

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES**

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**“PERCEPCIÓN DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL SOSTENICÉNTRICA DE LA EMPRESA SOUTHERN PERU
EN LA POBLACIÓN DE ILABAYA, TACNA-2016”.**

**PRESENTADO POR LAS BACHILLERES:
MEDINA CHOQUEPATA, JESSICA LILIANA
RAMOS RAMIREZ, STEPFANIE ENISSEL**

Para optar el Título Profesional de:
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL
Con mención en **COMUNICACIÓN EMPRESARIAL
Y RELACIONES PÚBLICAS**

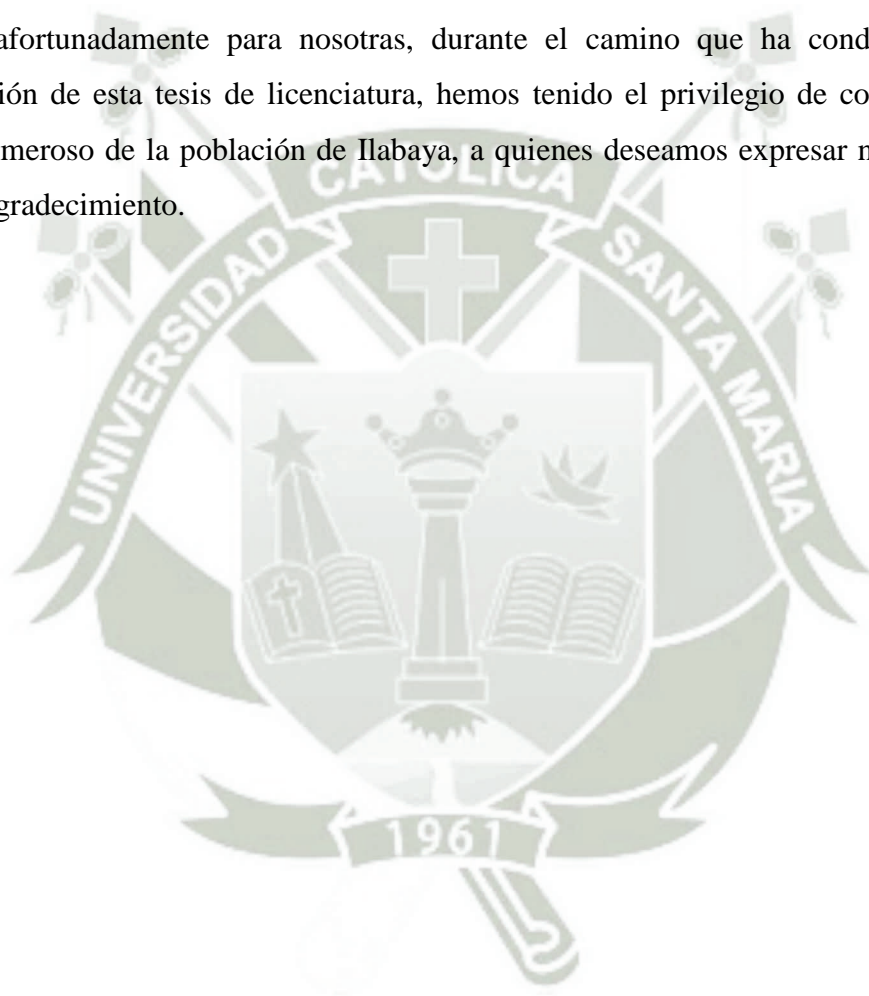
AREQUIPA – PERÚ

2016

Agradecimiento

Ofrecemos nuestro agradecimiento pleno a Dios, que ha bendecido la vía de esta investigación.

Feliz y afortunadamente para nosotras, durante el camino que ha conducido a la culminación de esta tesis de licenciatura, hemos tenido el privilegio de contar con el apoyo numeroso de la población de Ilabaya, a quienes deseamos expresar nuestro más sincero agradecimiento.





A nuestras familias.

Resumen

Hoy en día se puede observar el crecimiento en la preocupación de las empresas por cumplir y comprometerse con la Responsabilidad Social, sin embargo, muy pocas son las que llegan a saber qué apreciación tienen sus públicos sobre sus acciones y si las llegan a transmitir correctamente. Teniendo en cuenta esa importancia, la presente investigación se denomina “Percepción de las Acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica de la Empresa Southern Peru en la Población de Ilabaya, Tacna-2016”. El sostenicentrismo es un modelo ideal para las empresas en donde hallan el equilibrio entre los ejes del Desarrollo Sostenible, propuesto por Gladwin Kennelly y Krause.

Asimismo, la presente se desarrolló con el objetivo de analizar esta percepción de las acciones; conocer, precisar y definir específicamente la percepción del comportamiento económico, medioambiental y social de la compañía minera, respectivamente.

Tras la investigación, los resultados reflejan la insatisfacción de los pobladores de Ilabaya, frente a un evidente Plan de Responsabilidad Social de Southern Peru. Tal es así que en la dimensión económica se halló que el 64,99% de los consultados, no consideran a la compañía minera como un agente promotor de empleos directos para el distrito.

De otro lado, en cuanto a la dimensión medioambiental, la población tiene una percepción negativa en cuanto al impacto ambiental que la compañía genera al aire, suelo, agua, flora y fauna. En contraste a esto, los resultados de la dimensión social denotan la percepción positiva en cuanto a las acciones de promoción de la educación, desarrollo de obras de infraestructura, voluntariado, donaciones y actividades culturales del distrito, mas no en la salud de la comunidad.

En conclusión, la población de Ilabaya no percibe el beneficio económico que pueda generar la compañía minera, a pesar de conocer las obras con inversión procedente de impuestos mineros y además de admitir que la empresa favorece al desarrollo del distrito. Los pobladores consideran que los elementos contaminantes no son inspeccionados ni manipulados responsablemente, muy probablemente estos resultados se originen por la falta de divulgación de información sobre las operaciones de la empresa, ya que la población no percibe dicha transparencia por parte de Southern Peru.

Summary

Nowadays we can see the growing concern of companies to meet and engage with Social Responsibility, however, very few are coming to know what assessment have their public about their actions and if they reach transmit correctly. Given this importance, this research is called "Perception of Social Responsibility Sostenicentric about actions of Southern Peru in Ilabaya, Tacna - 2016". The sostenicentrism is ideal for companies where they can find the balance between the shafting of Sustainable Development, proposed by Gladwin Kennelly and Krause model.

Also, this was developed with the aim of analyzing the perception of the shares; know, clarify and define specifically the perception of economic, environmental and social performance of the mining company respectively.

After investigation, the results reflect the dissatisfaction of the people of Ilabaya, against a clear Social Responsibility Plan Southern Peru. So much so that in the economic dimension it was found that 64.99% of respondents do not consider the mining company as a promoter agent direct jobs for the district.

On the other hand, as to the environmental dimension, the population has a negative perception regarding the environmental impact that the company generates air, soil, water, flora and fauna. In contrast to this, the results of the social dimension denote positive perceptions regarding the actions promoting education, development of infrastructure, volunteers, donations and cultural activities in the district, but not the health of the community.

In conclusion, the population of Ilabaya does not receive the economic benefit that can generate the mining company, despite knowing the works with investment from mining taxes and also admitted that the company favors the development of the district. It is understood that the villagers believe that pollutants are not inspected or handled responsibly, most likely these results arising from lack of disclosure of information on company operations, since the population does not receive such transparency by Southern Peru.

Introducción

Resulta fácil y común para las empresas, por lo general, subestimar las acciones de Responsabilidad Social sin proyectarse en forjar un ambiente donde se genere la paz social; quizás sea una de las razones por la que el Perú es un país que a lo largo del tiempo ha tenido innumerables conflictos sociales, precisamente por ese gran desafío de beneficiar a la población, gobierno y empresa al mismo tiempo.

El conflicto generado alrededor del proyecto Tía María es seguramente uno de los más anunciados de los distintos casos que se han producido en el país. Más allá de sus particularidades, la dramática situación que se generó en el valle de Tambo, demuestra el rechazo de la población no sólo al proyecto de la empresa minera Southern Peru, sino a la compañía misma; sin embargo, estas manifestaciones llaman mucho la atención al girar la vista hacia Ilabaya, distrito de Tacna, y observar que la misma empresa obtiene casi a la par, la aprobación de la ampliación de sus operaciones en la zona por parte del Estado y la aparente licencia social para operar. Entonces, ¿A qué se debe esta diferencia? ¿Qué acciones ha estado realizando la compañía minera en la población de Ilabaya? ¿Qué piensa esta población de la empresa? Son algunas de las interrogantes que hacen que esta investigación se centre en conocer la percepción de dicha población acerca de las acciones de responsabilidad social de Southern Peru.

Glandwin, Kennelly y Krause, luego de un arduo análisis sobre el Desarrollo Sostenible, proponen un paradigma integrador, esencialmente el de la perspectiva de esta investigación, el sostenicentrismo; modelo que busca realizar un cambio para que las empresas y organizaciones tengan como prioridad el beneficio económico, medioambiental y social, conjuntamente.

En el presente trabajo de investigación denominado “Percepción de las Acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica de la Empresa Southern Peru en la Población de Ilabaya, Tacna, 2016”, contempla en su estructura el desarrollo de tres capítulos, los cuales se precisan a continuación:

- El Capítulo Primero denominado Planteamiento Teórico, contempla el problema, justificación, objetivos, alcances, limitaciones, y el marco de referencia.
- El Segundo Capítulo, Planteamiento Operacional contiene los aspectos metodológicos.
- Finalmente en el último capítulo se encuentran los resultados obtenidos de la investigación y su análisis.

Índice

Capítulo I: Planteamiento Teórico.....	12
1.1.Problema	13
1.2.Justificación	15
1.3.Objetivos	16
1.4.Marco de Referencia	17
1.4.1. Marco Institucional.....	17
1.4.2. Fundamentos Teóricos	20
1.4.3. Antecedentes del Problema	41
Capítulo II: Planteamiento Operacional	47
2.1.Técnicas e Instrumentos	48
2.2.Campo de verificación	48
2.2.1. Ámbito de Localización	48
2.2.2. Unidades de Estudio	49
2.3.Estrategias de la Recolección de la Información	50
2.3.1. Criterios y Procedimiento de Recolección de Datos	50
2.3.2. Procesamiento de la Información	51
Capítulo III: Resultados.....	52
3.1.Resultados de Investigación.....	53
3.2.Análisis de Tablas Cruzadas	99
Conclusiones	119
Recomendaciones.....	120
Referencias	121
Anexos.....	124

Tabla 1	Contribución al desarrollo del distrito.	52
Tabla 2	Beneficio del distrito a través de obras financiadas por impuestos mineros	54
Tabla 3	Priorización de puestos de empleo directos para la población del distrito	56
Tabla 4	Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito	58
Tabla 5	Participación de Southern Peru en la creación de programas para fortalecer las capacidades y habilidades de la población del distrito.....	60
Tabla 6	Promoción del espíritu emprendedor en las mujeres del distrito por parte de la empresa	62
Tabla 7	Uso responsable de la electricidad por parte de Southern Perú.....	64
Tabla 8	Uso responsable del agua por parte de Southern Perú.....	66
Tabla 9	Relave minero que Southern Peru arroja en Quebrada Honda	68
Tabla 10	Desempeño de Southern Peru referente a las leyes que protegen al medioambiente.....	70
Tabla 11	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al aire	72
Tabla 12	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al agua.....	74
Tabla 13	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al suelo.....	76
Tabla 14	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la fauna	78
Tabla 15	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la flora.....	80
Tabla 16	Acciones para promover la educación en el distrito	82
Tabla 17	Acciones para promover la salud de la comunidad	84
Tabla 18	Obras de infraestructura que beneficiaron al distrito	86
Tabla 19	Acceso a la información.....	88
Tabla 20	Donaciones y Voluntariado de Southern Peru	90
Tabla 21	Participación en actividades tradicionales del distrito	92
Tabla 22	Aporte en la conservación y protección de patrimonios culturales	94
Tabla 23	Responsabilidad Social asumida por Southern Peru.....	96
Tabla 24	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru con obras financiadas por impuestos mineros.....	98
Tabla 25	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru priorizando puestos de empleos directos	100

Tabla 26	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru a través de la promoción de la creación de medianas y pequeñas empresas.....	102
Tabla 27	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru como una empresa socialmente responsable	104
Tabla 28	Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de programas para fortalecer capacidades y habilidades.....	106
Tabla 29	Impulso en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de la promoción del espíritu emprendedor en las mujeres	108
Tabla 30	Uso responsable del agua y cumplimiento de las leyes de protección al medioambiente.....	110
Tabla 31	Uso responsable del agua y Responsabilidad Social asumida.....	112
Tabla 32	Relave minero depositado en Quebrada Honda y desempeño de Southern Peru con las leyes que protegen al medioambiente	114
Tabla 33	Responsabilidad Social asumida a través de acciones para promover la salud de la comunidad	116

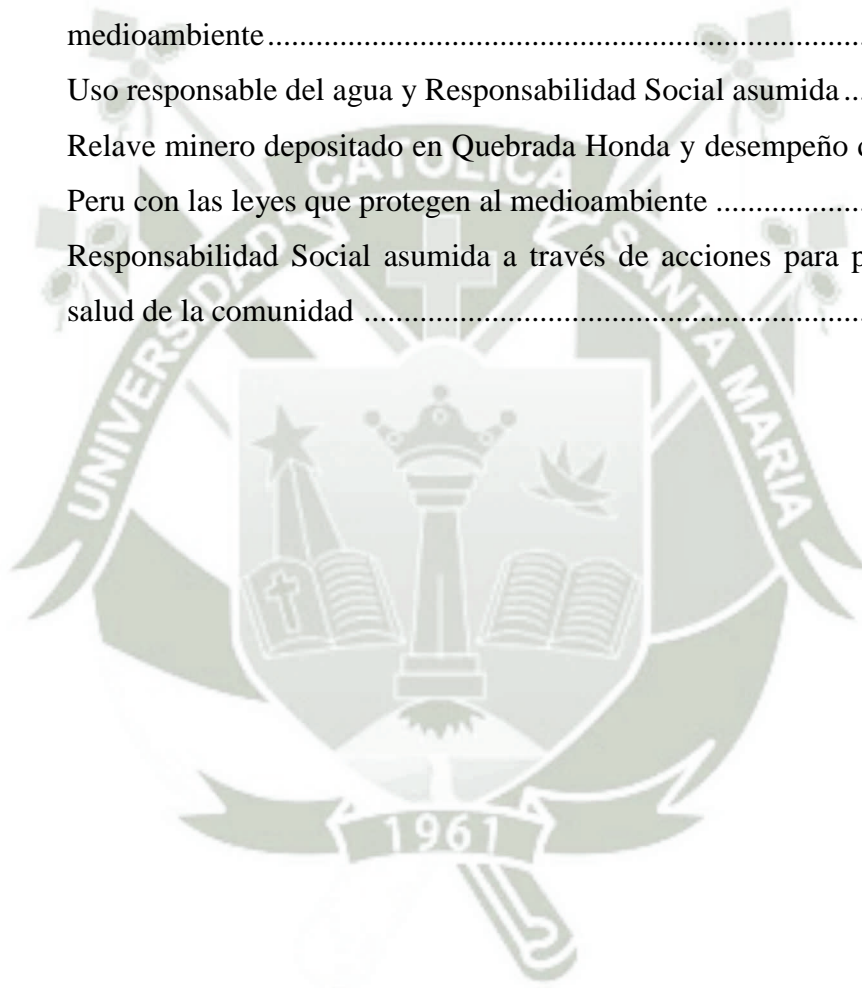
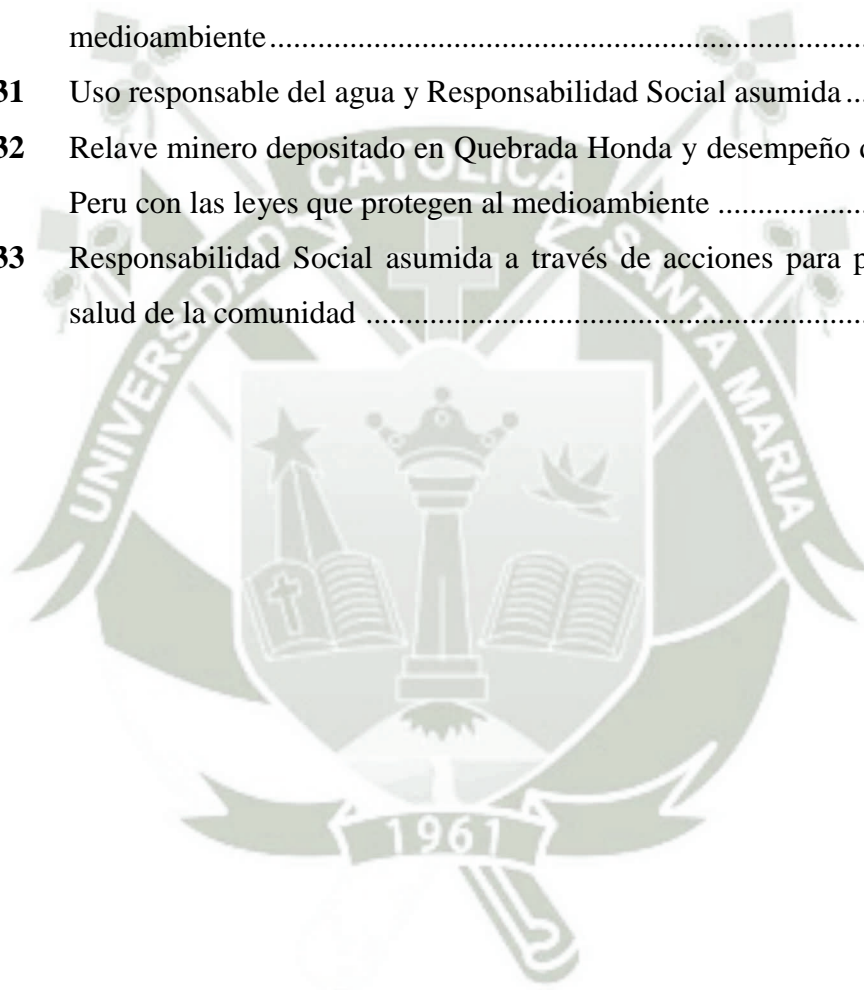


Gráfico 1	Contribución al desarrollo del distrito.	53
Gráfico 2	Beneficio del distrito a través de obras financiadas por impuestos mineros	55
Gráfico 3	Priorización de puestos de empleo directos para la población del distrito	57
Gráfico 4	Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito	59
Gráfico 5	Participación de Southern Peru en la creación de programas para fortalecer las capacidades y habilidades de la población del distrito.....	61
Gráfico 6	Promoción del espíritu emprendedor en las mujeres del distrito por parte de la empresa	63
Gráfico 7	Uso responsable de la electricidad por parte de Southern Perú.....	65
Gráfico 8	Uso responsable del agua por parte de Southern Perú.....	67
Gráfico 9	Relave minero que Southern Peru arroja en Quebrada Honda	69
Gráfico 10	Desempeño de Southern Peru referente a las leyes que protegen al medioambiente.....	71
Gráfico 11	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al aire	73
Gráfico 12	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al agua.....	75
Gráfico 13	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al suelo.....	77
Gráfico 14	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la fauna	79
Gráfico 15	Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la flora.....	81
Gráfico 16	Acciones para promover la educación en el distrito	83
Gráfico 17	Acciones para promover la salud de la comunidad	85
Gráfico 18	Obras de infraestructura que beneficiaron al distrito	87
Gráfico 19	Acceso a la información.....	89
Gráfico 20	Donaciones y Voluntariado de Southern Peru	91
Gráfico 21	Participación en actividades tradicionales del distrito	93
Gráfico 22	Aporte en la conservación y protección de patrimonios culturales	95
Gráfico 23	Responsabilidad Social asumida por Southern Peru.....	97
Gráfico 24	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru con obras financiadas por impuestos mineros.....	99
Gráfico 25	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru priorizando puestos de empleos directos	101

Gráfico 26	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru a través de la promoción de la creación de medianas y pequeñas empresas.....	103
Gráfico 27	Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru como una empresa socialmente responsable	105
Gráfico 28	Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de programas para fortalecer capacidades y habilidades.....	107
Gráfico 29	Impulso en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de la promoción del espíritu emprendedor en las mujeres	109
Gráfico 30	Uso responsable del agua y cumplimiento de las leyes de protección al medioambiente.....	111
Gráfico 31	Uso responsable del agua y Responsabilidad Social asumida.....	113
Gráfico 32	Relave minero depositado en Quebrada Honda y desempeño de Southern Peru con las leyes que protegen al medioambiente	115
Gráfico 33	Responsabilidad Social asumida a través de acciones para promover la salud de la comunidad	117





CAPÍTULO I

Planteamiento Teórico



|

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

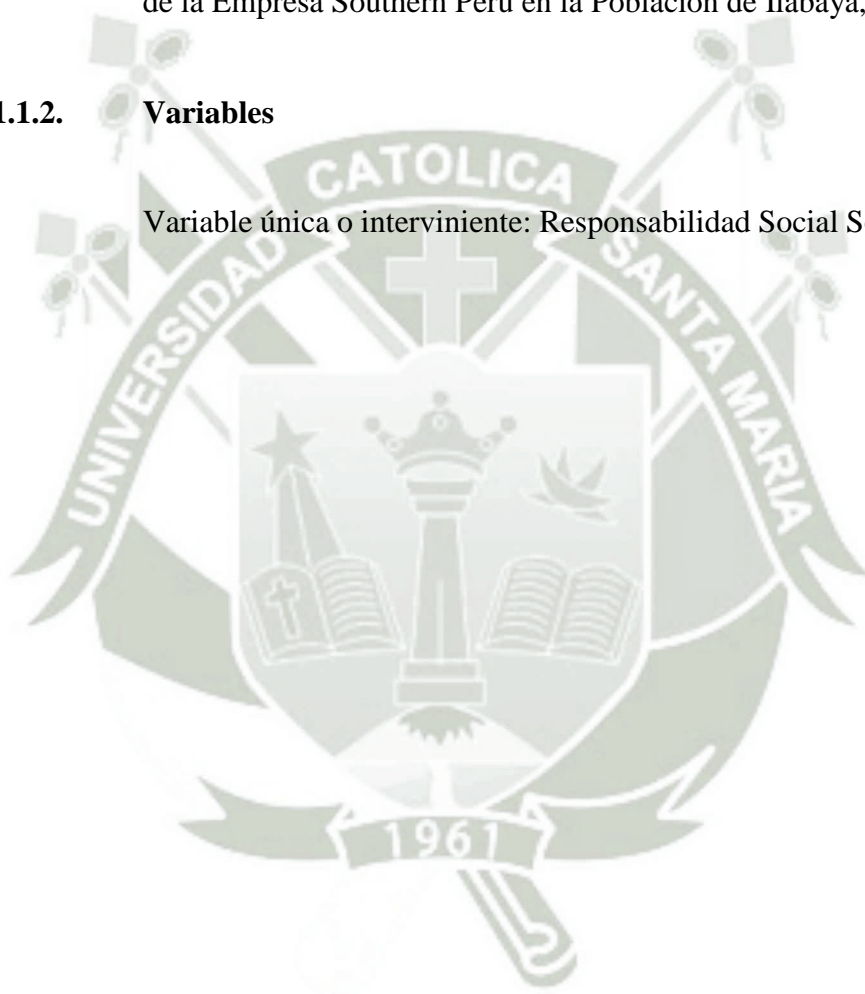
1.1. Problema

1.1.1. Enunciado

“Percepción de las Acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica de la Empresa Southern Peru en la Población de Ilabaya, Tacna-2016”.

1.1.2. Variables

Variable única o interviniente: Responsabilidad Social Sostenicéntrica.



VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES
Responsabilidad Social Sostenicéntrica	Es un paradigma integrador de los 3 ejes de Desarrollo Sostenible.	Económica	Beneficios Económicos	Inversión de impuestos: canon y regalía minera
				Oportunidad de Empleo: Directo e Indirecto
				Generación de ingresos
		Medioambiental	Comportamiento Medioambiental	Energía
				Infraestructura
			Gestión Ambiental	Aspectos Legales
			Situación Ambiental	Aire
				Agua
				Suelo
				Flora y Fauna
		Social	Beneficios sociales	Educación
				Cuidado de la Salud
			Beneficios culturales	Desarrollo de infraestructuras
				Mejoras del acceso a la información
				Voluntariado y donaciones
				Promover actividades culturales y tradicionales
Conservar y proteger el patrimonio cultural				

1.1.3. Interrogantes

- ¿Cómo percibe la población de Ilabaya las acciones del eje económico de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru?
- ¿Cuál es la percepción de la población de Ilabaya acerca de las acciones medioambientales como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru?
- ¿Qué percepción tiene la población de Ilabaya acerca de las acciones sociales como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru?

1.2. Justificación

Los conflictos sociales, impactos ambientales, y muchos de los problemas que amenazan la viabilidad del planeta, serán enfrentadas con éxito cuando cada quien se constituya en un protagonista y no en un simple espectador de los sucesos, es por eso que en los últimos años, la Responsabilidad Social y la Sostenibilidad empresarial han ido teniendo mayor valor y cierto carácter de urgencia en las agendas de empresas y organizaciones de todo tipo, orientadas por el mismo objetivo: integrar los aspectos económicos, sociales y medioambientales de los negocios.

Estos aspectos son la razón fundamental por la que la presente tesis cobra importancia; sin embargo, es también la oportunidad de consolidar los conocimientos adquiridos durante la formación académica para optar a la Licenciatura de Comunicación Social y además aportar a nivel profesional, una visión de la percepción de las acciones de responsabilidad con todos los factores antes mencionados, y brindar conocimiento científico a todas las personas que la consulten.

Frente a este reto, se considera oportuna la investigación para Southern Peru, porque conocerá las percepciones tanto positivas como negativas que la comunidad tiene de su comportamiento social; entendiéndose como un valor agregado intangible para la compañía minera, como también para la población de Ilabaya, quienes se constituyen como protagonistas en la investigación.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar la percepción de las acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica de la empresa Southern Peru en la población de Ilabaya.

1.3.2. Objetivos específicos

- Conocer la percepción de la población de Ilabaya acerca de las acciones económicas como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru.
- Precisar qué percepción tiene la población de Ilabaya respecto a las acciones medioambientales como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru.
- Definir cómo percibe la población de Ilabaya las acciones sociales como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru.

1.4. Marco de referencia

1.4.1. Marco Institucional

1.4.1.1. Southern Peru Copper Corporation (SPCC)

Empresa minera de Grupo México considerada líder en producción de cobre en el Perú, constituida por tres áreas operativas: Toquepala (Tacna), Ilo y Cuajone (Moquegua).

La mina Toquepala se encuentra ubicada en el distrito Ilabaya, de la provincia de Jorge Basadre de la región Tacna.

Los trabajos para el desarrollo de esta mina comenzaron en 1956 y entró en operaciones en 1960. La capacidad de producción inicial del complejo minero Toquepala fue de 46 mil toneladas al día, y la capacidad de fusión de concentrados de la Fundición alcanzó 1,400 t/día; además, se pusieron en operación el ferrocarril y el puerto industrial, en Ilo, Moquegua (Perú).

En 1991, SPCC suscribió un Acuerdo de Bases con el gobierno peruano e inició un programa de Inversión de Capital por \$445 millones, tanto para aumentar su producción como para mejorar las condiciones ambientales de sus operaciones. En el 2002, la Concentradora de Toquepala amplió su capacidad de molienda a 60 mil t/día. En el 2008 se terminaron los estudios de pre-factibilidad de la expansión de las concentradoras de Toquepala. En el 2009 se inició la operación de la planta de tratamiento de subproductos en el complejo metalúrgico de la Caridad, y se modernizó la planta de Cal en Agua Prieta, la cual cumple con las regulaciones ambientales mexicanas.

En el 2015 el Ministerio de Energía y Minas del Perú aprobó la ampliación de la concentradora Toquepala, lo que permitirá duplicar su producción.

Como estrategia empresarial, la compañía considera su enfoque en la producción cuprífera (de cobre), teniendo control de costos, mejorando los procesos productivos y el mantenimiento de una estructura de capital sensata para perpetuar con la rentabilidad.

Asimismo, los principios pilares de la compañía minera son:

Cultura de resultados: Obtener alta rentabilidad como garantía de crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa.

Cuidado del medio ambiente: Mantener en forma permanente la práctica de preservación y mejora del medio ambiente.

Cultura de la innovación: Mantener los equipos y procesos actualizados con la tecnología más avanzada, para garantizar una continua producción e incremento en la productividad y competitividad de nuestras operaciones

Responsabilidad social con la comunidad: Integrar de modo permanente las actividades de la empresa con su entorno social; participar en las actividades y eventos comunitarios e impulsar el desarrollo sustentable de la sociedad.

Cultura de calidad: Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de su personal y clientes.

Desarrollo y bienestar del recurso humano: Proporcionar una adecuada calidad de vida a los trabajadores; velar por su seguridad física, social y emocional; brindarles los servicios que los valoren como personas; promover su crecimiento a través del entrenamiento y desarrollo profesional y social, estimular su autorrealización.

Compromiso en el servicio: Destacarse por el elevado nivel de los servicios que se ofrecen en la empresa.

Asimismo, detallan los valores organizacionales de la compañía como la Creatividad, Honestidad, Equidad, Respeto, Solidaridad, Laboriosidad, Puntualidad y Responsabilidad. (Portal Web Southern Peru, 2016)

Relaciones Comunitarias

En este sentido, la empresa minera maneja un plan para lograr una operación cada vez más responsable en los ámbitos social, económico y ambiental, que considere las expectativas de sus grupos de interés y tenga por objeto la sustentabilidad de la organización en el tiempo, para

contribuir de manera directa e indirecta al desarrollo del país. El nuevo enfoque de negocio que manejan es el Desarrollo con Sentido, con el que se alinean las inversiones y la distribución de valor económico en la empresa, a partir del fortalecimiento del entorno desde el punto de vista humano y ambiental, entre sus colaboradores, comunidades y el resto de sus grupos de interés.

Una de sus principales políticas es el consolidar la confianza de sus grupos de interés, haciéndolos partícipes de la gestión, comunicándoles su desempeño y escuchando sus expectativas.

A diferencia de sus otras operaciones, el compromiso comunitario de Southern Peru en el sur del Perú con la sociedad se manifiesta en tres ejes de trabajo: educación y fortalecimiento de capacidades, salud y nutrición, e infraestructura y apoyo al sector agropecuario.

En el 2015, la empresa minera contribuyó al desarrollo de infraestructura de abastecimiento hídrico al igual que a proyectos de tecnificación de riego, fortalecimiento de la producción frutícola y de la ganadería, en las provincias de Candarave y Jorge Basadre. Se culminaron 4 estructuras de almacenamiento de agua para riego por 11,128 m³ y se inició la construcción de 9 canales para la provincia de Candarave con un total de 4,888 metros lineales, así como la construcción de módulos de riego presurizado para 231 parcelas y 466 hectáreas en el distrito de Ite. Asimismo, el Fondo de Desarrollo de Candarave para la implementación de proyectos definidos como prioritarios por la autoridad y las comunidades que participan de la mesa de diálogo. Respaldar el emprendimiento de las mujeres también es uno de sus objetivos, creando oportunidades para su desarrollo profesional. En la provincia de Mariscal Nieto, se desarrolló el programa Torateñas Emprendedoras, capacitando a 40 mujeres en panadería, pastelería, elaboración de néctares y lácteos.

En materia de salud y nutrición, en 2015, se han desarrollado actividades educativas de fortalecimiento a madres, padres y autoridades de las diferentes comunidades de la Provincia de Candarave y Jorge Basadre.

1.4.2. Fundamentos Teóricos

1.4.2.1. Relaciones Públicas

Se considera a las Relaciones Públicas, como término conceptual, que ha evolucionado durante un periodo largo de tiempo y que involucra diversos puntos de vista de autores en el ámbito académico; para un mejor entendimiento y enfoque a la presente investigación, será necesario mencionar algunas de ellas.

De acuerdo a lo descrito por Castilla explica que el Dr. Harlow luego de revisar alrededor de 470 definiciones, propone que la finalidad de las Relaciones Públicas es velar en una determinada institución por la comunicación adecuada con los actores sociales de la misma, como también facilitar el proceso comunicativo frente a la opinión pública, incluyendo además propuestas como alternativas de solución. Asimismo, Cutlip y Center plantean ciertos fundamentos que resumen todas las definiciones de las Relaciones Públicas:

En primer lugar operan conforme a un plan de trabajo avalado por la gerencia ejecutiva de una institución. Conocen la relación de la empresa con sus públicos, restructurándolo, si es necesario y velando por la misma. Inspeccionan todo lo referente a percepciones, comportamientos y opinión tanto interna como externa de la institución; como además inspeccionar los resultados obtenidos de las medidas tomadas referente a los públicos, para luego reajustarlos si se viera por conveniente para la organización. Asesoran al área respectiva sobre la incorporación de medidas nuevas (estrategias, procedimientos, acciones) (2009, p.16).

Otra definición es la que aportan Barquero y Fernández, en donde refieren que las Relaciones Públicas han estado vinculadas desde sus inicios, a una función que corresponde a la alta dirección, donde se preocupan por alcanzar el éxito de una organización a través de la protección, incrementación, creación e incluso rescate de la confianza y credibilidad de todos sus públicos (2007, p.182).

De acuerdo a Xifra, las RRPP forman parte de las funciones de la alta dirección, constituida por un proceso de 4 etapas (donde se investiga, planifica, ejecuta y evalúa) con la finalidad de la creación, mejoramiento o mantener una beneficiosa relación entre la organización y sus públicos (2007, p.9).

Algunos años después, Xifra, alude que a causa de la variedad de públicos que forman parte del contexto de las organizaciones, el enfoque de las estrategias a considerar para cada uno de ellos necesitarán ser específicas y por eso, existen áreas dentro de las Relaciones públicas. A continuación se mencionarán sólo las áreas que tengan relación con el tema de la presente investigación:

Relaciones con la comunidad. Básicamente la planificación de acciones con las poblaciones inmediatas de una organización, con el fin de conservar un ambiente beneficioso.

Responsabilidad Social. En la actualidad ya no sólo los inversionistas o clientes más importantes de una empresa son quienes deben estar enterados del proceder social de la misma, ahora este actuar está sujeto a la opinión pública; es decir, las organizaciones tienen el deber de informar a la población de sus acciones sociales.

Entonces, continuando con lo que afirma este autor, la Responsabilidad Social Corporativa gracias a las acciones sociales, se ha convertido en una de las vías más productivas para impulsar la reputación de una organización, ya que se fundamenta en sostener relaciones mutuamente favorables con la sociedad (2010, p.28, 30-31).

1.4.2.2. Responsabilidad Social Empresarial

Para Navarro la responsabilidad social está compuesta por tres etapas en la historia: La primera se refiere, a la de la responsabilidad social de la empresa, concerniente estrictamente a su función económica y a los valores sociales que están involucrados al desempeño de la actividad. Aquí las responsabilidades voluntarias son vistas de forma muy secundaria. La segunda se puede entender como la de la sensibilidad social de la empresa, donde la compañía debe responder a demandas

sociales específicas. Diferenciándose en tres puntos como son, las obligaciones sociales (lo que requiere la ley), las responsabilidades sociales (lo que espera la sociedad) y la sensibilidad social (lo que anticipa y prevé la empresa en una sociedad). Y por último, la tercera etapa de la historia habla de la actuación social de la empresa, etapa de la actualidad. En esta parte se hace énfasis en que más allá de que la empresa acepte la responsabilidad social, es necesario que se promueva una participación permanente y proactiva de la mano de lo que necesite la sociedad. Aquí nace ya la teoría de los stakeholders o las partes interesadas y del enfoque de contrato social de legitimización del accionar empresarial (2012, p. 37-42).

La Responsabilidad Social Empresarial es entendida por Fernández como la inquietud, por parte de las organizaciones, referente a lo social y medioambiental en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus públicos. La responsabilidad social de las empresas es, fundamentalmente ilustrado como el aporte voluntario de las empresas, que contribuye al desarrollo social, incluyendo un medio ambiente protegido (2009, p. 65-66).

Entonces más que el beneficio financiero, la principal función de una organización consiste en crear valor de acuerdo a lo requerido por la sociedad (bienes o servicios), haciendo desarrollo sostenible y propiciando el bienestar general.

Una de las definiciones más importantes en América Latina es la del Instituto Ethos, citada por Perdiguero y García, la que indica que la Responsabilidad Social Empresarial es un modelo de administración y dirección definida por la relación honesta de la empresa con sus públicos, y por el establecimiento de fines empresariales relacionados con el desarrollo sustentable, lo que significa preservar los recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la pluralidad y suscitando la disminución de la desigualdad sociales.

También afirman que cumple una labor muy importante en el Desarrollo Sostenible; porque posibilita el equilibrio entre el desarrollo económico, el bienestar social y la explotación de los recursos

naturales, generando la armonía indispensable para el adecuado desenvolvimiento de una organización (2005, p. 119-122).

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

Para Canessa y García en su libro el ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el mundo, el que una empresa sea socialmente responsable trae consigo tres principales beneficios (2005, p. 89-92):

- a. El mejoramiento del desempeño financiero.** Los autores indican que está comprobado que las empresas que son éticamente responsables tienen un mejor desenvolvimiento económico que otras. Así como también, si éstas incluyen en su accionariado a los trabajadores tienen un incremento económico ocho veces más grande que sus competencias.
- b. La reducción de costos operativos.** La implementación de nuevos sistemas orientados al medio ambiente, logra disminuir costos, gastos y falta de productividad en la empresa. También logra incrementar la eficacia porque a través de las acciones de responsabilidad, tienen la capacidad de llamar la atención de los trabajadores y a su vez, mantenerlos.
- c. Mejora de la imagen de Marca y la Reputación de la Empresa.** Muchas de las empresas que son reconocidas por los medios de comunicación y la sociedad tiene conocimiento de ellas, se debe a la buena imagen que ellas proyectan a través de sus acciones de responsabilidad y porque hacen que la comunidad participe de sus actividades.

Dimensión Externa de la Responsabilidad Social Empresarial

Según la Comisión de las Comunidades Europeas en el Libro Verde, enfatiza a la Responsabilidad Social Empresarial con una dimensión externa, afirmando que, la responsabilidad social se llega a extender hasta las comunidades locales e incluye, además de los trabajadores y accionistas, participantes como: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales defensoras de los intereses de las comunidades y el medio ambiente.

Las empresas representan un punto muy importante al desarrollo de las comunidades en que pertenecen, sobre todo de las comunidades locales, proveyendo puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas están pendientes también de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan (2001).

1.4.2.3. Paradigma Sostenicéntrico

Gladwin, Kenelly y Krause, presentaron un artículo científico sobre Desarrollo Sostenible (DS), a través de su investigación entendieron que los conceptos se encontraban en ese momento de una manera dividida, es decir separaban la humanidad de la naturaleza y a la vez de la moralidad. Este artículo expone las exigencias para lograr un desarrollo integrador y objeta los paradigmas tradicionales (1995).

Dichos investigadores proponen que el DS sea el camino para conseguir el desarrollo de la humanidad, para ello encontraron cinco elementos clave que además están considerados en diversas definiciones que analizaron. La Inclusión es el primer componente y hace referencia al desarrollo humano; luego está la Conectividad, que aborda la integración de los ejes del DS (económico, ambiental y social); la Equidad propone y rescata la justicia; la Prudencia alude a las obligaciones de prevención y finalmente la Seguridad toma la perspectiva de resguardo ante graves inminencias.

Asimismo, el artículo científico expone que cuando el humano escoge excluir, desconectar, originar la inequidad, manifiesta imprudencia o incrementa la inseguridad, el desarrollo no puede ser sostenible.

De esta forma los investigadores diferenciaron tres paradigmas. El tecnocéntrico es el paradigma dominante actualmente en muchas empresas, se fundamenta en el dominio que ejerce el humano frente a la naturaleza. De otro lado, el paradigma ecocéntrico tiene una visión más radical en cuanto al cuidado de la naturaleza, lucha por preservar el medio ambiente.

Gladwin, Kenelly y Krause, precisan que ninguno de los anteriores paradigmas son la vía para alcanzar el desarrollo sostenible, por el contrario ambos paradigmas al oponerse el uno del otro definitivamente fracasan; debido a estas fuerzas contrapuestas, es que se origina el paradigma Sostenicéntrico, ilustrado como un intento integrador que aún se encuentra en un estado primitivo, manteniendo la búsqueda de una reconciliación entre los componentes necesarios para el Desarrollo Sostenible y los paradigmas de ecocentrismo y tecnocentrismo. Los investigadores proponen en su artículo lo necesario que es realizar un cambio en el modelo de las empresas u organizaciones que tienen como prioridad el beneficio económico, por los ejes que conforman el Desarrollo Sostenible.

De acuerdo a lo analizado, para la presente investigación (referida a la actividad minera) se considera oportuno canalizar las dimensiones de Responsabilidad Social desde el paradigma Sostenicéntrico que este a la vez alberga el modelo de Desarrollo Sostenible; ya que hasta el momento se entiende que la Responsabilidad Social se convierte en el inicio y el conducto para hacer desarrollo sostenible en una empresa.

a. **Dimensión Económica**

Asencio y Vázquez explican sobre una de las variadas labores que tienen las organizaciones, la generación de movimiento económico (puestos de trabajo, impuestos, etc.) que debe surgir en la ciudad o pueblo en donde se encuentra operando la empresa. Esta función no sólo es para el emprendimiento externo, también para la empresa misma en cuanto a la práctica de valores y desarrollo de principios universales. Es parte de una empresa socialmente responsable, alcanzar mejoras y disminuir los importes ya sean económicos, referente al medioambiente y entorno social (2013, p.44).

Entonces, aplicando lo anterior a la realidad de la investigación; se considerará como único indicador de esta dimensión: los beneficios económicos para el entorno de una empresa minera.

Canon Minero

El libro de Santillana menciona que de acuerdo a la Constitución Política del Perú (Ley N° 27506), el Canon Minero es la participación segura y propicia de la que se benefician los Gobiernos tanto Regionales como Locales del 50% del total de los ingresos y rentas adquirido por el Gobierno, a través de la minería. Asimismo, de acuerdo a ley el Canon debe ser invertido estrictamente en proyectos (obras) de infraestructura que generen impacto regional/local e investigaciones científicas; más no debe ser utilizado para solventar salarios (2006, p.47).

Regalía Minera

Ojeda enfatiza en recordar que la Superintendencia de Administración Tributaria considera a la Regalía Minera como un convenio económico que se establece de acuerdo a ley, en donde los representantes de las empresas mineras están sujetos a abonar cierta cantidad al Estado todos los meses, por la actividad económica desarrollada, en este caso

explotación de recursos minerales (metálicos y no metálicos). Al igual que el Canon Minero, la Regalía, deber direccionada a proyectos y obras que conlleven a crear impacto regional y local (2013, p.139). Es entonces de carácter de importancia conocer y analizar el destino tanto del Canon como de las Regalías, porque se entiende que los recursos que obtiene el Estado, por la explotación de recursos naturales no renovables, deben contribuir al desarrollo sostenible de las localidades en donde se desarrolle la minería, en este caso.

Obras por Impuestos

El Estado, con la finalidad de apresurar la ejecución de obras de infraestructura, ha establecido la Ley N° 29230 denominada Ley de Obras por impuestos”. De esta manera la empresa privada como la población y autoridades se benefician al concretar un proyecto, según Ojeda (2013, p.139).

Oportunidad De Empleo

Sáenz aclara en su libro que tanto para las grandes y pequeñas empresas, la generación de empleo contribuye a disminuir los índices de pobreza, promoviendo el desarrollo económico y social de la localidad donde se encuentran (2012, p.89).

La minería en el Perú no es precisamente la actividad que genere más empleo, sin embargo, en los últimos años ha ido ganando mayor imagen positiva al establecerse como el rubro mejor remunerado, según el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú, que además, resalta el movimiento económico que genera la actividad minera en una localidad, por ello y para un mejor entendimiento se dividirá en dos secciones: Empleo directo e indirecto (2010).

Directo. Desde el inicio, las empresas mineras deben estrechar una buena relación con las poblaciones aledañas a través de la priorización de contratos directos de los pobladores de la zona, como también capacitar la mano de obra local y el uso de bienes y servicios de la localidad.

Indirecto. Según el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú, la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, realizó una investigación en la que se concluye que por cada puesto de trabajo directo que genera la minería, se crean cuatro indirectos; por lo que se podría hablar de rubros como: inmobiliaria, hospedaje, transporte, alimentación, entre otros bienes y servicios (2010).

Generación de Ingresos

Complementando la prioridad que deben dar las empresas mineras al uso de bienes y servicios de la zona, el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (2010) amplía el tema, aclarando que deben también fortalecer las capacidades productivas de la comunidad, promover la creación de empresas en otros rubros económicos que no tienen relación con la minería.

A esta aclaración se le suma Sáenz, quien afirma que el gran aporte que pueden dar las empresas a las comunidades donde operan, es propiciar un ambiente en el que albergue el espíritu emprendedor, generando beneficios de larga duración (2012, p.117-118,132-133).

Sáenz se basa en la norma ISO 26000 (de Responsabilidad Social), en la que dice que las organizaciones deben tener en cuenta a las mujeres y grupos vulnerables y menos favorecidos socialmente para involucrarlos en los programas de fortalecimiento de capacidades.

b. Dimensión Medioambiental

Respecto a la dimensión medioambiental, la definición de la Responsabilidad Social explicado por Amaya y Amaya, es que es la responsabilidad de una organización en relación de los impactos de sus medidas y acciones en la sociedad y el medio ambiente, por medio de una conducta transparente y ética que sea, tiene que ser consistente con el desarrollo sostenible, incluyendo el bienestar general de la sociedad, tiene que considerar las expectativas de sus partes interesadas, tiene que cumplir con las leyes que lo rigen y también que sea consistente con las normas internacionales de conducta y esté integrada a través de toda la organización y practicada en sus relaciones (2010, p.57).

En este punto, Jimenez (2009) afirma que en el tema medioambiental se incluyen aspectos de esta índole en relación con las actividades, productos y servicios; impulso del consumo y la elaboración sostenible; uso sostenible de los recursos; abordar el cambio climático y valoración de servicios ecológicos-ecosistemas. La interconexión entre las comunicaciones europeas y el pronunciamiento internacional de la ISO Responsabilidad Social podrá alcanzar grandes ventajas al conjunto de empresas mentalizadas por la actuación socialmente responsable, en donde el medioambiente es un comportamiento fundamental.

También, se pueden encontrar dos grandes modelos de gestión medioambiental, ampliamente admitidos. Se trata del EMS (Environment Management System), basado en la aplicación de las normas ISO 14.000 y el EMAS (Environment Management and Auditing System), conocido como el sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental. Sabiendo que el primero de ellos tiene una aplicación internacional, mientras que el segundo que acopla, fundamentalmente a empresas europeas.

El papel de los indicadores en la Gestión Medioambiental como medida del Desempeño Ambiental

En términos generales, Jiménez (2009), hace ver que los indicadores medioambientales tienen como objetivo principal el de reducir datos extensos en información clave evidente y comparable, con el fin de presentar el comportamiento medioambiental de una empresa de manera exhaustiva y cuantificable, como medida de gestión de la política medioambiental. Si bien, dentro del conjunto de indicadores que se pueden precisar, se debe hacer una diferenciación entre los indicadores en términos absolutos, que no revelarán el consumo de recursos y sus emisiones y los elaborados en términos relativos, que se harán cargo de considerar la eficiencia de la producción, para el análisis de la prosperidad.

Entonces, para la autora básicamente los indicadores medioambientales de la empresa se pueden catalogar en tres grandes componentes, y de cada uno de ellos, se reconocen un conjunto adicional de ellos:

- Indicadores de Comportamiento Medioambiental
- Indicadores de Gestión Ambiental
- Indicadores de Situación Ambiental

El desglose podría elaborarse de la siguiente forma, en base a la consideración de la perspectiva medioambiental del cuadro de mando integral planteado por Kaplan y Norton, citados por Jiménez.

Indicadores de Comportamiento Medioambiental

De acuerdo a Jimenez (2009) los indicadores de Comportamiento Medioambiental, son los siguientes:

Energía. Indicadores de consumo: factores utilizados por la empresa para la mejora del compromiso medioambiental

- Energía: Consumo absoluto de energía; utilización de energía por unidad producida; utilización de energía renovable por unidad producida; porcentaje de consumo de energía de renovable respecto al consumo total.
- Agua: dispendio de agua potable por unidad producida.
- Producción de Residuos peligrosos: en términos absolutos; por unidad ocasionada.
- Emisiones Atmosféricas (ozono, partículas y dióxido de azufre). Tasa de muestra de gases de efecto invernadero.
- Aguas Residuales: metro cúbico de agua por medida de manufactura.
- Vertidos de sustancias contaminantes (fertilizantes, materias orgánicas, productos químicos).

Infraestructura. Indicadores de infraestructura: análisis de su conducta externa e interna ligado con factores condicionantes de la estructura productiva y de prestación de servicios de la organización.

- Consumo de sustancias químicas tóxicas.
- Productividad de los recursos.
- Generación de residuos peligrosos.
- Gastos en tecnologías de información.

Indicadores de Gestión Ambiental

Son la expresión contable de la aplicación del sistema de gestión ambiental desarrollado por la empresa. Análisis cuantitativo de desempeño ambiental en función del modelo ISO 14.000 o EMAS

- Aspectos Legales: cumplimiento de leyes vigentes; calcular el grado de sanciones por ejercicio.

Indicadores de Situación Ambiental

Éstos indicadores son la manifestación cuantitativa del compromiso ambiental de la empresa con el entorno, tanto propio de su desenvolvimiento en el trabajo como a nivel general de la comunidad.

- Indicadores de agua: medidas de pureza de agua de lagos cercanos a la organización; contaminación del agua de lugares vecinos; utilización de agua en el proceso de actividad; concentración de nitratos y fosfatos en acuíferos cercanos a la empresa.
- Indicadores de Suelo: concentración de elementos contaminantes por metro cuadrado; porcentaje de recuperación de suelo para la agricultura; tasa de incremento de suelo por metro cuadrado.
- Indicadores de aire: pureza de aire por metro cúbico dentro de la empresa; cantidad en porcentaje de humedad necesaria para una correcta respiración; niveles de partículas contaminantes en el aire del centro de trabajo.
- Indicadores de Flora y Fauna: porcentajes de reparación de flora; colaboración en proyectos sociales de recuperación de flora y fauna; tasa de beneficios predestinados a proyectos públicos o privados ambientales.

En resumen, los indicadores de gestión ambiental, deberían construirse en términos generales, pues la empresa hay que considerarla como un todo y como un elemento conectado con la sociedad y, además, se habla de una filosofía de conducta que incide en la gestión global, que conduce a la excelencia.

En definitiva, y a modo de conclusión, Jiménez explica que cualquier conjunto de indicadores deben consumir un acumulado de exigencias que permitan conseguir una información útil para el proceso de toma de decisiones. Entre ellas se encuentran:

- Comparabilidad: se podrá realizar comparaciones o bien con referencia a periodos anteriores, o bien en referencia al comportamiento de otro conjunto de empresa.
- Se tiene que dirigir hacia la excelencia, cumpliendo sus metas y objetivos.
- Se deben de construir con una periodicidad que le permita a la empresa examinar el comportamiento y la gestión ambiental de manera sensata, neutral, selecta y rentable.



c. **Dimensión Social**

Carneiro explica algunos argumentos usados en la actualidad para una visión mejorada de la Responsabilidad Social en las empresas: Las organizaciones están insertas en un espacio social en donde deben integrarse como parte de este ámbito. Y también enfatiza en recordar que las empresas están compuestas por personas, que trabajan en una zona habitada por otras personas, por lo que se debe considerar aplicar criterios éticos con el entorno social (2004, p.54-55).

A continuación, de acuerdo a lo mencionado y la conceptualización que ofrece Sáenz, sobre la inversión social y aplicando el enfoque de la presente investigación, en esta dimensión se tomará en cuenta los indicadores que proporcionen a la comunidad los beneficios desde dos puntos de vista: Sociales y Culturales.

Beneficios Sociales

Las empresas y organizaciones que invierten en proyectos o programas donde generen el mejoramiento social de la vida en una comunidad (inversión social), están propiciando, según Sáenz (2012, p.175), a la zona beneficios sociales.

La filantropía no se ausenta en el concepto de inversión social, es decir el voluntariado y las donaciones también forman parte del grupo promotor de beneficios sociales.

Educación. De acuerdo a la norma ISO 26000, Sáenz (2012, p.62-64) explica que las empresas deben aportar a la educación en general de la zona en donde operan, ejecutando acciones que optimicen la calidad educativa y faciliten a todas las personas el acceso a ella. No obstante, lo más importante en la contribución de la empresa en cuanto a la educación, es considerar las necesidades reales de la comunidad; para ello se sugieren cuatro pasos: el primero consiste en hacer el análisis de la realidad de la comunidad, conjuntamente a los intereses de la organización. El segundo paso es meramente técnico, diseñar los objetivos y estrategias. El tercer paso incluye la aplicación de las

acciones, en las que se debe involucrar a los beneficiarios directos. Y finalmente el último paso es la evaluación del programa realizado.

Cuidado de la Salud. Las grandes, medianas y pequeñas empresas deben mostrar respeto al derecho que tienen todos los seres humanos a la salud, por lo que entonces Sáenz señala que estas deberían involucrar el aporte dentro de las posibilidades a la salud pública, a través de la participación o promoción de campañas de salud, como también el mejoramiento en el acceso a los servicios públicos de salud (2012, p.149).

Desarrollo de Infraestructuras. La función de toda infraestructura es fundamental para el desarrollo sostenible de una localidad de acuerdo a lo que asevera el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (2010), porque hace propicio el mejoramiento de la calidad de vida. Por ejemplo, si es que hay inversión en infraestructura en cuanto a colegios o centros médicos, se incrementa la productividad en educación y salud. El Ministerio de Energía y Minas del Perú (MINEM), estableció objetivos para la inversión de infraestructura básica, los que abarcan tres aspectos: la energía eléctrica, servicios de agua y saneamiento y por último, vías de acceso (o caminos rurales).

Mejoras del acceso a la información. Uno de los aspectos esenciales de la labor que debe desarrollarse en la Dimensión Social es que la comunidad en donde se encuentra operando la empresa minera, participe constantemente. Y para que este principio sea una realidad, Polo asegura que se necesita un entorno donde prime la confianza y transparencia en la información. Además, tanto los hombres como las mujeres de cualquier población, tienen el derecho de saber y conocer todo acerca del proyecto minero que se viene ejecutando en su comunidad. Sin embargo, las empresas mineras usualmente sólo brindan información sobre sus riesgos sociales y ambientales a ciertas entidades en confidencialidad (2006, p.43).

En realidad no hay patrones internacionales en donde se detallan los riesgos que las empresas deban difundir a las comunidades, a pesar de que son las comunidades quienes tienen el perjuicio directo. Pero las compañías mineras por lo general, divulgan a las comunidades sólo una

parte muy pequeña de lo que deberían según Polo (2006, p.43), dando énfasis en los programas y proyectos sociales que vienen desarrollando, con un carácter de compensación por el daño causado en la zona.

Voluntariado y Donaciones. Morrós y Vidal hacen énfasis en determinar que la filantropía forma parte de la Responsabilidad Social y Spadini (2012) agrega que no la puede sustituir, aclarando que si una organización no ejecuta acciones de Responsabilidad Social, de nada sirve que realice voluntariados y donaciones.

Para que las acciones filantrópicas formen parte de la Responsabilidad Social de una empresa, éstas deben considerar ciertas características, de las cuáles se expondrán dos de acuerdo a Spadini (2012):

La subsidiaridad, por ejemplo si la población tiene hambre, la donación no debe ser ofrecer panes, sino por el contrario enseñarles a preparar pan. Es decir esta característica, es lo contrario al paternalismo.

Y la Creación de Valor, que consiste en el contacto de la empresa con la comunidad, aquí se refiere al voluntariado, lo que va a permitir que la acción se humanice.

Beneficios culturales

Carneiro revela que estos beneficios consisten en el respeto que debe ofrecer la empresa a la comunidad en donde opera, respecto a sus costumbres, como también a su legado cultural (2004 p.54).

Promover actividades culturales y tradicionales. La pluriculturalidad hace referencia a la creatividad, representación de los esfuerzos y la suma de tradiciones (o experiencias) de los humanos en una comunidad, tal como lo expresa Sáenz (2012, p.73-75). El mundo globalizado por el que se atraviesa en la actualidad sumado a lo complicado que es lograr la interacción social, permite que dicha diversidad cultural sea tomado en cuenta como un tema en la agenda social de una empresa, considerándola como un recurso que debe ser resguardado y además, como la clave para hacer desarrollo sostenible. Sáenz (2012, p.73-75) resalta lo que la norma ISO 26000 explica del tema, que una vía para erradicar o disminuir la discriminación, es que

las organizaciones reconozcan, valoren y promuevan las actividades y tradiciones culturales, especialmente de la zona en donde se encuentran. Y además narra algunos sucesos en los que se ven amenazadas las expresiones culturales de ciertas localidades, que alcanzaron la preocupación de la UNESCO. Como se sabe, este organismo es trascendental en las Naciones Unidas en cuanto a la protección del patrimonio cultural en todas sus expresiones. Y con la finalidad de evitar cualquier tipo de amenaza, las organizaciones deben promover las tradiciones y actividades culturales de la localidad, asegurando el desarrollo, la paz y la integración social de la misma.

Ayudar a conservar y proteger el patrimonio cultural. Sáenz relata que al inicio se consideraba como patrimonio cultural a las estatuas, obeliscos, entre otros monumentos o construcciones que contenían importe histórico, artístico, arqueológico, etc. Ahora se conoce como patrimonio cultural a todo aquello que para la humanidad en sí, adquiere gran valor, por ejemplo: ciudades, zonas naturales, paisajes culturales, artesanías, eventos festivos, literatura, idiomas, danzas, entre otros.

Es importante resaltar que para lograr la conexión entre las personas y su historia se necesita del patrimonio cultural (2012, p.76-78).

Por lo tanto, para Sáenz, las empresas en general, como parte de sus acciones de Responsabilidad Social, deben contribuir en conservar y proteger el patrimonio cultural de sus áreas de influencia (2012, p.75-78).

1.4.2.4. **Relación entre Relaciones Públicas y Responsabilidad Social.**

El ejercicio profesional de Relaciones Públicas para Matilla, se trata de un esfuerzo constante y honesto por acercarse a los públicos y como tal debe convertirse en el principal medio que impulse o potencie el desarrollo pleno de la Responsabilidad Social Empresarial (2014, p.48-50).

Existe una importancia relevante a la hora de hablar de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social Empresarial, ya que para el autor, las acciones que están a cargo de las Relaciones Públicas, tienen como principal objetivo acercarse a los públicos internos y externos de la empresa, encontrando puntos de coincidencia para llevar a cabo programas de coparticipación interactivos para lograr el desarrollo global.

Se hace mención también a la gestión de las relaciones con los públicos, que se insta como una de las primordiales funciones de las Relaciones Públicas y éstas, se convierten en un componente necesario para la correcta gestión y desarrollo de la Responsabilidad Social; las Relaciones Públicas se convierten en un componente de cohesión al relacionar a la organización con sus actores sociales. Se distingue cómo se debe de vincular la ética de la organización con las responsabilidades y acciones de la empresa, legitima su permanencia en la sociedad y refuerza los vínculos con sus grupos de interés, siempre que este proceso se lleve a cabo a través del diálogo bidireccional, cuando ambas partes comparten valores y buscan un entendimiento mutuo.

Entonces, la Responsabilidad Social no es un tema ajeno para los profesionales de Relaciones Públicas, sino por el contrario, forma parte integral del correcto desenvolvimiento de su profesión, y de la responsabilidad que tanto agencias como organizaciones tienen al ser integrantes del Estado.

Matilla, hace referencia a que el profesional de Relaciones Públicas debe estar siempre observando las condiciones sociales que cambian constantemente, y estar capacitado para aconsejar modificaciones y

mejoras en la política de acuerdo con los cambios en el punto de vista público. En el libro, se menciona que Bernays, manifestó en 1980 que las Relaciones Públicas son la parte práctica de la responsabilidad social. Justamente fue él quien a principios del siglo XX mantenía que la práctica de la profesión consiste en establecer un campo de reunión común para una entidad y la sociedad (2008, p.116-177).

En definitiva, para Xifra, el profesional en Relaciones Públicas es el encargado de conocer las expectativas, características y necesidades de cada uno de los públicos clave de la empresa. Por esta razón, el profesional de Relaciones Públicas es quien solidifica el lazo comunicacional en la relación que se forma entre la organización y sus diferentes públicos, resultando ser la persona competente y capaz para la gestión de la Responsabilidad Social de una empresa (2010, p.30).

1.4.2.5. La percepción en las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

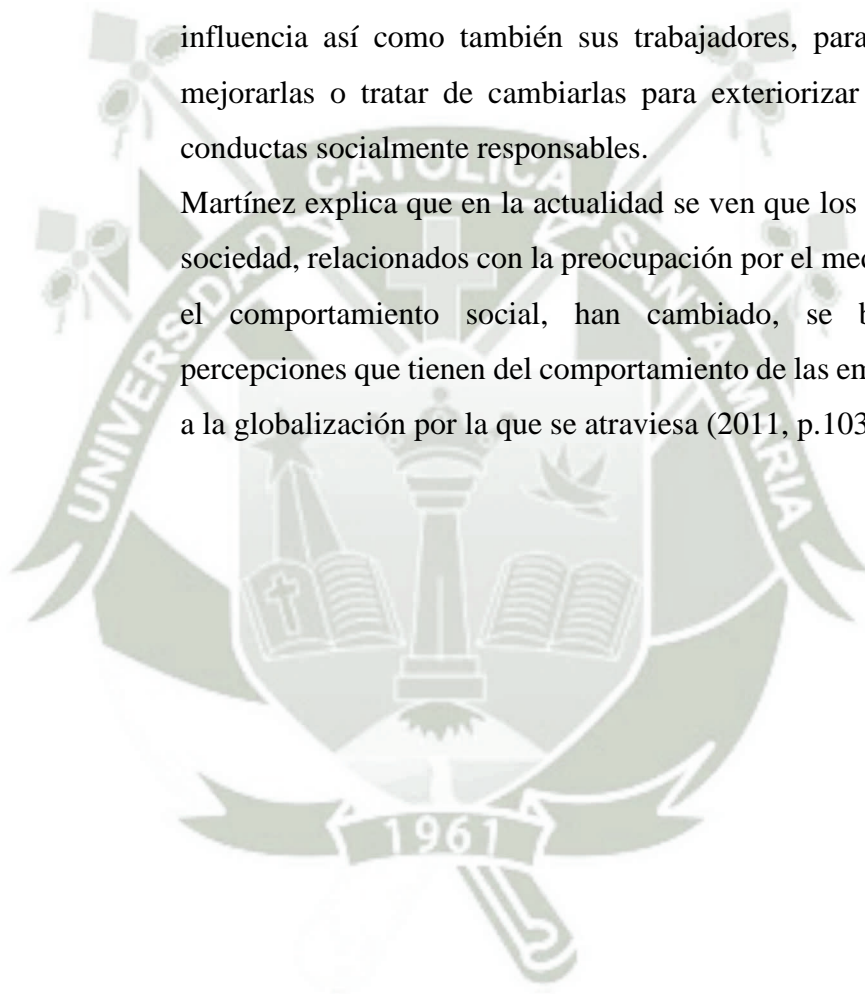
Rioseco y Ziliani explican que la percepción se puede definir como una idea generada a través de una construcción en la mente de un ser, además el cerebro no se limita con un concepto o imagen si no, crea su propia representación; convirtiendo las representaciones retínicas en descripciones mentales (1997, p.22).

En la definición de Crary, la percepción es un conjunto de acciones cognoscentes que dependen tanto de la información sensorial de una impresión material como de la persona que la procesa. Se puede decir psicológicamente hablando, que existe un contraste entre los procesos de sensación y de percepción. Por un lado, la sensación es el acto de adoptar un estímulo por medio de un órgano sensorio, mientras que la percepción es el proceso de interpretación de un estímulo recibido por el cerebro, por medio de uno o más mecanismos sensorios. Con esto se puede comprender que aunque la forma en que se reciben los estímulos es similar en todos los

individuos, la forma como se van a interpretar esos estímulos puede diferir fácilmente porque en esta intervienen las experiencias pasadas. En consecuencia, la percepción es mucho más compleja; ya que lo que se percibe de un hecho depende, no solamente de la naturaleza del estímulo existente, sino también de las condiciones que le afectan: experiencias pasadas, sentimientos momentáneos, manías, esperanzas, actitudes y fines en general (2008, p.32).

Las empresas precisan entonces conocer las percepciones tanto positivas como negativas que tienen las comunidades de sus áreas de influencia así como también sus trabajadores, para fortalecerlas, mejorarlas o tratar de cambiarlas para exteriorizar expresamente conductas socialmente responsables.

Martínez explica que en la actualidad se ven que los intereses de la sociedad, relacionados con la preocupación por el medio ambiente y el comportamiento social, han cambiado, se basan en las percepciones que tienen del comportamiento de las empresas debido a la globalización por la que se atraviesa (2011, p.103).



1.4.3. Antecedentes del problema

1.4.3.1. Título del estudio:

“Responsabilidad Social Empresarial percibida desde una perspectiva Sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista”.

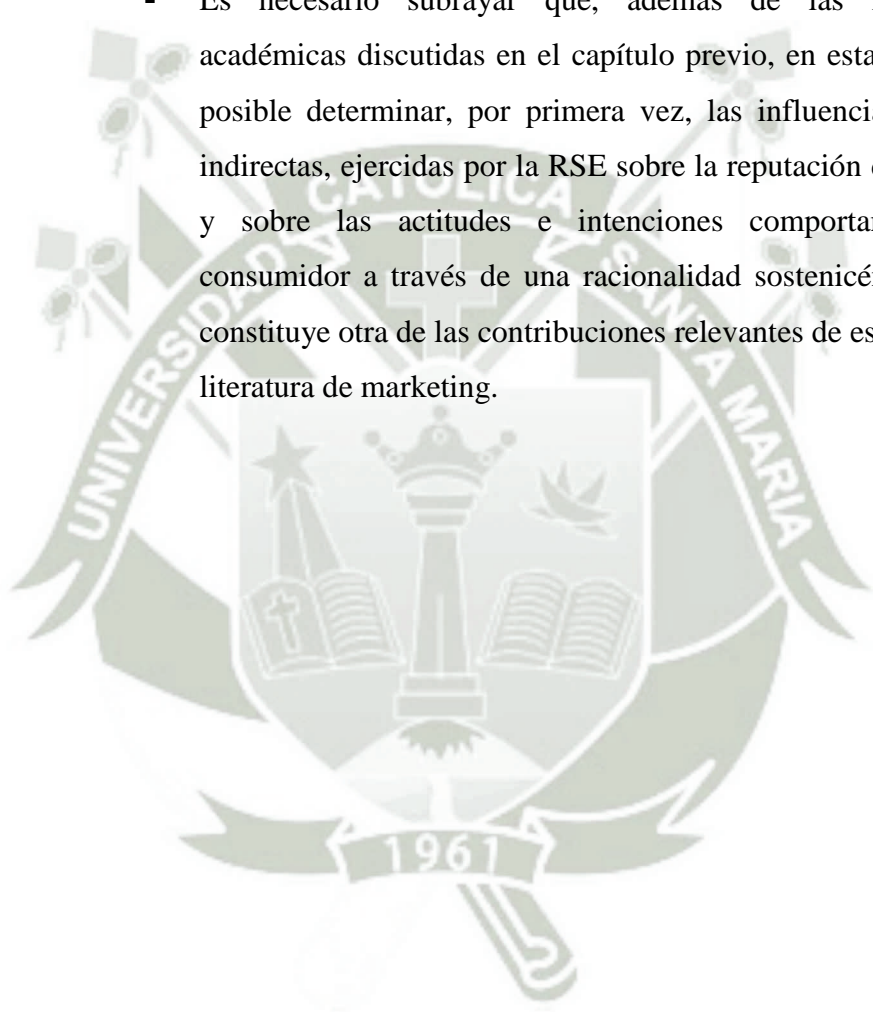
Autor: Alejandro Alvarado Herrera

Objetivos:

- Estudiar la responsabilidad social empresarial percibida por el turista y sus dimensiones desde una perspectiva sostenicéntrica, así como su relación con la reputación de la empresa, con las bases cognitiva y afectiva de las actitudes del turista hacia la marca y con las intenciones de compra y recomendación futuras del turista.
- Conocer la influencia directa ejercida por la RSE percibida desde una perspectiva sostenicéntrica sobre la Reputación de la empresa, sobre las componentes Cognitiva y Afectiva de las Actitudes del turista hacia la marca y sobre las Intenciones de Compra y Recomendación futuras.
- Estudiar el papel mediador de la reputación de la empresa entre la RSE percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, las bases Cognitiva y Afectiva de las Actitudes del turista hacia la marca y las Intenciones de Compra y Recomendación futuras.
- Estudiar el papel mediador de las bases Cognitiva y Afectiva de las Actitudes del turista hacia la marca entre la RSE percibida desde una perspectiva sostenicéntrica y las Intenciones de Compra y Recomendación futuras del turista.
- Estudiar el papel mediador de las bases Cognitiva y Afectiva de las Actitudes del turista hacia la marca entre la Reputación de la empresa y las Intenciones de Compra y Recomendación futuras del turista.

Conclusiones:

- Intentado responder a las brechas reconocidas, en esta tesis se estudió la Responsabilidad Social Empresarial percibida por el turista y sus dimensiones desde una perspectiva sostenicéntrica, así como su relación con la reputación de la empresa, con las dimensiones cognitiva y afectiva de las actitudes del consumidor turístico hacia la marca y con las intenciones de compra y recomendación futuras del mismo.
- Es necesario subrayar que, además de las implicaciones académicas discutidas en el capítulo previo, en esta tesis ha sido posible determinar, por primera vez, las influencias, directas e indirectas, ejercidas por la RSE sobre la reputación de la empresa y sobre las actitudes e intenciones comportamentales del consumidor a través de una racionalidad sostenicéntrica, lo que constituye otra de las contribuciones relevantes de este trabajo a la literatura de marketing.



1.4.3.2. Título del estudio:

“Acciones de Responsabilidad Social de la empresa minera Southern Peru Copper Corporation en la provincia de Candarave en el año 2011”

Autor: José Ignacio Medina Villena

Objetivos:

- Realizar una investigación científica sobre las acciones de Responsabilidad Social de la empresa minera Southern Peru Copper Corporation en la provincia de Candarave.
- Conocer los programas de desarrollo local que ha apoyado o implementado SPCC en la comunidad de Candarave.
- Determinar las acciones del Sistema De Voluntariado Corporativo.
- Conocer las acciones de protección medioambientales que se ha previsto en la población de Candarave.

Conclusiones:

- La empresa minera SPCC ha apoyado e implantado una serie de acciones de Responsabilidad Social Empresarial como mejoramiento de la infraestructura hídrica y vial, apoyo a las cadenas productivas y/o desarrollo sostenible: salud, nutrición, educación.
- La Asociación Civil Ayuda del Cobre, es un sistema de voluntariado corporativo cuya función es planificar y ejecutar proyectos en coordinación con las autoridades de las distintas comunidades dentro del área de operaciones de la empresa SPCC.
- Dentro de las acciones de protección medioambiental de SPCC, se tiene el Control participativo de la población en el monitoreo de la laguna de Suches y en el depósito de relaves de Quebrada Honda y campañas ambientales en las principales Instituciones Educativas de la provincia; además del Estudio del Impacto Ambiental y Social del sistema de regulación del río Callazas.

- La población de la provincia de Candarave, conoce mayoritariamente (56,74%) los planes de RSE ejecutados por la empresa SPCC y opinan que los programas de salud y empleo son los más importantes para Candarave.



1.4.3.3. Título del estudio:

“Percepción de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial en los ejecutivos de Monterrey, 2011”

Autor: Jorge Eduardo Cano Garza

Objetivos:

- Conocer la percepción que tienen los administradores de las grandes empresas regiomontanas sobre la importancia de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), dentro del contexto de desarrollo industrial que ha adquirido la ciudad de Monterrey en el entorno actual de la globalización y la mundialización de inversiones.
- Determinar los factores que relacionan el entorno de la globalización con la Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo a la percepción en los administradores.
- Obtener la percepción del nivel de cooperación de los tres sectores participantes en la Responsabilidad Social Empresarial: el sector empresarial, la sociedad civil y el sector gubernamental.

Conclusiones:

- La percepción de los administradores la RSE tiene múltiples perspectivas y valoraciones: para la rentabilidad y sustentabilidad de la corporación a largo plazo, para mejorar la eficiencia de los recursos humanos de la empresa, para el beneficio transferido a las comunidades por las acciones de la RSE y la RSE como una estrategia de apertura en el mercado global.
- Para los administradores, la RSE es una estrategia administrativa; para los ejecutivos de las empresas multinacionales, la RSE es una estrategia de negocio, una gestión administrativa y un modelo de rentabilidad; para las empresas con operación en el país, es la búsqueda del bienestar común en la comunidad y en la empresa,

que finalmente se traduce como una estrategia de imagen corporativa.

- Los proyectos de vinculación con la comunidad son un medio para difundir la RSE principalmente en los grupos de interés que están fuera de la empresa, son de diferentes tipos, cada empresa desarrolla e implementa sus programas de acuerdo al giro y al producto o servicio que comercializa, estos proyectos pueden ser clasificados como : proyectos educativos, proyectos de donaciones, proyectos de voluntariado y asistencia social, proyectos ecológicos, proyectos de Comunicación social, proyectos de Certificación, proyectos de Desarrollo de Nuevos Productos, proyectos de Desarrollo Urbano, proyectos de Desarrollo de Procesos, proyectos de Recursos Humanos





CAPÍTULO II

Planteamiento Operacional



PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. Técnicas e Instrumentos

2.1.1. Técnica

Encuesta. En la presente investigación de tesis se utilizó el método más usado en las indagaciones de ciencias sociales; a su vez, ésta herramienta hace uso de los cuestionarios previamente establecidos, como medio principal para obtener información. Hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes, a través de una interrogación, ya sea verbal o escrita. La principal ventaja del uso de la encuesta es que, dependiendo de la profundidad de la misma, se pueden obtener datos muy precisos. Además, esta técnica se adapta a todo tipo de información y a cualquier población, permitiendo recobrar información sobre acontecimientos sucedidos a los entrevistados.

2.1.2. Instrumento

Cuestionario. Constituido por 23 preguntas elaboradas con el método mixto, 5 de ellas con el escalamiento de Likert, 2 preguntas cerradas dicotómicas, 5 preguntas cerradas politómicas, 3 preguntas cerradas de posible multirespuesta y 8 preguntas mixtas. Ver Anexo 1.

2.2. Campo de Verificación

2.2.1. Ámbito de localización

La investigación se realizó en el distrito de Ilabaya de la provincia de Jorge Basadre, Tacna.

2.2.2. Unidades de Estudio

2.2.2.1. Universo

El distrito de Ilabaya está formado por 4,414 habitantes. Sin embargo, en la presente investigación se consideró a la población de 18 a más años de edad, siendo el universo 3,327 pobladores, los cuales se subdividen en 2,021 hombres y 1,306 mujeres.

Rangos de edad	Población		Total
	Hombres	Mujeres	
De 18 a 24 años	201	170	371
De 25 a 29 años	263	180	443
De 30 a 34 años	274	182	456
De 35 a 39 años	230	161	391
De 40 a 44 años	231	155	386
De 45 a 49 años	232	121	353
De 50 a 54 años	214	99	313
De 55 a 59 años	118	67	185
De 60 a 64 años	120	45	165
De 65 y más años	138	126	264
Distrito Ilabaya	2021	1306	3327

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

Elaboración propia, 2016.

2.2.2.2. Muestra

Se empleó una muestra cuyo tamaño considera el 5% de margen de error equivalente al 95% de nivel de confianza, lo que hace un total de 357 pobladores. Se aplicó un muestreo por cuotas, tomando como referencia el estrato relacionado con el sexo, por lo que 60 % (214) fueron hombres y 40 % (143) mujeres. Y se realizó una selección accidental.

La fórmula que se aplicó fue la siguiente:

$$n = N * 400 / N + 399$$

Donde:

n = muestra

N = Universo de población

$$n = 3,327 * 400 / 3,327 + 399$$

$$n = 1'330,800 / 3726$$

$$n = 357$$

2.3. Estrategias de la Recolección de la Información

2.3.1. Criterios y Procedimientos de Recolección de Datos

- Coordinación con la Gerencia de Relaciones Públicas y Relaciones Comunitarias de la empresa Southern Peru, para la autorización del estudio sobre las acciones de responsabilidad social sostenicéntrica de la minera.
- Coordinación con la Jefatura del Departamento de Relaciones Públicas y Promoción Social – Toquepala.
- Dar a conocer sobre la investigación a las principales autoridades y dirigentes del distrito de Ilabaya.
- Realización de una prueba piloto a 15 pobladores del distrito, para validar el instrumento de recolección de datos y modificar su contenido si fuera necesario.
- Aplicación del instrumento de recolección de datos a la muestra.

2.3.2. Procesamiento de la Información

- Ordenamiento y tabulación de la información recogida.
- Elaboración de tablas y gráficos.
- Cruce de los resultados de sub indicadores para elaboración de tablas de contingencia y gráficos correspondientes; debido a que se considera trascendental relacionar entre sí los resultados obtenidos para un mejor análisis e interpretación tal como lo señala el catedrático Rafael De Arce (2016).
- Tratamiento estadístico para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos.
- Elaboración de conclusiones y sugerencias.





CAPÍTULO III

Resultados



3.1. Resultados de la Investigación

Tabla N°1
Contribución al desarrollo del distrito.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	145	40,62	96	26,89	241	67,51
No	69	19,33	47	13,17	116	32,49
Total	214	59,95	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

En los resultados se encontró que un alto porcentaje de la población consultada, el 67,51% entre hombres y mujeres, percibe a Southern Peru como una empresa que viene contribuyendo al desarrollo del distrito, teniendo como minoría al 32,49%, quienes consideran lo contrario.

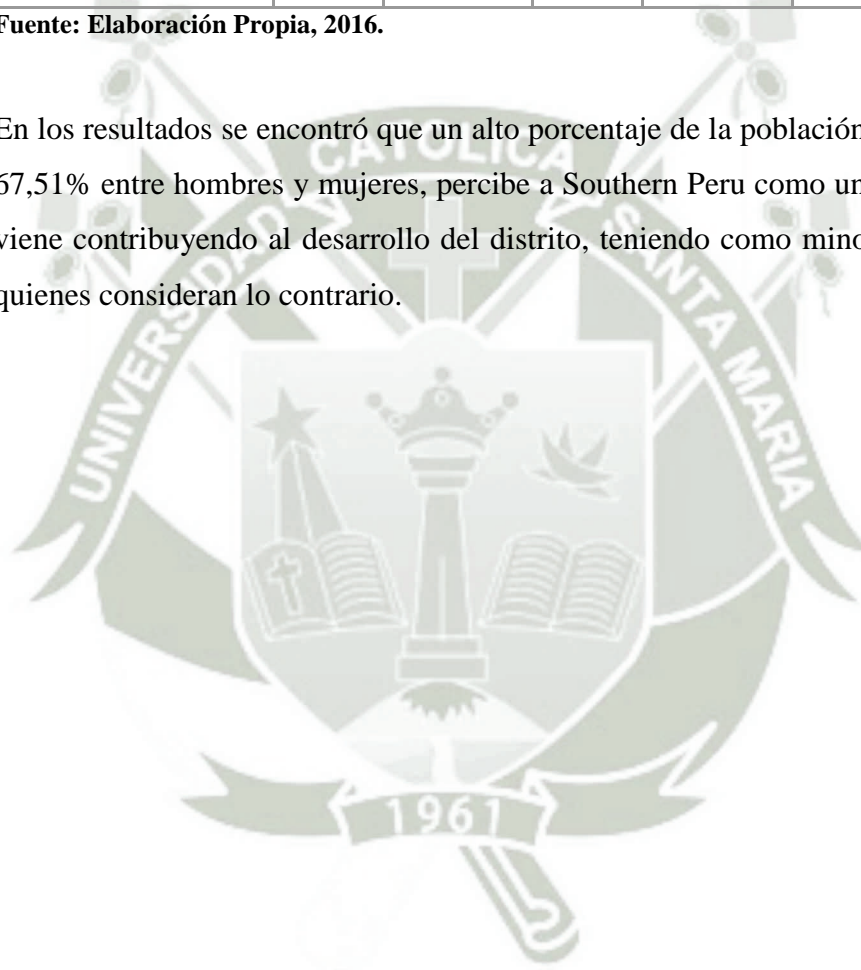


Gráfico N°1
Contribución al desarrollo del distrito.

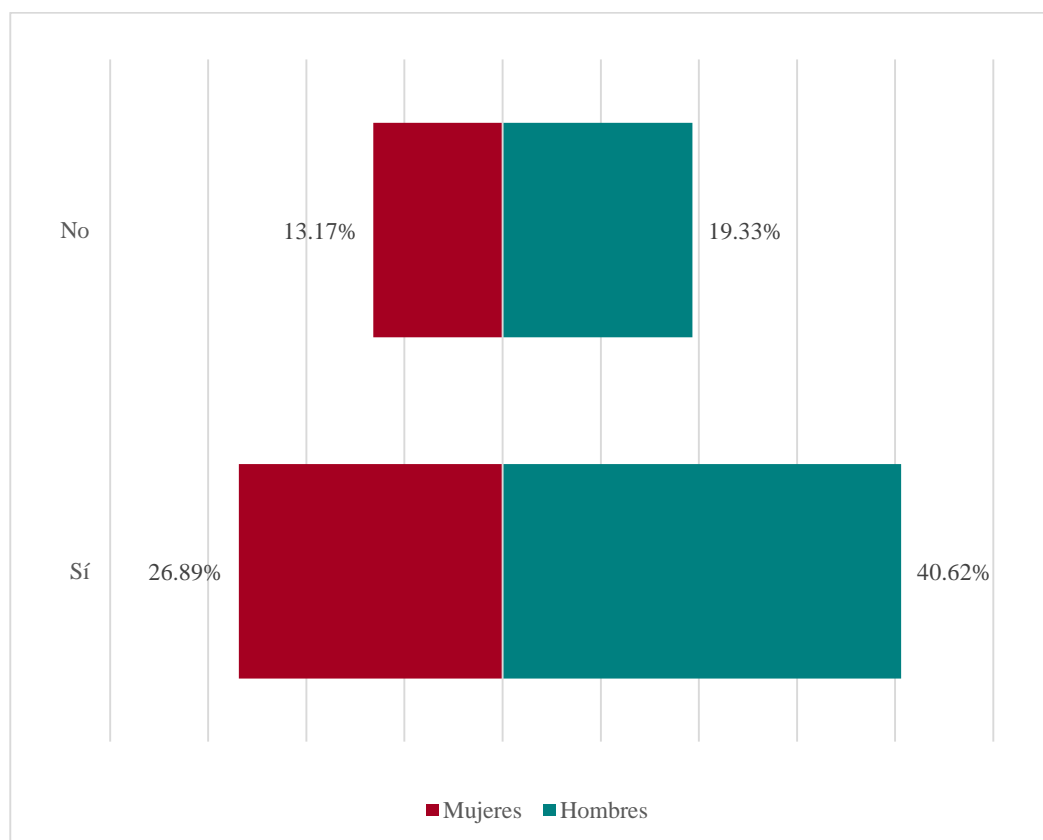


Tabla N°2

**Beneficio del distrito a través de obras financiadas por impuestos mineros de
Southern Peru.**

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	142	39,78	102	28,57	244	68,35
No	32	8,96	17	4,76	49	13,73
No sé	40	11,20	24	6,72	64	17,93
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Un aporte muy importante a las comunidades aledañas de las empresas privadas en el sector minero son precisamente los impuestos: Regalía y Canon, sin embargo ¿realmente se beneficia con este aporte a la comunidad? El 68,35% de los encuestados sí perciben este beneficio; entre los 244 pobladores que identificaron beneficio al distrito con la ejecución de obras procedentes de los impuestos, mencionaron a obras de carreteras y pistas, obras de agricultura, represas y otros; siendo carreteras y pistas lo más mencionado con 125 pobladores, que conforman el 35,01% del total. Sin embargo el 24,37%, un porcentaje considerable, afirmó sí verse beneficiado sin detallar alguna obra en específico.

El 13,73% de los consultados, no se sienten beneficiados por esta labor y el 17,93% no tiene conocimiento al respecto.

Gráfico N°2
Beneficio del distrito a través de obras financiadas por impuestos mineros de
Southern Peru.

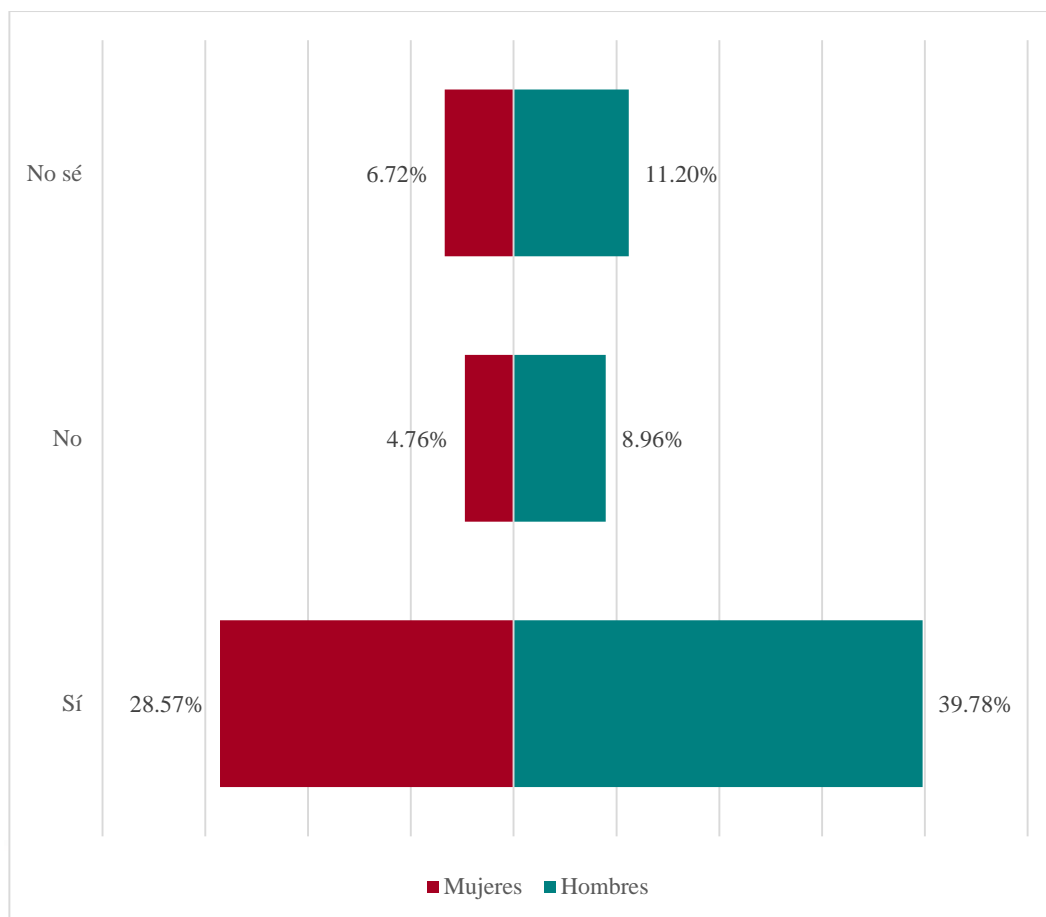


Tabla N°3

Priorización de puestos de empleo directos para la población del distrito.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	38	10,64	17	4,76	55	15,41
No	145	40,62	87	24,37	232	64,99
No sé	31	8,68	39	10,92	70	19,61
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Se sabe que la generación de empleo contribuye a disminuir los índices de pobreza, promoviendo el desarrollo económico y social de la localidad donde se encuentran. Luego de aplicarse el cuestionario, los resultados reflejan la percepción negativa de los pobladores de Ilabaya frente a este punto, siendo el valor más alto de 64,99%, quienes consideran que la empresa no prioriza puestos de trabajos directos para la comunidad.

El 19,61% de los consultados, indicaron no tener la certeza de que la compañía realice dicha acción y sólo el 15,41% percibe que Southern Peru sí antepone a los pobladores del distrito en los puestos de trabajo de la organización.

Gráfico N°3

Priorización de puestos de empleo directos para la población del distrito.

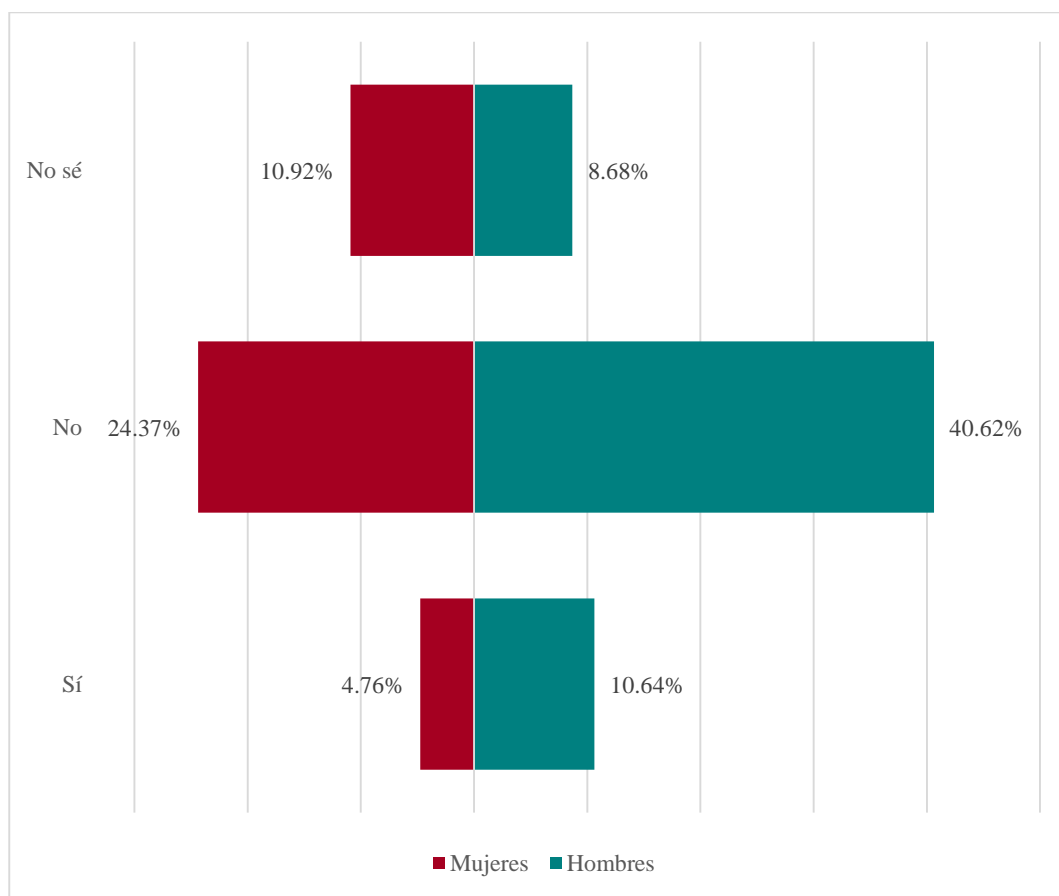


Tabla N°4

Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	38	10,64	17	4,76	55	15,41
No	125	35,01	73	20,45	198	55,46
No sé	51	14,29	53	14,85	104	29,13
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Dada la consulta, se halló que el 55,46% de la población encuestada, entre hombres y mujeres, no percibe ningún interés de la empresa en promover la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito de Ilabaya. Mientras que la minoría, el 15,41%, piensa que Southern Peru sí propicia un ambiente en el que da lugar a que la comunidad tenga ingresos económicos, no precisamente en el rubro de la minería. En la tabla N° 4, se observa relación en los resultados de hombres y mujeres, es decir ambos sexos tienen la misma percepción en este aspecto de la compañía minera.

Gráfico N°4

Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito.

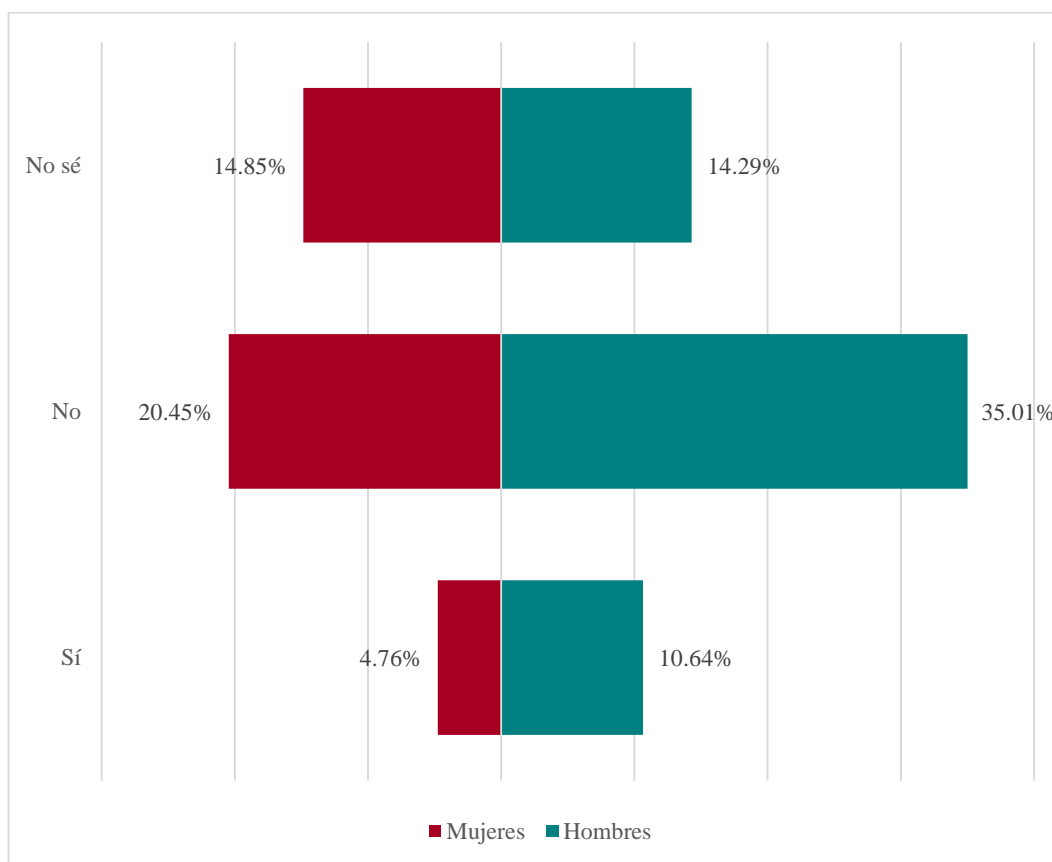


Tabla N°5

Participación de Southern Peru en la creación de programas para fortalecer las capacidades y habilidades de la población del distrito.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	67	18,77	41	11,48	108	30,25
No	78	21,85	64	17,93	142	39,78
No sé	69	19,33	38	10,64	107	29,97
Total	214	59,95	143	40,05	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Luego de realizar la consulta se observó una cuasi parcialidad en sus respuestas referente a la pregunta sobre si Southern Peru participa en la creación de programas para fortalecer sus capacidades y habilidades; aun así, el 39,78% del total, no percibe lo mencionado; mientras que el 30,25% sí reconoce este tipo de acciones por parte de la compañía y el 29,97% no tiene conocimiento del tema.

Gráfico N°5

Participación de Southern Peru en la creación de programas para fortalecer las capacidades y habilidades de la población del distrito.

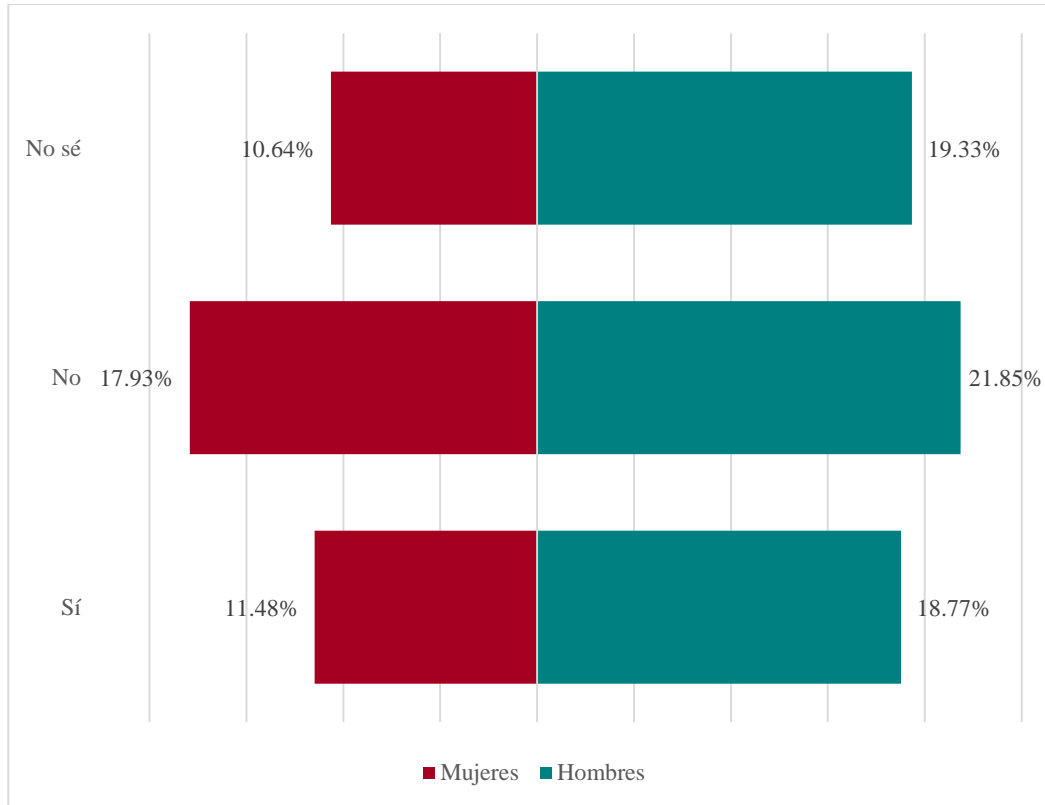


Tabla N°6

Promoción del espíritu emprendedor en las mujeres del distrito por parte de la empresa.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	9	2,52	12	3,36	21	5,88
No	131	36,69	75	21,01	206	57,70
No sé	74	20,73	56	15,69	130	36,41
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Tras la investigación, el 57,70% de ambos sexos optaron por la opción negativa frente a la pregunta si la compañía promueve el espíritu emprendedor de las mujeres del distrito; y tan solo el 5,88% si considera que la empresa realice acciones referentes a los cuestionado, ésta minoría fundamentó su respuesta indicando que se promueve el espíritu emprendedor a través de talleres y capacitaciones, mientras que dentro de este porcentaje el 1,68% (6 pobladores) no fundamentó su respuesta.

Gráfico N°6

Promoción del espíritu emprendedor en las mujeres del distrito por parte de la empresa.

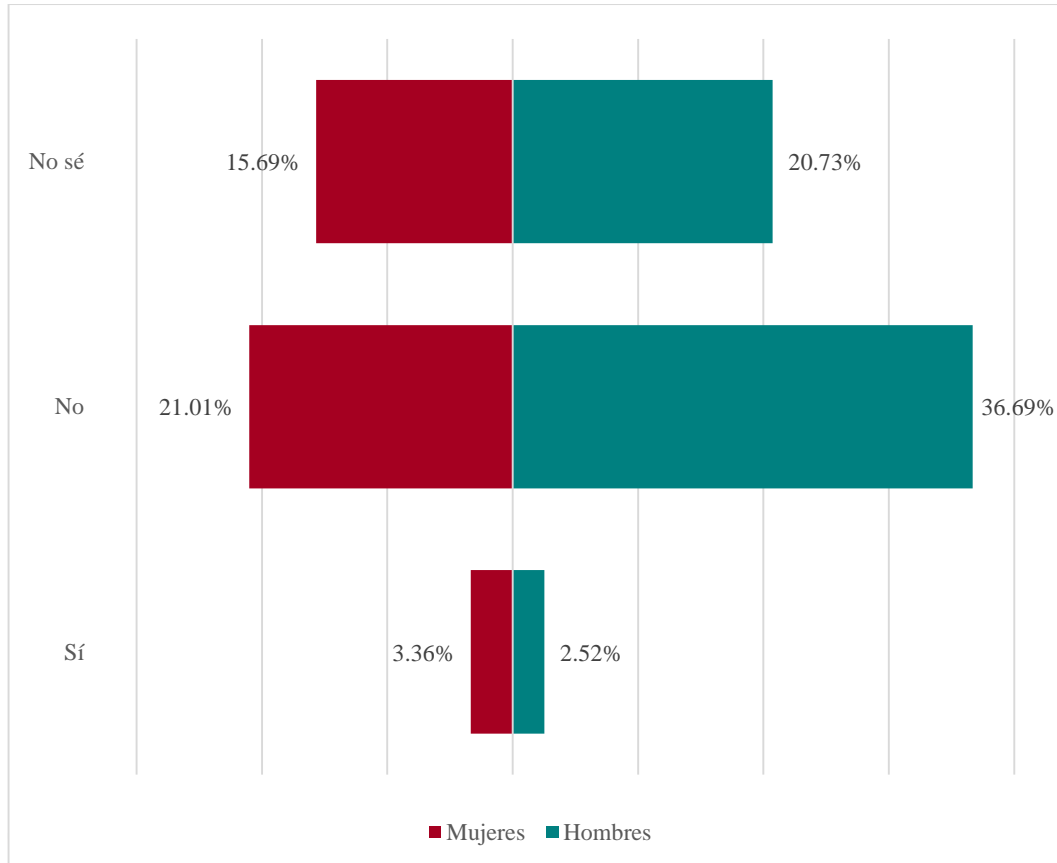


Tabla N°7

Uso responsable de la electricidad por parte de Southern Perú.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	23	6,44	12	3,36	35	9,80
No	96	26,89	55	15,41	151	42,30
No sé	95	26,61	76	21,29	171	47,90
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Southern Peru es una compañía minera que extrae cobre, se debe de especificar que el consumo de energía en la producción de cobre es alta; por lo tanto la relevancia de conocer la percepción de la población de Ilabaya frente a este tema es importante. Como resultado, se obtiene que el 47,90% entre ambos sexos desconocen si la compañía hace uso responsable de la electricidad y luego en la explicación de su respuesta se halló que el 3,36%, se justifica en afirmar que el ingreso a las instalaciones es restringido, mientras que el 44,54%, que representa a 159 pobladores, no fundamentaron su respuesta.

El 42,30% del total percibe a la minera como una empresa irresponsable en el uso de la electricidad, justificando su postura en calificar el uso del recurso excesivo y sin control además consideran que la empresa prioriza sus beneficios antes que el bienestar de la comunidad; sin embargo el 28,75% entre hombres y mujeres, es decir 104 pobladores, no justificaron su respuesta.

Y finalmente se observa una minoría que asciende al 9,80% de los consultados, quienes afirman que Southern sí hace uso responsable de la electricidad; la razón de sus respuestas en esta minoría se centró en afirmar que la empresa sólo gasta lo necesario.

Es inevitable resaltar que en esta pregunta no se observa que haya consenso entre las respuestas obtenidas de las mujeres y los hombres; debido a que la mayoría de las mujeres respondieron no saber acerca de lo que se les preguntó, sin embargo las respuestas de los hombres están divididas casi igual en las opciones de “No” y “No sé”.

Gráfico N°7

Uso responsable de la electricidad por parte de Southern Perú.

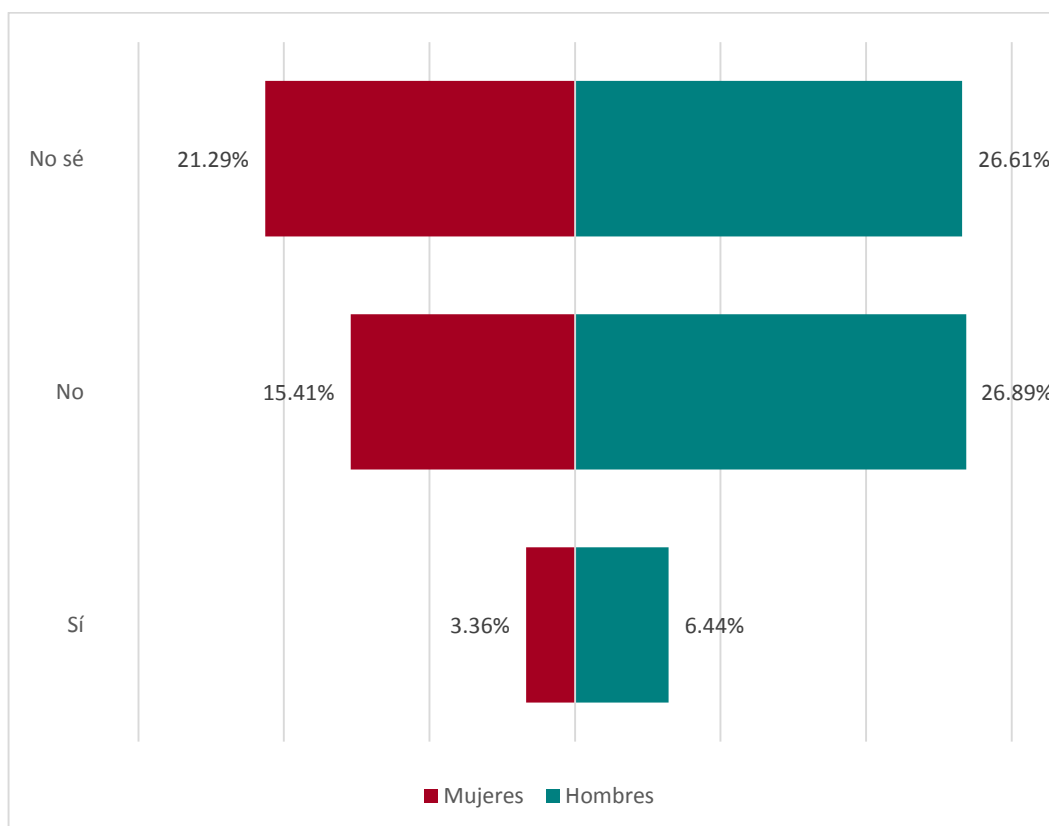


Tabla N°8
Uso responsable del agua por parte de Southern Perú.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	17	4,76	3	0,84	20	5,60
No	154	43,14	102	28,57	256	71,71
No sé	43	12,04	38	10,64	81	22,69
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Realizada la investigación, se encontró que el 71,71% de la población consultada percibe el uso irresponsable del agua por parte de Southern Peru, cuando justificaron su respuesta, el 23,53% explicaron que la empresa hace uso excesivo e irresponsable del recurso tomando una postura egoísta con la comunidad, el resto de población se fundamentó en alegar perjuicios a la agricultura, precisaron ausencia de control del Estado en el uso del recurso y también afirmaron que la compañía no intenta remediar la contaminación que genera en el recurso hídrico. Sin embargo dentro de este sector que percibe la irresponsabilidad de la minera, se obtuvo también que el 26,89% de ellos, no explicaron ni detallaron la razón de su percepción.

Por otro lado, el 22,69% del total, optó por aceptar que no conoce al respecto, manifestando no tener ingreso a las instalaciones operativas.

El 5,60% entre hombres y mujeres si perciben a Southern Peru como una institución responsable en cuanto al uso del agua, el 3,36 % no justificaron su respuesta y el restante, 2,24% percibe que la empresa cumple con la normativa legal.

Gráfico N°8

Uso responsable del agua por parte de Southern Perú.

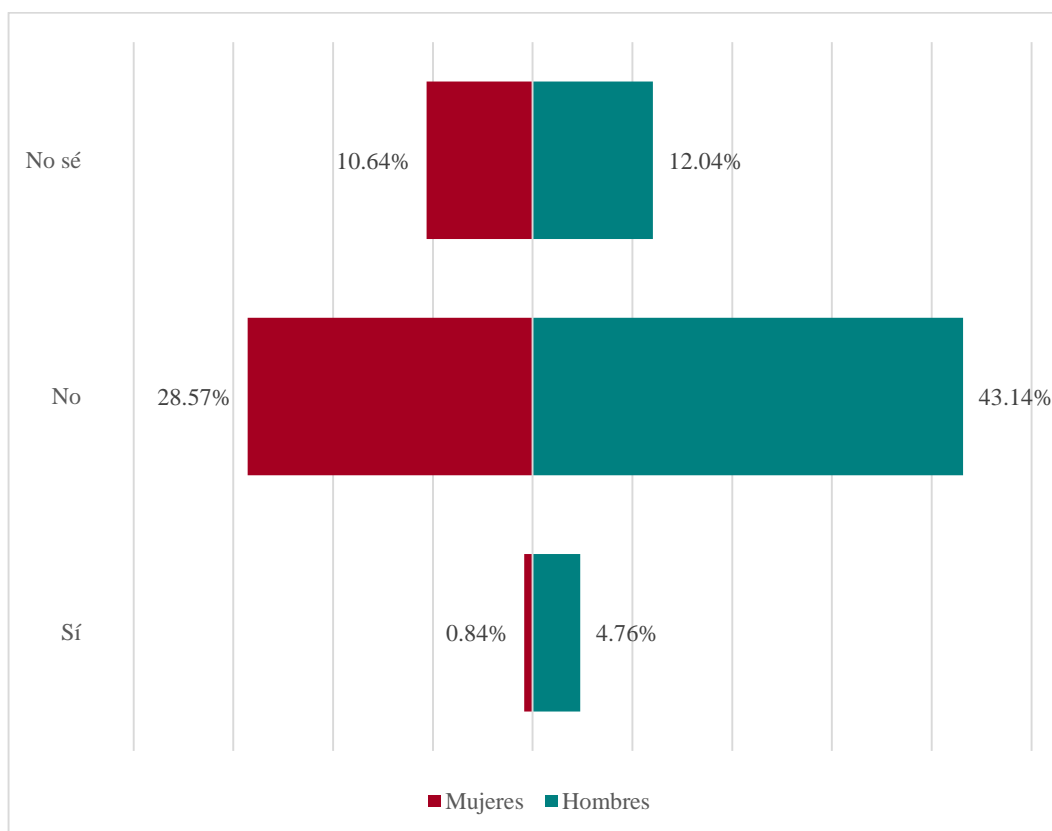


Tabla N°9

Relave minero que Southern Peru arroja en Quebrada Honda.

Opciones	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Me afecta	145	40,62	90	25,21	235	65,83
No me Afecta	23	6,44	15	4,20	38	10,64
No sé	46	12,89	38	10,64	84	23,53
Total	214	59,95	143	40,05	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Southern Peru vierte sus relaves en Quebrada Honda, ubicado en el distrito de Ilabaya, por ello es imprescindible conocer la percepción de la población al respecto. Como se observa en la Tabla N°9, el mayor porcentaje obtenido entre ambos sexos es el 65.83%, que consideran que la mencionada acción de la empresa sí les afecta porque de acuerdo a su explicación perjudica a la agricultura y ganadería, refirieron igualmente que contamina el agua, el aire, el medioambiente, fundamentando también que se producen filtraciones. Pero además 90 pobladores de los encuestados, que conforman el 25,21% no explicaron la razón específica por la que se ven afectados.

El 23,53% de la población consultada, indicó no saber si el accionar de la empresa sobre el relave sea un factor que le afecte directa o indirectamente

Y el 10,64% no percibe un efecto perjudicial por parte de la empresa frente a lo señalado, este sector de los encuestados explicó que Quebrada Honda se encontraba lejos de la población, la contaminación se puede evitar, no perciben un efecto directo y el 6,44% no procedió a fundamentar su postura.

Gráfico N°9

Relave minero que Southern Peru arroja en Quebrada Honda.

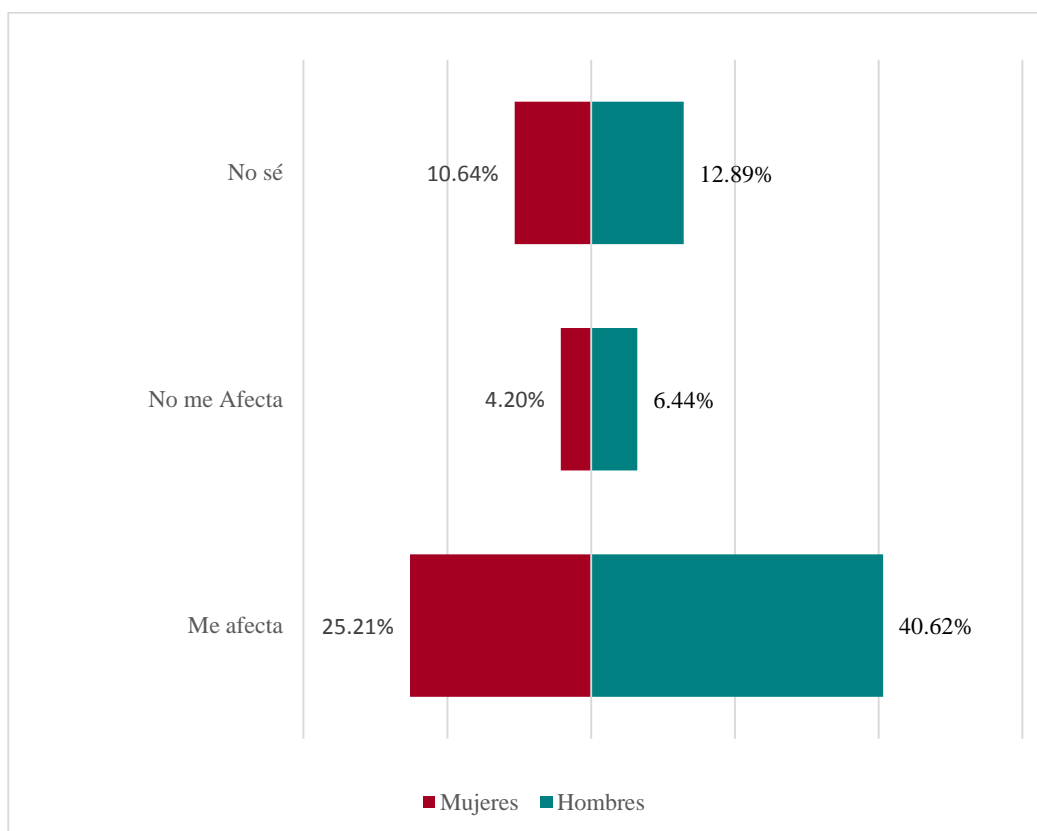


Tabla N°10
Desempeño de Southern Peru referente a las leyes que protegen al medioambiente.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	17	4,76	15	4,20	32	8,96
No	131	36,69	84	23,53	215	60,22
No sé	66	18,49	44	12,32	110	30,81
Total	214	59,94	143	40,05	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

De acuerdo a la perspectiva de la presente investigación es necesario consultar sobre el accionar de la empresa Southern Peru frente al marco legal que rige a la actividad minera en nuestro país. Realizada la aplicación del cuestionario, se halló que la mayoría de las respuestas se centran en asegurar que dicha compañía no cumple con las leyes que protegen al medioambiente, es decir el 60,22%, que representa a 215 pobladores, tiene una percepción negativa; entre las razones a lo manifestado, refirieron que no existe un mecanismo de control adecuado por parte del Gobierno, que hay una contaminación total en el distrito, la agricultura se está viendo afectada y nuevamente un significativo porcentaje (30,81%) no justificó su respuesta.

El 30,81% entre ambos sexos, respondieron no saber al respecto. Y el 8,96% respondieron que Southern Peru sí es una empresa responsable en cuanto al cumplimiento de las leyes, las razones con las que argumentaron su respuesta fueron que la empresa ha mejorado su proceso industrial y que presentó públicamente los certificados que exige el Estado.

Gráfico N°10

Desempeño de Southern Peru referente las leyes que protegen al medioambiente.

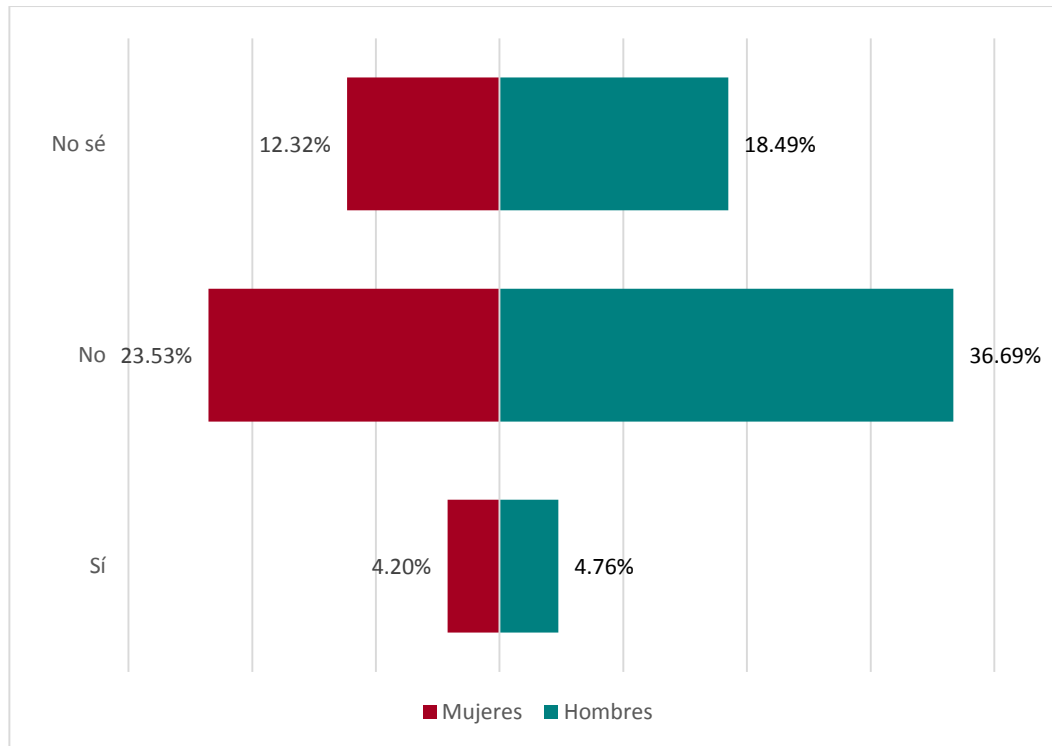


Tabla N° 11

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al aire.

Nivel de impacto	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
1	15	4,20	33	9,24	48	13,45
2	32	8,96	24	6,72	56	15,69
3	75	21,01	17	4,76	92	25,77
4	40	11,20	17	4,76	57	15,97
5	52	14,57	52	14,57	104	29,13
Total	214	59,94	143	40,05	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Como se observa, el 29,13% entre hombres y mujeres, percibe un muy alto nivel de contaminación al aire, siendo el valor más alto del total de sus respuestas. El valor más bajo es del 13,45%, afirmando que definitivamente no se genera gran cantidad de contaminación hacia la atmósfera.

Es importante distinguir la diferencia de percepción que se obtuvo en los resultados de hombres y mujeres, ya que en los hombres la mayor reincidencia fue para el nivel medio, mientras que para las mujeres la mayoría de respuestas se halló en el nivel muy alto.

Gráfico N° 11

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al aire.

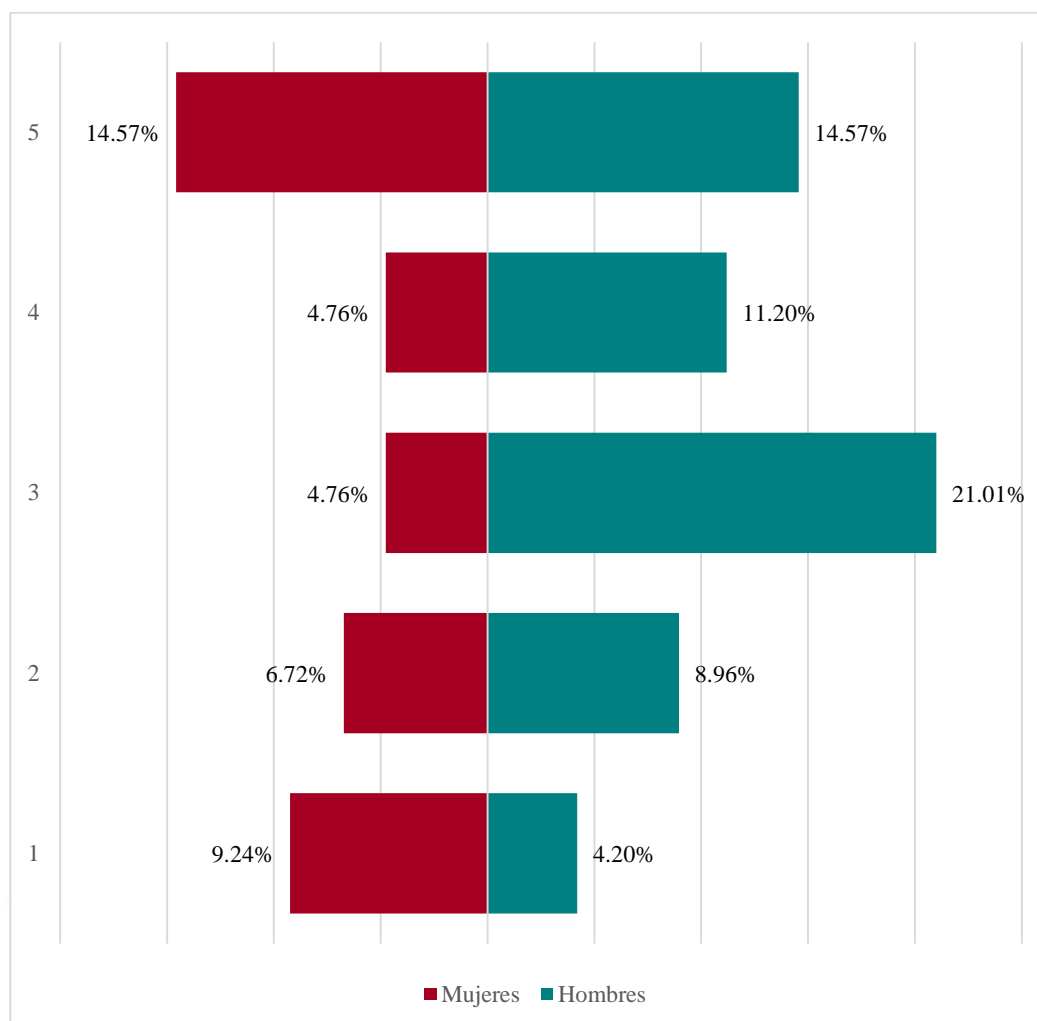


Tabla N° 12

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al agua.

Nivel de impacto	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
1	6	1,68	17	4,76	23	6,44
2	20	5,60	17	4,76	37	10,36
3	35	9,80	15	4,20	50	14,01
4	55	15,41	12	3,36	67	18,77
5	98	27,45	82	22,97	180	50,42
Total	214	59,94	143	40,05	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

En el caso de las operaciones de la empresa en Toquepala y Cuajone, ésta tiene como área de extracción del recurso hídrico a Candarave, otra provincia de Tacna. Sin embargo, puesta en marcha la investigación, se obtuvo que el 50,42% de la población encuestada considera que el nivel de impacto ambiental generado al agua por Southern Peru es muy alto, en esta pregunta se observa la correlación de resultados entre ambos sexos, es decir tanto en las mujeres como en los hombres, el mayor porcentaje marca el nivel más alto. Asimismo, la postura de la mayoría de los consultados se centra en los niveles de impacto ambiental más altos, como lo es el nivel 4 y 5.

Gráfico N° 12

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al agua.

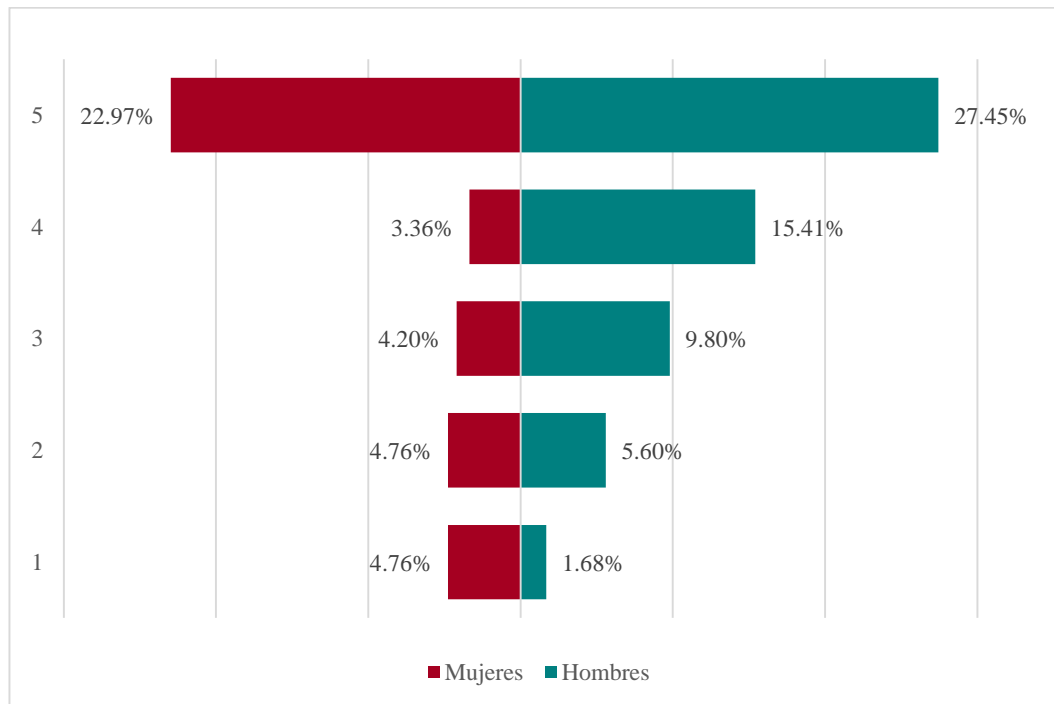


Tabla N° 13

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al suelo.

Nivel de impacto	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
1	8	2,24	29	8,12	37	10,36
2	26	7,28	12	3,36	38	10,64
3	67	18,77	32	8,96	99	27,73
4	46	12,89	17	4,76	63	17,65
5	67	18,77	53	14,85	120	33,61
Total	214	59,95	143	40,05	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

En la Tabla N° 13 se hallan los resultados sobre la percepción del impacto ambiental que genera Southern Peru al suelo, siendo éste un primordial elemento en la agricultura, principal actividad económica para la población de Ilabaya.

El 33,61% de los encuestados, siendo el porcentaje mayor, conciben que el impacto ambiental generado al suelo por Southern Peru es muy alto.

Sin embargo, como se observa para un buen número de mujeres se produce un impacto ambiental muy alto al suelo, en cambio para los hombres, los porcentajes más elevados se encuentran en el nivel 3 y 5. Lo que significa que no hay consenso en los resultados obtenidos en esta pregunta.

Gráfico N° 13

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru al suelo.

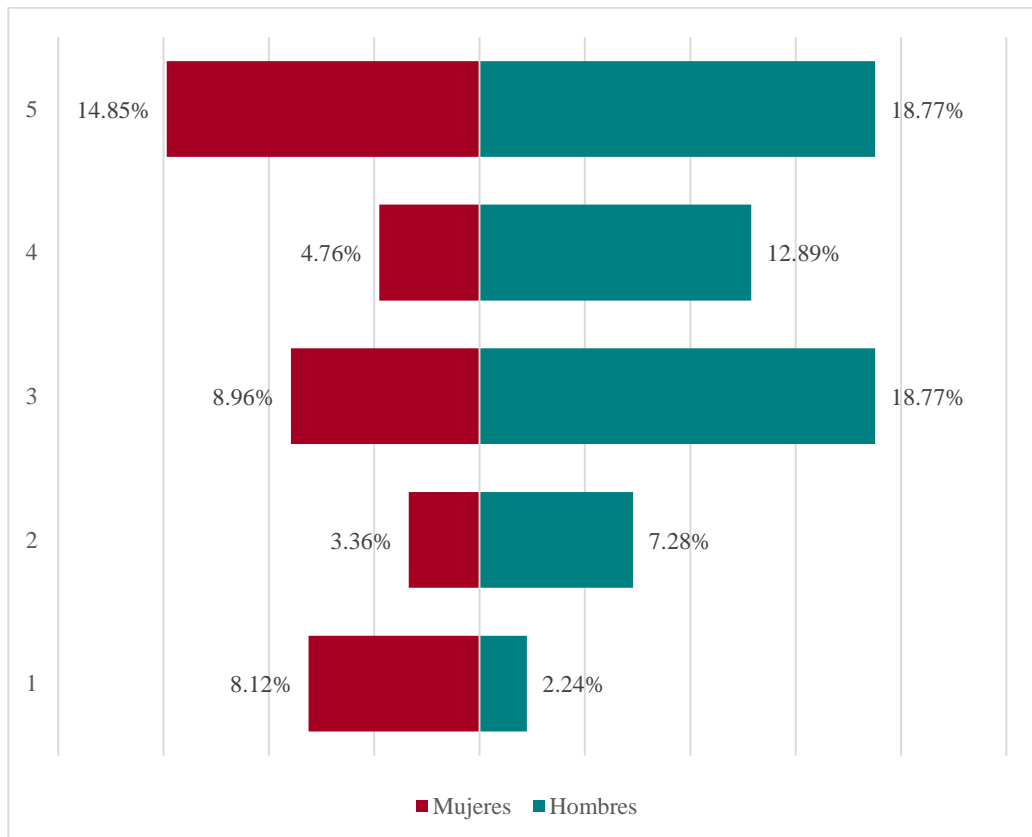


Tabla N° 14

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la fauna.

Nivel de impacto	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
1	3	0,84	26	7,28	29	8,12
2	32	8,96	12	3,36	44	12,32
3	77	21,57	20	5,60	97	27,17
4	58	16,25	17	4,76	75	21,01
5	44	12,32	68	19,05	112	31,37
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Considerando que se busca conocer la percepción de la población, se consultó de acuerdo a la escala de Likert, el nivel de impacto ambiental que genera la empresa en los animales; obteniendo como resultado que en este aspecto se observa también que el mayor porcentaje de los encuestados creen que se genera el impacto ambiental en escala muy alta, entre hombres y mujeres el 31,37%; el porcentaje que le sigue es el 27,17%, quienes consideran un nivel medio del impacto ambiental referente a las especies de animales, este resultado se debe a que no hay igualdad en los resultados de hombres y mujeres, de acuerdo a la Tabla N°14, los hombres tienen mayor reincidencia en el nivel 3, considerando un nivel medio y por otro lado las mujeres si perciben en la mayoría, tajantemente un nivel muy alto de impacto ambiental generado a la fauna del distrito.

Gráfico N° 14

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la fauna.

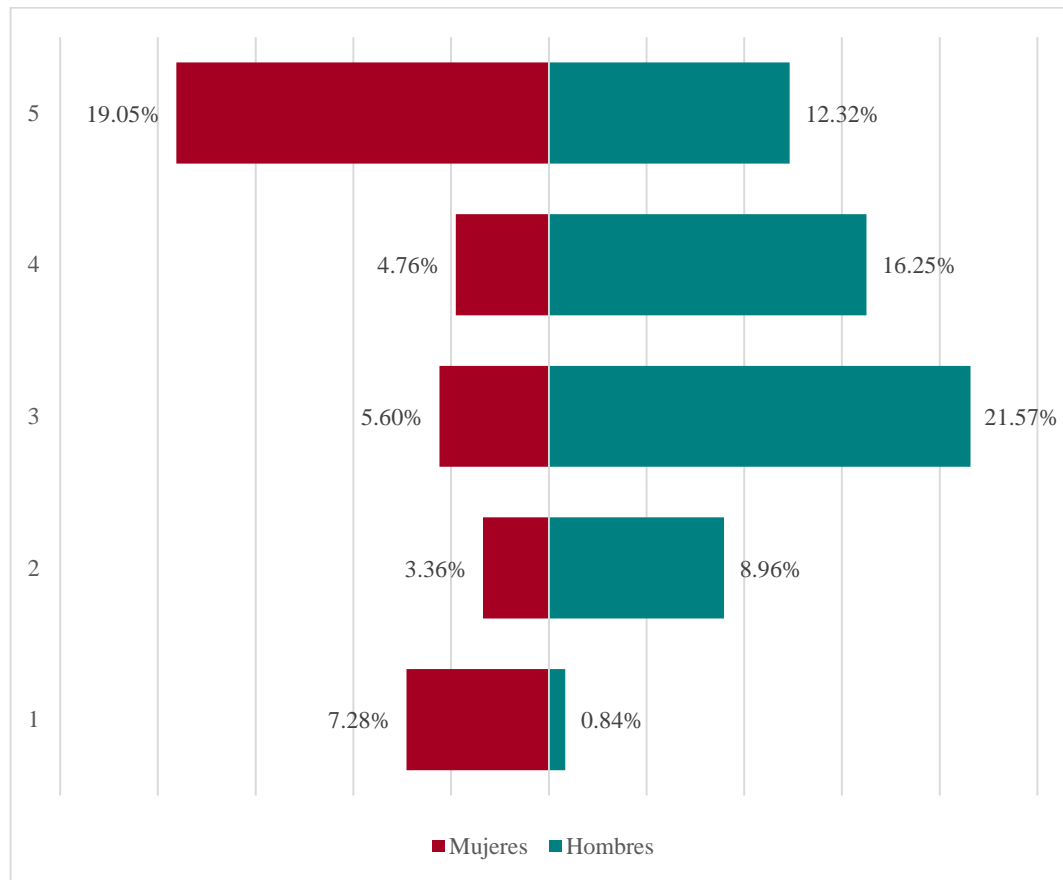


Tabla N° 15

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la flora.

Nivel de impacto	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
1	3	0,84	23	6,44	26	7,28
2	29	8,12	9	2,52	38	10,64
3	61	17,09	17	4,76	78	21,85
4	41	11,48	26	7,28	67	18,77
5	80	22,41	68	19,05	148	41,46
Total	214	59,94	143	40,06	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Luego de haberse aplicado el instrumento de investigación, se deriva que una vez más, el porcentaje más elevado se ubica en el nivel 5, lo que significa que el 41,46% considera que Southern Peru genera un muy alto nivel de impacto ambiental en las plantas del distrito.

Se observa relación entre resultados obtenidos de hombres y mujeres.

Gráfico N° 15

Nivel de impacto ambiental que genera Southern Peru a la flora.

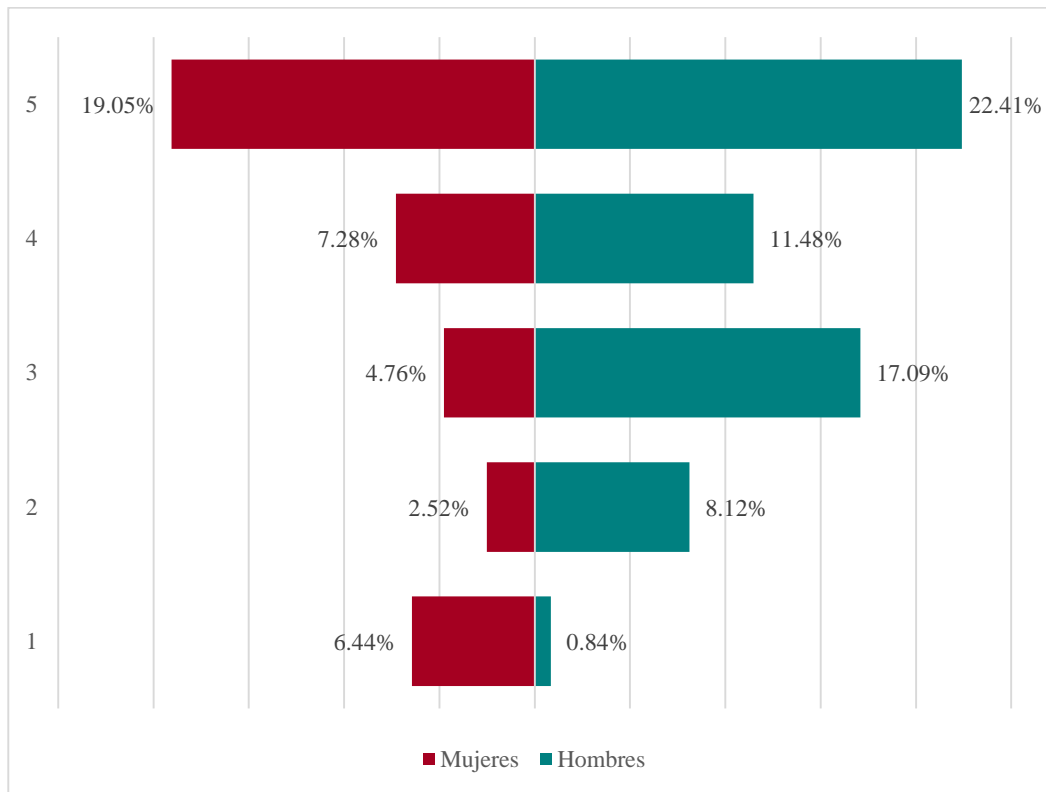


Tabla N° 16

Acciones para promover la educación en el distrito.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Construcción de centros educativos.	38	10,64	20	5,60	58	16,24
Capacitación a profesores.	26	7,28	17	4,76	43	12,04
Implementación a aulas.	64	17,93	49	13,73	113	31,66
Campañas educativas.	29	8,12	9	2,52	38	10,64
No promueve la educación.	104	29,13	64	17,93	168	47,06
Otra	26	7,28	17	4,76	43	12,04

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Tras aplicarse el cuestionario, se observa que el 47,06% de los encuestados perciben que la compañía minera no promueve la educación; sin embargo, teniendo en cuenta que esta pregunta fue de opción múltiple se deriva que el 52,94% de los encuestados, considera que Southern Peru sí promueve la educación a través de campañas educativas, capacitación a los profesores, implementación de las aulas y construcción de centros educativos.

Gráfico N° 16

Acciones para promover la educación en el distrito.

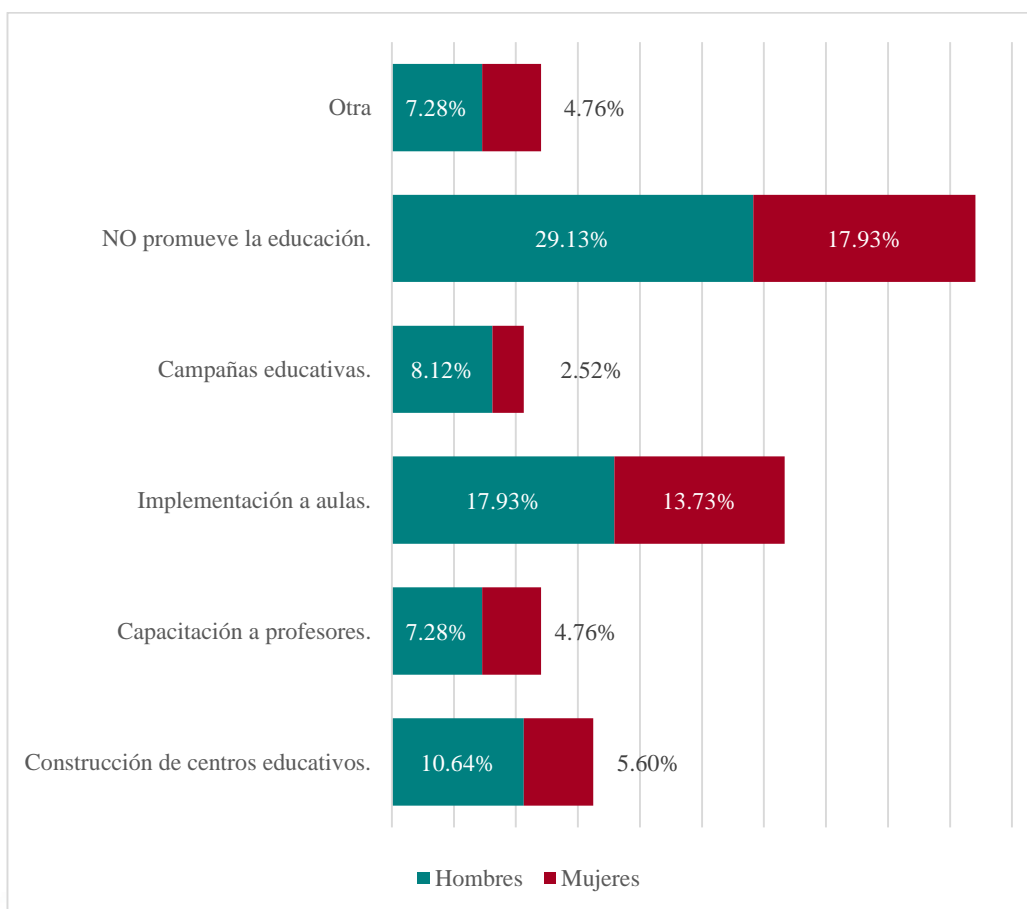


Tabla N° 17

Acciones para promover la salud de la comunidad.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	58	16,25	38	10,64	96	26,89
No	95	26,61	67	18,77	162	45,38
No sé	61	17,09	38	10,64	99	27,73
Total	214	59,95	143	40,05	357	100

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Se observa que entre ambos sexos, el porcentaje más alto es el 45,38%, que percibe que la minera no promueve actividades para mejorar la salud de la localidad. Por otro lado, el resto de encuestados se dividen muy cerca de lo proporcional entre las opciones de “Sí” y “No sé”.

El 27,73% indica no tener información al respecto; mientras que el 26,89% de los consultados, perciben que la minera sí contribuye en este aspecto, dentro de las explicaciones a su respuesta el 16,25% especificaron que a través de campañas de salud, y el 10,64% no detallaron a través de qué acción estructuran su respuesta.

Gráfico N° 17

Acciones para promover la salud de la comunidad.

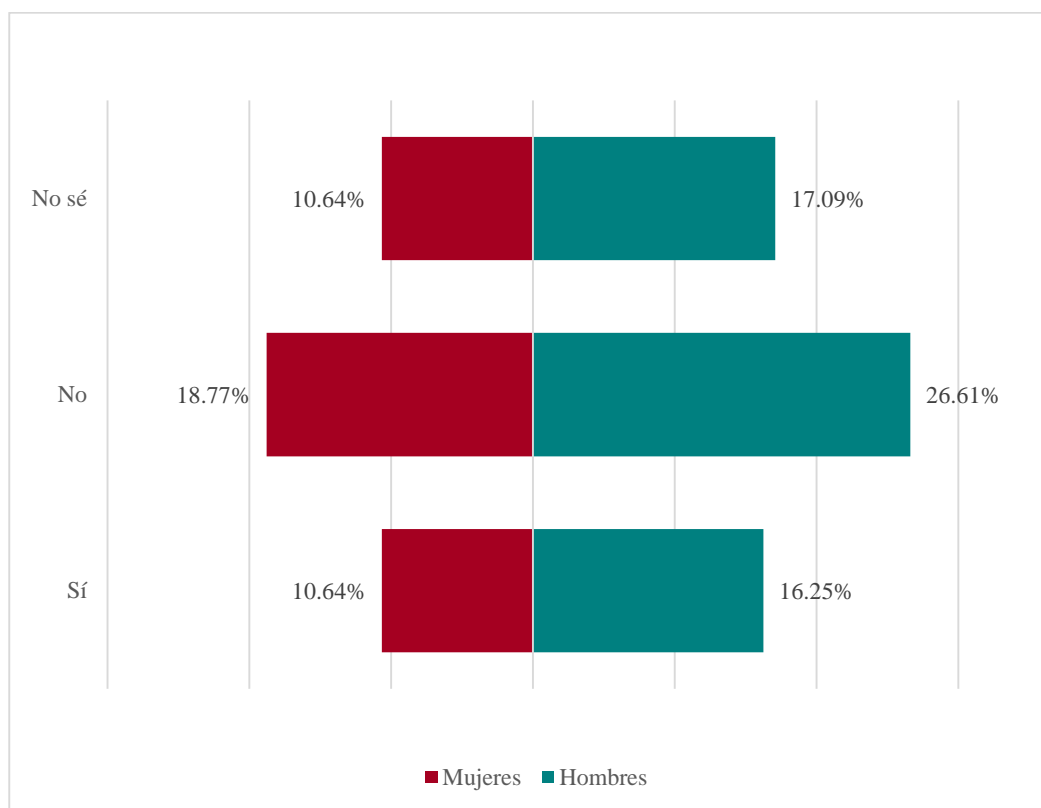


Tabla N° 18

Obras de infraestructura que beneficiaron al distrito.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Pistas y Veredas	75	21,01	23	6,44	98	27,45
Construcción y/o mantenimiento de Carreteras	81	22,69	41	11,48	122	34,17
Centros de salud	15	4,20	15	4,20	30	8,40
Construcción de mercados	9	2,52	6	1,68	15	4,20
Riego Presurizado	64	17,93	41	11,48	105	29,41
Construcción de canales, bocatomas	41	11,48	29	8,12	70	19,60
Construcción de Reservorios	23	6,44	15	4,20	38	10,64
Planta de Tratamiento de Agua Potable	12	3,36	9	2,52	21	5,88
Construcción de locales comunales	17	4,76	12	3,36	29	8,12
Obras de Agua, desagüe y alcantarillados	6	1,68	3	0,84	9	2,52
Ninguna	64	17,93	44	12,32	108	30,25
Otros/No sé	17	4,76	17	4,76	34	9,52

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Se consultó sobre si realmente Ilabaya como distrito se ha beneficiado con alguna obra de infraestructura promovida por Southern Peru, hecha la consulta se encontró cierta diferencia en cuanto a la percepción de ambos sexos; el porcentaje más alto en los hombres (22,69%) es la opción de “Construcción y/o mantenimiento de carreteras”; mientras que la opción de mayor reincidencia en las mujeres (12,32%) es “Ninguna”. Sin embargo teniendo en cuenta que el 30,25% del total, no percibe beneficio de ninguna obra de infraestructura promovida por la empresa, al sustraer del 100% el anterior porcentaje y el 9,52% que indicó no saber del tema, resulta el 60,23% de los encuestados que indirectamente aceptan el beneficio del distrito por obras promovidas por la empresa minera.

Gráfico N° 18

Obras de infraestructura que beneficiaron al distrito.

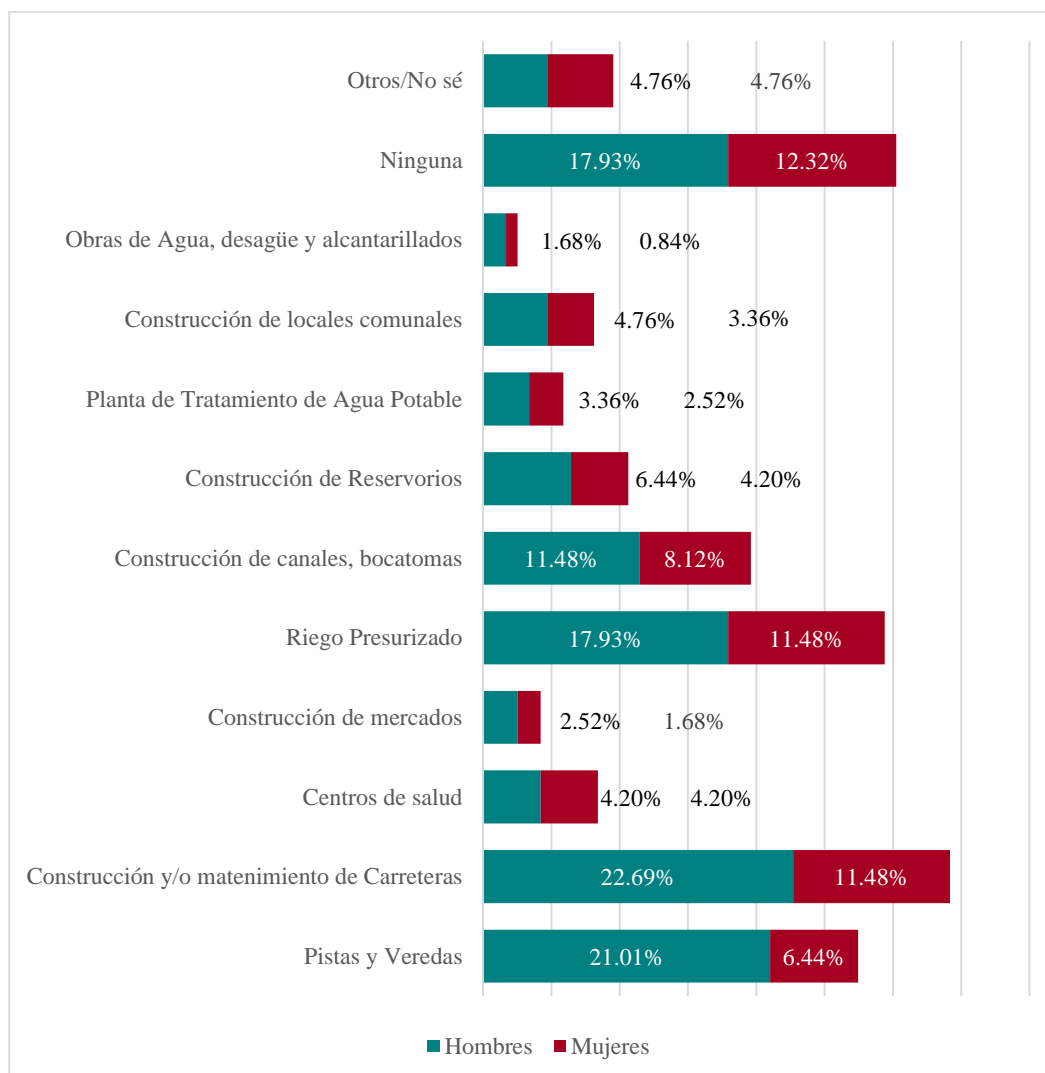


Tabla N° 19
Acceso a la información.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Riesgos Ambientales	55	15,41	29	8,12	84	23,53
Riesgos Sociales	0	0,00	12	3,36	12	3,36
Ambos	23	6,44	29	8,12	52	14,57
Ninguno	136	38,10	73	20,45	209	58,54
Total	214	59,95	143	40,05	357	100,00

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

De acuerdo a la información recogida, el porcentaje más alto de los encuestados de ambos sexos es de 58,54%, quienes eligieron la opción “Ninguno” frente a la pregunta sobre qué tipos de riesgos que genera la mina de Toquepala, informó Southern Peru; a este porcentaje le sigue el 23,53%, quienes respondieron con la opción de “Riesgos Ambientales”.

La opción “Ambos” obtuvo el 14,57% entre hombres y mujeres y el porcentaje más mínimo es el 3,36% conformado solo por los hombres quienes marcaron la opción de “Riesgos Sociales”.

Gráfico N° 19
Acceso a la información.

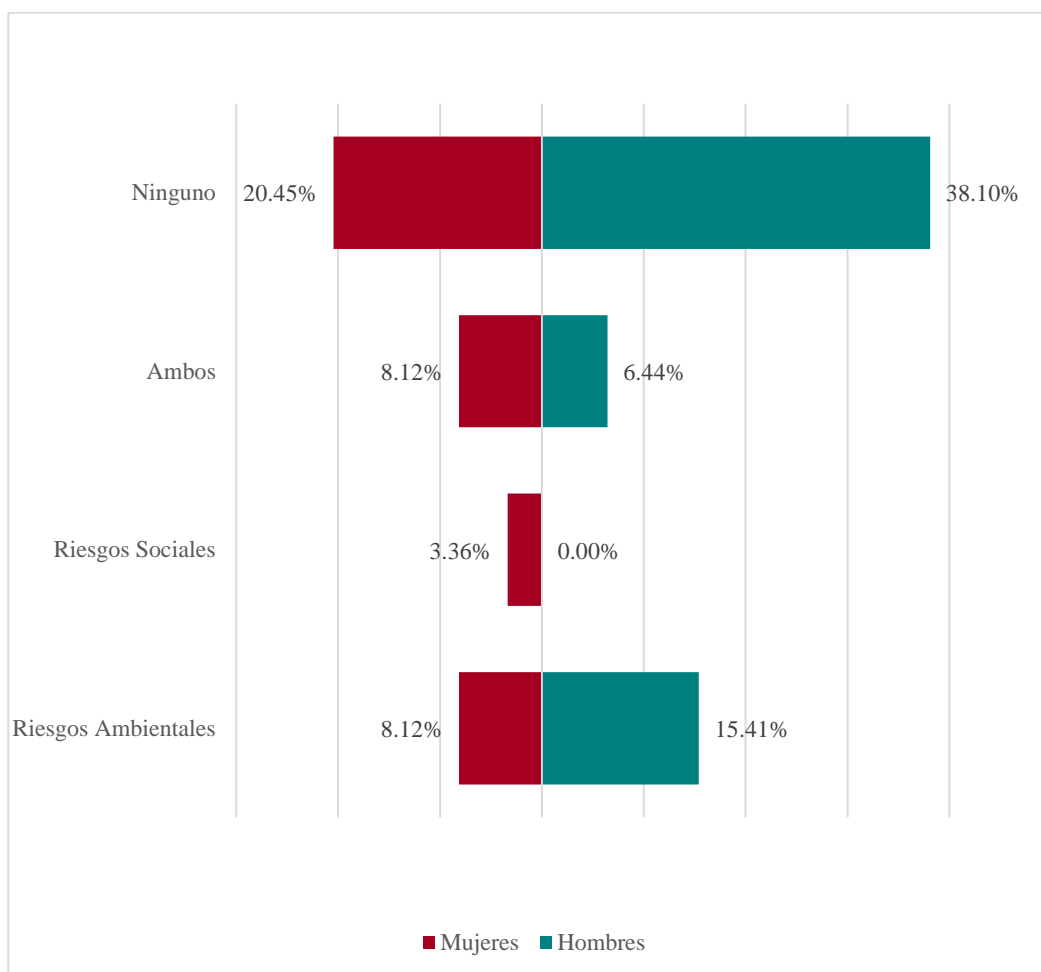


Tabla N° 20
Donaciones y Voluntariado de Southern Peru.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	70	19,61	82	22,97	152	42,58
No	96	26,89	23	6,44	119	33,33
No sé	48	13,45	38	10,64	86	24,09
Total	214	59,95	143	40,06	357	100,00

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

El porcentaje más alto obtenido entre hombres y mujeres, es decir el 42,58%, afirmó que el distrito de Ilabaya sí se vio beneficiado con donaciones y voluntariado de Southern Peru, detallaron estas acciones indicando que lo hacen en navidad con juguetes para los niños, en los centros educativos y también cuando ocurre un desastre natural como los huaycos.

De otro lado, el 33.33% respondieron con la opción negativa.

En la Tabla N°20, nuevamente se distingue la diferencia de resultados obtenidos entre los hombres y las mujeres de Ilabaya, puesto que la mayor reincidencia de respuestas en las mujeres está en opción positiva, mientras que para los hombres en la respuesta negativa.

Gráfico N° 20
Donaciones y Voluntariado de Southern Peru.

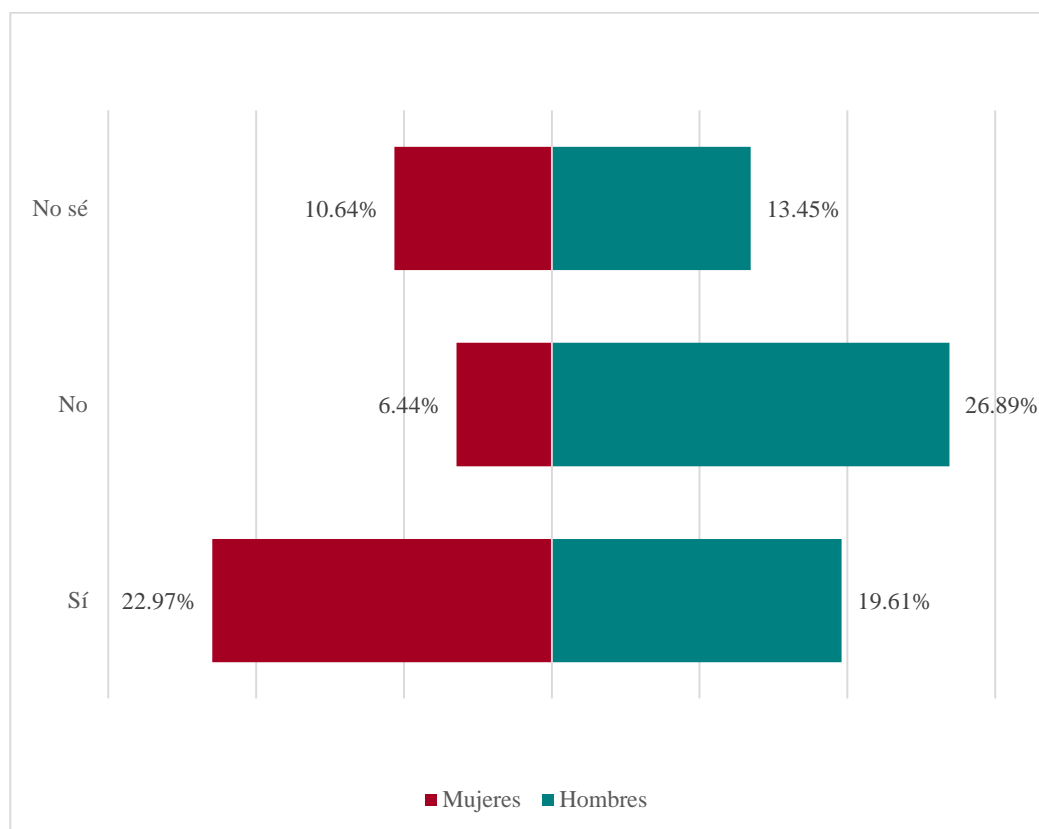


Tabla N° 21

Participación en actividades tradicionales del distrito.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	73	20,45	70	19,61	143	40,06
No	104	29,13	44	12,32	148	41,46
No sé	37	10,36	29	8,12	66	18,49
Total	214	59,94	143	40,06	357	100,00

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

De acuerdo a la información recogida de la percepción que tienen los encuestados del distrito de Ilabaya sobre si la empresa minera promueve o participa en las actividades tradicionales del distrito, la opción “No” es la que tiene el porcentaje más elevado, con el 41,46%; considerando que muy cerca a esta opción le sigue la respuesta “Sí” con el 40,06%.

Sin embargo, se observa en este tema de la investigación cierta diferencia en la percepción de ambos sexos, debido a que en el caso de las mujeres, ellas en su mayoría sí consideran que la compañía promueve ese tipo de actividades, mientras que para los hombres prevalece la respuesta negativa.

Gráfico N° 21

Participación en actividades tradicionales del distrito.

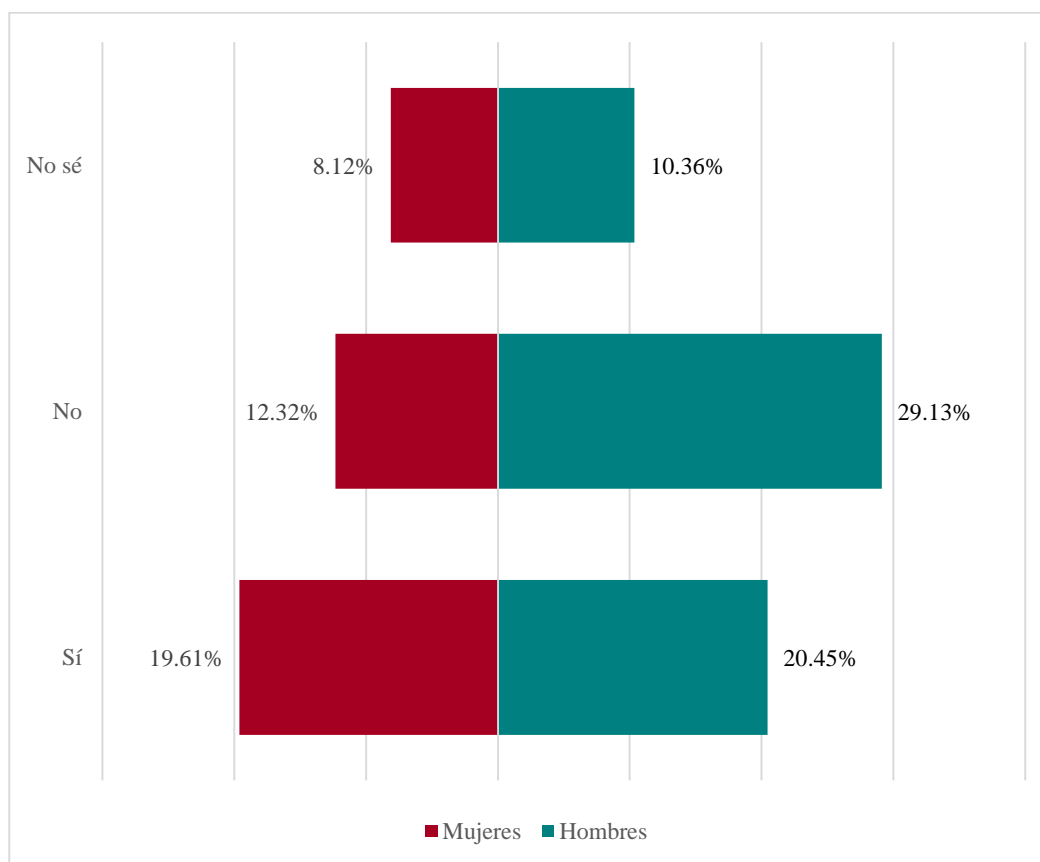


Tabla N° 22

Aporte en la conservación y protección de patrimonios culturales.

Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Cataratas de Panina	26	7,28	29	8,12	55	15,41
Cataratas de Purunbraya	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Cuevas y pinturas rupestres – Toquepala	52	14,57	55	15,41	107	29,97
Petroglifos de Colocaya	9	2,52	15	4,20	24	6,72
Piedra de Mirave	15	4,20	9	2,52	24	6,72
Campiña de Ilabaya	15	4,20	3	0,84	18	5,04
Camélidos Sudamericanos	6	1,68	9	2,52	15	4,20
Ninguna	99	27,73	55	15,41	154	43,14
Otra/No se	52	14,57	20	5,60	72	20,17

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Frente a un listado de opciones de patrimonios culturales de Ilabaya, el 43,14% de la población encuestada entre hombres y mujeres, marcaron la opción “Ninguna” al consultarse si Southern Peru ha contribuido a la conservación y protección de alguna de dichas opciones.

Asimismo, el 20,17% de los consultados desconocen si Southern Peru aporta en la protección y conservación de algún patrimonio cultural de Ilabaya.

Considerando que en el instrumento de investigación, esta pregunta se formuló para ser marcada con opción múltiple, se difiere que el 36,69% entre ambos sexos si perciben que la empresa contribuya en lo planteado. Y solo el 29,97% considera que la compañía ayuda a proteger y conservar las Cuevas y Pinturas Rupestres de Toquepala.

Gráfico N° 22

Aporte en la conservación y protección de patrimonios culturales.

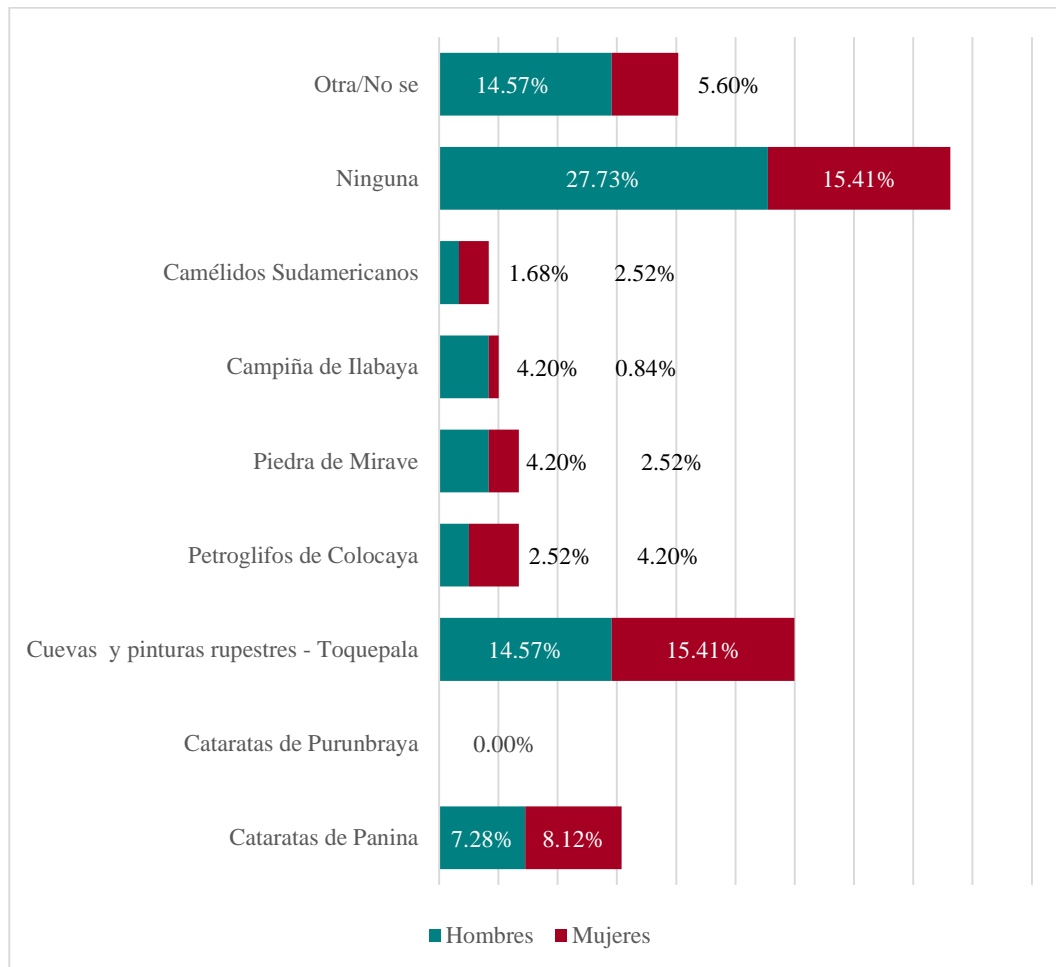


Tabla N° 23

Responsabilidad Social asumida por Southern Peru

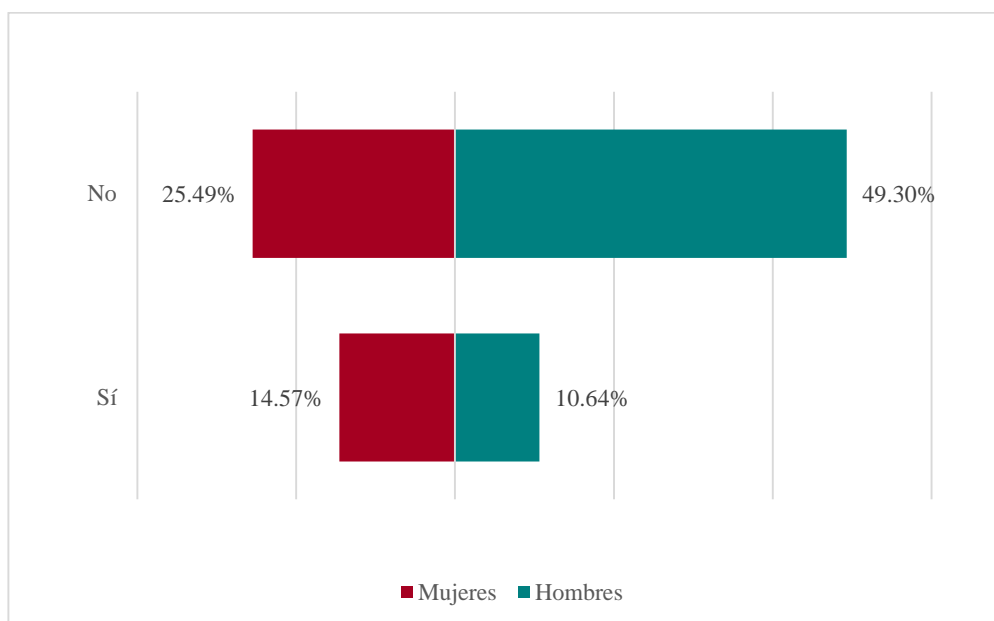
Respuestas	Hombres		Mujeres		Total	
	f	%	f	%	f	%
Sí	38	10,64	52	14,57	90	25,21
No	176	49,30	91	25,49	267	74,79
Total	214	59,94	143	40,06	357	100,00

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Luego de haberse realizado la consulta se obtuvo que un alto porcentaje de la población encuestada, el 74.79% del total, no considera que la empresa minera se ciña a los lineamientos de Responsabilidad Social, teniendo como minoría al 25.21%, quienes consideran lo contrario. Cabe resaltar que en la Tabla N° 23 se observa que los resultados de ambos sexos guardan relación.

Gráfico N° 23

Responsabilidad Social asumida por Southern Peru



3.2. Análisis de Tablas Cruzadas

Tabla N°24

Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru con obras financiadas por impuestos mineros.

			Obras financiadas por impuestos mineros.			Total
			Sí	No	No sé	
Contribución al desarrollo	Sí	f	241	0	0	241
		%	67,5	0,0	0,0	67,5
	No	f	3	49	64	116
		%	0,8	13,7	17,9	32,5
Total		f	244	49	64	357
		%	68,3	13,7	17,9	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

De acuerdo a la investigación realizada, se observa que la mayoría de la población encuestada sí cree que Southern Peru ha contribuido al desarrollo de su comunidad a través de obras financiadas por impuestos mineros, esto se ve reflejado a través del 67,5% del total; contrariamente a esto, sólo el 0,8% no percibe ningún beneficio a través de dichas obras. Secundando al máximo porcentaje, se aprecia que el 17,9% de la población no tiene conocimiento de este tema.

Gráfico N°24

Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru con obras financiadas por impuestos mineros.

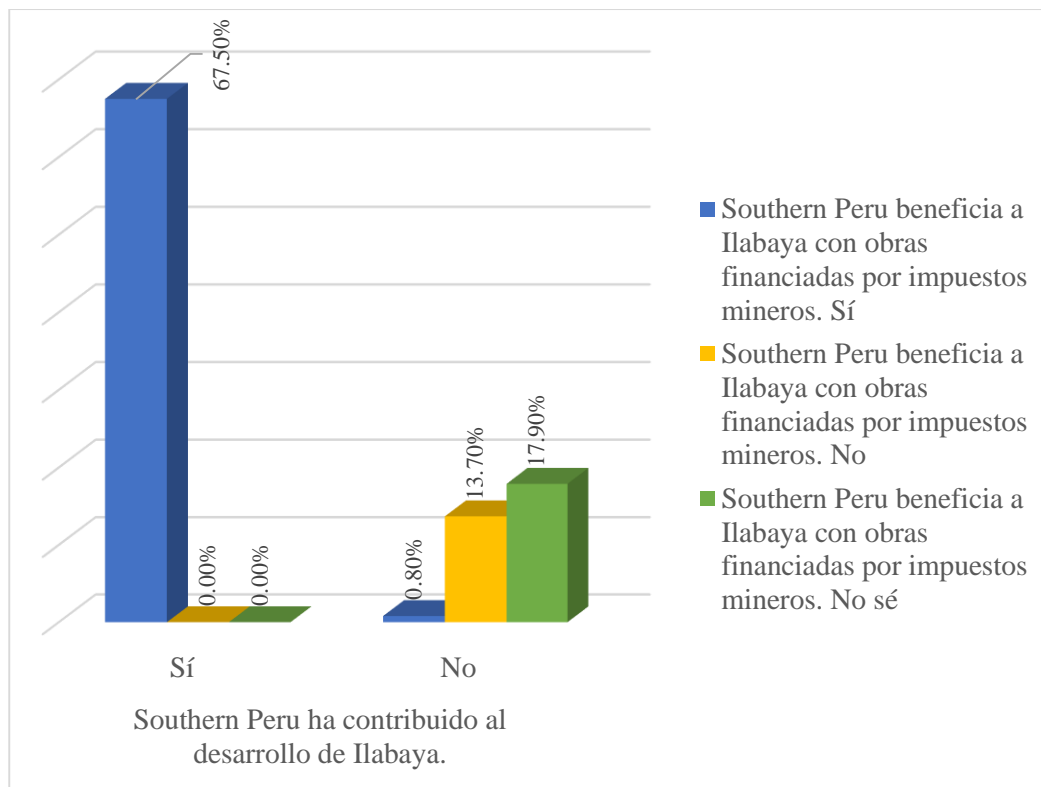


Tabla N°25
Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru
priorizando puestos de empleos directos.

			Priorización de puestos de empleo directos para Ilabaya.			Total
			Sí	No	No sé	
Contribución al desarrollo	Sí	f	55	186	0	241
		%	15,4	52,1	0,0	67,5
	No	f	0	46	70	116
		%	0,0	12,9	19,6	32,5
Total		f	55	232	70	357
		%	15,4	65,0	19,6	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Según los resultados obtenidos en la investigación, resulta que el 52,1% de la población encuestada, concuerdan en que la empresa Southern Peru no ha contribuido al desarrollo de Ilabaya y mucho menos priorizado puestos de empleo directo para la población, siendo éste un porcentaje mayoritario. Sin embargo el porcentaje que le sigue es el 19,6%, quienes afirman que la empresa no contribuye al desarrollo del distrito y a la vez desconocen sobre la generación de trabajo directo.

Gráfico N°25

Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru
priorizando puestos de empleos directos.

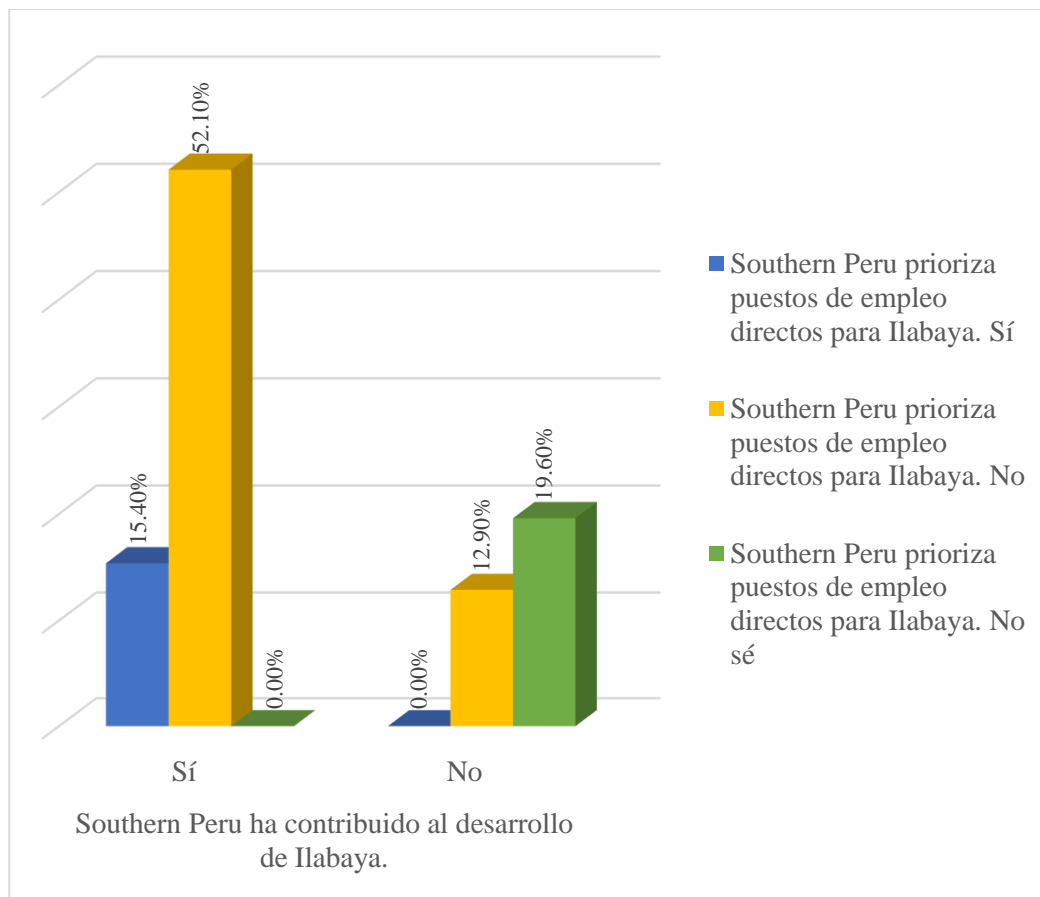


Tabla N°26

Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru a través de la promoción de la creación de medianas y pequeñas empresas.

			Promoción de la creación de medianas y pequeñas empresas.			Total
			Sí	No	No sé	
Contribución al desarrollo	Sí	f	55	186	0	241
		%	15,4	52,1	0,0	67,5
	No	f	0	12	104	116
		%	0,0	3,4	29,1	32,5
Total		f	55	198	104	357
		%	15,4	55,5	29,1	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

De acuerdo a la presente tabla de contingencia, se puede afirmar que la percepción de la población respecto a si la empresa Southern Peru ha favorecido al desarrollo de Ilabaya a través del interés en crear pequeñas y medianas empresas es negativa, ya que el 52,1% lo confirma y tan sólo el 15,4% si creen que la empresa ha contribuido al crecimiento de su comunidad por medio de este factor tan importante como la instauración del llamado “negocio propio”.

También se aprecia que inclusive más que el porcentaje positivo, es el de la población que no percibe a la empresa como contribuidor al desarrollo porque desconoce si ofrece puestos de trabajo directos priorizando a la población, siendo el 29,1% del total.

Gráfico N°26

Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru a través de la promoción de la creación de medianas y pequeñas empresas.

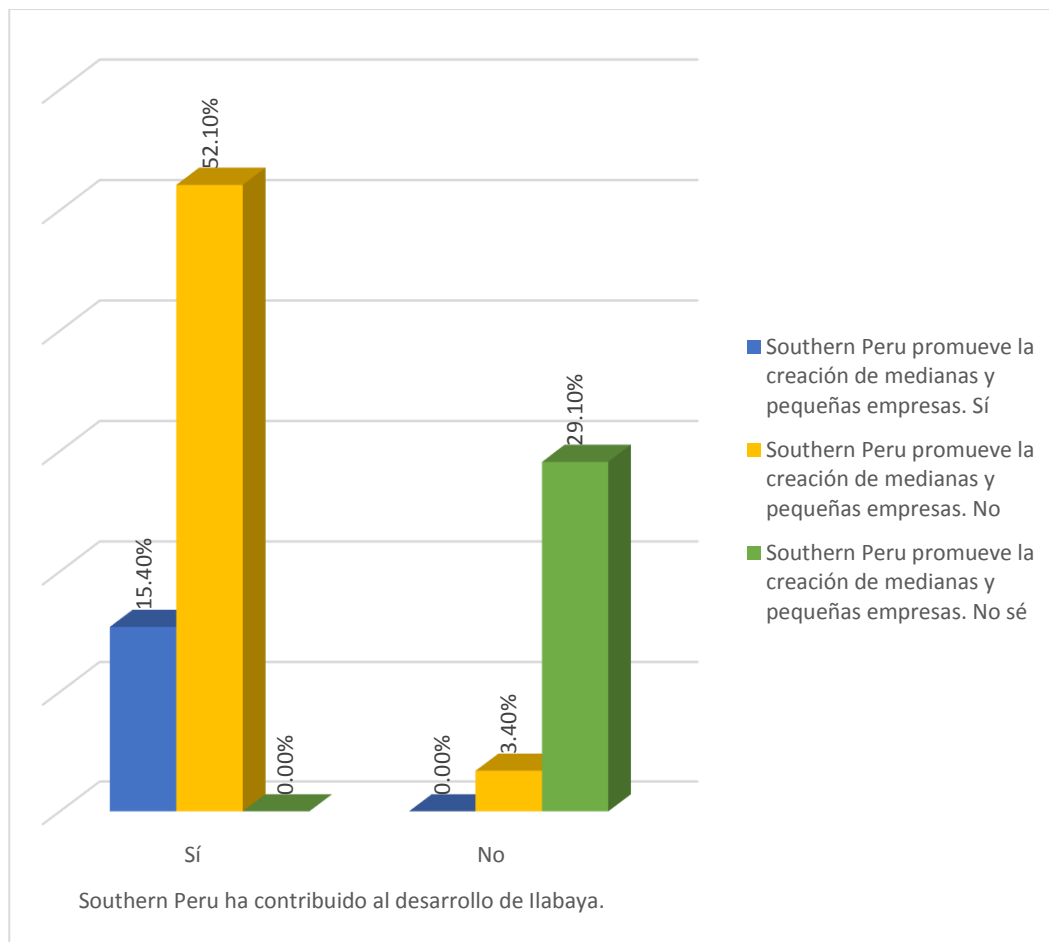


Tabla N°27

Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru como una empresa socialmente responsable.

			Empresa socialmente responsable.		Total
			Sí	No	
Contribución al desarrollo	Sí	f	90	151	241
		%	25,2	42,3	67,5
	No	f	0	116	116
		%	0,0	32,5	32,5
Total		f	90	267	357
		%	25,2	74,8	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Dada la consulta realizada, se obtuvo que el 42,3% de la población encuestada, reconoce a la minera Southern Peru, como una empresa que ha contribuido al desarrollo de Ilabaya, no obstante, no la consideran una empresa socialmente responsable. El 32,5% no consideran que haya contribuido al desarrollo ni que sea una empresa que cumple con los lineamientos de la responsabilidad social. Mientras que el menor porcentaje de los encuestados, el 25,2% si mantienen la percepción que es una empresa socialmente responsable que viene contribuyendo al desarrollo del distrito.

Gráfico N°27

Contribución al desarrollo del distrito por parte de Southern Peru como una empresa socialmente responsable.

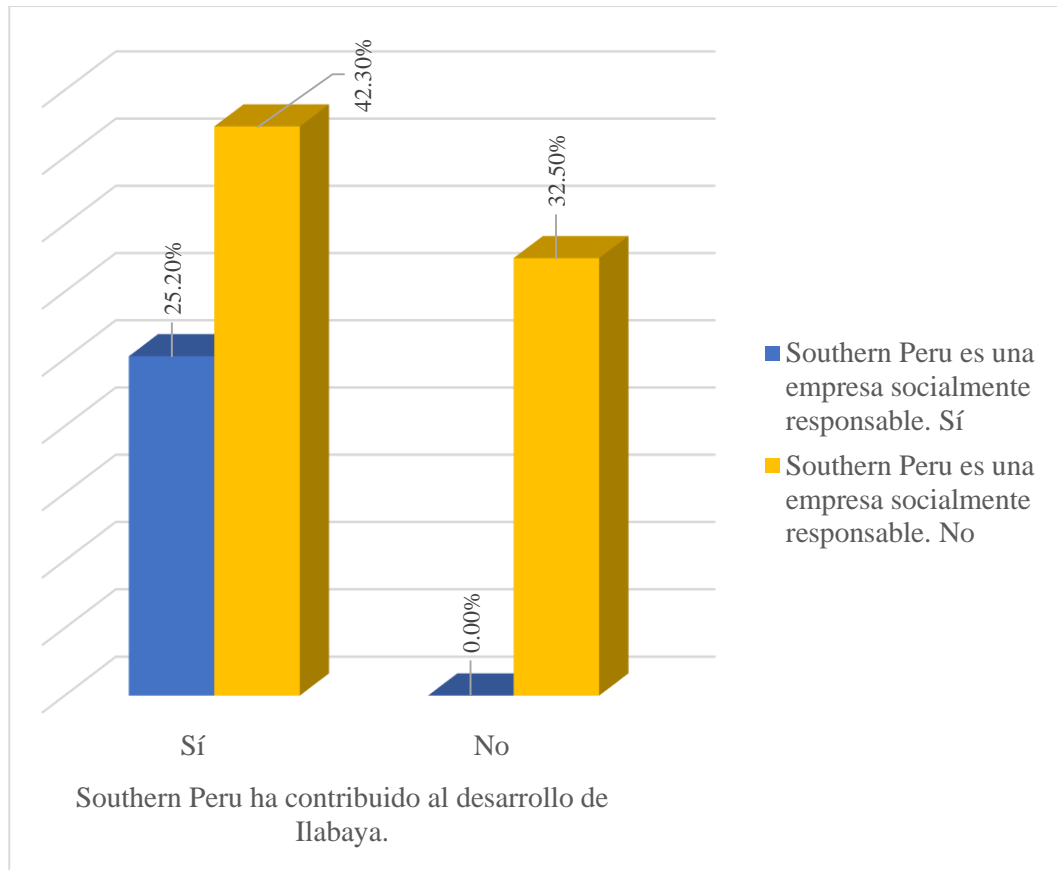


Tabla N°28

Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de programas para fortalecer capacidades y habilidades.

			Programas para fortalecer capacidades y habilidades.			Total	
			Sí	No	No sé		
Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas.	Sí	f	55	0	0	55	
		%	15,4	0,0	0,0	15,4	
	No	f	53	142	3	198	
		%	14,8	39,8	0,8	55,5	
	No sé	f	0	0	104	104	
		%	0,0	0,0	29,1	29,1	
Total			f	108	142	107	357
			%	30,3	39,8	30,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Se observa como resultado de la presente tabla de contingencia, que no existe una gran diferencia de porcentajes en las respuestas de los encuestados. Tan solo el 39,8% no considera que Southern Peru promueva la creación de pequeñas y medianas empresas implantando programas para fortalecer sus capacidades y habilidades. Siendo entonces, el 15,4% el porcentaje que si percibe este comportamiento por parte de la compañía minera y el 29,1% no tienen conocimiento de este tema.

Gráfico N°28

Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de programas para fortalecer capacidades y habilidades.

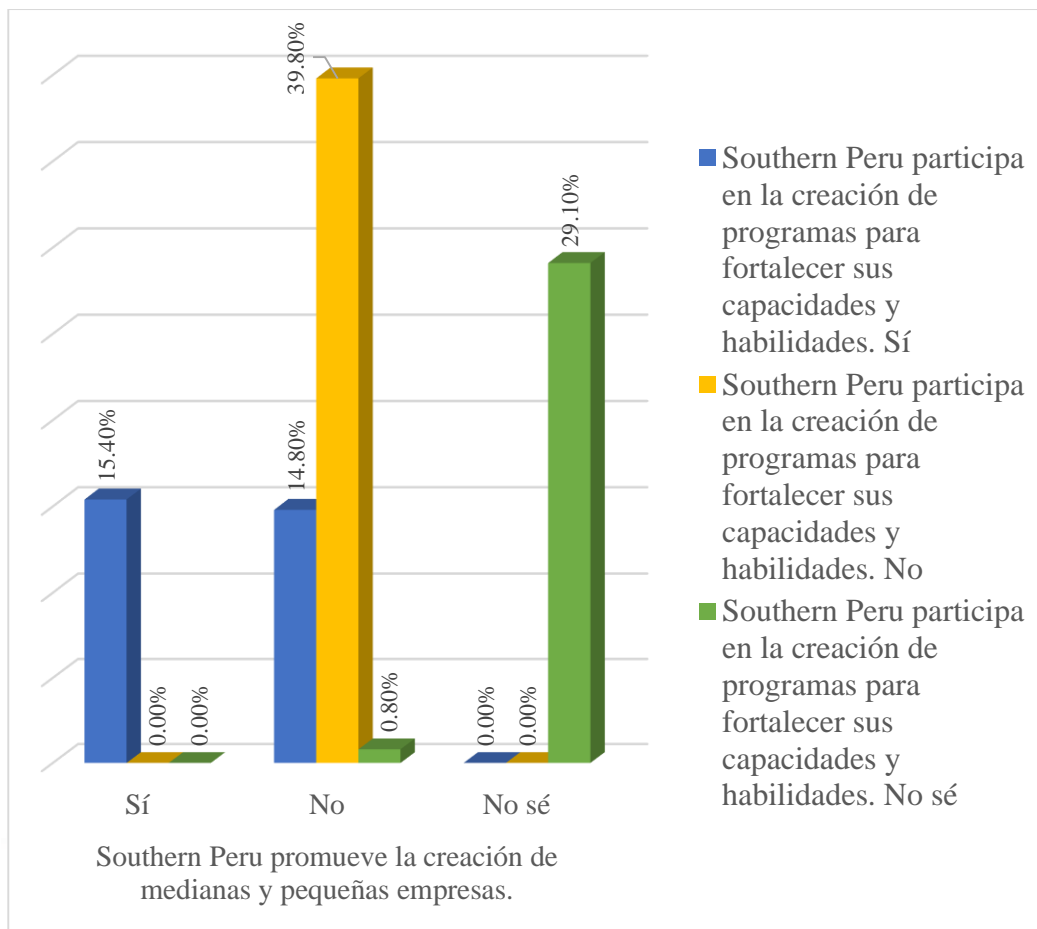


Tabla N°29

Impulso en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de la promoción del espíritu emprendedor en las mujeres.

			Promoción del espíritu emprendedor en las mujeres de Ilabaya.			Total
			Sí	No	No sé	
Promoción en la creación de pequeñas y medianas empresas	Sí	f	12	29	0	41
		%	8,4	20,3	0,0	28,7
	No	f	0	46	18	64
		%	0,0	32,2	12,6	44,8
	No sé	f	0	0	38	38
		%	0,0	0,0	26,6	26,6
Total		f	12	75	56	143
		%	8,4	52,4	39,2	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

En este punto de la investigación, fue necesario evaluar la percepción sólo de las mujeres, quienes son las protagonistas en una de las interrogantes, tal es así que se observa que el 32,2% del total de mujeres encuestadas, perciben que Southern Peru no participa en la creación de programas que fortalezcan sus capacidades y habilidades, por lo tanto no es una empresa que promueva el espíritu emprendedor entre ellas. El 26,6% no conoce con certeza del tema y por otro lado 8,6% de las encuestadas, si consideran que la empresa realiza ambas acciones mencionadas.

Gráfico N°29

Impulso en la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito a través de la promoción del espíritu emprendedor en las mujeres.

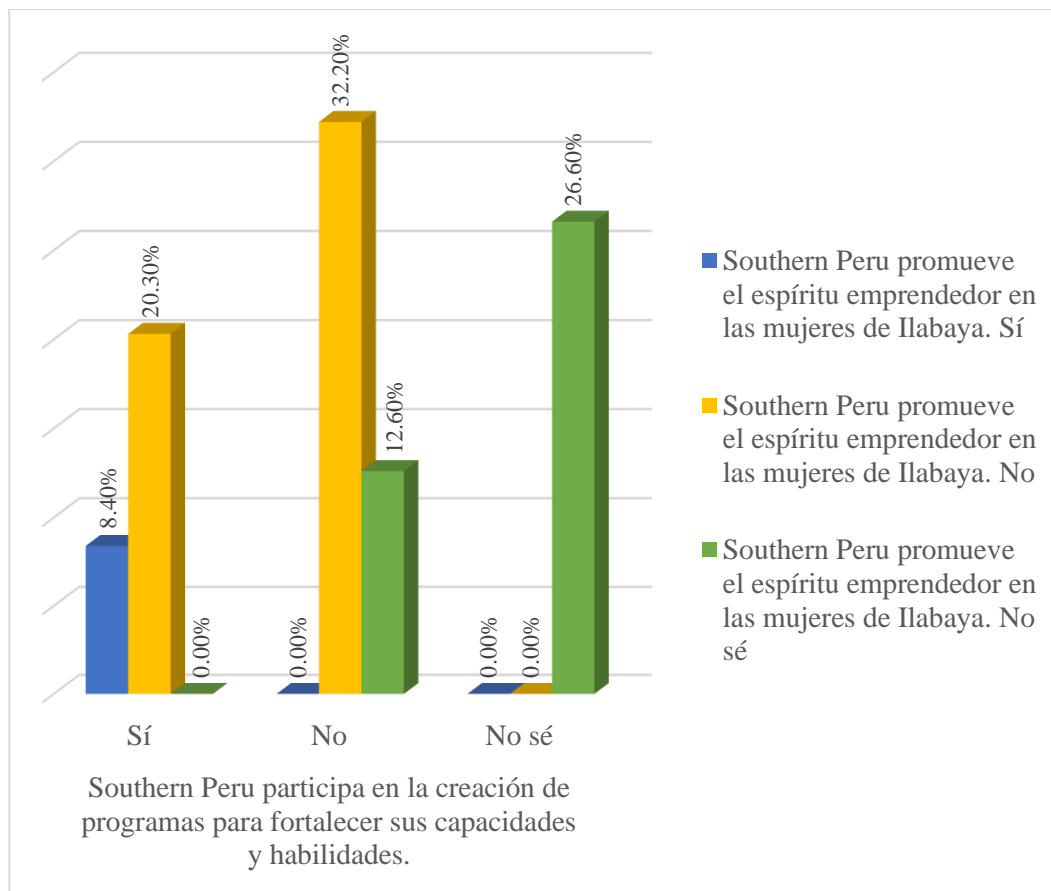


Tabla N°30

Uso responsable del agua y cumplimiento de las leyes de protección al medioambiente.

			Cumplimiento de las leyes protectoras del medioambiente.			Total
			Sí	No	No sé	
Uso responsable del agua.	Sí	f	20	0	0	20
		%	5,6	0,0	0,0	5,6
	No	f	11	215	30	256
		%	3,1	60,2	8,4	71,7
	No sé	f	1	0	80	81
		%	0,3	0,0	22,4	22,7
Total		f	32	215	110	357
		%	9,0	60,2	30,8	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

Según los resultados obtenidos por parte de la población de Ilabaya, se observa que ésta no siente que la empresa Southern Peru cumpla las leyes que protegen al medioambiente en referencia a si hacen uso responsable del agua del distrito. Esto se ve reflejado a través del 60,2% del total de encuestados. Frente a esto, sólo el 5,6% sí percibe un buen comportamiento por parte de la compañía minera y el 22,4% no saben si estas afirmaciones son ciertas o falsas.

Gráfico N°30

Uso responsable del agua y cumplimiento de las leyes de protección al medioambiente.

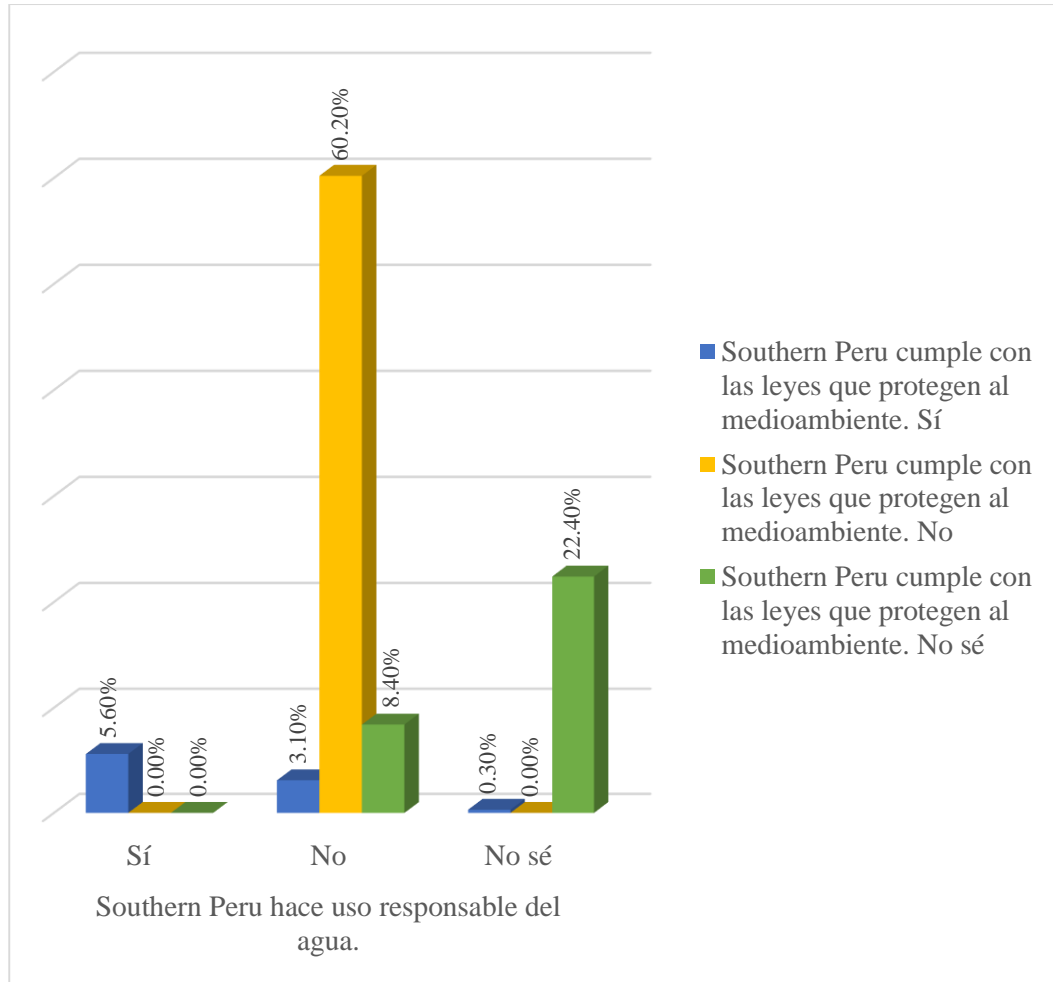


Tabla N°31

Uso responsable del agua y Responsabilidad Social asumida.

			Empresa socialmente responsable.		Total
			Sí	No	
Uso responsable del agua.	Sí	f	20	0	20
		%	5,6	0,0	5,6
	No	f	69	187	256
		%	19,3	52,4	71,7
	No sé	f	1	80	81
		%	0,3	22,4	22,7
Total		f	90	267	357
		%	25,2	74,8	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

En estos resultados, el porcentaje mayoritario obtenido es el 52,4% del total de la población consultada, quienes creen que Southern Peru no es una empresa que haga uso responsable del recurso hídrico y tampoco consideran que sea una empresa socialmente responsable. De igual forma se observa en los resultados que el 22,4% desconoce sobre el uso del agua de la empresa minera, mientras que la perciben como una empresa que no cumple con ser socialmente responsable.

Gráfico N°31

Uso responsable del agua y Responsabilidad Social asumida.

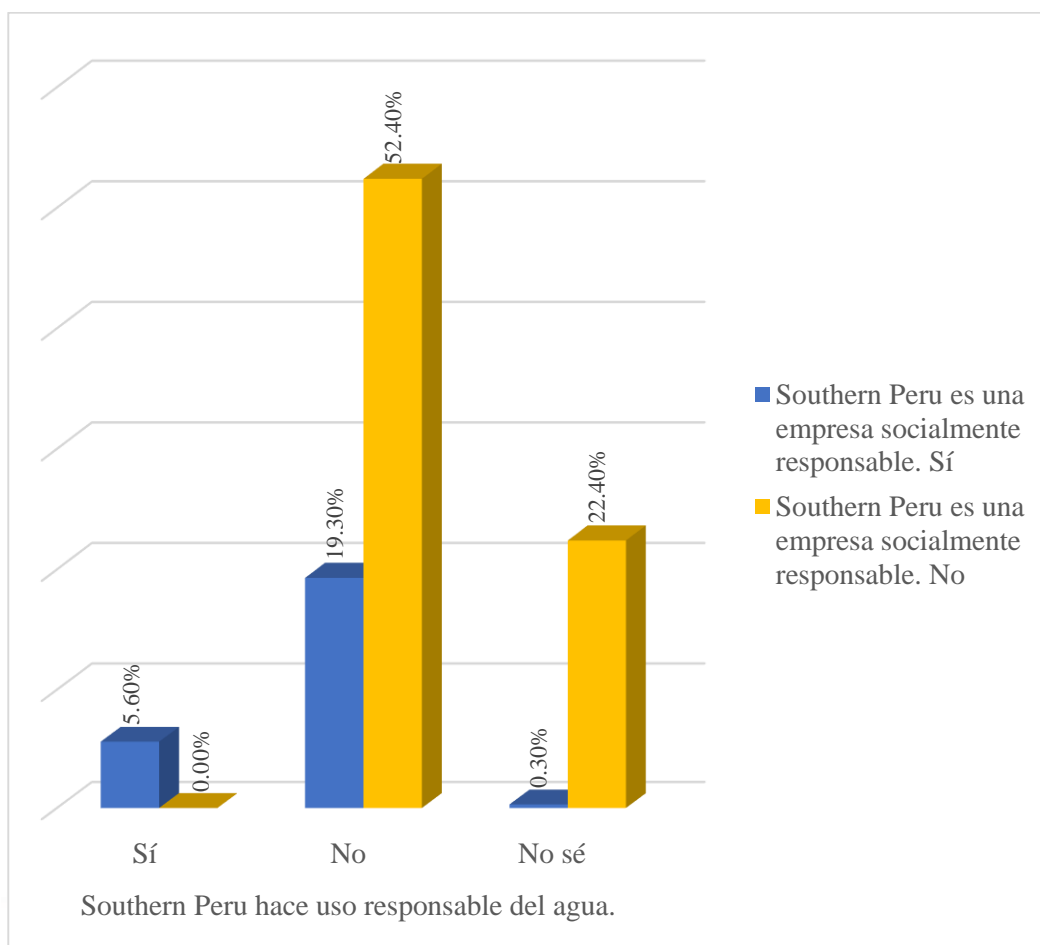


Tabla N°32

Relave minero depositado en Quebrada Honda y desempeño de Southern Peru con las leyes que protegen al medioambiente.

			Cumplimiento de las leyes protectoras del medioambiente.			Total
			Sí	No	No sé	
Relave minero en Quebrada Honda.	Me afecta	f	32	203	0	235
		%	9,0	56,9	0,0	65,8
	No me afecta	f	0	12	26	38
		%	0,0	3,4	7,3	10,6
	No sé	f	0	0	84	84
		%	0,0	0,0	23,5	23,5
Total		f	32	215	110	357
		%	9,0	60,2	30,8	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 2016.

En los resultados de la presente tabla, el 56,9% del total de encuestados, se ve afectado por la falta de acatamiento de las leyes que protegen al medioambiente por parte de Southern Peru y en relación al relave minero que dicha compañía arroja en Quebrada Honda; haciendo esto que el 23,5%, porcentaje que representa a 84 pobladores, indicaron no saber si la empresa cumple con las leyes y si le afecta el tema del relave minero.

Y sólo el 3,4% del total, no se sienta afectado por esta acción por parte de la empresa, pero la perciben como irresponsable en cuando a las leyes protectoras del medioambiente.

Gráfico N°32

Relave minero depositado en Quebrada Honda y desempeño de Southern Peru con las leyes que protegen al medioambiente.

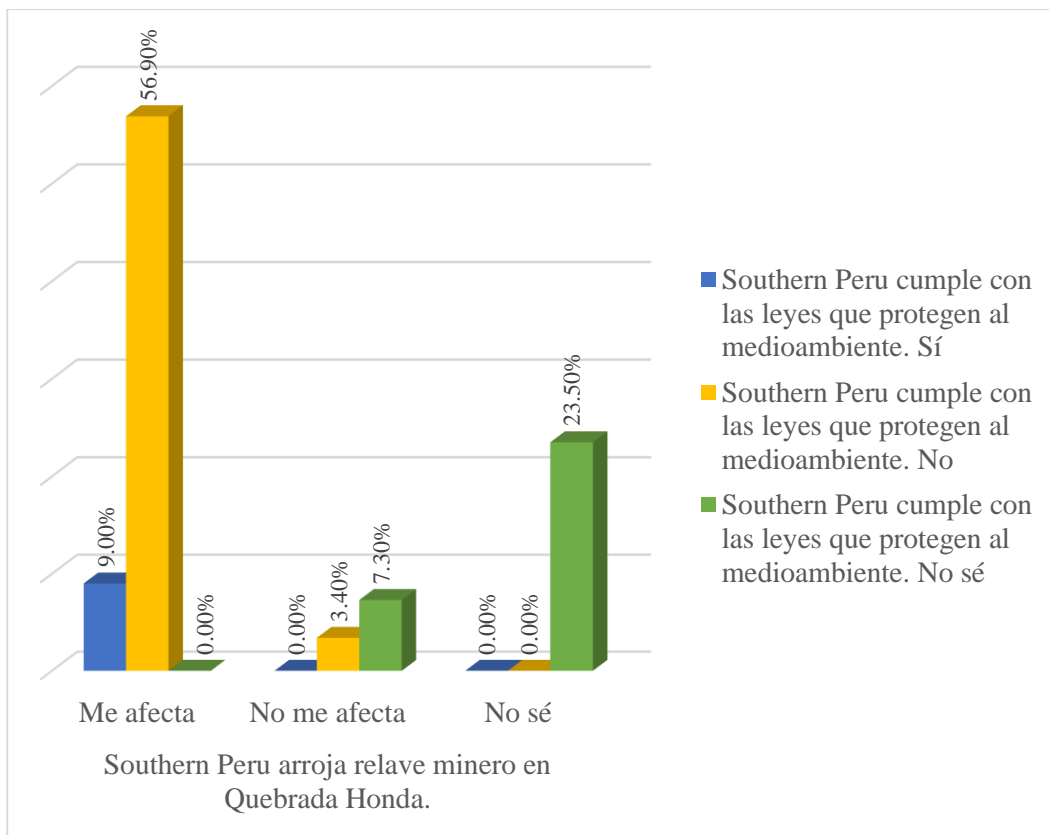


Tabla N°33

Responsabilidad Social asumida a través de acciones para promover la salud de la comunidad.

			Empresa Socialmente Responsable		Total	
			Sí	No		
Promoción de la salud de la comunidad.	Sí	f	90	6	96	
		%	25,2	1,7	26,9	
	No	f	0	162	162	
		%	0,0	45,4	45,4	
	No sé	f	0	99	99	
		%	0,0	27,7	27,7	
Total			f	90	267	357
			%	25,2	74,8	100,0

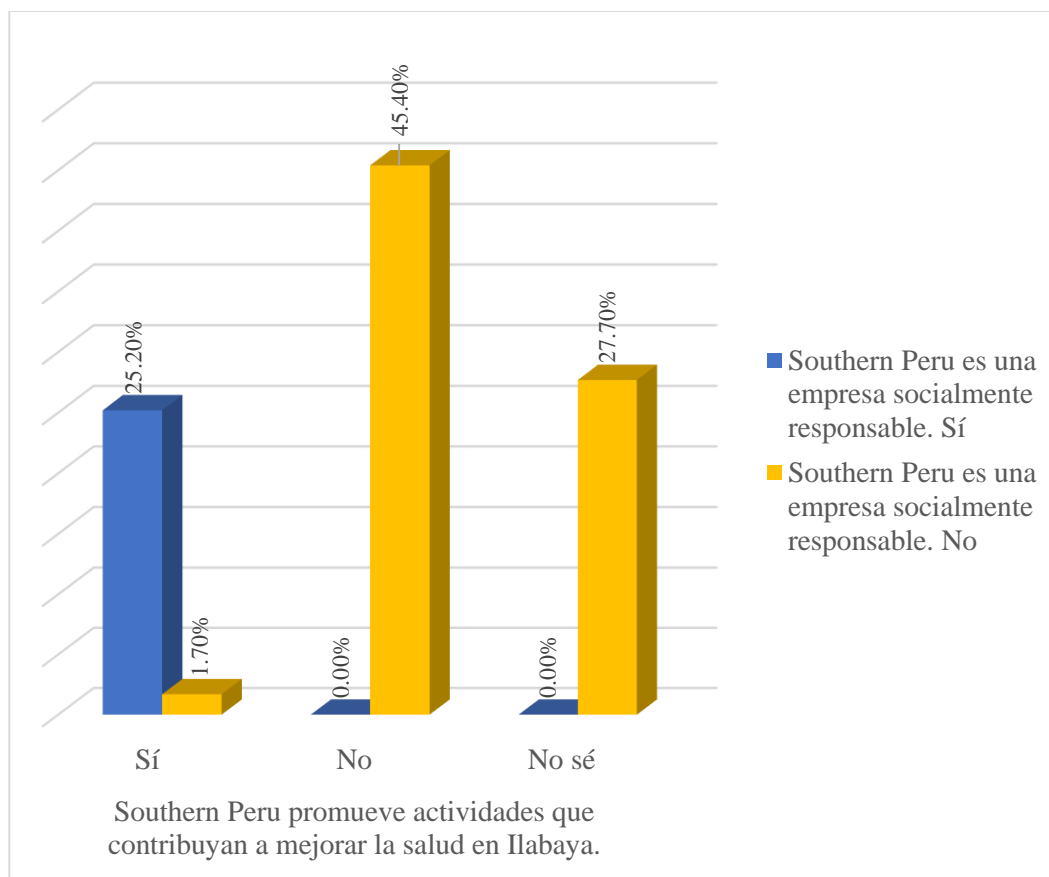
Fuente: Elaboración Propia, 2016.

En la Tabla N°23 se detalla que el 45,4% de la población encuestada, percibe a Southern Peru como una empresa que no se desenvuelve con responsabilidad social ya que no realiza actividades que muestre su interés en la salud de los pobladores del distrito de Ilabaya. En tanto que para un porcentaje menor, el 25,2%, si es una empresa socialmente responsable y promueve actividades para mejorar la salud.

El 27,7% de la población consultada, percibe que no es una empresa socialmente responsable pero a la vez desconoce si realiza alguna acción para contribuir en la salud de la comunidad.

Tabla N°33

Responsabilidad Social asumida a través de acciones para promover la salud de la comunidad.



Conclusiones

- Primera. Tras haberse realizado la investigación, se identificó la percepción negativa de la población de Ilabaya ante las acciones económicas como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru. Los resultados permiten concluir que la población de Ilabaya, no percibe beneficios económicos de la compañía minera, a pesar de conocer las obras financiadas por impuestos mineros y además de aceptar a la empresa minera como un elemento fundamental en el desarrollo del distrito.
- Segunda. De los datos obtenidos del estudio de las acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica en la empresa Southern Peru respecto a su desempeño medioambiental, se puede concluir que la percepción que tiene la población de Ilabaya no es positiva. El estudio permite entender que para los pobladores, los elementos contaminantes propios de la minería, no son controlados ni manejados responsablemente por parte de esta empresa; ya que se percibe un alto grado de impacto ambiental a los principales indicadores del medioambiente.
- Tercera. La población reconoce y destaca el voluntariado, las donaciones, el desarrollo de infraestructuras, impulso en la educación y la participación en actividades tradicionales, más no percibe el aporte de la empresa en cuanto al sector más importante del distrito, la salud. Asimismo, se encontró que la población no percibe tener acceso a la información de las operaciones de la compañía, lo que excluye determinadamente el ambiente de confianza y transparencia entre empresa y comunidad.

Sugerencias

- Primera. Al percibir la falta de conocimiento por parte de la población de Ilabaya de las acciones económicas que realiza la empresa Southern Peru, se sugiere que se cree, actualice o potencie el Plan de Comunicación y difusión de temas relevantes de los proyectos que realizan, para asegurarse de que la comunicación sea eficaz, entendible y sobre todo transparente; ya que de esta manera no sólo se asegurará una percepción positiva hacia la empresa, sino que se logrará un crecimiento económico integral en la población.
- Segunda. Se recomienda que la empresa Southern Peru reconsidere el presupuesto que determina a sus acciones de Responsabilidad Social en el ámbito medioambiental; tratando de invertir en programas y actividades que muestren su interés por proteger el medio ambiente; trabajando con colegios, autoridades y juntas vecinales para involucrarse en campañas en beneficio de su entorno. Al mismo tiempo, incentivar a la población de Ilabaya a contribuir con la empresa, ya que en la muestra estudiada se ve reflejada la importancia que tiene para la comunidad el cuidado de los recursos medioambientales.
- Tercera. Dados los resultados, se propone considerar la salud como un enfoque en las acciones de Southern Peru para generar beneficio social a la comunidad, acompañado de un plan comunicacional que se adapte a la población; de esta manera la comunidad construya una percepción favorable en el tema mencionado. Además, se recomienda no dejar de lado las acciones de la empresa en la que se informe a la comunidad de Ilabaya sobre los daños a los que están expuestos y sobre todo las medidas que toma la compañía para evitar ese impacto. En ese sentido se forjará la confianza y transparencia, que son importantes para ambas partes.

Referencias

Libros

- Amaya, O. Amaya, A. (2010). Banca y Medio Ambiente: Un ejercicio de Responsabilidad Social Empresarial. Volumen 1. Universidad Externado de Colombia. Colombia. p.57.
- Asencio, E. Vázquez, B. (2013). Simulación Empresarial. Primera Edición. Ediciones Paraninfo. Madrid, España. p.44.
- Barquero, J. Fernández, F. (2007). Los Secretos del Protocolo, las Relaciones y la Publicidad. Primera Edición. Lex Nova. España. p.182.
- Canessa, G. García, E. (2005). El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el mundo. Única Edición. Siklos SR. Lima, Perú. p.89-92.
- Carneiro, M. (2004). La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La Nueva Frontera de los Recursos Humanos. Primera Edición. Esic Editorial. Madrid, España. p.34, 54-55.
- Castilla, A. (2009). Relaciones Públicas Teoría e Historia. Primera Edición. Editorial UOC. Barcelona, España. p.16.
- Crary, J. (2008). Suspensiones de la Percepción: Atención, Espectáculo y Cultura Moderna. Primera edición. Ediciones AKAL. Madrid, España. p.32.
- Fernández, R. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. Única Edición. Editorial Club Universitario. San Vicente, España. p.65- 66.
- Martínez, H. (2011). Responsabilidad Social y Ética Empresarial. Primera Edición. ECOE Ediciones. Bogotá, Colombia. p.103.
- Matilla, K. (2008). Los Modelos de la Planificación Estratégica en la Teoría de las Relaciones Públicas. Primera Edición. Editorial UOC. Barcelona, España. p.116-117.
- Matilla, K. (2014). Cambio Social y Relaciones Públicas. Primera Edición. Editorial UOC. Barcelona, España. p.48-50.
- Morrós, J. Vidal, I. (2005). Responsabilidad Social Corporativa. Primera Edición. Fundación Confemetal Editorial. Madrid, España. p.26.
- Navarro, F. (2012). Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica. Segunda Edición. ESIC Editorial. Madrid, España. p.37-42.
- Ojeda, J. (2013) Relaciones Comunitarias en la Minería Peruana. Segunda Edición. Editorial UOC. Barcelona, España. p.139.

- Perdiguero, T. García, A. (2005). La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Única Edición. Imprenta Palacios, SL. Barcelona, España. p.119-122.
- Polo, C. (2006). Los Ejes Centrales para el Desarrollo de una Minería Sostenible. Primera Edición. Editorial CEPAL. Santiago, Chile. p.43.
- Rioseco, R. Ziliani, M. (1997). Pensamos y aprendemos: Lenguaje y Comunicación. Primera Edición. Editorial Andrés Bello. Santiago de Chile, Chile. p.22.
- Sáenz, C. (2012). ISO 26000 Guía de Responsabilidad Social Desarrollo de la Comunidad y Prácticas Laborales. Primera Edición. Cengage Learning. Buenos Aires, Argentina. p.62-64, 73-78, 117-118, 132-133, 149, 175.
- Santillana, M. (2006). La Importancia de la Actividad Minera en la Economía y Sociedad Peruana. Primera Edición. Editorial CEPAL. Santiago, Chile. p.47.
- Xifra, J. (2007). Técnicas de las relaciones públicas. Primera Edición. Editorial UOC. Barcelona, España. p.9.
- Xifra, J. (2010). Relaciones Públicas, Empresa y Sociedad. Primera Edición. Editorial UOC. Barcelona, España. p.28, 30-31.

Webs

- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las empresas. Recuperado de http://www.oiss.org/atprlja/IMG/pdf/libro_verde_sobre_RSE.pdf
- De Arce, R. (2016). Tablas de Contingencia. Recuperado de: https://www.uam.es/personal_pdi/economicas/rarce/pdf/tablas_contingencia.pdf
- E news. (2016). Mujeres con espíritu emprendedor. Recuperado de <http://emprendedoresnews.com/emprendedores/mujeres-con-espiritu-emprendedor.html>
- Gladwin, T. Kenelly, J. Krause, T. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/258959>.
- Instituto de Ingenieros de Minas del Perú. (2010). Minería Peruana: Contribución al Desarrollo Económico y Social. Recuperado de: http://www.iimp.org.pe/website2/publicaciones/MP_Contribucion_Desarrollo_Economico_Social_4.pdf

- Jimenez, A. (2009). Indicadores de desempeño ambiental en el marco de la ISO 26000 RS. Única Edición. PECVNIA. Toledo, España. p.112-126. <http://revpubli.unileon.es/index.php/Pecvnia/article/view/664>
- Portal Web Southern Peru (2016) Principios y Valores. Recuperado de <http://www.southernperu.com/ESP/acerca/Pages/PGPrincipios.aspx>
- Spadini, P. (2012). ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresaria y cuál es la Relación Verdadera con las Donaciones?. Recuperado de <http://negociosymanagement.com.ar/?p=1487>



Anexos

Anexo 1

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la percepción que Usted tiene sobre las acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica de la empresa Southern Peru en el distrito de Ilabaya. Los resultados se utilizarán sólo con fines de estudio, es de carácter anónimo y confidencial.

Esta investigación servirá para optar el Título Profesional de Licenciadas en Comunicación Social en la Universidad Católica de Santa María, por lo que agradecemos su participación.

Marque con una X en el recuadro que considere correcto.

SEXO:

- Masculino
 Femenino

1. ¿Cree que Southern Peru ha ayudado a Ilabaya en su desarrollo?

- Sí
 No

2. ¿Usted considera que el distrito de Ilabaya se ha visto beneficiado con alguna obra financiada por los impuestos mineros de Southern Peru (Canon y Regalías)?

- Sí
 No
 No sé

Si es que su respuesta fue SÍ, indique cuáles: _____

3. ¿Cree que la empresa Southern Peru prioriza puestos de empleo directos para la población del distrito Ilabaya?

- Sí
 No
 No sé

4. **¿Southern Peru promueve la creación de pequeñas y medianas empresas en el distrito de Ilabaya?**

- Sí
 No
 No sé

5. **¿Southern Peru participa en la creación de programas para fortalecer sus capacidades y habilidades?**

- Sí
 No
 No sé

6. **¿Considera que la empresa Southern Peru promueve el espíritu emprendedor en las mujeres del Distrito de Ilabaya? Si su respuesta es SÍ, explique de qué manera.**

- Sí
 No
 No sé

7. **¿Cree usted que Southern Perú hace uso responsable de la electricidad? Explique su respuesta.**

- Sí
 No
 No sé

¿Por qué? _____

8. **¿Considera que Southern Perú hace uso responsable del agua? Justifique su respuesta.**

- Sí
 No
 No sé

¿Por qué? _____

9. Southern Peru arroja sustancias contaminantes, como el relave minero, en Quebrada Honda. En su opinión...

- Me afecta
 No me afecta
 No sé

¿Por qué? _____

10. ¿Cree usted que la empresa Southern Peru cumple con las leyes que protegen al medioambiente en Ilabaya (Toquepala)? Justifique su respuesta.

- Sí
 No
 No sé

¿Por qué? _____

Califique de 1 a 5 el grado del impacto ambiental (daño) que usted cree que generan los elementos contaminantes de la minería por parte de Southern Mira, siendo 1 el nivel de impacto más bajo y 5 el nivel de impacto más alto.

	1	2	3	4	5
11.Nivel de impacto ambiental que se genera al aire					
12.Nivel de impacto ambiental que se genera al agua					
13.Nivel de impacto ambiental que se genera al suelo					
14.Nivel de impacto ambiental que se genera a los animales					
15.Nivel de impacto ambiental que se genera a las plantas					

16. ¿De qué manera Southern Peru promueve la Educación en el distrito de Ilabaya?

- Construcción de centros educativos.
 Capacitación a profesores.
 Implementación a aulas (donación de libros, útiles, escritorios, sillas, etc)
 Campañas Educativas
 No promueve la educación
 Otra: _____

17. ¿Southern Peru promueve actividades que contribuyan a mejorar la salud de su comunidad?

- Sí
- No
- No sé

Si es que su respuesta fue SÍ, indique cómo: _____

18. ¿Con qué obras de infraestructura, promovidas por Southern Peru, se ha visto beneficiado el distrito de Ilabaya?

- Pistas y veredas
- Construcción y/o mantenimiento de Carreteras
- Centros de salud
- Construcción de Mercados
- Riego Presurizado
- Construcción de canales, bocatomas.
- Construcción de reservorios
- Planta de Tratamiento de Agua Potable
- Construcción de locales comunales
- Obras de agua, desagüe y alcantarillados
- Ninguna
- Otros: _____

19. ¿Sobre qué tipo de riesgos que produce el área operativa Toquepala, le ha informado Southern Peru?

- Riesgos Ambientales
- Riesgos Sociales
- Ambos
- Ninguno

20. Considera que el distrito de Ilabaya se ha visto favorecido por donaciones y voluntariado por parte de la empresa Southern Peru?

- Sí
- No
- No sé

Si su respuesta fue SÍ, indique cuáles: _____

21. De acuerdo a su apreciación, ¿Cree que la empresa Southern promueve y participa de las actividades tradicionales de Ilabaya?

- Sí
- No
- No sé

22. Marque las alternativas en las que Usted cree que Southern Peru contribuye a la conservación y protección de los patrimonios culturales mencionados a continuación.

- Cataratas de Panina
- Cataratas de Purunbraya
- Cuevas y Pinturas rupestres de Toquepala
- Petroglifos de Colocaya
- Piedra de Mirave
- Campiña de Ilabaya
- Camélidos sudamericanos
- Ninguna
- Otra: _____

23. En general, piensa que Southern Peru es una empresa socialmente responsable

- Sí
- No