

IMPACTO DE LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO EN LA INDUSTRIA MINERA LATINOAMERICANA

IMPACT OF CREATING SHARED VALUE IN THE LATIN AMERICAN MINING INDUSTRY

Jafel Granados García¹

(1) Universidad Católica de Santa María, Arequipa - Perú.

RESUMEN: Este artículo, resultado de un proyecto de investigación acerca del impacto generado gracias a la creación de valor compartido en la industria minera tiene por objetivo determinar los resultados a nivel empresarial y social de crear proyectos que puedan resolver el reto de valor compartido en la industria minera latinoamericana. Dentro del artículo científico se conceptualiza el significado de valor compartido y otros conceptos de interés, tomando como fuente base de teoría la de Porter y Kramer, además, se muestra la evolución del concepto de valor compartido a lo largo de los años, pudiendo concebirse hoy en día como un impacto colectivo de beneficio común entre las empresas mineras y la comunidad. Asimismo, al tener un enfoque de metodología de análisis documental, se investiga a 3 compañías mineras con presencia en Latinoamérica (Perú, Chile y Brasil) y se verifica la existencia de un plan de acción para afrontar el reto de valor compartido, evaluando su relevancia a través de tres criterios: Reconociendo productos y mercados, redefiniendo la productividad en la cadena de valor y construyendo clusters de apoyo para el sector. Obteniendo como resultado que el impacto generado por la creación de valor compartido ha funcionado como una estrategia empresarial.

Palabras clave: Valor compartido, Responsabilidad Social Corporativa (RSC), empresa, Comunidad, dependencia económica.

ABSTRACT: This article, the result of a research project on the impact generated by the creation of shared value in the mining industry, aims to determine the results at the business and social level of creating projects that can solve the value challenges shared in the Latin American mining industry. The scientific paper conceptualizes the meaning of shared value and other concepts of interest, based on the theory of Porter and Kramer, and shows the evolution of the concept of shared value over the years, which can be conceived today as a collective impact of common benefit between mining companies and the community. Also, having a methodology approach to document analysis, we investigated 3 mining companies with a presence in Latin America (Peru, Chile, and Brazil) and verified the existence of an action plan to address the shared value challenge, assessing their relevance through three criteria: Reconnecting products and markets, redefining productivity in the value chain and building support clusters for the sector. Getting, as a result, the impact generated by the creation of shared value has worked as a business strategy.

Keywords: Shared Value, Corporate Social Responsibility (CSR), company, community, economic dependence.

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los grandes retos de la industria minera además de la sostenibilidad y medio ambiente y la minería 4.0 es el reto de valor compartido. Las poblaciones que se caracterizan por su concentración de minerales y su alto número de proyectos mineros son esas mismas que presentan diferentes problemáticas sociales.

Melamed-Varela et al. (2018) menciona que durante los últimos años, se ha incrementado la inversión minera en Latinoamérica y con los escenarios de conflictividad cada vez más frecuentes, las empresas buscan estrategias que les permitan generar una relación permanente de confianza con sus grupos de interés y sobre todo en sus zonas de operación.

La relación entre el sector privado y el territorio ha cambiado durante la última década. Si bien el concepto del papel de la empresa en la sociedad y su responsabilidad hacia ella está cambiando, el territorio ya no se entiende como un espacio físico "objetivamente existente" -

o simplemente limitado por consideraciones administrativas y ahora se entiende como una construcción social (Calvo et al., 2020).

Además, el planteamiento de acciones que contribuyan al logro de objetivos de desarrollo sustentable y a la generación de valor significativo para el crecimiento social, mediante un trabajo mancomunado es una labor que está siendo reemplazada por simplemente subvenciones a la población como se ha acostumbrado.

El concepto de valor compartido nace a raíz de la idea de que las empresas son causa importante de los problemas sociales, ambientales y económicos.

La percepción de que las empresas prosperan a costa de la comunidad se ha popularizado y la confianza en ellas, sobre todo en las mineras, se ha desgastado tanto que incluso cuando se implementan tareas de responsabilidad social corporativa más se les culpa de agravar los problemas sociales (Porter & Kramer, 2011).

Esta percepción se ha agravado aún más en los últimos años porque algunas empresas aún creen en el concepto anticuado de valor, priorizando el desempeño financiero de sus organizaciones y pasando por alto las verdaderas necesidades de la sociedad.

Correspondencia:

Jafel Granados García

E-mail: jgranados@ucsm.edu.pe



Fig. 1 Factores que determinan la creación de valor compartido

Nota. La figura 1 muestra los factores que determinan la creación de valor compartido en las empresas según Porter & Kramer (2011)

Por su parte, hay otros autores que definen el valor compartido como una estrategia empresarial. Mutis (2013) menciona que no hay mejor estrategia de negocios que aquella que combina el desarrollo económico empresarial con la prosperidad social, de tal manera, aprovechan sus activos principales, como sus tecnologías, capital intelectual, capital humano, sus redes de distribución y comercialización, para la generación de utilidades y asu vez para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos.

Ahora bien, tal como lo menciona Porter y Kramer la falta de confianza y credibilidad en las empresas ha ocasionado que algunos líderes políticos hagan cambios legislativos que impactan negativamente la competitividad y el desarrollo económico, por lo tanto, la posición de parte del sector privado es de indiferencia frente a la creación de valor.

A Pesar de ello, las empresas inteligentes incorporan un conjunto de mejores prácticas, trabajan con ética y a la hora de tomar decisiones son justos y razonables, satisfaciendo plenamente las expectativas fijadas por los agentes con los que cooperan, a pesar de tener dificultades ocasionadas por factores políticos (Muñoz, 2013).

Históricamente han surgido diversas perspectivas sobre los valores compartidos, como los enfoques propuestos por el sistema capitalista, la investigación ética, el comportamiento filantrópico y el no tan lejano concepto de responsabilidad social corporativa. Estos métodos son opuestos entre sí. Por un lado, queremos priorizar la visión productiva y rentable de la empresa y por otro lado la empresa tiene la obligación moral y ética de beneficiar a las personas y a la sociedad en sus operaciones (Pinzón & Osorio, 2017).

Esta práctica evolucionó posteriormente hacia un concepto más específico llamado "filantropía". El trofeo estratégico destaca las actividades filantrópicas con un propósito identificable: vincular la acción benéfica con la imagen de la empresa y conseguir buena voluntad, mayor compromiso con los empleados de la organización, así como el reconocimiento social y la reputación de

conciencia social que tiene la empresa (Caravedo, 2011)

Kramer y Pfitzer (2016) estudiaron el impacto de la creación de valor compartido al cual denominaron *impacto colectivo* y explican que, si las empresas pudieran estimular el progreso social en todas las regiones del mundo, la pobreza, la contaminación y la enfermedad disminuirían y las ganancias corporativas aumentarían.

Esto quiere decir que, al beneficiar el desarrollo socioeconómico de las personas, estas mismas están en la capacidad de poder consumir más, convirtiéndose incluso en clientes de las empresas que impulsan el desarrollo social o, como en el caso de las empresas mineras, las comunidades les otorgan un *permiso ambiental* para que estas organizaciones continúen con sus operaciones porque tienen la seguridad de que los intereses de la empresa van más allá de lo monetario.

De hecho, en los últimos años, la creación de valor compartido determina el éxito financiero de una manera que también produzca beneficios sociales e incluso las corporaciones que antes eran conocidas por su enfoque inflexible se han embarcado en importantes iniciativas de generación de valor compartido (Forero, 2016).

Por lo tanto, se desecha la idea anticuada sobre valor compartido que se percibe como una obligación que perjudica financieramente a la empresa y beneficia únicamente a la sociedad.

Asimismo, Sáenz (2019), argumenta que, considerando el contexto empresarial actual, lo que determina el éxito, la sostenibilidad y la competitividad de las empresas es la mejora continua de prácticas. Teniendo en cuenta que no solo se hace referencia a prácticas orientadas a las actividades empresariales, sino que también a prácticas que humanicen a la empresa.

En tal sentido, Medrano (2011) se refiere a las prácticas que humanizan las empresas a todo trabajo que le permita involucrarse en la solución de los problemas de carácter social, económico y ambiental de su entorno; es decir, que los valores de la empresa se proyecten hacia la sociedad.

Ahora bien, se presenta un fenómeno en América Latina causado por las reformas neoliberales en donde el sector minero-extractivo se ha convertido en el mayor aportador del crecimiento económico en muchos países en vías de desarrollo, convirtiéndose en economías dependientes (Bedoya, 2007).

Esto se refleja, por ejemplo, en el caso peruano de La Oroya, mismo que tuvo gran exposición no solo por las emisiones contaminantes provenientes de las actividades metalúrgicas que afectaron la salud de miles de familias, sino que también por la dependencia económica hacia el complejo minero Doe Run Perú, quien en su momento de operación era el mayor empleador de la Oroya (Alarcón, 2012).

Por el contrario, también hay otras empresas que han asumido su rol como agentes de cambio. Se podría tomar como ejemplo a la compañía minera Anglo American. Quien en el 2016 impulsó el primer gran programa para diagnosticar y tratar el VIH/SIDA en Sudáfrica con el fin de proteger su fuerza laboral.

Así pues, en los últimos años, la geografía de América Latina se ha dividido según intereses financieros corporativos, según disputas sociopolíticas por los recursos naturales que la comunidad reclama como propios; por otro lado, creando significativas

externalidades negativas que socavan tanto la idea de responsabilidad social corporativa en el mundo privado como la supervisión y garantías que el Estado puede brindar (Fernández-Labbé, 2020).

En función a lo anteriormente expuesto, la industria minera debe alinear su continuo crecimiento con un futuro sostenible. Así, internalizar todos los costos y desarrollar estrategias que minimicen la presión que causan sobre el ecosistema, crear valor compartido, generar confianza entre las partes interesadas, pasar de flujos lineales a circulares y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (World Economic Forum, 2015).

Por ello, el objetivo de esta investigación es exponer el impacto generado a nivel organizacional y para con la comunidad de crear valor compartido en las empresas que pertenecen a la industria minera.

METODOLOGÍA

El método utilizado para la investigación se centra en la evaluación de 3 compañías mineras latinoamericanas, elegidas por su significativa participación y relevancia en el mercado minero Latinoamericano. La empresa peruana Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A. (Cerro Verde), la Corporación Nacional del cobre de Chile (CODELCO) y Vale S.A ubicada en Brasil, fueron estudiadas a través del método de análisis documental (portales de transparencia, notas, reportes, documentos, fichas, etc.) para determinar si existen programas o proyectos para la creación de valor compartido y cuál es el impacto generado.

Para determinar si se está creando o no valor compartido se utiliza como referencia la teoría de Porter y Kramer (2011) que menciona tres criterios para crear valor:

- a) Reconociendo productos y mercados.
- b) Redefiniendo la productividad en la cadena de valor.
- c) Construyendo clústeres de apoyo para el sector en torno a las instalaciones de la empresa.

RESULTADOS

Frente al primer criterio de evaluación, la Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A. (Cerro Verde) responde con un enfoque en salud y protección del medio ambiente a través de su programa "Círculo virtuoso del agua" el cual busca mejorar la gestión hídrica construyendo un sistema de tratamiento de agua potable llamado Miguel de la Cuba Ibarra, que actualmente impacta de manera positiva a más de 300,000 personas en la ciudad de Arequipa e instalando un sistema de limpieza y mejoramiento de las compuertas reguladoras de la bocatoma Socosani.

En función a la redefinición productiva de la cadena de valor, Cerro Verde cuenta con un programa de Becarios profesionales y técnicos que le permite formar talentos acordes a sus necesidades, y a su vez, darle la oportunidad de los profesionales de la zona de recibir educación de calidad y con valor en el mercado.

Respeto al desarrollo de clústeres locales, Cerro Verde trabaja de la mano con diferentes empresas públicas y privadas, además de asociaciones como la Clínica San Juan de Dios, Juntas de Usuarios de Riego, Comisiones de Usuarios y Asociaciones Productivas, el Instituto Regional de Enfermedades Neoplásicas del Sur (IREN), Tecsup, entre otras.

Generando un impacto positivo sobre la imagen de la empresa y sobre la comunidad. El impacto en la comunidad, específicamente en el sector salud y agrícola es significativo por los más de 10 centros de salud equipados y por la cantidad de agricultores beneficiados con los módulos para certificación Global Gap.

Por su parte, CODELCO destaca por su aporte en la creación de clústeres económicos puesto que en el año 2022 las compras a proveedores locales superaron los US \$248 millones.

Sin embargo, no existen cifras cuantificables que nos permitan identificar si efectivamente se está reconociendo productos y mercados puesto que solo se menciona en sus reportes anuales del 2022 la creación de programas como "Juntos emprendemos de local", "Juntos jugamos de local", "Juntos aprendemos de local" y "Juntos desarrollamos agua local" enfocándose en el desarrollo de proveedores locales y de las comunidades cercanas.

Además, en sus portales de transparencia se menciona la firma de 74 convenios de inversión comunitaria por un valor de US\$ 1.463.407, lo que se podría resultar en una dependencia económica de la comunidad hacia la mina, porque una vez más, se les brinda facilidades, pero no se les convierte en agentes económicos activos.

Con relación a la productividad en la cadena de valor también se destaca los proyectos de CODELCO que emplean tecnología para realizar operaciones subterráneas, la construcción de muros de tranques y la recirculación de agua.

La tercera compañía minera latinoamericana evaluada es Vale S.A, quien estima más esfuerzo al cumplimiento del primer criterio para crear valor compartido, enfocándose en el sector de educación, salud y asistencia social. La creación de la fundación Vale tuvo lugar en el 2022 y su objetivo principal es alfabetizar a la comunidad y luchar contra la exclusión escolar, tiene presencia en 12 municipios de los estados de Pará, Río de Janeiro y Espírito Santo.

Uno de sus programas con más impacto en la comunidad es el de formación de trabajadores del sector educativo, elaboración de material didáctico y pedagógico, promoción de la lectura y la cultura, entre otras.

En adición, una de las organizaciones destacadas de la minera Vale S.A es el Instituto Cultural Vale, fundado en el 2020 y con un impacto significativo y positivo sobre la formación artística de jóvenes brasileños.

Fundo Vale, otra de las organizaciones del gigante brasileño, fue creado con el fin de crear una bioeconomía y entre el 2009 y 2020 respaldó 75 iniciativas sociales y ambientales.

El impacto resultó en 23 millones de hectáreas de áreas protegidas.

Respecto a las mejores prácticas para la competitividad en la cadena de valor, la empresa emplea tecnologías que aseguren la eficiencia en la logística y energía de sus operaciones. Además, aproximadamente un 54% del consumo energético es abastecido por generación propia, utilizando fuentes hidroeléctricas y eólicas para una minería sustentable.

Café Apuí, Dinamo, Imaflora, Latimpacto, Kaeté e Imazon son algunas de las organizaciones que forman parte de un clúster de apoyo para las diferentes actividades que desarrolla Vale S.A.

DISCUSIÓN

Es común que las empresas atraviesen 3 etapas para conseguir conciencia social. En primer momento se trata de establecer buenas relaciones con sus grupos de interés a través de la implementación de actividades de carácter caritativo como; subvenciones, empadronamientos, chocolatadas, eventos de caridad, etc. Posteriormente la empresa acepta su responsabilidad como agente de cambio y nace el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

La RSC implica un mayor nivel de intercambio de valor con la comunidad, pero aún está limitada por los deseos de los accionistas para lograr mayores ganancias. Invertir en escuelas, educación de las personas, actividades sociales, etc. crear mayores obligaciones sociales.

El siguiente nivel es la creación colaborativa de valor, en la que las empresas deben alinear sus capacidades de creación de valor con las necesidades de la sociedad. Cuando ambas cosas suceden simultáneamente decimos que se ha creado valor para la sociedad. Si quisiéramos hacer una analogía en el ámbito de la satisfacción comunitaria, diríamos que la filantropía puede satisfacer a las personas por un día, mientras que la RSE puede satisfacer a la comunidad durante un año. Por otro lado, crear valor compartido es una experiencia continua que dura toda la vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1]. Melamed-Varela, E., Blanco-Ariza, A. B., & Rodríguez-Calderón, G. (2018). Creación de valor compartido: estado y contribuciones a la sostenibilidad corporativa. *Revista EAN*, (85), 37-56.
- [2]. Calvo, G., Pérez-Hoyos, O. I., & Romero-Amaya, M. C. (2020). Miradas cruzadas sobre el enfoque territorial de la responsabilidad social, la gobernanza y la sostenibilidad. *Revista Opera*, (26), 3-14.
- [3]. Porter, M., & Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 89(1), 32-49.
- [4]. Mutis, G. (2013). Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto. *Semana Sostenible*, 115, 114-118.
- [5]. Muñoz-Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 7(3).
- [6]. Pinzón, M. M., & Osorio, M. G. (2017). Factores incidentes para crear valor compartido en las mipymes de Bogotá. *Suma de negocios*, 8(18), 96-105.
- [7]. Caravedo, B. (2011). Desarrollo sostenible, ética, filantropía y responsabilidad social. *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*, 229.
- [8]. Kramer, M. R., & Pfitzer, M. W. (2016). The ecosystem of shared value. *Harvard business review*, 94(10), 80-89.
- [9]. Forero, Y. M. (2016). Creación de valor compartido. *Ploutos*, 2(2), 28-32.
- [10]. Saenz, C. (2019). Creating shared value using materiality analysis: Strategies from the mining industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1351-1360.
- [11]. Medrano, A. (2011). IMPORTANCIA DE LA VISIÓN HUMANISTA PARA LA EMPRESA.
- [12]. Bedoya, G. (2007). Bebbington, Anthony (ed.). Minería, movimientos sociales y respuestas campesinas. Una ecología política de transformaciones territoriales. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, (36 (3)), 449-451.
- [13]. Alarcón, F. B. (2012). El problema ambiental de la La Oroya y su construcción social y política a través del análisis de las propuestas institucionales, legales y participativas de remediación. Pontificia Universidad Católica del Perú (Peru).
- [14]. Fernández-Labbé, J. (2020). El territorio como espacio contradictorio: promesas y conflictos en torno a la actividad extractiva en Ecuador, Colombia, Perú y Chile. *Eure (Santiago)*, 46(137), 225-246.
- [15]. CCSI (2016). Mapping Mining to the Sustainable Development Goals: An Atlas. World Economic Forum.

Recibido el 4 de noviembre del 2024 y aceptado para su publicación el 9 de diciembre del 2024.