surgimiento, la especie humana ha transformado el medio ambiente para lograr la satisfacción de sus necesidades. Aunque los primeros Homo Sapiens vivieron en relativa armonía con el entorno, debido al paulatino desarrollo socio económico de la civilizaciones humanas, a la actividad agrícola, ganadera, al control y uso del fuego en un inicio; a la Revolución Industrial, al descubrimiento, uso y explotación de los combustibles fósiles y la explotación intensiva de los recursos minerales de la Tierra, así como a la revolución científico

– tecnológica posteriormente; se ha incrementado considerablemente la capacidad de impacto de los seres humanos sobre el medio ambiente, disminuyendo ostensiblemente y de manera acelerada la calidad de éste, y su capacidad para sustentar la vida, lo cual ha provocado la actual crisis ambiental.

Esta crisis ambiental se manifiesta en la existencia y agravamiento de diversos problemas ambientales que afectan el planeta a nivel global; entre los que se encuentran, el calentamiento global de la atmósfera, el agotamiento de la capa de ozono, la contaminación del agua, el aire y los suelos, el agotamiento de la cubierta forestal, la degradación del suelo, y la pérdida de especies, en el ámbito natural; así como la acentuación de las inequidades y contradicciones entre diversos grupos humanos, el menosprecio de múltiples identidades culturales, religiosas y étnicas de minorías, el incremento del desempleo, de la exclusión y marginalidad social, la discriminación por concepto de género o raza, la pobreza, el analfabetismo, así como las dificultades en la alimentación, la educación y la salud pública, en el ámbito social.

A partir de la década del '60, se aprecia un proceso de concienciación acerca de esta problemática, que paulatinamente ha incorporado a científicos, académicos, políticos, organizaciones, empresas, gobiernos, la sociedad civil, comunidades, etnias, culturas y diversos grupos sociales; que de una manera o otra declaran la urgente necesidad de movilizar la actuación humana en función de lograr la solución estos problemas ambientales. Como resultado de este debate ambiental, y del cuestionamiento de modelos de desarrollo imperantes que se orientan predominantemente hacia el crecimiento económico, industrial y tecnológico, y que implican altos costos sociales, económicos, culturales y ambientales vinculados al consumo y manejo irracional e indiscriminado de los recursos del medio; surge como alternativa la teoría del desarrollo sostenible o sustentable.

Se definió el Desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias

Este concepto adquirió verdadera relevancia en 1987, en Nuestro Futuro Común, Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocido también como informe de la Comisión Brundtland, en la cual se definió el Desarrollo Sostenible

como "aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias".

El desarrollo sostenible no es una concepción del todo novedosa. En la historia de la humanidad, numerosas culturas y civilizaciones han reconocido la necesidad de establecer estilos de vida y de relaciones armónicas entre la sociedad, la economía y la naturaleza. En la actualidad este proyecto se articula en el marco de la globalización y del vertiginoso avance industrial, tecnológico e informativo, enfatizando la necesidad de lograr en este contexto la justicia, la satisfacción de las necesidades de todos los seres humanos, la equidad en el acceso a los recursos, y a las oportunidades de desarrollo y el incremento de la calidad de vida, sin usar los recursos naturales más allá de las capacidades del medio ambiente. En sentido general, "...este paradigma supone el logro de una armonía entre las diversas aristas que incluyen el desarrollo humano, tales como la economía, la sociedad, la naturaleza, la cultura y la tecnología, donde la dimensión ambiental atraviese este proceso" (Alea, 2005).

El proceso de construcción y fundamentación teórica de este modelo propuesto en consenso a todas las culturas y sociedades contemporáneas, con la intención de constituir un nuevo paradigma de desarrollo para la humanidad; ha sido muy polémico y controvertido, pero independientemente de las discrepancias entre las diferentes tendencias, estas coinciden, según (Muñoz, 2003), en su orientación hacia el logro de un crecimiento con eficiencia económica, que no deteriore ni utilice de manera irracional los recursos naturales, que garantice el progreso y la justicia y equidad social, que respete y estimule la diversidad y riqueza de las identidades culturales, así como el precepto de la eficiencia ecológica de los sistemas biofísicos.

Para abordar la complejidad del reto del proyecto de desarrollo que incluya al medio ambiente en su más amplia acepción, resulta imprescindible modificar modos tradicionales de pensamiento y afrontamiento de los problemas y conflictos de la realidad. El nuevo estilo de pensamiento debe caracterizarse por el establecimiento de una concepción sistémica y holística del conocimiento que conlleve a la consideración del ambiente como totalidad dinámica en permanente cambio, que contemple y analice las relaciones dialécticas entre los elementos causales y explicativos de los

diversos fenómenos de la realidad y los diversos subsistemas que la conforman.

Adoptando entonces, una perspectiva sistémica del ambiente en sus dimensiones natural, social y económica, resulta indudable que apremia la incorporación de argumentos ecológicos y sociales a la planificación económica del desarrollo. Es decir, "enfrentar probablemente el más complejo reto que los negocios han enfrentado, que consiste en organizarse de manera armónica con los sistemas naturales y sociales, y asegurar prosperidad a corto y a largo plazo". (Dixon, 2003).

❖ ***La Responsabilidad Social Empresarial***

Por todos estos argumentos, es evidente que la sociedad actual demanda que las organizaciones y compañías, reconozcan su capacidad de ocasionar serios impactos negativos sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial. "Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna". (Correa, 2004).

La responsabilidad en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

"Desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea". (González, 2004).

La **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la

comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

Para comprender a fondo qué es la **Responsabilidad Social Empresarial**, les presentamos **Temas de RSE** (reflexiones a partir de contenidos atinentes a la **RSE**), **Casos de RSE** (testimonios ejemplificadores de los temas de que se tratan), y **Herramientas de RSE** (consejos prácticos para introducir el lector en los temas presentados).

La idea es presentar en forma global Temas, Casos y Herramientas de **Responsabilidad Social Empresarial** de interés público, y que ayuden a una mejor comprensión de la **RSE**.

❖ ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?

"Es el conjunto de prácticas, principios y valores que implican un compromiso de la empresa en tener un comportamiento ético y contribuir al desarrollo y calidad de vida de sus grupos de interés".
Fuente: World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

Su finalidad es fortalecer y gestionar de manera responsable las relaciones de Ecopetrol con sus grupos de interés, a partir del reconocimiento de sus necesidades y expectativas y de la adopción de prácticas que busquen el beneficio mutuo, con el fin de asegurar la confianza y reputación de la empresa y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Ecopetrol enmarca la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en una clara política de relacionamiento con sus Grupos de Interés relevantes, buscando generar confianza recíproca, a través de:

- El establecimiento de compromisos con cada Grupo de Interés.
- La adopción de prácticas expresadas en programas y proyectos específicos.
- La implementación de sistemas de seguimiento, verificación y notificación.

De esta forma se busca asegurar la conformidad de los Grupos de Interés y el logro de los objetivos empresariales en materia económica, social y ambiental, que garanticen el desarrollo sostenible de su entorno.

CAPÍTULO DOS

Caso Uno : Sector Construcción

❖ Filosofía Gerencial

Actualmente la situación del sector construcción amerita la necesidad de evaluar las acciones realizadas por las empresas más representativas en este giro, teniendo en cuenta las actuales necesidades de las organizaciones empresariales para volcar hacia la comunidad sus aportes justamente de establecer un desarrollo sostenido.

El sector construcción tiene un crecimiento al cierre del año 2008 del 13% siendo el más dinámico, de tal manera que a pesar de este aumento notable de utilización de materias primas, insumos y fuerza de trabajo calificado se necesita saber si sus actividades tienen un interés por la responsabilidad social como clave de trascendencia de tal manera que desea describir las acciones que realizan las empresas del sector construcción en responsabilidad social empresarial para determinar las herramientas de gestión que emplean las empresas constructoras más representativas en Lima Metropolitana para ser responsables para con las sociedad y el medio ambiente.

Hoy en día las exigencias ambientales y sociales se han convertido en parámetros fundamentales en los procesos de globalización de los mercados debido a la necesidad de generar desarrollo de manera sostenible en toda actividad humana (Schwalb & Malca, 2006)

En el período de enero a julio del 2008 el PBI creció en 10.1%, siendo el sector construcción uno de los más importantes en el País, representando el 19.6% del PBI¹; es por ello que dada la importancia que tiene dicho sector en la economía nacional es necesario saber las herramientas de gestión que se utilizan en el desarrollo de actividades enmarcadas en la responsabilidad social.

Se desea asimismo definir si los directores de las empresas constructoras peruanas tienen claro el tema de los stakeholders (grupos particulares de interés). Estos involucran evidentemente

¹ <http://www.bcrp.gob.pe/bcr/dmddocuments/Informes/Notas/2008/NE2008052.pdf>

a los empleados, clientes y proveedores la comunidad inmediata, el medio ambiente y a los propios propietarios. Es decir todo el contingente de personas que se ven afectadas directa o indirectamente por el sector construcción.

De tal manera, se intenta saber si las empresas que comprenden el sector construcción contribuyen con sus herramientas de gestión al desarrollo sostenido de las comunidades vinculadas o los famosos stakeholders.

❖ **Problema:**

¿Cuáles son las herramientas de gestión de las acciones de responsabilidad social que contribuyen al desarrollo sostenible de los stakeholders vinculados con el sector construcción, en Lima Metropolitana; para ser socialmente responsable?

❖ **Limitaciones al alcance:**

Para el desarrollo de la presente investigación sólo se tomarán en consideración las principales empresas que conforman el sector construcción en Lima Metropolitana.

Así mismo esta investigación tiene entre sus limitaciones la falta de acceso a información clasificada que prefieren guardar los directores y personal responsable de las constructoras peruanas para evitar el plagio de la competencia; además de que no existe un compromiso de responsabilidad social entre los niveles ejecutivos donde es más difícil encontrar resultados en las pequeñas actividades de sus operadores debido a que algunos de ellos se apoyan en agentes externos como consultoras y las ONGs; que han encontrado un nicho de mercado en la gestión social.

❖ **Justificación teórica**

En los últimos años el país vive una etapa de desarrollo económico impulsado por el auge de varias actividades económicas en las que destaca la construcción, esto se comprueba con el auge de las actividades de la construcción que está variando el casco urbano de varias ciudades importantes del país.

Para la elaboración de la presente investigación se toma como referencia los siguientes enfoques:

Carroll (1979), quien a través del estudio *A Three –Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*: publicado en el año 1979 por The Academy of Management Review. clasifica la responsabilidad social empresarial en cuatro grupos: en el primer grupo se encuentra la económica, porque tiene la responsabilidad de producir bienes y servicios que la sociedad quiere y venderlos a un precio justo, y teniendo en cuenta que su objetivo es maximizar el beneficio que se origina de la actividad que realiza. En el segundo grupo se encuentra la responsabilidad social legal, en la cual se espera que las empresas operen según las leyes y reglamentos establecidos en la sociedad de la que forman parte. En tercer lugar se encuentra la responsabilidad ética, es aquella en la cual las empresas deben tener un comportamiento correcto y justo con sus accionistas, trabajadores, clientes, y sociedad en general. (Stakeholders) y el último tipo responsabilidad social definido por Carroll es el discrecional, también conocida como responsabilidades filantrópica, la cual menciona que las empresas deben comprometer parte de sus recursos como buenos ciudadanos a mejorar la situación de todos, es decir aquí la RSE busca que las empresas asuman que también tienen responsabilidad por las deficiencias en el bienestar público que no han causado. Es decir esto incluye a las acciones que muchas veces las empresas no tiene obligación de moral de realizar pero son “ beneficiosas para las personas que están relacionadas con ella, aunque no sea necesariamente la empresa misma. Wood (1991),

Por otro lado Lantos (2001, citado por D’Alessio & Marquina, 2008) define la RSE como :

❖ **Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) frente a otros Stakeholders**

Una adecuada dirección de los stakeholders implica considerar y atender las demandas planteadas por todos los diferentes grupos que mantengan alguna relación con la empresa. Como ha sido puesto de manifiesto anteriormente en esta obra, la delimitación de cuales son los stakeholders que deben ser tenidos en cuenta no es una tarea fácil y vendrá condicionada por las características propias de la compañía y del momento o situación en que se encuentre.

Se comenzara por aquellos stakeholders con los que la empresa mantiene una relación comercial directa. En primer lugar,

proveedores, distribuidores y transportistas participan conjuntamente con la empresa en la elaboración de unos productos y prestación de unos servicios con los que se satisfacen las demandas de los consumidores finales.

Independientemente del sector del negocio, del giro que tome o de su tamaño –medido por el número de sus empleados, por el capital invertido o por su volumen de ventas-, las empresas surgen con una misión que las “legítimas” ante la sociedad: crear valor y riqueza a través de los bienes o servicios que produce. Eso quiere decir que la sociedad debería estar mejor después de la intervención de la empresa que antes de ello. He aquí el punto de origen de muchos de los conflictos que enfrentan actualmente las empresas.

❖ **Acceso a mercados**

Hoy en día, las exigencias ambientales y sociales se han convertido en parámetros fundamentales en los procesos de globalización de los mercados. Esto debido a la necesidad de generar desarrollo de manera sostenible en toda actividad humana.

Estas exigencias requieren del planteamiento de objetivos que comprometan un cambio en las costumbres de consumo de la sociedad, y demanden de las empresas el compromiso de ser responsables tanto en lo ambiental como en lo social, a través de prácticas laborales más justas, u de controlar su impacto en la sociedad en general.

“El cumplimiento de la ley ambiental depende del entorno en el que se encuentre la empresa; en los países escandinavos, por ejemplo, las leyes ambientales son muy exigentes, puesto que toda empresa debe cumplirlas obligatoriamente.”¹

El mercado al que se dirigen estas empresas valora el cuidado ambiental y el respeto a los derechos humanos.

En los países menos desarrollados, las leyes ambientales no presentan la misma exigencia. Allí, las empresas cumplen solamente con las leyes generales, porque el mercado al cual se

¹ Schwatz S. Mark y Archie B. Carroll. (2003). Responsabilidad Social corporativa: un enfoque de tres dominios . Bussiness Ethies Quartely Volume 13. p 11

dirigen no aprecia su contribución al cuidado del ambiente y los derechos humanos. En tales circunstancias, cumplir con más de lo que ley indica sería un costo no recuperable para estas empresas, por lo menos en un corto o mediano plazo.

Aquellas empresas que se dirigen a mercados más sensibles con el cuidado del medio ambiente y cuyas tecnologías les permiten cumplir con más de lo requerido, lo hacen para diferenciarse de las demás y obtener una ventaja competitiva.

❖ **La responsabilidad social y la responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social es una filosofía, una actitud o forma de ver la vida que implica que tomemos en cuenta el efecto que nuestras acciones y decisiones tienen sobre el entorno físico y social. En otras palabras, ser socialmente responsable significa ser consciente del daño que nuestros actos pueden ocasionar a cualquier individuo o grupo social.

La responsabilidad social empresarial no es más que la extensión de la responsabilidad individual que tiene todo ciudadano hacia su entorno físico y social, esto es lo que se ha venido a llamar “ciudadanía corporativa”. El concepto de ciudadanía corporativa implica que la empresa, al igual que el ciudadano, tiene deberes y derechos para con la sociedad y los debe cumplir y respetar.

Una de las más populares es la difundida por la organización internacional Business for Social Responsibility (BSR), para la cual la responsabilidad social empresarial “consiste en operar un negocio de tal manera que se logren cubrir o se superen las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas de la sociedad.

❖ **Medición de la responsabilidad social empresarial**

Cuando una empresa entra en contacto con el tema de la responsabilidad social, una de las interrogantes principales que surgen es la relacionada con la medición de la misma. También lo ha sido durante el desarrollo e investigación del tema desde los ámbitos empresarial y académico. Inicialmente, esta

interrogante intento ser absuelta por las organizaciones de manera individual, de modo que cada una de las empresas interesadas genere algún tipo de mecanismo de medición o manifestación de la labor social de la empresa, de manera que se pueda realizar comparaciones reales y claras. En primer lugar,

“Conoceremos a algunas de las instituciones que han desarrollado herramientas con indicadores para la medición de la RSE en el ámbito local nacional, luego veremos los instrumentos y las normas internacionales que promueven y miden la RSE y permiten tanto una estandarización de alto nivel como un benchmarking a escala internacional.”²

❖ El balance social

El balance social es actualmente reconocido como el sistema de evolución por excelencia de la RSE. Mediante su aplicación, se puede determinar si las compañías están experimentando un crecimiento sostenido en función de criterios contables, sociales y éticos. Esta herramienta tiene por objetivo que la empresa mejore su actuación social, a través de una línea de inclusión, participación y transparencia.

Para la evaluación de la RSE, el balance social utiliza variables e indicadores. Las variables se refieren a campos de actividad que pueden cambiar en su contenido, mientras que los indicadores expresan dicha variación. En la explicación de las variables y los indicadores se emplean los términos “nivel organizacional” (clasificación de los trabajadores en obreros, empleados y directivos) y “área de trabajo” (secciones, divisiones o departamentos de la estructura de la empresa).

El balance social está organizado en dos áreas: interna y externa. La primera se refiere únicamente a la información y evaluación del cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa con sus trabajadores; mientras que el área externa se

² Dima Jamali, Ramez Mirshak (2007). Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica en un desarrollo de contexto país. *Journal of Business Ethics*. p. 56.

refiere a la responsabilidad de la empresa hacia los sectores externos con los cuales tiene algún tipo de relación.

Las variables y los indicadores del área interna del balance social se distribuyen en tres grandes grupos: características socio-laborales del personal, servicios sociales de la empresa para el trabajador e integración y desarrollo del personal., Además de la actitud de los administradores hacia la responsabilidad social corporativa

Cada vez nueva demanda social que se le presenta a una empresa, contribuye a que esta redefinida su rol en la sociedad. 7 de cada 10 americanos “creen que los negocios, tiene la obligación de ayudar a la sociedad, aun esto signifique tener menos ganancia”, esta proporción ha crecido significativamente desde 1967. A pesar de lo que muchos accionistas pueden pensar sobre esto, el público sostiene que la responsabilidad social corporativa debe tomar precedente sobre la maximización de las ganancias.

Que en su opinión,

“La responsabilidad social, su implementación ahora, el nivel de entusiasmo que este le ponga a la implementación de esta nueva política, se vera reflejado en el tiempo que le tome llevarla a cabo en la empresa”.³

Es la investigación que se ha hecho , por Collin y Ganotas en 1972 ejecutivos de alto nivel, ver que el compromiso corporación es necesario para resolver nuestros problemas sociales, a favor de que el gobierno sea acción, en el mismo estudio, Collins y Ganotas hacen una observación que ayudo a comprender mas el que tenemos aquí mencionado.

❖ **El concepto de Responsabilidad social empresarial**

De acuerdo con Carroll (1999), y Milton Friedman (referido en Elegido, 1996, p 121), el primero es que la empresa para su supervivencia toma una serie de recursos (naturales y humanos); el segundo argumento es que la empresa adquiere

³ Liman E. Ostund (1986). Actitudes de los altos directores o dirigentes de las Responsabilidad Social Corporativa. Revista managment California. p. 78

deberes no solo con los accionistas, según Solomon (1992, pp. 180 – 181).

Lo anterior no significa que las utilidades no sean importantes; una empresa no puede existir si no para la European Commission's Green Paper on Corporate Social Responsibility (2002), integran los asuntos sociales y ambientales en sus operaciones y en la interacción con sus shareholders, el medio ambiente y en las relaciones con los stakeholders. Instituto Peruano de Administración de Empresas, para actuar en beneficio de sus trabajadores, sus familias y del entorno social en la zona de influencia por su parte, en 2003 el Centro Mexicano define la RSE como un modelo de trabajo y organización.

Asimismo; para autores como Liman en general:

“Los argumentos de la responsabilidad social corporativa son considerados importantes y sus argumentos están basados en las contrastaciones muy importantes que se han levantado entre diversos directores de empresas a pesar de la crítica de Milton Friedam”.⁴

❖ **Antecedentes científicos sobre los beneficios de la RSE**

La responsabilidad social experimentan el desempeño financiero positivo, la reducción de los costos operativos, la lealtad de sus clientes y empleados e incremento en sus ventas, hacían publico su compromiso de honrar sus códigos de ética, descubrió que la empresas con acciones balanceadas UCLA David Lewin estudio a 156 empresas con el fin de la relación entre las donaciones y el desempeño corporativo.

❖ **Dimensiones de la RSE**

Después de la revisión de diferentes estudios sobre la RSE, puede afirmarse que es un tema que no se limita a las acciones sociales desarrolladas por la empresa en la comunidad, sino que implica también practicas e interacciones con diversos públicos, entre los que se encuentran colaboradores, consumidores , clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno y sociedad.

⁴ Liman E. Ostund (1986). Actitudes de los altos directores o dirigentes de las Responsabilidad Social Corporativa. Revista managment California. p 111

Ética empresarial.- Se refiere a la inclusión de valores en las políticas, prácticas y procesos de toma de decisiones. Payne y Rainborn (2001) analizan la responsabilidad ética de los negocios en el enfoque de desarrollo económico sustentable afirmando de que las empresas éticas buscan la coherencia entre sus acciones, su misión y políticas. Porritt (2000) estudia los beneficios y costos que han tenido las empresas al adoptar códigos de ética, desarrollo sustentable y ecología, evitando tener solo un mero enfoque de beneficio económico.

Preservación del medio ambiente.- Parece que las empresas son cada vez mas conscientes de los beneficios que conlleva ser ambientalmente responsable; aunque Bansal (2002), al realizar un estudio en empresas de Estados Unidos acerca de la aceptación de la norma ISO 14001, demostró que la mayoría de los directivos se resisten a adoptarla debido a que sus beneficios no justifican los costos. Boyd (2001) elabora un reporte sobre la importancia ambiental como una herramienta para la obtención de beneficios económicos, documento en el cual afirma que las empresas que adoptan los principios del desarrollo sustentable pueden convertirse en buenos negocios, aunque en ocasiones se presenta un conflicto de intereses entre la obtención de ganancias y la responsabilidad ambiental de la empresa para con la sociedad.

❖ **Vinculación empresa – sociedad.**

La empresa colabora con la sociedad en general y, particularmente, con la comunidad, a través de su misión fundamental: proveer los productos y servicios que la sociedad necesitan eficientemente y éticamente, de manera que se respeten y equilibren los intereses de todos.

❖ ***La RSE en la micro, pequeña y mediana empresa***

La investigación sobre RSE desde la perspectiva de la pequeña y mediana empresas (pymes) difiere significativamente de grandes organizaciones (CENEFI, 2003) debido en parte a que las pymes se desarrollan con características y en circunstancias que distinguen y afectan el contenido, la naturaleza y extensión de sus actividades de RSE (Robbins, 2000) (Vyakarman et al., 1997), pues empieza a ser notorio que las empresas más admiradas están relacionadas con indicadores.

La responsabilidad social no es una práctica cotidiana, se trata de un estudio exploratorio para obtener generalizaciones sobre la responsabilidad social de las empresas.

Su responsabilidad social, parece que los resultados obtenidos en esta investigación reflejan el poco interés en la RSE, por no decir que hay cierta ausencia en cuanto a una cultura de responsabilidad social. Una empresa socialmente responsable fundamenta su visión y compromiso con responsabilidad.

Por otro lado autores como Dima y Ramez establecen:

“La responsabilidad de corporación social tiene un atractivo y atención en el mundo y es una nueva resonancia en la economía global,”⁵

Canadá es uno de los países modelos en el liderazgo de responsabilidad social y la Dra. Marieta D Evans es una directora ejecutiva del Punk Center for Internacional Studies at the University of Toronto, establece que en la industria minera están preparados y habilitados para el manejo de los usos sociales en mercados emergentes en países en dónde la regulación domestica y la contabilidad es limitada; de tal forma que los retos que se presentan pueden ser asesorados por la basta experiencia de los canadienses que tienen en el Perú su más claro icono a la Mina Antamina en el departamento de Ancash.

⁵ Dima Jamali, Ramez Mirshak (2007). Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica en un desarrollo de contexto país. Journal of Bussiness Ethics. p 01.

CAPITULO TRES

Responsabilidad Social Minera Antamina

❖ Ideas Básicas

Diseñar y concretar esfuerzos innovadores en relación a las prácticas de responsabilidad social es parte fundamental de la filosofía de Antamina, por ello la empresa trabaja intensamente con las comunidades y los pueblos de su entorno, estableciendo programas y proyectos de desarrollo sostenible.

En su zona de influencia, Antamina ha levantado un conjunto de obras de infraestructura necesarias para su operación que, además, benefician a las poblaciones vecinas. Por ejemplo, una carretera de acceso pavimentada, tendido de energía eléctrica que interconectan los pueblos del entorno, tendido de fibra óptica paralela al mineroducto -que facilita a Telefónica del Perú extender sus servicios de telecomunicación a las zonas de Huaylas y Conchucos-, entre otras.

Dentro de ese marco también se ofrece apoyo y capacitación permanente en actividades productivas, en salud y educación a las comunidades que pertenecen a su amplia zona de influencia. Del mismo modo, trabaja de manera conjunta y transparente con sus vecinos para mejorar sus condiciones de vida. Todas estas acciones demuestran que la minería es una actividad que trae múltiples beneficios y los programas de corto, mediano y largo plazo permiten llevar tecnología y bienestar a zonas que han sido tradicionalmente olvidadas y que ahora tienen la oportunidad de ver con mayor optimismo el futuro.

❖ Trabajando por el Desarrollo Sostenible

Desde su origen, Compañía Minera Antamina S.A. asumió el reto de actuar en todo momento dentro del marco del concepto de responsabilidad social. En tal sentido, lleva adelante una estrategia que facilita la integración social de la empresa con los

públicos relacionados⁶, comprometiéndolos en un proceso transparente de consulta y comunicación constante.

❖ **Relaciones Comunitarias**

Antamina opera en una zona de bajos estándares económicos y ambientales y se considera un socio amigable y colaborador con las comunidades y poblaciones de su entorno. Por ello aplica un modelo de apertura y transparencia en sus relaciones, así como en los temas ambientales y sociales.

La zona de Conchucos, el entorno inmediato a la mina, es un área remota del Perú que estuvo a merced de la violencia terrorista en la década de los ochenta y que nunca tuvo acceso a un proceso de desarrollo. Esta es la realidad que con esfuerzo y trabajo conjunto, Antamina busca transformar y mejorar.

Consideramos que debemos conjugar nuestros objetivos empresariales con las aspiraciones y esperanzas de las comunidades cercanas a nuestras operaciones. Por esa razón implementamos procesos de consulta y comunicación como herramientas indispensables para construir las relaciones con la comunidad. Buscamos mejorar las condiciones de vida de nuestros vecinos, tanto en salud y educación, como en infraestructura y desarrollo económico, actuando siempre de manera responsable, trabajando de manera mancomunada y buscando la participación más activa del Estado, de las ONGs y, sobretodo, de la comunidad.

Nuestro ámbito de influencia va más allá de la zona de Conchucos. Se extiende a Huaraz, donde se encuentra la urbanización El Pinar; Huallanca, donde se ubica la subestación eléctrica. También llega hasta Huarmey por la construcción del puerto minero; al valle Fortaleza y a otros pueblos por donde pasa el mineroducto. Antamina hace un gran esfuerzo por desarrollar de manera sostenible su entorno, asumiendo siempre el rol de facilitador, de socio estratégico -evitando todo tipo de

⁶ Se usa los términos “públicos relacionados” o “grupos de interés”, como equivalentes del concepto de Stakeholders.

paternalismo- y procurando las herramientas necesarias para que sean las propias comunidades las protagonistas de su desarrollo y de la mejora en su calidad de vida.

❖ **Filosofía**

La filosofía de Responsabilidad Social de Antamina es puesta en práctica en toda su operación, con principios claros que la guían hacia la consecución de los objetivos de integración con la comunidad ancashina:

- Comportamiento responsable desde el inicio de las operaciones. Respeto por la cultura, los valores, el medio ambiente y las tradiciones de las comunidades locales.
- Reconocimiento del “derecho a saber” de la población y promoción de su acceso a la información.
- Desarrollo de un proceso de consulta constante para involucrar a las comunidades en temas de su desarrollo y de la operación minera, afianzando así la confianza y la credibilidad.
- Conducta adecuada para inspirar confianza y trabajo arduo para cumplir con los compromisos.
- Promoción de la participación de las comunidades y públicos relacionados en un proyecto de desarrollo compartido.
- Deslinde con el paternalismo y el asistencialismo. En su lugar, se promueve un proceso de planificación participativa con las comunidades, respetando la autonomía de sus organizaciones y abriendo el camino hacia su propio desarrollo.

❖ **Logros**

Aunque el proceso experimentado desde que se iniciaron las operaciones ha sido el de un aprendizaje permanente, lleno de oportunidades y desafíos, hoy se puede decir que Antamina ha generado una provechosa sinergia con el entorno. Y que ha mejorado notablemente sus relaciones con las comunidades vecinas, gracias a un proceso de diálogo permanente, de integración y transparencia.

Algunos logros:

- Se viene construyendo un proceso de confianza y respeto mutuo.
- Existe diálogo permanente y transparente
- Se trabaja en alianza estratégica con las instituciones locales.
- Se promueve la participación de la población en los proyectos de desarrollo
- Se ha establecido un monitoreo conjunto de la gestión a todo nivel.
- Se cuenta con auditorías externas.

❖ **Fondo Minero Antamina**

El Fondo Minero Antamina (FMA) nace como respuesta a la convocatoria lanzada por el gobierno peruano desde el “Programa minero de solidaridad con el pueblo”, y con el objetivo de contribuir a mejorar la vida de miles de personas de zonas de influencia de la actividad minera.

Desde su creación en el 2007, el Fondo Minero Antamina anunció que todos sus proyectos por ejecutar contribuirían a alcanzar los objetivos de desarrollo del milenio de la ONU.

De este modo, el FMA se constituye con los aportes voluntarios que Antamina entrega para ser invertidos en proyectos sociales que mejoren la calidad de vida de los pobladores de Ancash, en especial los de menores recursos. El FMA apoya el crecimiento de la Región basado en el desarrollo sostenible, no sólo en su área de influencia directa sino también en otras zonas alejadas de su operación.

Para lograr este propósito impulsa alianzas estratégicas con las ONG y otras organizaciones que tienen experiencia en la operación de proyectos sociales. Asimismo, se apoya en la participación activa de la población involucrada y la de sus propios líderes locales, quienes aportan sugerencias para implementar distintas iniciativas y mejorar la ejecución de otras en curso. Así, con la participación y el compromiso de las

autoridades y la población, el FMA busca asegurar no sólo el éxito de su intervención, sino también la sostenibilidad de sus resultados positivos.

Los aportes de Compañía Minera Antamina al FMA, al 2010, alcanzan los US\$ 207,9 millones, los cuales han sido entregados de la siguiente manera:

2014	US\$	64.3	MILLONES
2015	US\$	60.2	MILLONES
2016	US\$	39.4	MILLONES
2017	US\$	44.0	MILLONES

Voluntariado Corporativo

A iniciativa de un grupo de trabajadores de Compañía Minera Antamina S.A., desde mayo del 2004 se puso en marcha el Programa de Voluntariado “**Tiempo de dar**”, el cual busca canalizar el potencial humano de los colaboradores y socios estratégicos de la empresa en favor de la sociedad.

Luego de conformar el primer comité que tuvo a su cargo el diseño del programa, la convocatoria a los voluntarios y la planificación de las actividades, se realizó el primer evento en la Aldea San Ricardo, un albergue ubicado en las afueras de Lima que aloja a docenas de niños abandonados por sus padres.

Desde esa fecha, los colaboradores de Antamina han visitado diversas instituciones que requerían algún tipo de ayuda social y que están ubicadas en algunas comunidades alrededor de nuestras locaciones.

Para poder realizar las visitas y actividades de una forma ordenada y descentralizada, se crearon cuatro comités de apoyo: en la mina, en el puerto, en Huaraz y en Lima. De esta manera, el programa ha buscado canalizar la solidaridad del personal de Antamina hacia la

comunidad, tomando como base la experiencia que algunos de ellos tenían en trabajos voluntarios realizados en forma aislada.

El objetivo principal del programa es promover y brindar soporte al personal que desea realizar algún tipo de trabajo voluntario, buscando su integración a través de acciones grupales o individuales que ayudan, de manera directa o indirecta, a las poblaciones beneficiarias. De esta manera se promueve su identificación con la política de responsabilidad social de la empresa.

Si bien se trata de una actividad liderada y administrada por los propios trabajadores, el programa cuenta con todo el apoyo de la alta gerencia de la empresa que, a lo largo de estos años, ha destinado recursos para las diversas actividades.

Las acciones que realizan los voluntarios incluyen pintado de paredes, arreglo de zonas recreativas y pintado de canchas deportivas, instalación de áreas de juego, arreglo de jardines, sembrado de árboles, construcción de caminos de piedras y techado de comedores, entre otras.

También se organizan actividades para los niños, como lectura de cuentos y charlas sobre vocación profesional, experiencias de vida y actividad minera; asimismo, chequeo médico, pintado de caritas y diversos juegos infantiles.

Desde su fundación, “Tiempo de Dar” ha organizado 38 actividades en Huaraz, San Marcos, Huarmey y Lima. Son cinco años de intenso trabajo y enormes alegrías. En todo este tiempo se ha logrado movilizar a más de mil voluntarios y beneficiar a miles de niños y niñas peruanos.

❖ **¿Quiénes lideran el programa Tiempo de dar?**

El programa está liderado por empleados - voluntarios a través de cuatro comités:

- Comité Lima
- Comité Mina / San Marcos
- Comité Huarmey
- Comité Huaraz

❖ ¿Qué políticas rigen al programa Tiempo de dar?

Debe estar liderado por los empleados

El programa será organizado y liderado por colaboradores - voluntarios, en quienes recaerán las decisiones que afecten al mismo dentro del marco de los lineamientos de la empresa. La empresa tendrá un rol de promoción y soporte.

Debe tener carácter permanente.

Desde sus inicios, el programa debe estar enfocado como un programa que debe trascender a las personas y quedar permanentemente instalado dentro de la institución.

Debe involucrar a todas las sedes de la empresa

El programa deberá funcionar en las cuatro sedes de la empresa y beneficiar a grupos de las diferentes zonas del país en las que opera

Debe ser voluntario

La participación de los empleados debe ser siempre voluntaria y no estar asociada a su desempeño dentro de la empresa.

Debe ser no remunerado

El trabajo que se realiza dentro del programa Tiempo de dar es, siempre, no remunerado.

Debe respetar criterios para la elección de los beneficiarios
Se deberán aplicar los criterios establecidos para la elección de población beneficiaria.

Debe seguir los estándares de seguridad de la compañía
Durante la realización de todo trabajo voluntario se deberán aplicar los estándares de seguridad establecidos por la empresa.

Debe mantener un registro de datos

Todas las actividades del programa deben registrar datos que permitirán evaluar el éxito del programa en el tiempo:

- Cantidad de voluntarios participantes.

- Resultados de los trabajos realizados.
- Cantidad de Beneficiarios.
- Repetición de la participación por parte de los voluntarios.
 - Nivel de conocimiento por parte de los empleados de la empresa.
 - Nivel de interés por participar del programa de voluntariado por parte de los empleados.

Debe mantener una difusión permanente

Todas las actividades del programa deben ser difundidas a nivel interno en todas las sedes de la empresa

CAPÍTULO CUATRO

Responsabilidad Social de Yanacocha

❖ Misión

Aprovecharemos nuestra capacidad organizativa y operativa para continuar entregando una producción rentable, sostenible y responsable. Invertiremos para obtener el valor total de Yanacocha mientras desarrollamos o adquirimos nuevas zonas de trabajo en la región.

❖ Visión

Seremos reconocidos por nuestros inversionistas, empleados y grupos de interés externos como la compañía minera más valorada y respetada de Sudamérica.

❖ Valores

- Actuar con integridad, confianza y respeto.
- Premiar la creatividad, el espíritu emprendedor y el compromiso para la acción.
- Demostrar liderazgo en seguridad, cuidado del medio ambiente y responsabilidad social.
- Desarrollar a nuestros empleados en nuestra búsqueda de la excelencia.
- Insistir en el trabajo en equipo, así como una comunicación honesta y transparente.
- Promover un cambio positivo fomentando la innovación y aplicando las buenas prácticas.
- Yanacocha, la mina de oro más grande de Sudamérica, se encuentra ubicada en la provincia y departamento de Cajamarca a 800 kilómetros al noreste de la ciudad de Lima, Perú.
- Su zona de operaciones está a 45 kilómetros al norte del distrito de Cajamarca, entre los 3500 y 4100 metros sobre el nivel del mar.
- Su actividad se desarrolla en cuatro cuencas: Quebrada Honda, Río Chonta, Río Porcón y Río Rejo.
- En 1990 se llevaron a cabo los primeros estudios de factibilidad para iniciar los trabajos en una planta piloto para lixiviación en pilas.

- Con el inicio de las operaciones en una zona llamada Carachugo, Yanacocha produjo su primera barra de doré, el 7 de agosto de 1993.
- Yanacocha fue constituida legalmente en 1992 y está conformada por los siguientes accionistas:

Newmont Mining Corporation (51.35%) con sede en Denver, EEUU.

Cía. de Minas Buenaventura (43.65%), compañía peruana.

International Financial Corporation (IFC) (5%).

- El Proyecto de Alfabetización y Educación Básica Alternativa (PAEBA) busca disminuir el analfabetismo en un 5% y elevar el nivel educativo en personas mayores de 15 años. Más oportunidades de educación para adultos

Un nuevo logro para la educación en Cajamarca. Se trata del inicio del Proyecto de Alfabetización y Educación Básica Alternativa (PAEBA)

- Un nuevo aporte a la educación

❖ **Avances de Responsabilidad Social**

Yanacocha, a través del Proyecto Conga, colocó la primera piedra para la edificación de nuevos ambientes en institución educativa de Quengorío Alto.

Representantes del Proyecto Conga, junto a autoridades y pobladores del caserío Quengorío Alto, participaron en la colocación de la primera piedra que marca el inicio de la construcción de nuevos ambientes para la Comunidad.

Yanacocha sabe que la gente utiliza el agua para la agricultura, la ganadería, para su mismo consumo y diversas actividades más. Reconoce también que sus operaciones se encuentran en la parte alta o cabecera de Cuenca, razón de fuerza para cuidar el agua que sigue su curso por ríos y quebradas hacia los valles y comunidades.

Es por esto que **Yanacocha** opera regida por estándares nacionales e internacionales (en este caso los del Banco Mundial) que aseguran

un eficiente tratamiento de toda el agua que utiliza en la producción del oro.

En época seca, el agua utilizada en el proceso de producción es constantemente recirculada y reutilizada para los mismos fines. Algo contrario ocurre en época de lluvias, cuando una gran cantidad de agua de lluvia ingresa a las pilas de lixiviación. Este exceso de agua requiere de tratamientos adecuados para que pueda ser descargada a las quebradas manteniendo la calidad exigida por la legislación vigente.

El tratamiento de agua es un proceso que continuará llevándose a cabo aún cuando **Yanacocha** haya culminado sus operaciones mineras y las áreas hayan sido rehabilitadas. El llamado **Cierre de Minas**, que incluye actividades de rehabilitación de los terrenos y de revegetación y que permite dejar los territorios minados en igual o mejor estado del que fueron encontrados, tendrá como una de sus principales actividades el tratamiento permanente del agua así ya no se estén llevando a cabo operaciones mineras en la zona.

❖ **Gestión del Agua**

Como parte de la política de responsabilidad social de Yanacocha, se viene trabajando en la gestión del agua con la finalidad de optimizar su uso y almacenar los excedentes de agua durante la época de lluvia para ser utilizado durante la época seca. Algunas de estas actividades son:

❖ **Microreservorios (reservorios familiares)**

Porcon Alto Yanacocha, (Click para ampliar)

Desde fines del año 2006, se viene trabajando en la construcción de microreservorios para almacenar agua de lluvia que luego será utilizada en el riego de los cultivos durante la época de estiaje. El primer proyecto se realizó en el distrito de Baños del Inca, en alianza con la Municipalidad Distrital de Baños del Inca, El Instituto Cuencas y los pobladores de dieciocho (18) caseríos del distrito de Baños del Inca, que participaron en la construcción de más de 200 microreservorios.

Los reservorios familiares, o microreservorios, tienen una capacidad de almacenamiento promedio de 1300 metros cúbicos de agua. El proyecto fue concebido para maximizar la producción de las familias campesinas durante la ausencia de lluvias, sumándose a esto la introducción del riego tecnificado, para optimizar aún más el uso del agua.

Esta experiencia que ha sido reconocida por diversas autoridades entendidas en la materia, constituye una experiencia exitosa en el manejo efectivo del agua que se tiene previsto replicar en diversas zonas del ámbito de influencia de nuestras operaciones.

- Una inversión total superior a 4.6 millones de soles. (S/. 4 750,753.15)
- 340 microreservorios construidos ubicados en los distritos de Baños del Inca y Cajamarca
- 355 ha bajo riego tecnificado
- 577 personas capacitadas en técnicas de riego 392 familias beneficiadas

Canal revestido Yanacocha: Desde el inicio de sus operaciones y como una de las prácticas puestas en marcha para mejorar los sistemas de riego tradicionales, Yanacocha en coordinación con los

usuarios de canales ha realizado el revestimiento y/o mejoramiento de los canales existentes en su ámbito de influencia, para minimizar las pérdidas por infiltración o falta de estructuras apropiadas. Más de 96 kilómetros de canales se han revestido hasta el 2009. Dentro de los principales canales revestidos y/o con trabajos de mejoramiento tenemos Canal Quishuar ,Canal Encajón – Collotán, Canal Tual, Canal Llagamarca, Canal La Shacsha , Canal Azufre Atunconga/ Quecher/ Ahijadero /Ventanillas, entre otros.



CAPÍTULO CINCO

Responsabilidad Social Textil

❖ Responsabilidad Social en Textiles Españolas

Varios agentes sociales, sindicatos, Ongs y la patronal de las empresas textiles en España se han comprometido a potenciar la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) mediante la creación de un Grupo de Trabajo específico. De esta forma se pretende trabajar para intentar garantizar que las prendas textiles que compramos y vestimos sean fabricadas en unas mínimas condiciones de respeto de los derechos laborales de los trabajadores desde el inicio de la cadena de producción.

Desde la patronal, Federación Española de Empresa de la Confección (FEDECON) , se ofrece el apoyo necesario, aunque alertando que habrá competencia desleal desde empresas no adheridas a los organismos y asociaciones firmantes. En la práctica, todos los organismos adheridos (Asociación de consumidores CECU, CC OO, UGT, Sete, Intermón Oxfam) junto con Fedecon pretenden formar y asesorar a las empresas del sector en la implantación y desarrollo de sistemas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), definir estándares laborales a través de un código de conducta, informar a los consumidores sobre la trazabilidad del producto y establecer los procedimientos para la verificación de las condiciones de fabricación de las prendas textiles. Así mismo, se pretende lograr del Gobierno una implicación en forma de incentivos para las empresas textiles más comprometidas en la tarea de mejora.

La ONG Intermón Oxfam afirmó que según sus cifras, el 70% de las prendas de vestir se fabrican en los países en vías de desarrollo, y que más del 40% de las prendas textiles de marcas españolas se fabrican en China, la India, Turquía, Bangladesh, Marruecos y países de la Europa del Este, lugares donde hoy por hoy no existen plenas garantías del cumplimiento de los derechos laborales internacionales.

CAPÍTULO SEIS

Empresas: Ciudadanos Corporativos

❖ ¿Qué es la responsabilidad Social Empresarial?

"La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones empresariales y sus relaciones con sus interlocutores". Comisión Europea, julio de 2001.

Más allá de concebirla como una nueva reclamación a las empresas, una aproximación integral a la RSE la considera parte fundamental de una nueva cultura de reconocimiento y exigencia mutua entre las empresas, la sociedad y las instituciones. Así, la RSE es un diferente marco de relación que compromete a todos los sectores: administración, empresas, organizaciones y ciudadanía. Estamos hablando de acciones que deben formar parte de la estrategia y del proceso productivo y, por lo tanto, integradas tanto en la política de la empresa como en su cultura.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) va cobrando cada vez mayor importancia. Si bien nació como parte del interés empresarial por temas sociales, es concebida como parte de un modelo de gestión, que impulsa el logro de objetivos económicos, sociales y medio ambientales. Su aplicación es importante porque minimiza riesgos reputacionales, genera eficiencia en el uso de recursos, hace posible relaciones bidireccionales y de confianza con los grupos de interés e incentiva la innovación para identificar nuevas oportunidades de negocio.

Para la docente de la Dirección de Extensión y Proyección Universitaria (EPU) de la Universidad de San Martín de Porres, Ana Pinto, actualmente se reconoce a las empresas como ciudadanos corporativos y, como tales, tienen un compromiso frente a la sociedad.

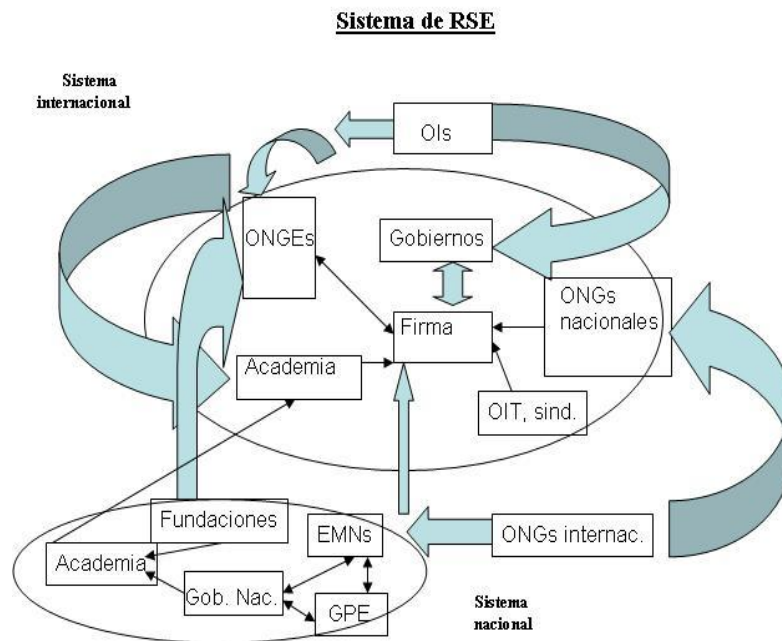
"Reconocer la responsabilidad de las actividades empresariales hacia los diferentes grupos de interés."

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) va cobrando cada vez mayor importancia. Si bien nació como parte del interés empresarial por temas sociales, es concebida como parte de

un modelo de gestión, que impulsa el logro de objetivos económicos, sociales y medioambientales.

Su aplicación es importante porque minimiza riesgos reputacionales, genera eficiencia en el uso de recursos, hace posible relaciones bidireccionales y de confianza con los grupos de interés e incentiva la innovación para identificar nuevas oportunidades de negocio.

¿Cómo funciona la responsabilidad social empresarial?



Fuente: adaptado de un gráfico de Paul Alexander Haslam 2004. "The Corporate Social Responsibility System in Latin America and the Caribbean". Canadian Foundation for the Americas: Focal Policy Paper FPP 04 01. Elaboración: Francisco Durand.

RSE= Responsabilidad Social Empresarial

Ols= Organismos Internacionales

ONGS= Organismos No Gubernamentales

ONGE= Organismos No Gubernamentales Empresariales

EMNs= Empresas Multinacionales

GPE= Grupos de Poder Económico

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Roberto Fernández Gago: Universidad de León. (2005). ADMINISTRACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.
- Sachwalb Matilde María y Malca Oscar. (2006). Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible. Universidad del pacifico.
- Schwatz S. Mark y Archie B. Carroll. (2003). Responsabilidad Social corporativa: un enfoque de tres dominios . Bussiness Ethies Quartely Volumen 13.
- López Victoria M, García Arminda, Rodríguez Lázaro (2007). Desarrollo sostenido y performance corporativo: un estudio basado sobre los Dow Jones y con sustentabilidad indexada. Journal of Bussiness Ethies.
- Liman E. Ostund (1986). Actitudes de los altos directores o dirigentes de las Responsabilidad Social Corporativa. Revista managment California.
- Mirilla Mogrovejo Alvarez, Renato Pimentel Bernal, Alfredo Zúñiga Huamai. (2007). Modelos de Inversión Social para empresas mineras;: Experiencias y Propuestas. Cuaderno de difusión Nro 12.
- Dima Jamali, Ramez Mirshak (2007). Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica en un desarrollo de contexto país. Journal of Bussiness Ethics.
- Marketa Evans (2007). Liderazgo y manejo Canadiense sobre usos sociales en mercado emergentes. The Las Word.
- Revistas Cosas: Responsabilidad social;: trabajando para el desarrollo sostenible Nro. 7 13 de junio del 2008. Lima.