

IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR CARBONIFERO EN EL MUNICIPIO DE
SAMACÁ EN BOYACÁ.

JAIRO ORLANDO PEDRAZA CANARIA
MAURICIO ANDRES PINEDA CONTRERAS

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA
MAESTRIA EN ADMINSITRACION ECONOMICA Y FINANCIERA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
TUNJA
2014

IMPACTO SOCIOECONOMICO DEL SECTOR CARBONIFERO EN EL MUNICIPIO DE
SAMACÁ EN BOYACÁ.

JAIRO ORLANDO PEDRAZA CANARIA
MAURICIO ANDRES PINEDA CONTRERAS

ASESOR:
VICTORIA EUGENIA LANZAS DUQUE
M.A: En Administración con Énfasis en Mercadeo

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA
MAESTRIA EN ADMINSITRACION ECONOMICA Y FINANCIERA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
TUNJA
2014

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCION	
2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
3.DELIMITACION	3
4.OBJETIVOS	4
4.1 Objetivo General	4
4.2 Objetivos Específicos	4
5. JUSTIFICACION	5
6. MARCO DE REFERENCIA	6
6.1 Marco teórico	6
6.1.1Definicion de la RSE	6
6.1.2 La percepción de la RSE visión gerencial	6
6.1.3 Fundamentos básicos de la RSE	7
6.1.4 Etapas del comportamiento empresarial	7
6.1.5 Beneficios de la RSE para la empresa	10
6.1.6 Alcance de la RSE	11
6.1.7 Retos de la RSE	12
6.1.8 Historia de la guía técnica colombiana de la RSE	11
6.1.9 Porque medir la RSE	12
6.1.10 Indicadores de la RSE	13
6.1.11 Uso de la indicadores	15
6.1.12 Normas de la RSE	15
6.1.13 Como evaluar la RSE	16
6.1.14 La RSE en Colombia	16
6.1.15 El caso de la minería	18
6.1.16 Normatividad y certificaciones internacionales	18
6.1.17 Temas centrales guía Iso 26000	19
6.1.18 Etapas para evaluar el impacto social	19
6.1.19 El Carbón en el mundo	22
6.1.19.1Produccion de Carbón en el Mundo	22
6.1.19.2 Comercio de Carbón en el mundo	22
6.1.19.3 Consumo de Carbón en el mundo	23
6.1.20 La minería en Colombia	23
6.1.20.1La minería del Carbón en Colombia	25
6.1.20.2 El Carbón en Colombia	25
6.1.20.3 Sector Carbón en Boyacá	28
6.2 MARCO CONCEPTUAL	30
6.3 MARCO NORMATIVO LEGAL	31
6.4 MARCO SITUACIONAL	35
6.4.1 Caracterización del municipio de Samacá	35

6.4.2 Pisos térmicos y territorio	36
6.4.3 Dimensión poblacional	36
6.4.4 Tamaño	36
6.4.5 Censo poblacional	36
6.4.6 Crecimiento	37
6.4.7 Población	37
6.4.8 Actividad Industrial	38
6.4.9 Actividad Minera en el municipio de Samacá	38
6.4.10 Explotación de Carbón en Samacá	39
6.4.11 Actividad minera en Samacá	41
6.4.12 Dimensión ambiente construido	42
6.4.13 Infraestructura vial y de transporte	42
6.4.14 Infraestructura de espacio publico	43
6.4.15 Infraestructura de servicios públicos	43
6.4.16 Plan de desarrollo de Samacá	43
6.4.17 Porque se presentan las ONG	45
7. DISEÑO METODOLÓGICO	48
7.1 TIPO DE INVESTIGACION	48
7.2 FASES DE LA INVESTIGACION	48
7.3 UNIVERSO	48
8. ANÁLISIS DE LA INFORMACION	51
8.1 Análisis encuesta 1	51
8.2 Análisis encuesta 2	54
9. RECURSOS DE LA INVESTIGACION	64
10. PROPUESTA	65
11. CONCLUSIONES	68
12. RECOMENDACIONES	69
13. BIBLIOGRAFIA	70
14. ANEXOS	73

INTRODUCCION

Desde la incursión de las personas en el sistema productivo de las organizaciones, se han buscado estrechar las relaciones en pro de una mejor manera de convivir, en donde la equidad, la ética y las responsabilidades por los demás son algunas de las directrices en las que basa su razón de ser, ante la sociedad.

Actualmente los países desarrollados al igual que sus empresas se han preocupado por trabajar en la parte social y productiva de cada organización en beneficio de los mercados nacionales y extranjeros, es así como en Colombia ya se observa un alto crecimiento en la creación de políticas y directrices de responsabilidad social empresarial, especialmente en las empresas que extraen los diversos minerales del subsuelo como es el Carbón: puesto que no es solo dar una remuneración salarial a los trabajadores que contribuyen al proceso productivo. Con el fin de poder mantener la actividad económica en el sector.

Es así como las empresas públicas y privadas además de las diferentes instituciones educativas del país han involucrado en sus metas a corto y largo plazo maneras para incluir dentro de las organizaciones una conciencia de responsabilidad social empresarial que permitan reducir esfuerzos para facilitar la creación de estrategias orientadas a satisfacer las necesidades de la comunidad en mutuo acuerdo con las expectativas de expansión y desarrollo de las diferentes industrias. Por lo cual las tendencias de las empresas van a estar orientadas a invertir en innovación y desarrollo de nuevos programas que generen nuevas oportunidades para mejorar la calidad de vida de las personas más necesitadas y así poder asegurar un alto beneficio social.

Desde este punto de vista la importancia que tiene la responsabilidad social empresarial en nuestro país, estará determinada por la coherencia que se presente entre el factor humano, la comunidad y las proyecciones de expansión organizacional mediante la adquisición de nuevas maneras de poder identificar y medir el grado en que se encuentra la empresa ante la comunidad en donde desarrolla sus actividades y si poder mitigar las controversias que se generan entre la población y la industria por un desarrollo sostenible.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como es sabido el municipio de Samacá desde hace muchos años es caracterizado por sus empresas de minas de carbón, como son: C.I milpa S.A, Carbones Andinos, C.I prodiser y C.I Jhan; siendo estas las más grandes de la región, las cuales han ido exportando este mineral de forma gradual con el pasar de tiempo; debido a su alta calidad de carbón y coque generada por la calificada mano de obra empleada y el compromiso de cada habitante de este municipio.

Es por esta razón que muchos de los 18.800 habitantes de Samacá se dedican principalmente a la minería de carbón ya sea con minas propias o como empleados de las empresas presentes en esta área del departamento; con la apertura de nuevos mercados con Brasil, China, Cuba. Se ha incrementado el número de empresas y mano de obra requerida y de profesionales en áreas como: Ing. de minas, Ing. electromecánicos y tecnólogos en minas y salud ocupacional, entre otras áreas; provenientes de otras regiones y municipios del país.

Lo cual ha generado una baja acción hacia la responsabilidad social con Samacá por parte de empresas que solo buscan beneficios particulares con la extracción y comercialización de este mineral (carbón), además de reducir el compromiso de la población con el sector empresarial de la región y viceversa. Presentando comportamientos similares en otras regiones del país en donde también se extrae este mineral o se desarrolla la minería. Haciendo que se desconozca de forma concreta el compromiso social y económico que tiene cada empresa presente en este municipio y dejando de lado la percepción de los habitantes con respecto las necesidades palpables en lo referente al compromiso empresarial hacia el desarrollo de la región.

Estos son los principales problemas de interés y de análisis para el proyecto; además no son ajenos a la crisis que están pasando las distintas comunidades a nivel nacional en donde la minería muchas de las veces es ilegal y afecta directamente a los ciudadanos y necesidades de los municipios.

Si la población no determina y conoce el grado de desarrollo que se esta generando por la actividad minera del sector carbonífero en este municipio, y no reconocen el compromiso social de las diferentes empresas del sector con la comunidad; puede ocurrir un atraso social y económico, debido al desconocimiento de estos aspectos y demás criterios de crecimiento dentro del sector. Ya que los diferentes rubros por regalías económicas y de tipo social son prioritarios para la comunidad que habita en las zonas de explotación de este mineral.

DELIMITACIÓN

La investigación se desarrollo en el municipio de Samacá, considerando que se presentan altos niveles de extracción de carbón y como consecuencia se generan oportunidades laborales en esta actividad; aspectos que hacen que la economía de este municipio se fortalezca en el sector minero y turístico continuamente.

En el departamento de Boyacá se presenta la actividad minera de forma masiva, ya que cuenta con terrenos aptos para ejercer esta tarea, además la mano de obra no calificada y calificada es abundante en esta zona del país por estar en cercanías de la ciudad de Tunja, capital universitaria por excelencia.

Aunque la investigación se centró especialmente en el municipio de Samacá en Boyacá, esto no impide que se puedan realizar proyecciones a todo el departamento; o lugares cercanos a la ubicación de municipios productores de carbón; implicando esto que la cobertura del proyecto pueda ser ampliada en un futuro a otros departamentos del país.

OBJETIVOS

General

Establecer el impacto que tiene la minería del carbón en el desarrollo socioeconómico del municipio de Samacá en Boyacá.

Específicos.

- Identificar que empresas conforman el sector carbonífero en el municipio Samacá.
- Conocer el compromiso de responsabilidad social que tienen las empresas mineras con este municipio.
- Determinar el nivel de empleo que se genera desde la industria carbonífera. hacia la población del municipio de Samacá.
- Evaluar la percepción que tienen los habitantes de Samacá con respecto al desarrollo de su municipio a razón del sector carbonífero.
- Identificar las expectativas de compromiso social que tiene la población de Samacá con este sector.

JUSTIFICACION

El desarrollo de este trabajo se fundamenta, en la necesidad de conocer la importancia y trayectoria de la responsabilidad social que han tenido las empresas del sector carbonífero del municipio de Samacá; con relación a la población activa; en lo referente a las necesidades y desarrollo de tipo sociocultural. motivo por el cual es necesario conocer la responsabilidad social que tienen las empresas con la población en mención y los beneficios que reciben en contraprestación.

La elaboración de esta investigación permitió identificar la percepción de la comunidad hacia las empresas carboníferas del municipio y viceversa, con lo cual se pudo direccionar a cabalidad las diferentes estrategias para conocer, registrar y medir las tendencias y desarrollo de las actividades de Responsabilidad Empresarial, para poder así presentar algunas pautas que permitan mostrar de forma evidente el compromiso de las empresas con la comunidad.

Con este documento se logró identificar las falencias que poseen las empresas de este sector hacia la parte de inversión social o mantener la estructura de inversión de recursos que existe para mejorar la calidad de vida de las personas presentes en esta parte del departamento.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO

6.1.1 Definición de la responsabilidad social No existe una única definición de la “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE). Por ejemplo, el International Organisation of Employers (IOE) la define como “el deber de las empresas de integrar aspectos sociales y de medio ambiente en sus negocios, y en sus relaciones con las partes interesadas”.

Por otro lado, para las Naciones Unidas la (RSE) Responsabilidad Social Empresariales, “el deber de una empresa de abstenerse de crear consecuencias negativas para la sociedad, el medio ambiente o la economía en la cual desarrolla sus actividades.”

Entre tanto, el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) la define como “la capacidad de respuesta que tiene una empresa frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona”.

Esta diversidad de aproximaciones a la RSE es resultado de la relativa novedad del tema y de su cobertura sobre una gran diversidad de aspectos, como son el laboral, el social y el ambiental. Con el fin de establecer un contexto de discusión más concreto, se tomara la definición de RSE aprobada en Colombia por el Comité de Normalización del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC).

Bajo este contexto, la RSE es el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas, y que partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico.

6.1.2 La percepción de la responsabilidad social empresarial desde la visión gerencial. En la percepción de los consumidores y en sus decisiones de compra, condición fundamental para lograr la subsistencia de la empresa en el mercado. Las empresa no sólo deben cubrir sus necesidades económicas sino también satisfacer las necesidades sociales de los grupos de interés vinculados a la empresa, es decir, empleados, accionistas, proveedores, distribuidores y comunidades en un contexto ambiental valorado y protegido.

Las empresas que asumen la Responsabilidad Social Empresarial como filosofía de gestión, encontrarán que su aplicación, lejos de considerarse un gasto sin retorno alguno, se consolida en una inversión que en el mediano y largo plazo dará sus frutos. Los beneficios de los comportamientos empresariales se sustentarán en la buena percepción que los consumidores tienen de su reputación e imagen, lo cual además de generar satisfacción puede convertirse en lealtad y posterior rentabilidad.

6.1.3 Fundamentos Básicos De La Responsabilidad Social Empresarial No existe un concepto único, la Responsabilidad Social Empresarial tiene diferentes nociones según el país o los organismos o autores que usen el concepto, pero lo que se percibe como punto general de coincidencia, es en el papel que las empresas deben tener en el entorno en que se desarrollan, es decir, la obligación de contribuir voluntaria o coercitivamente a mejorar el bienestar social.

Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación consiente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera, atendiendo las expectativas de todos sus participantes como son: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad.

Por último, la responsabilidad refleja el deseo de la sociedad de observar el buen comportamiento y compromiso social de las empresas en pro del bienestar general. Asimismo, si se analiza el comportamiento empresarial dentro del contexto de la RSE, se encuentra que puede valorarse en distintas etapas, pasando de actividades tradicionalmente filantrópicas y esporádicas hasta las más exigentes, que responden a convenios internacionales.

6.1.4 Etapas del comportamiento empresarial El comportamiento en las empresas esta inmerso en la interacción de las organizaciones con la comunidad, generando de esta forma un engranaje importante para el desarrollo y evolución de las tareas directivas, dentro de los cuales están:

1. Actividades filantrópicas, consideradas en las políticas empresariales, la mayoría eventuales con fines económicos o para mejorar la imagen de la empresa. No obstante, deben enmarcarse en la gestión de una política solidaria con la comunidad.
2. Ética en los negocios, que incluya valores y principios compartidos por accionistas, ejecutivos, trabajadores y grupos de la sociedad vinculados con la empresa.
3. Políticas de responsabilidad social y ambiental compartidas por sus mayoristas, minoristas, trabajadores y comunidad, las cuales son tomadas en cuenta y medidas, cada vez más, en el comercio internacional (rendición de cuentas sociales, indicadores de desempeño, monitoreo de actividades, transparencia, cumplimiento de normativas, entre otros).
4. Ciclo de vida del producto (o cadenas de valor), por lo que las empresas deben hacer que su comportamiento socialmente responsable esté presente en todo el proceso productivo. Actualmente no existe una traducción precisa al español de este término, sin embargo, de acuerdo a diferentes especialistas que utilizan esta expresión en forma literal del inglés, se podría definir como individuos o grupos de individuos que conforman grupos de interés o “partes interesadas”, como aquellos grupos de interés que pueden, directa o indirectamente, positiva o negativamente, afectar o ser afectados por los objetivos y decisiones de la empresa. Desde sus proveedores hasta que el

producto llega al consumidor final. En este sentido, se requiere contar con sistemas de monitoreo ambientales y sociales de toda la cadena.

5. Normativa vigente sobre aspectos de RSE (aun cuando muchas iniciativas son voluntarias), que ayudan a minimizar riesgos a través de información veraz y transparente en cuanto a resultados y logros ambientales y sociales.

6. Acuerdos de libre comercio, en cuyas transacciones se requiere un marco de RSE a la hora de hacer negocios. Por tanto, la madurez de la RSE en una empresa exige una adaptación y mayor compromiso, más allá de la simple filantropía. De igual forma, el verdadero comportamiento social debe manifestarse dentro y fuera de la organización. Tomando en cuenta los diferentes grupos de interés de la empresa, se puede apreciar que la RSE se desarrolla en dos dimensiones: interna y externa. Según la iniciativa de la Comisión de la Comunidad Europea (2001) por medio del Libro Verde, titulado Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.

Dimensiones De La Responsabilidad Social



Así como la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se orienta interna y externamente, se desarrolla en diferentes planos de acción, enmarcada en derechos internacionales. Según la iniciativa de las Naciones Unidas “Pacto Global” (Fernández, 2005), la RSE se puede plantear en nueve principios agrupados en tres categorías:

1. Derechos humanos: enmarcados en la afirmación internacional de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
2. Derechos laborales: enmarcados en los cuatro principios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y del Derecho del Trabajo.

3. Derechos ambientales: responsabilidad sobre externalidades generadas por su actividad productiva, lo cual incluye la gestión de recursos naturales, control de contaminación, manejo de desechos, el ciclo del producto y, más allá de esto, participar en la solución de los problemas de la comunidad (salud, vivienda, agua, transporte, deterioro del ambiente, entre otros) en la cual se desarrolla y en los de sus empleados.

Una empresa socialmente responsable será, entonces, una entidad competitiva en términos económicos pero con una finalidad social expuesta en los dos primeros principios según los cuales se debe:

- Apoyar y respetar los derechos humanos.
- No ser cómplices de violaciones a los mismos.

Los gobiernos tienen un papel determinante para conseguir una sociedad empresarial socialmente responsable, pero aquí no se profundiza este rol para no dispersar la atención de la esencia del trabajo, que es la percepción de consumidor en función de la RSE.

No obstante, vale citar lo que al respecto concluye Antonio Vives Antonio, del Banco Interamericano de Desarrollo en la Conferencia sobre RSE, “El papel de la Responsabilidad Social de la empresa en el mejoramiento de la competitividad” (Vives y Peinado, 2003:21): “Para que la empresa sea responsable se requiere del concurso de todas las partes interesadas.

La sociedad civil debe actuar como instrumento imparcial en la promoción, seguimiento y control del comportamiento responsable de las empresas y, a su vez, ser también responsable. Con el concurso equilibrado de todas las partes se logrará una sociedad más justa y más próspera”. El cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo”

La selección de un producto o servicio responde entonces a la interacción que hace el consumidor entre los estímulos y sus expectativas (condicionantes previos). Generalmente, se percibe lo que se necesita o desea; así que habrán situaciones en que haya un bloqueo perceptual para protegerse de la información abrumadora. También puede suceder que exista una defensa perceptual, en otras palabras, que se suprima de forma subconsciente los estímulos que resultan amenazadores o nocivos y, por el contrario, se buscan mensajes agradables o graciosos, con lo cual se está abierto a una exposición selectiva.

Cuando existen necesidades e intereses existe también una conciencia agudizada para percibir los estímulos que pueden mejorar la información que se requiere; hay entonces una atención selectiva.

Luego de la selección, el consumidor organiza los estímulos en grupos y lo percibe como un todo unificado para interpretarlos de acuerdo a sus experiencias anteriores y explicaciones razonadas en el contexto de sus motivos e intereses. En este sentido,

dos consumidores pueden recibir los mismos estímulos pero su selección, organización e interpretación es un proceso totalmente diferente en ambos casos.

Los intereses de la sociedad, relacionados con la preocupación por el medio ambiente y el comportamiento social (enmarcado en el reconocimiento de los derechos humanos y laborables), han llevado a cambios en las percepciones y hábitos de consumo del consumidor, lo cual puede dar cabida a una atención selectiva sobre nuevas características diferentes al precio, calidad o distribución.

Estas características podrían estar relacionadas con el comportamiento socialmente responsable de las empresas. Actualmente, los consumidores son más analíticos y consientes a la hora de decidir qué productos o servicios comprar, lo que puede de alguna forma evidenciarse en la aparición de movimientos de consumidores ecológicos.

La RSE es un instrumento de desarrollo que no debe ponerse en práctica solamente por motivos de imagen, ni por ser moralmente correcto, sino porque también tiene un impacto positivo para la propia empresa. Buena parte del futuro de nuestros países, en especial de las economías emergentes, está en el reconocimiento de la empresa de su responsabilidad social y que ser socialmente responsable no es una carga si no un instrumento de competitividad.

No hay nada más real que una percepción. Las empresas comprenden ahora más que nunca que su público interesado es el que dictamina cuáles son las empresas que sobreviven y cuáles no. La gente quiere saber cómo actúa la empresa, cómo actúan los gerentes, más allá de los productos que ésta ofrezca. El mercado de hoy está lleno de consumidores con criterio.

6.1.5 Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial Para La Empresa

- Mejora la imagen de la empresa y una buena imagen atrae no sólo consumidores, también inversionistas y capital humano de calidad.
- Vincula a las empresas con distintos grupos de interés (accionistas, proveedores, empleados, comunidad y gobierno).
- Mejora el posicionamiento de su marca o producto, al asociársele con acciones socialmente responsables o causas sociales.
- Aumenta las ventas y la lealtad de los clientes.
- Crece la habilidad de mantener y atraer clientes y empleados.
- Reduce la vigilancia regulatoria.
- Mejora el acceso a capitales.
- Cambia las expectativas de los accionistas de las ganancias hacia la empresa.

- Gana la confianza de proveedores y distribuidores.
- Aumenta el compromiso de los empleados.
- Mejora las condiciones de trabajo (menos ausentismo y rotación laboral y más calidad y productividad).
- Mejora la ejecución financiera, al reducir costos de operación.

6.1.6 Alcance de la Responsabilidad Social Empresarial. Insertos en éste análisis ha decirse que la RSE debe extenderse a todos los niveles de la empresa, hasta ésta entre en el núcleo duro de la empresa. No es una cosa cosmética. Es de ética, desde dentro. La RSE no es un añadido, entra al núcleo duro de la empresa y tiene que afectar el gobierno corporativo, al proceso productivo, las áreas de negocio y los RR.HH.

6.1.7 Retos de la Responsabilidad Social Empresarial. El primer reto es identificar las partes interesadas, según el tipo de empresas. Pueden cambiar a lo largo del tiempo, es responder la pregunta al ¿cómo van cambiando? Y así poder establecer ese diálogo constante en el que se va viendo también cuál es el nivel de implicación de cada uno, el nivel de cada uno. ¿Cómo se resuelve el tema? desde el diálogo constante, es un proceso de diálogo entre todos los implicados, donde unos tendrán más poder y así, más responsabilidad.

6.1.8 Historia de la guía técnica colombiana de responsabilidad social GTC 180. La iniciativa de comenzar en Colombia un proceso de normalización sobre Responsabilidad Social, partió de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia el 4 de octubre de 2002, mediante una carta dirigida al Director Ejecutivo de ICONTEC, Fabio Tobón, en la cual manifestaba su permanente preocupación por este tema.

Desde ese momento ICONTEC como Organismo Nacional de Normalización inició el proceso de creación del documento, uno de los que más ha involucrado participantes. Este constó de cinco etapas; la primera fue el Estudio de Factibilidad y Planeación para evaluar la pertinencia del documento. Se recibió apoyo de diferentes organizaciones entre universidades, industria, sindicatos, Organizaciones No Gubernamentales y empresas de servicios, entre otras.

Eventualmente ICONTEC comenzó la segunda etapa, Gestión de Comité. Así, el Comité Técnico Colombiano 180 de Responsabilidad Social se conformó en tres Grupos de Trabajo. La primera sesión del Comité se llevó a cabo el 23 de mayo de 2003 en las instalaciones de ICONTEC Medellín y posteriormente se realizó la misma actividad en ICONTEC Bogotá y Cali. En este espacio Comfama hizo entrega de un primer insumo, el documento “El Estado del Arte de la Responsabilidad Social con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de este tema en el ámbito mundial” el cual sirvió como insumo para iniciar el trabajo de construcción de la Guía Técnica Colombiana (GTC) de Responsabilidad Social.

La finalidad de este Comité, que ha vinculado a más de 200 organizaciones desde sus inicios, ha sido establecer las directrices que deben tener las organizaciones para ser socialmente responsables en su gestión y darlos a conocer en la GTC 180 ya que con ellos se busca dar una orientación a las organizaciones en Colombia, que independientemente de su tamaño, naturaleza o productos, quieran abordar el tema de manera voluntaria.

Durante el mes de junio de 2008 la GTC 180 inició su cuarta etapa; "Aprobación". Durante esta etapa el Consejo Técnico del ICONTEC se encargó de revisar el contenido técnico de la GTC. En esta instancia, la Guía de RS fue aprobada sin modificaciones y le fue asignado el código 180.

Así, el 25 de junio de 2008 la GTC 180 RS fue presentada ante el Consejo Directivo del ICONTEC, encargado de ratificar las Normas y Guías Técnicas Colombianas comprobando que se hayan llenado todos los requisitos fijados para su estudio, en donde la GTC 180 Responsabilidad Social fue ratificada.

6.1.9 Por qué medir la Responsabilidad Social Empresarial Las empresas se han preocupado en la actualidad en mantener una relación comunicativa continua no financiera, la cual ha llegado convertirse recientemente en un requisito casi obligatorio para las organizaciones.

Es así como la gestión desarrollada por las empresas debe ser medida, al igual que la Responsabilidad Social Empresarial debe ser evaluada, en donde la evaluación es una tarea esencial para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos empresariales; en donde gestionar sin medir implica gestionar sin ningún tipo de criterio para determinar si se están alcanzando o no los objetivos propuestos.

El hecho de medir, guía y asegura que la mejora vaya hacia un objetivo determinado, lo que implica definir y concretar los objetivos de la empresa mediante valores ponderables, es decir, mediante indicadores.

Los indicadores tienen que ser procesados e interpretados para poder evaluar la gestión y el desempeño en la empresa. La medición aporta comprensión sobre las causas y sobre el impacto de los resultados, así como la mejora del desempeño en la empresa. Por un lado, los indicadores son útiles para la toma de decisiones en la empresa, y por otro, sirven para comunicar los resultados a los grupos de interés. Hoy en día, el modo más utilizado para la comunicación de la información no financiera es la publicación de memorias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esta comunicación externa proporciona transparencia a la actuación de la empresa.

La crisis actual ha intensificado las exigencias de que las empresas informen sobre sus impactos no financieros, porque la falta de transparencia ha deteriorado su credibilidad; comunicar esta información facilita a los grupos de interés la comprensión sobre si los gerentes están creando relaciones y activos valiosos a largo plazo. Además, estas medidas pueden ayudar a clientes, comunidades, reguladores y empleados en potencia a evaluar los resultados sociales de la empresa.

Los gobiernos y la sociedad requieren que las empresas informen sobre sus resultados, tanto sociales como ambientales. Uno de los grupos de interés que solicita cada vez más información y medición de la RSE son los inversionistas. Éstos han empezado a aplicar criterios sociales y ambientales en sus decisiones, por la supuesta relación entre el grado de responsabilidad de una empresa y su competitividad, por el crecimiento de la financiación ética o socialmente responsable, y por las regulaciones y acuerdos nacionales e internacionales que exigen un comportamiento más responsable del sector privado.

Estas exigencias no tratan sólo de que las empresas informen, sino de qué forma y cómo lo hacen y cómo se puede asegurar que las compañías cumplan con la responsabilidad que proclaman. La comunicación de los indicadores puede realizarse según criterios desarrollados por la propia empresa o según normas establecidas.

6.1.10 Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. Los indicadores no financieros tienen que poder medir los impactos de las actividades de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente. Para lograr estas mediciones se han desarrollado indicadores cualitativos y cuantitativos, que son no financieros, o en otras palabras, indicadores del triple resultado, económico, social y ambiental.

Entre los indicadores no financieros que se presentan están:

- **Clientes Internos:** son los trabajadores de la organización que tienen una visión de lo que ha realizado la empresa; debe existir una relación participativa con una política de remuneración e incentivos, también debe proveer los mecanismos de salud, seguridad y condiciones de trabajo optimas en donde existan relaciones cordiales con los sindicatos que estén legalmente constituidos dentro de la empresa.
- **Medio Ambiente:** debe existir un compromiso de la empresa con la causa ambiental y el impacto que esta presenta con el medio ambiente y el ciclo de vida de los productos que se fabrican, creando una conciencia ambiental de adentro hacia afuera.
- **Los Proveedores:** la relación que la empresa establece con sus proveedores puede revelar el grado de su compromiso con los principios de responsabilidad social.
- **Los Consumidores:** la empresa desea crear valores para la sociedad y comunicarlos afirmando una imagen de credibilidad y confianza.
- **La Comunidad:** Uno de los aspectos primordiales que la empresa debe tratar con su comunidad de referencia es el impacto producido por el desarrollo de sus actividades.
- **El Gobierno:** El compromiso con el poder público debe reflejar los principios éticos que rigen a la organización. Es fundamental exigir esta coherencia por parte de las empresas, principalmente en lo que se refiere a la prohibición de prácticas ilegales y corruptas.

El hecho de definir y medir los indicadores puede ser relativamente sencillo, como en el caso del consumo de agua. Pero puede ser también muy difícil, como por ejemplo cuando se intenta medir el impacto de la empresa en la biodiversidad local.

Por eso, los indicadores deben cumplir tres requisitos para lograr su objetivo: ser fiables, comparables y tener validez.

- **Fiabilidad:** Una medida es fiable si ofrece la misma respuesta cuando se aplica más de una vez. No obstante, al considerar medidas no financieras, esto puede ser difícil de lograr. Un método aplicado a menudo para medidas no financieras son las encuestas, cuyas respuestas pueden variar mucho, por ejemplo, si se completan en diferentes momentos y por diferentes personas.
- **Comparabilidad:** Relacionada con la fiabilidad se encuentra la comparabilidad de un indicador. Para que un indicador sea comparable, debe poder compararse a través del tiempo y entre distintas empresas a su vez, ofreciendo siempre un resultado homogéneo. Este requisito permite, por ejemplo, establecer un ranking de empresas o evaluar el desempeño de una empresa, y también identificar asuntos clave de la RSE.
- **Validez:** Otro elemento fundamental es la validez de un indicador. La validez se cumple cuando éste mide aquello para lo que ha sido proyectado. Una medida que no mide lo que es socialmente y ambientalmente importante puede tener un efecto opuesto al deseado, esto es, puede disminuir el resultado social o ambiental.
- Respecto al tema de RSE, la validez se refiere a si un indicador identifica y mide resultados que son importantes para los grupos de interés. Sin embargo, no se trata de prestar atención a un cierto impacto ambiental sólo porque sea importante para los grupos de interés, sino que hay que valorar igualmente aquellos impactos no tan conocidos.

6.1.11 El Uso de los Indicadores Constituyen una herramienta para medir impactos y concretar resultados. Los indicadores son un sistema de control que incluye sistema de evaluación y medición de los resultados, es por esto que los indicadores son importantes y se utilizan en el ciclo de vida de la empresa y sirven para medir el progreso de la empresa hacia sus objetivos y en consecuencia puede la empresa saber en que áreas presenta inconveniente y hacer las correcciones a tiempo

Dos de los autores más influyentes en el tema de memorias e indicadores, Simón Zadek y Ernst Ligteringen, sostienen que el uso de indicadores de RSE tiene dos motivos:

- Ayudar a gestionar e implementar prácticas de negocio más responsables y transparentes.
- Proveer de una visión clara acerca de cuáles son los principales conceptos del desarrollo sostenible y la RSE.

6.1.12 Normas de Responsabilidad Social Empresarial Una norma es una regla que se debe seguir o a la que se deben ajustar las conductas, tareas y actividades. Un sistema de medidas de RSE no está basado en una autoridad legislativa, ya que el compromiso es producto de la discreción de los directivos.

Existe una multitud de normas, algo que ha sido objeto de crítica. Se ha criticado que una cantidad excesiva conlleva el agotamiento de los consumidores y otros grupos de interés, que no pueden informarse sobre la diferencia entre cada una de las normas y, en consecuencia, tampoco pueden tomar decisiones bien fundamentadas. El hecho de añadir una norma más o una certificación más no aporta valor añadido en todos los casos.

Las normas pueden clasificarse en función de si el enfoque se orienta hacia los impactos económicos, los sociales o los ambientales. Respecto a los mecanismos, las normas se pueden distinguir por si involucran auditorías, la publicación de memorias o si sólo exigen una política establecida.

Las normas que aplican herramientas de política promueven el uso de principios generales como punto de partida en un proceso de diálogo y aprendizaje; las que requieren auditorías exigen información más específica verificada por terceros para asegurar su validez, y, finalmente, las que suponen la publicación de informes de RSE, que se hagan según un marco establecido.

6.1.13 Cómo evaluar la Responsabilidad Social Empresarial? El Instituto Ethos, organización no gubernamental con sede en Brasil enfocada en el área de responsabilidad social, se ha dedicado desde el año 2000 a instruir a comunicadores y analistas sobre los aspectos a evaluar dentro de una empresa para calificarla como socialmente responsable. Advierten que no siempre es fácil obtener informaciones precisas sobre los programas de la compañía, pero sugieren colocar especial atención sobre lo siguiente:

- Intente saber más allá de las informaciones contenidas en el material institucional.
- Pregunte cuáles son los motivos para que la empresa adopte acciones de responsabilidad social.
- Busque en el sitio web de la empresa todos aquellos datos que comprueben sus políticas.
- Trate de obtener el máximo de informaciones cuantitativas.
- Indague si las referidas acciones se insertan en una planificación estratégica de largo plazo y con revisiones periódicas.
- Procure siempre saber cuál es el nivel de diálogo que la empresa mantiene con sus públicos.
- Analice y confirme los criterios de inversiones y de evaluación de resultados.

La ONG con sede en Brasil e influencia en toda la región, advierte además que una empresa socialmente responsable debe contar la mayoría de las siguientes características:

1. Transparencia. Divulgación de informaciones, decisiones e intenciones en términos claros y accesibles para todos los públicos relacionados con la empresa.
2. Establecimiento de compromisos públicos.
3. Interacción con instituciones que representan intereses variados.
4. Capacidad de atraer y mantener talentos.
5. Alto grado de motivación y adherencia de los colaboradores.
6. Capacidad de lidiar con situaciones de conflicto.
7. Establecimiento de metas a costo y a largo plazo. Incorporar de manera efectiva los diferentes aspectos de responsabilidad social en la gestión de la empresa.

6.1.14 Responsabilidad Social Empresarial en Colombia El hablar de Responsabilidad Social Empresarial, es hablar de un tema que se está trabajando en el ámbito público y privado, como eje estratégico que con lleva competitividad, sostenimiento continuo y desarrollo en las organizaciones sin importar el sector productivo ni la actividad comercial a la que se dedique, y en la actualidad es una necesidad en la gestión empresarial como mecanismo de reconocimiento y posicionamiento.

Es tal su importancia que en Colombia, en el primer semestre del 2005 se llevaron a cabo cerca de 15 eventos donde la temática y problemática prioritaria era la Responsabilidad Social Empresarial, de ahí su categoría, eficacia y el beneficio que genera en todos los actores de la realidad nacional e internacional.

Es por ello que día a día se toman decisiones gerenciales enfocadas hacia el desarrollo de la RSE, que están enfocadas hacia el axioma e combinación de prácticas éticas y socialmente responsables a la gestión administrativa en todos sus campos de acción de la organización, que son necesarias en la generación de confianza en los segmentos de mercados en los cuales la organización hace presencia.

Colombia se adhirió al Pacto Global en el 2004 y en ésta materia es uno de los países Más destacados en cuanto al número de empresas que se han incorporado a la Red de Actividades de Responsabilidad Social Empresarial; a finales del 2008, 180 empresas colombianas se habían adherido al Pacto y más las compañías multinacionales el número que se registró fue de 450 compañías que integran la red de responsabilidad social en Colombia.

Esta dinámica del auge que ha tenido el Pacto en Colombia, lo corrobora la encuesta sobre Mejores Prácticas Corporativas (MPC) en las empresas colombianas que llevó a cabo y publicó la Superfinanciera en septiembre de 2008 siendo altamente significativo porque “evidencia el positivo trabajo que han hecho en este sentido las compañías inscritas en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC)”¹

¹ LA REPUBLICA.COM.CO. “Empresas inscritas en bolsa mejoran gobierno corporativo”. (Consultado 10/11/2009)

El dirigente empresarial Sarmiento Angulo señaló que el interés de los empresarios es "contribuir de manera responsable al desarrollo y crecimiento del país, fomentando la competitividad y productividad a través del aprendizaje y generación de conocimiento para nuestros profesionales, en las mejores universidades del mundo"².

No se puede negar que la tendencia de implementar e invertir en proyectos de Responsabilidad Social Empresarial viene creciendo en el país a pesar de la crisis financiera que se está atravesando a nivel mundial. Las compañías son conscientes que además de ser una "obligación con la sociedad" es una oportunidad para reafirmar el buen nombre de sus empresas, tal y como lo demuestran las cifras de la última encuesta de la ANDI sobre la Responsabilidad Social Empresarial 2008-2009, en la cual se percibe que las empresas colombianas han mantenido sus inversiones en programas de RSE, según afirma Luis Carlos Villegas, presidente de la Asociación Nacional de Empresarios ANDI y que cerca del 3% de las ventas brutas de las organizaciones son destinadas a este tipo de programas.³

En este estudio se evidenció que durante el año 2008 totalizaron \$2,3 billones en implementación de RSE. Sin embargo, hay que destacar que estas son acciones voluntarias que desarrollan las empresas, por encima de sus obligaciones legales, pero que de acuerdo con las tendencias globales del mercado y las exigencias de la normatividad nacional, las compañías están llamadas a comprometerse con el desarrollo sostenible y responsable desde su campo de acción.

6.1.15 El Caso de la Minería En el caso específico de la minería, en 2003 surgió una iniciativa importante. El Consejo Internacional de Minería y Metales (CIMM) y la Unión Mundial para la Naturaleza (UMN) acordaron que la CIMM se encargaría de promover buenas prácticas de minería. Así surge la Guía de Buenas Prácticas (GBP) preparada como respuesta a dicho compromiso. El propósito de la GBP es ayudar a desarrollar conocimientos ambientales y señalar a las empresas en qué momento es indispensable el respaldo de especialistas en biodiversidad.

6.1.16 Normatividad y certificaciones internacionales. Con el fin de incentivar prácticas de RSE de mejor calidad y generar beneficios tangibles a las empresas más responsables, las entidades nacionales e internacionales han emprendido la creación de certificaciones en esta área. En años pasados se crearon las certificaciones ISO 9000 e ISO 14000 para certificar las mejores prácticas en calidad y protección al medio ambiente, respectivamente. Mientras la familia de normas ISO 50 La GBP se complementa con un volumen preparado por la UMN y CIMM en el 2004, denominado: "La Integración de la Minería y la Conservación de la Biodiversidad: Estudios de Casos Alrededor del Mundo".

En el ámbito social, el Social Accountability Internacional (SAI) creó la certificación ISO 18000 con el propósito de promover mejores condiciones laborales. Para obtener esta certificación las empresas deben cumplir con ciertas condiciones mínimas para alcanzar

² COLOMBIA INFLUYENTE.ORG. "Colfuturo recibe apoyo del sector privado por US\$ 30 millones". Consultado el 9 de noviembre de 2009.

un ambiente de trabajo seguro y saludable para sus empleados. La ISO 18000 contiene criterios que prohíben el trabajo infantil y el trabajo forzado, exigen velar por la salud y seguridad de los trabajadores, respetar el derecho de sus empleados de formar sindicatos y asociaciones colectivas, prohíben la discriminación, definen las condiciones para el pago de horarios de trabajo, especifican ciertas normas para los códigos disciplinarios, la forma de remuneración y los sistemas de gestión de las empresas.

Como consecuencia de la aplicación de estas tres normas surgió la idea de crear una única que sea una guía de recomendaciones de vanguardia para las prácticas de RSE. La norma ISO 26000, establecerá una pauta común de conceptos, definiciones y métodos de evaluación para las prácticas de RSE. Específicamente la norma girará en torno al medio ambiente, los derechos humanos, las prácticas laborales, el gobierno corporativo, prácticas operacionales justas, temas de consumidores y el desarrollo social.

6.1.17 Temas centrales de la guía ISO 26000. Existe también la certificación ISO 9001 que certifica la calidad en el diseño, la producción, la instalación y el servicio post-venta, la ISO 9002, que es más restringida ya que sólo certifica la producción y la instalación, la ISO 9003 abarca la inspección y ensayos finales, y finalmente, la ISO 9004 que establece los requisitos de un sistema de calidad. La norma posee cinco puntos que reglamentan los sistemas de gestión ambiental, las auditorías ambientales, la evaluación del desempeño ambiental, analizan el ciclo de vida y reglamentan el otorgamiento de etiquetas ambientales.

En términos de importancia de esos tres conjuntos de normas, la ISO 26000 superará en jerarquía a la ISO 9000, la ISO 14000 y la ISO 18000. De esta forma, las mejores prácticas se mueven en la dirección planteada por la guía ISO 26000.

Por otro lado, ICONTEC asumió la directriz de promover la cultura de responsabilidad social de las empresas colombianas. Junto a COMFAMA (caja de compensación de Antioquia), ICONTEC creó el Comité de Normalización conformado por 160 empresas para crear una normalización sobre RSE en Colombia. La finalidad del Comité es establecer los requisitos que deben cumplir las empresas para ser socialmente responsables y presentarlos como una guía técnica. El objetivo no es crear una norma sino dar una orientación a las organizaciones que de manera voluntaria quieren trabajar en este tema. El proceso de diseño de la guía técnica se ha visto complementado con la elaboración paralela de la guía ISO 26000.

6.1.18 Etapas Para Evaluar El Impacto Social Para evaluar el impacto social, se deben tener en cuenta varias etapas que llevan a realizar una valoración de forma adecuada, como se muestra a continuación:

Grafica No.

Etapas para evaluar el impacto social



Fuente: <http://guia.oitcinterfor.org/como-implementar/etapas-implementar-evaluacion-impacto>

1. **Planear la Evaluación:** Es la etapa de preparación para evaluar el impacto; se debe realizar junto con el diseño de la intervención formativa. Es conveniente definir las preguntas básicas de la evaluación de impacto, la cadena de resultados y los indicadores que se van a utilizar.

Debe tener un carácter participativo e incluyente para que los grupos de interés puedan realizar sugerencias en torno a los objetivos y las preguntas básicas.

Seleccionar indicadores específicos, medibles, alcanzables, relevantes y en función de ciertos plazos.

La selección de indicadores debe optimizar el uso de la información disponible en las instituciones, las empresas y el Estado.

Identificar las fuentes de información para la construcción de los indicadores de impacto.

2. **Diseñar y preparar la implementación del proceso de evaluación :** Antes de iniciar la evaluación de impacto, es necesario definir un diseño que determine con claridad las distintas etapas de la misma, junto con la especificación de las actividades que se llevarán a cabo, un cronograma para cada una de dichas actividades, los recursos necesarios y el presupuesto para su ejecución.

Evaluar las alternativas de diseño en función del objeto de evaluación (acción formativa, estrategia o programa, política pública), los sujetos de la evaluación (personas, empresas micro y pequeñas, grandes o medianas, economía informal, sociedad en su conjunto, otros) y los recursos disponibles.

Definir los plazos en función del tipo de formación y del grado de inmediatez a partir del cual puedan constatarse los impactos.

Generalmente se da un plazo de seis meses a un año en las evaluaciones de impacto relativas a la empleabilidad, aunque se puede volver a recoger información algún tiempo después –dos años- o incluso con carácter de panel anual, para conocer la evolución de las condiciones de empleo en el tiempo.

3. Recolectar la información

Esta etapa es eminentemente práctica y comprende una serie de decisiones y actividades, tales como:

- Definir qué información se necesita recolectar.
- Determinar el equipo encargado.
- Elaborar instrumentos y definir la muestra.
- Realizar el trabajo de campo.
- Procesar y validar la información.

Es recomendable establecer controles de calidad para todas las fases de recolección de datos, con el objetivo de detectar y corregir los errores que pudieran surgir. A su vez, para asegurar la confiabilidad de los mismos y su análisis, se debe respaldar toda la información con documentación detallada.

4. Producir y divulgar los resultados

Esta etapa comprende las siguientes actividades: analizar los datos, elaborar informes y presentaciones de los resultados y divulgarlos.

- *Analizar los datos:* Asegurar la imparcialidad y el manejo ético de la información. Tener en cuenta que los resultados de la evaluación deben ser válidos, confiables, comprensibles y útiles para la toma de decisiones.
- *Elaborar informes:* Evitar un lenguaje técnico solo para especialistas. Los usuarios de la información no siempre son expertos en evaluación de impacto. Asegurar que se ofrezcan bases sólidas y fundamentadas para la toma de decisiones. Demostrar que la evaluación se basa en informaciones válidas.
- *Divulgar los resultados:* Implementar un plan de difusión de los resultados para los interlocutores sociales. La información de la evaluación es crucial para la toma de decisiones. Una evaluación que no se utiliza es un gasto inútil¹.

6.1.19 El Carbón en el Mundo

6.1.19.1 Producción de Carbón en el Mundo Se producen más de 4.030 millones de toneladas de carbón en la actualidad, con un incremento del 38% en los últimos 20 años. La producción de carbón ha crecido más rápidamente en Asia, mientras que en Europa se ha producido un descenso en la producción. Los países con mayor producción no están confinados a una única región.

Los cinco principales productores son China, EEUU, India, Australia y Sudáfrica. La mayoría de la producción mundial de carbón se utiliza en el país en el que se produce; sólo un 18% de la producción de carbón se dedica al comercio internacional de carbón.

Se espera que la producción global de carbón alcance los 7.000 millones de toneladas en 2030, Representando China la mitad del crecimiento durante este periodo. La producción de carbón térmico se prevé que alcance los 5.200 millones de toneladas, la de carbón de coque los 624 millones de toneladas, y el carbón bituminoso los 1.200 millones de toneladas.⁴

6.1.19.2 Comercio de carbón en el mundo. El carbón se comercializa en todo el mundo, transportándolo por mar hasta sus mercados de destino.

Durante los últimos veinte años, el comercio marítimo de carbón térmico ha aumentado un 8% cada año, mientras que el comercio marítimo de carbón de coque ha aumentado un 2% anualmente. El comercio internacional total alcanzó los 718Mt en 2003; aunque se trata de una cantidad significativa⁵.

Los costos del transporte representan una gran parte del precio total del carbón, por lo que el comercio internacional del carbón térmico se divide en dos grandes zonas: el Atlántico y el Pacífico. El mercado atlántico se compone de los países importadores de Europa Occidental, especialmente Reino Unido, Alemania y España.

El mercado del Pacífico incluye a los importadores de países en desarrollo y países Asiáticos de la Organización para la cooperación y el desarrollo económico OECD, principalmente Japón, Corea y China Taipei. El mercado del pacífico representa actualmente el 60% del tráfico mundial de carbón térmico.

Los mercados tienden a congelarse cuando los precios del carbón son altos y hay suficientes recursos. Suráfrica es un punto natural de convergencia entre los dos mercados.

6.1.19.3 Consumo de carbón en el mundo El carbón juega un papel vital en la generación de electricidad y se espera que este papel siga siendo el mismo. El carbón sirve de combustible para generar el 39% de la electricidad producida en el mundo y esta proporción será prácticamente la misma durante los próximos 30 años.

Se prevé que el consumo de carbón crezca un 1,5% cada año durante el periodo 2002-2030. El lignito, utilizado también para generar electricidad, crecerá a un ritmo de un 1% anual. La demanda de carbón de coque para la producción de hierro y acero aumentará a un 0,9% anual durante este periodo.

⁴ http://www.carbuni3n.com/panel/carbon/uploads/mercado_internacional_3.pdf

⁵ http://www.carbuni3n.com/panel/carbon/uploads/mercado_internacional_3.pdf

El mayor mercado para el carbón es Asia, que actualmente representa el 54% del consumo mundial de carbón, aunque es China la principal responsable de ello. Muchos países no cuentan con recursos energéticos naturales suficientes para cubrir sus necesidades energéticas, por lo que deben importar energía. Japón, China Taipei y Corea, por ejemplo, importan cantidades significativas de carbón térmico para la Generación de electricidad y carbón de coque para la producción de acero.⁶

6.1.20 LA MINERÍA EN COLOMBIA La minería en Colombia, ha tenido un auge importante en los últimos años. Al notable incremento de los precios de varios de sus productos en los mercados mundiales se agrega el dinamismo que han tenido los flujos de inversión de las grandes empresas mineras internacionales.

América Latina no ha sido ajena a ese fenómeno y hoy muchos países de la región se benefician de un notable aumento de los flujos de inversión extranjera y un auge significativo de exportaciones de la minería.

Este inusitado dinamismo se ha dado en momentos en que ha surgido un nuevo paradigma, basado en la revisión de la experiencia de varios países, que afirma que la minería puede ser motor de desarrollo.

En ese contexto, cobran especial relevancia interrogantes acerca de la situación de la minería en Colombia y su impacto económico y social en el país y en las regiones en que se desarrolla.

En los últimos años las compañías mineras internacionales han multiplicado sus inversiones en exploración y explotación alrededor del mundo. América Latina ha sido un destino privilegiado de la inversión minera en medio del dinamismo reciente. En 2001, cuando se iniciaba el auge exploratorio reciente, la región latinoamericana era el destino más dinámico para la inversión minera internacional, al recibir cerca de 30% de los flujos totales. Desde entonces los gastos de exploración en la región se han duplicado. Esa actividad se ha reflejado en una notable expansión de las exportaciones mineras de la región.

Las teorías tradicionales del desarrollo económico suelen ofrecer una perspectiva crítica de la actividad minera. Esta percepción negativa sobre la minería ha sido cuestionada en los últimos años con el surgimiento de un paradigma alternativo, que parte de la revisión de la experiencia de países que han logrado un sólido desarrollo de su minería y al mismo tiempo han alcanzado adecuados niveles de crecimiento económico. El paradigma alternativo sugiere que el impacto final de la minería en el crecimiento económico depende de otros aspectos del país que se esté evaluando, como la calidad de sus instituciones, la idoneidad de su política macroeconómica, y las políticas que adopte en cuanto a la formación de capital humano y el desarrollo tecnológico.

En los años noventa la producción minera tuvo un crecimiento lento lo que dio como resultado una baja participación en el PIB nacional. Esto cambió en el año 2003 cuando

⁶ El mercado internacional de carbón - carbunión [Www.carbunion.com/.../carbon/.../mercado_intern](http://www.carbunion.com/.../carbon/.../mercado_intern).

la producción del sector aumento de 45.5 a 67.4 miles de millones de pesos, este incremento de la producción significo que la participación del sector minero en el PIB pasara del 2% a un nivel del 2,8% en 2003, la participación del sector minero en el PIB colombiano es muy inferior a la que presentan los países en donde la minería es un renglón económico importante.

La evolución reciente de la producción minera en Colombia se ve reflejada en el desempeño del empleo del sector. El empleo minero aumentó rápidamente durante los primeros años de esta década en términos absolutos, al pasar de 120.000 a 180.000 puestos de trabajo durante el periodo 2001-2004. No obstante, en el último año analizado se observa una pequeña reducción en el número de empleos.

El sector minero representa un componente fundamental de las exportaciones colombianas. Las cifras más recientes señalan que 21.3% de las exportaciones totales se atribuyen a la minería. A diferencia de lo que sucede con el PIB y el empleo del sector, el crecimiento sostenido del valor de las exportaciones sí ha contribuido al incremento de su participación en las ventas totales del país, al pasar de 13% en 1999 a 21.3% en el año 2006.

No obstante, hay que subrayar que las exportaciones mineras alcanzaron su máxima participación en las ventas externas en 2003, registrando un relativo estancamiento a partir de ese año. Este comportamiento es preocupante teniendo en cuenta que es justamente en los años recientes cuando el mercado internacional de minerales ha tenido un gran dinamismo.

La minería ha jugado un papel fundamental en el flujo de IED hacia Colombia en los últimos años. A pesar de haber registrado un comportamiento volátil antes de 1999, en los últimos años su participación en la inversión foránea directa ha sido creciente y en 2004 alcanza su máximo con una contribución de 41% y 2.157 millones de dólares. Los datos revelan un descenso en esa participación durante los últimos dos años. Para 2006 se estimó que la minería sin hidrocarburos abarcaba un 28% del total de la inversión extranjera directa y, al igual que en las demás variables, hay evidencia de estancamiento para los últimos años⁷.

6.1.20.1 LA MINERIA DE CARBON EN COLOMBIA

6.1.20.2 El Carbón en Colombia. El país tiene las mayores reservas de carbón que existen en Latinoamérica y se ubica como el quinto exportador de carbón del mundo. El carbón extraído en Colombia es reconocido mundialmente por presentar en su composición un bajo contenido de cenizas y azufre, y tener niveles elevados en volátiles y en valor calorífico.

Para la economía de Colombia, el carbón se consolida como el tercer renglón de exportación después del café y el petróleo. Los principales destinos para exportar son Europa y Estados Unidos. La producción nacional ha crecido marcadamente en los últimos veinte años, fomentada principalmente por la ejecución de grandes proyectos

⁷ La minería en colombia: impacto socioeconómico y - Fedesarrollo
www.fedesarrollo.org.co/.../La-minería-en-Colom. Format: PDF.

con destino a la exportación, realizados por inversionistas de diferentes países como: Drummond, Exxon, BHP Billiton, Glencore International, Amcoal y Rio Tinto.

La aparición de los primeros ferrocarriles a vapor en Colombia a comienzos del siglo XX determinó el inicio de la explotación del carbón en el país. Posteriormente, el energético comenzó a ser consumido por la industria del cemento, de textiles, los hornos de sal y el sector residencial, los cuales con el transporte ferroviario mostraban una demanda de aproximadamente 250.000 toneladas. La cual era atendida con producción de minas explotadas en forma primitiva ubicadas en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Antioquia y Valle⁸.

Hacia la década de los años 70's, la crisis petrolera mundial hace que aparezca carbón como recurso energético estratégico y se determina igualmente una política carbonera que permitió al país entrar en la era de la gran minería de carbón con vocación exportadora. Como consecuencia del racionamiento eléctrico de 1992 - 1993 y a la producción de cemento, los consumos de carbón para generación de electricidad alcanzaron cifras récord durante estos años: el consumo total nacional de carbón fue de 5'562.000 toneladas y 5'715.000 toneladas respectivamente.

Igualmente a comienzos de la década del 80 la gran minería del carbón, cuyo objetivo fundamental era el de alcanzar los mercados internacionales. La gran minería en el país se consolida a comienzos de los años 90's con la entrada en operación de los contratos de las áreas carboníferas: La Guajira y El Cesar, cuyo mejoramiento organizacional se ve reflejado en el aumento de las exportaciones de carbón de esta parte del país. Y por ende se despierta el interés de los inversionistas en los proyectos carboníferos de Colombia.

La producción del carbón en los últimos diez años ha tenido un aumento promedio anual de 8%. Actualmente se destacan los proyectos de La Costa Atlántica que participan con el 92% del total de la producción anual.

Colombia es el país con mayores reservas de carbón en América Latina, cuenta con recursos potenciales de 16.992 Millones de toneladas (Mt) de los cuales 7.063 Mt son medidas, 4.571 Mt son indicadas, 4.237 Mt son inferidas y 1.119 Mt son recursos hipotéticos, por otra parte, es el sexto exportador de carbón del mundo, con una participación de 6,3%, equivalente a 50Mt anuales de carbón.

Con el nivel de explotación actual, las reservas medidas de carbón en Colombia aseguran más de 120 años de producción, suficientes para participar a gran escala en el mercado internacional y abastecer la demanda interna. Es así que el carbón, fuente generadora de divisas y de empleo, concentra el 47% de la actividad minera nacional y representa el 1% del producto interno bruto (PIB) colombiano con algo más de 3.4 billones de pesos. En los últimos años se ha consolidado en el segundo producto de exportación nacional después del petróleo y se estima que bajo las condiciones de

⁸ El mercado internacional de carbón - carbunión
[Www.carbunión.com/.../carbon/.../mercado_intern](http://www.carbunión.com/.../carbon/.../mercado_intern).

mercados actuales, entre el 2010 y 2015 podría superar las exportaciones en relación al petróleo.

Las grandes inversiones de la década de los ochenta en los proyectos del Cerrejón y El Descanso en departamentos de La Guajira y Cesar respectivamente, incrementaron la producción de carbón térmico de forma significativa hasta alcanzar las 53.6 Mt en el año 2004 cuando se llegó a picos de US\$80 por tonelada aprox.

Por otro lado, los carbones coquizables y las antracitas (de mayor calidad y precios) ubicados en el altiplano cundiboyacense y en Norte de Santander muestran un desarrollo atractivo aunque la producción en 2004 fue sólo de 3.4 Mt. Los precios actuales por tonelada varían entre los US\$100 y US\$132 para los primeros y US\$82 y US\$110 para los demás⁹.

En Colombia se puede observar una marcada diferencia entre la gran y la mediana y pequeña minería del carbón. La gran minería del carbón se concentra en la Costa Atlántica, especialmente en los departamentos de la Guajira y el Cesar, mientras que la mediana y pequeña minería del carbón, menos desarrolladas, se practica especialmente en los departamentos de Cundinamarca y Boyacá, Antioquia y Valle.

La tendencia tradicional en Colombia ha sido la de ignorar el problema del manejo adecuado de la pequeña minería del carbón. La pequeña minería del carbón se encuentra rezagada, tiene bajos rendimientos y poca productividad, debido al poco apoyo institucional, gubernamental, técnico y administrativo con que cuentan los mineros, reflejándose en el mal uso del recurso, el agotamiento, pérdida y deterioro de los recursos naturales y del ambiente.

El sector carbonífero, presenta bajo nivel de desarrollo tecnológico, lo cual redundo en deficiente productividad por los escasos recursos técnicos y administrativos, así como por la falta de visión y organización de los mineros que debido a los pocos incentivos por parte del gobierno, realizan la actividad minera de una manera empírica y rudimentaria y contribuyendo enormemente al deterioro del medio ambiente.

A este panorama se suma el hecho de que la entidad rectora en la distribución de las regalías del carbón, conocida como la Empresa Colombiana de Carbón- Ecocarbón Ltda., se fusionó con otra de su mismo género, Minerales de Colombia-Mineralco S.A., ya que presentaba problemas estructurales, entre los que se cuentan la duplicidad de funciones tanto con el Ministerio de Minas y Energía, como con Mineralco, así como que aproximadamente el 50% de su presupuesto estaba destinado a gastos de funcionamiento, descuidando en gran parte las funciones para las cuales había sido creada¹⁰.

Además de la deficiente infraestructura vial y portuaria en el desarrollo de las actividades de industria y comercio del carbón, han restringido las garantías en varios

⁹ La Cadena del Carbón - Upme
www.upme.gov.co/Docs/Cadena_carbon.pdf.

¹⁰ El mercado internacional de carbón - carbunión
www.carbunion.com/.../carbon/.../mercado_intern.

aspectos como son seguridad personal, equidad, estabilidad y previsibilidad de parámetros macroeconómicos, normatividad ambiental clara, régimen de inversión más atractivo y una adecuada estructura de costos que involucre aspectos ambientales y sociales adecuados. También, las condiciones económicas han permanecido estancadas, la producción es baja, determinada por las deficientes condiciones de extracción y comercialización del carbón.

Los factores de perturbación económica en los últimos veinte años provinieron de los mercados financieros, con crisis globales, primero en el sudeste asiático en 1997 y después en las economías maduras, en 2008 y años siguientes. Las 4 llamadas economías emergentes han sostenido el crecimiento del producto en el mundo y creado demandas importantes de todo tipo de bienes y servicios y, en particular, de alimentos, hidrocarburos y productos mineros. Los precios de estos bienes han subido al igual que las exportaciones y la inversión extranjera en los países productores de *comodities* (Banco Mundial, 2011). Estos flujos han atenuado los impactos de la última crisis en las economías ricas en recursos naturales. Fedesarrollo actualmente presenta los siguientes retos:

- ¿Cómo hacer para evitar los efectos de la llamada maldición de los recursos naturales que consiste en que como efecto de la especialización en la producción de bienes primarios se tiene un crecimiento inferior al que tendría una economía diversificada?
- ¿Cuál debe ser la renta minera y petrolera que reciban los países a cambio de permitir la extracción de los recursos naturales no renovables?
- ¿Cómo mitigar los impactos macroeconómicos de las bonanzas primario exportadoras?
- ¿Cómo establecer los niveles óptimos de consumo, ahorro e inversión de los recursos extraordinarios?
- ¿Cómo fortalecer el control ciudadano y las instituciones de esos países para la transparencia y la eficiencia del gasto público?

Sin lugar a dudas, el flujo de recursos proveniente de esta actividad es cada vez mayor y las proyecciones muestran que su tendencia creciente se mantendrá. Así, el sector de la minería del carbón cobra importancia en las políticas públicas no sólo por los altos recaudos generados por su operación, sino por el impacto social y ambiental de la actividad del sector¹¹.

Sin lugar a duda, el flujo de recursos proveniente de esta actividad es cada vez mayor y las proyecciones muestran que su tendencia creciente se mantendrá. Así, el sector de la minería del carbón cobra importancia en las políticas públicas no sólo por los altos

¹¹ http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Impacto-socioeconómico-de-la-minería-en-Colombia-Informe_Impacto.

recaudos generados por su operación, sino por el impacto social y ambiental de la actividad del sector.

6.1.20.3 Sector Carbón en Boyacá Los muiscas explotaban el carbón en Boyacá para la orfebrería y la producción de sal. Así lo explica el boyacense Alfonso Escobar Chaparro en su libro 'Historia del carbón de Colombia', en el que cuenta cómo ha evolucionado este mineral en el país.

En minas de Monguít se han encontrado vestigios de la forma cómo los indígenas explotaban el carbón, para lo cual utilizaban herramientas en piedra.

En la primera mitad del siglo pasado Tópaga y Morcá (Sogamoso) suministraban el carbón para las locomotoras del ferrocarril, en unos volúmenes que se cree no sobrepasaban las 3.000 toneladas al mes. Tanto Alfonso Escobar, presidente ejecutivo de Fenalcarbón Cundinamarca, como Luis Gabriel Chiquillo, presidente ejecutivo de Fenalcarbón Boyacá, coinciden en afirmar que Acerías Paz del Río marcó un hito en el desarrollo tecnológico de la minería del carbón en el departamento.

El carbón térmico lo utilizaba en su Planta de Fuerza, que genera energía eléctrica, y el carbón metalúrgico lo usa en la elaboración del acero. Acerías impulsó la explotación del carbón metalúrgico en Samacá y en Tasco construyó una mina mecanizada, la de La Chapa.

"La minería del carbón en Boyacá se desarrolló con la incursión de Acerías Paz del Río. El departamento era una provincia con una vocación netamente agrícola y la entrada en funcionamiento de Acerías modificó nuestra vocación", cuenta Alfonso Escobar. Con la construcción de las unidades generadoras de Termopaipa (1964, 1976, 1981 y 1999) se aumentó la demanda de carbón térmico en Boyacá¹².

A finales de los 80 Boyacá empezó a vender carbón térmico a otros departamentos, lo cual aumentó la producción. Las cifras crecieron de 5 años para acá "Hasta 1985 la producción anual de carbón en Boyacá no sobrepasó el millón 500 mil toneladas", afirma Luis Gabriel Chiquillo. A finales de los 80 Boyacá empezó a vender carbón térmico a otros departamentos, lo cual aumentó la producción. A comienzos de este siglo el departamento empezó a exportar carbón metalúrgico. Del 2004 al 2011 se estima que la producción de carbones en Boyacá ha estado entre tres y cuatro millones de toneladas año.

"La producción del carbón térmico ha decrecido porque el comportamiento de los precios desde mediados del 2009 a finales del 2011 estuvo muy plano, entre 80.000 y 100.000 pesos por tonelada en los centros de acopio", dice Chiquillo. De acuerdo con cifras del sector carbonero, el año pasado la producción de carbón térmico en el departamento no superó el millón 700 mil toneladas, en tanto que la producción de carbón metalúrgico pasó de dos millones de toneladas.

¹² Informe Especial de la minería en Boyacá - Colombia Noticias ...
www.eltiempo.com/Colombia/Boyacá/ARTICULO.

- Las áreas de reserva de carbón de Boyacá van desde el municipio de Jericó, al norte, hasta la frontera con el departamento de Cundinamarca, la zona minera principal se encuentra entre los municipios de Sogamoso y Jericó, con carbones bituminosos.
- En Boyacá el carbón metalúrgico es de alrededor de 58% de la producción total de carbón, mientras que el carbón térmico es la complementaria del 42% sobre el total.
- La extracción de este mineral se caracteriza por ser, entre el 70% o 80%, una actividad ilegal. En general, la minería ilegal está presente en el 44% de total de municipios en el país y representa cerca del 30% de las exportaciones mineras totales.
- Por ejemplo, en el distrito minero del norte de Boyacá, hay 55 unidades de la minería ilegal identificados.
- Según Fedesarrollo (2011), la actividad minera está reemplazando a las actividades primarias de la región: la agricultura y la ganadería.
- Se estima que el 48% de la minería es la minería artesanal, el 38% a pequeña escala, y sólo el 14% es de media a la minería a gran escala¹³.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

Responsabilidad social: Es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país."

Minería: Es la actividad productiva mediante la cual se identifican zonas con presencia de minerales, los extraen y procesan de forma que podamos contar con los metales que usamos en nuestra actividad diaria (cobre, oro, plata, etc.).

Carbón: Es un tipo de roca formada por el elemento químico carbono mezclado con otras sustancias. Es una de las principales fuentes de energía. En 1990, por ejemplo, el carbón suministraba el 27,2% de la energía comercial del mundo

Nivel Socioeconómico: Es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo.

Población: Proviene del término latino populatio. En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política.

¹³ Propuesta de Estructura para la Minería de carbón en Boyacá - UPTC
www.uptc.edu.co/export/sites/.../prop_carbon.pdf - Translate this page

Indicador: Los indicadores son, en definitiva, conceptos que se van a “medir”. Una vez se han definido los indicadores de un Sistema de Calidad particular, se deben definir valores objetivos para los mismos en un determinado periodo. Esto permitirá, en primer lugar, establecer unos umbrales de Calidad que se deben alcanzar y, en segundo lugar, comprobar hasta qué punto se alcanzan esos niveles.

Necesidad: Es un componente básico del ser humano que afecta su comportamiento, porque siente la falta de algo para poder sobrevivir o sencillamente para estar mejor.

Empresa: Es una organización, institución o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

Impacto social: Hace referencia a todos los efectos que los diferentes proyectos al ser ejecutados, logran sobre la comunidad.

6.3 MARCO NORMATIVO O LEGAL

La presente ley tiene como finalidad el comportamiento voluntario por parte de las organizaciones a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas que tiendan al logro de objetivos sociales como lo son la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamientos responsables ambientales basándose en la prevención y la reparación de los daños ambientales y sociales de una comunidad.

TEXTO A CONSIDERACIÓN DE LA COMISIÓN SÉPTIMA DEL SENADO DE LA
REPUBLICA PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NO 070 DE 2010
SENADO.

PROYECTO DE LEY NO. 070 2010
“POR LA CUAL SE DEFINEN NORMAS SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL, LA PROTECCIÓN INFANTIL Y SE DICTAN OTRAS
DISPOSICIONES”

EL CONGRESO DE COLOMBIA
DECRETA

Artículo Primero. OBJETO DE LA LEY. El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los

derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales¹⁴.

Artículo Segundo. CAMPO DE APLICACIÓN. La presente ley se aplica a todas las empresas medianas y grandes a que se refiere el artículo 2° de la ley 590 de 2000. Así como a las filiales, sucursales y subsidiarias tanto de capital Nacional como extranjero; a las sociedades de economía mixta; y las empresas industriales y comerciales del Estado, que cumplan los requisitos mencionados en el presente artículo.

Artículo Tercero. EMPRESAS MICRO Y PEQUEÑAS. Las micro y pequeñas empresas que se acojan a lo dispuesto en la presente ley, tendrán los siguientes incentivos:

- Puntajes adicionales en Licitaciones públicas.
- Facilidades de acceso a créditos superiores ha determinado monto.
- Acceso a programas de fomento micro y pequeñas empresas.
- Fomento de Innovación Tecnológica.
- Otros que se incorporen en el futuro por el Gobierno Nacional.

Parágrafo. Las empresas a que se refiere el artículo segundo podrán apadrinar a las micro y pequeñas empresas, con el fin de acompañarlas durante el proceso de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial, esto será acompañado por el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial.

Las empresas a que se refiere el artículo segundo podrán desarrollar planes dentro de su actividad de negocio y programas socialmente responsables beneficiando a la población vulnerable colombiana en especial a la niñez, la familia, la pobreza extrema y el medio ambiente.

Artículo Cuarto. LA INTERPRETACIÓN. Las normas contenidas en la presente ley deberán interpretarse teniendo en cuenta su impacto social y ambiental, y sin gravar, el giro económico de las empresas en sus actividades.

Artículo Quinto. INFORME ANUAL. Será obligación de cada empresa que se acoja a la presente ley en el mes de diciembre de cada año, preparar y publicar un informe anual en el cual se especifique lo siguiente:

1. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económico o financiero de sus actividades durante el año que termina.
2. Una valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año inmediatamente siguiente.
3. Las políticas de empleo y las prácticas laborales particulares de la empresa, en lo que debe incluirse una medición de sus efectos y la participación de los trabajadores, entre otras.

¹⁴

http://servoaspr.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348

4. Las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones adelantados por la empresa para cumplir la Responsabilidad Social Empresarial.

Este informe, no deberá contener información que al ser puesta a disposición del público perjudique seriamente a la empresa o viole la intimidad personal, de directivos, trabajadores o accionistas.

Parágrafo transitorio. Plazo de gracia. El 31 de diciembre del año siguiente a la vigencia de la presente ley, las empresas a que se refiere el artículo segundo de esta Ley, presentarán un informe provisional del año inmediatamente anterior de manera voluntaria. De allí en adelante, cada año, se presentará para el mes indicado el informe, a que se refiere este artículo.

Artículo Sexto. ACTIVIDAD EMPRESARIAL. Las empresas deberán tener en cuenta en el giro de sus negocios una valoración del impacto ambiental, social, económico y financiero en cada una de sus actividades.

La opinión de los accionistas será consultada y deberá responderse cualquier opinión expresada por éstos sobre un proyecto en particular.

Artículo Séptimo. CONSEJO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (CRSE). Será potestativo del Gobierno la expedición de un reglamento para la puesta en marcha de un Consejo de Responsabilidad Social Empresarial que expida normas y evalúe el estado actual de la responsabilidad empresarial y medio ambiental en Colombia, integrado por:

- El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o su delegado.
- El Ministro del Medio Ambiente, vivienda y Desarrollo Rural o su delegado.
- El Ministro de la Protección Social o su delegado.
- El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
- El Director del SENA.
- Dos representantes de universidades del país.
- El Presidente de la Confederación Colombiana de Consumidores.
- Dos representantes de los gremios de la industria y de la producción.
- Tres representantes de las ONGs.

El Consejo de Responsabilidad Social Empresarial podrá:

1. Expedir directrices en cumplimiento de la presente ley, directrices que determinará teniendo en cuenta las características propias de cada sector productivo.
2. Proyectar los reglamentos necesarios para determinar el cumplimiento de los contenidos de la ley.
3. Fomentar la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas a que se refiere el artículo segundo de la presente ley.
4. Realizar un Plan de acompañamiento para las micro y pequeñas empresas en la incorporación de la Responsabilidad social empresarial.
5. Publicar las acciones de las empresas socialmente responsables.

6. Citar a los representantes legales de las empresas y pedir a las mismas, las informaciones necesarias.
7. Divulgar, ante la comunidad las buenas y malas acciones de las compañías en materia social y medioambiental mediante anuncios publicitarios en medios masivos.
8. Hacer auditorias aleatorias, a las empresas sujetas a esta ley.
9. Recibir las quejas que le formulen los afectados por la violación de la presente ley.

Parágrafo Primero. Para garantizar el cumplimiento de los mencionados requisitos, el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial se basará en indicadores de gestión diseñados de modo tal que permitan la objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera de las organizaciones.

Parágrafo Segundo. Reglamentación. El Gobierno Nacional contará con un término de seis (6) meses contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, para reglamentar la puesta en marcha y funcionamiento del CRSE.

Artículo Octavo. El Gobierno Nacional promoverá entre las empresas que se acojan de manera voluntaria al presente proyecto de Ley la certificación Social mente Responsable, que será un medio de promoción, difusión y calidad sobre la gestión en la materia de cada empresa.

Artículo Noveno. Protección del trabajo infantil El Gobierno Nacional en cabeza del Ministerio de la Protección Social, El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, con el apoyo de la UNICEF, las Organizaciones No Gubernamentales y el Consejo De Responsabilidad Social Empresarial (CRSE). Desarrollarán como parte de su política pública un programa Nacional de Responsabilidad Social Empresarial sin explotación laboral infantil, desarrollando mecanismos que permitan el seguimiento y control del mismo.

Parágrafo. El Gobierno Nacional, certificará que las empresas han elaborado sus bienes y servicios sin la explotación de mano de obra infantil mediante la creación de una etiqueta social denominada **LIBRE DE TRABAJO INFANTIL.**

Artículo Décimo. VIGENCIA. La presente ley rige a partir de su publicación.

PROPOSICIÓN Dar primer debate al proyecto de ley 70 de 2010 Senado “Ppor el cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones”. Sin modificaciones, tal y como fue presentado a consideración de la Comisión.

Ponentes,

LILIANA MARIA RENDÓN ROLDAN
H.S DE LA REPÚBLICA

ANTONIO CORREA JIMENEZ
H.S DE LA REPÚBLICA

6.4 MARCO SITUACIONAL

6.4.1 Caracterización Del Municipio De Samacá Está ubicado en la Provincia Centro, con Tunja como capital del Departamento, clasificado en categoría 6, cuyo código del DANE es 15646. Tiene una extensión de 172,90 km²; el perímetro urbano se encuentra a 2.665 m.s.n.m. y la temperatura promedio es de 14°C.



Fuente: Lineamientos generales para la construcción del documento de seguimiento y evaluación E.O.T CORPOBOYACA.

Samacá limita por el Oriente con Cucaita, Tunja y Ventaquemada; por el occidente con Ráquira; por el Norte con Sáchica, Sora y Cucaita y por el Sur con ventaquemada, Ráquira y Guachetá (Cundinamarca). Las condiciones topográficas del municipio son quebradas, los accidentes están constituidos por las estribaciones de la Cordillera Oriental, las principales elevaciones son los cerros: El Picacho y La Cumbre; la Loma: Tibaquirá, y valles: los Altos, las Cruces, Llano largo, el Cacho y el Quite. En general, la topografía del municipio corresponde a un 18% plana, un 22% ondulada y el 60% quebrada. Samacá pertenece a la jurisdicción de la Corporación Autónoma Regional de Boyacá CORPOBOYACA.

6.4.2 Pisos Térmicos Y Territorio

PISOS TÉRMICOS Y EXTENSIÓN		
PISOS TÉRMICOS	KM 2	PORCENTAJE
FRÍO	119,11	68,89 %
PÁRAMO	53,79	31,11 %
TOTAL EXTENSIÓN	172,90	100,00 %

Fuente: Evaluación y Seguimiento Esquema de Ordenamiento Territorial 2011

6.4.3 Dimensión Poblacional La dinámica de la población en el municipio de Samacá es diversa e intensa, como se muestra más adelante a partir del censo DANE de 2005, se proyecta un crecimiento, concentrado mayoritariamente en el área rural. Estos datos no reflejan completamente la realidad poblacional, pues no se cuenta con cifras que

precisen la cantidad de personas residentes en el municipio y que han llegado producto de la alta migración por los procesos productivos en las minas y en el sector agrícola, en donde al lado del trabajador que viene de distintas áreas geográficas del país, llega su núcleo familiar¹⁵.

6.4.4. Tamaño La población para el año 2011, según proyección del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, es de 19.018 habitantes. De acuerdo con el CENSO Poblacional de 2005 y proyectado a 2011, el 71% de los samaquenses se ubican en el sector rural y el 29% en la cabecera municipal.

6.4.5 Censo Poblacional

Población total	17.352	100,00%
Población cabecera	4.809	27,72%
Población rural	12.543	72,28%
Población en edad escolar	8.003	46,12%
Población Económicamente active	5.890	33,94%
Población en edad de trabajar	6.986	40,26%
Tasa de desempleo	7,15%	
Porcentaje Población indígena	0,00%	

Fuente: DANE CENSO 2005

6.4.6 Crecimiento Se muestra la población de acuerdo al censo del DANE en el año 2005 y la proyectada a 2011, observándose un crecimiento del 10% en los últimos 6 años, con una tasa promedio anual del 1.84%.

Población proyectada 2005 – 2011

AÑO	2005	2008	2011
URBANA	4.809	5.196	5.526
RURAL	12.543	13.149	13.492
TOTAL	17.352	18.345	19.018

Fuente: Alcaldía Municipal de Samacá, Documento Evaluación del EOT .DANE

La población del municipio muestra la típica forma triangular predominante en Colombia y especialmente en los países en desarrollo, con una base amplia sustentada en las edades de 0 a 14 años, además de un número de personas aproximadamente igual en los grupos de jóvenes y adultos, que se reduce en las personas de mayor edad.

6.4.7 Población La pirámide poblacional del municipio muestra la típica forma triangular predominante en Colombia y especialmente en los países en desarrollo, con una base amplia sustentada en las edades de 0 a 14 años, además de un número de personas

¹⁵ Plan De Desarrollo 2012- 2015 Comprometidos Con Samacá

aproximadamente igual en los grupos de jóvenes y adultos, que se reduce en las personas de mayor edad.

GRUPOS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Total	19,018	9,762	9,256
0-4	2,146	1,107	1,039
5 – 9	2,226	1,151	1,075
10 – 14	2,125	1,107	1,018
15-19	1,877	981	896
20-24	1,482	756	726
25-29	1,429	738	691
30-34	1,255	650	605
35-39	1,299	683	616
40-44	1,150	599	551
45-49	983	509	474
50-54	836	427	409
55-59	620	307	313
60-64	497	241	256
65-69	358	168	190
70-74	302	144	158
75-79	223	102	121
80 Y MÁS	210	92	118

Fuente: DANE.

6.4.8 Actividad Industrial. Este sector no está muy diversificado ni desarrollado en el Municipio, en el área urbana solo se localizan algunas microempresas de productos comestibles (pan, dulces, amasijos, etc.), carpinterías, materiales de construcción como ladrillo, tubería, de metalmecánica, polvorearías y representa aproximadamente el 10% de las actividades mercantiles del municipio. La localización Industrial no se halla aun reglamentada, y están distribuidas por todo el casco urbano.

En el sector rural se encuentra una Empresa Textil que funciona con equipos y maquinaria industrial operada de forma manual. La actividad industrial más importante es la coquización del carbón con fines de Exportación que viene adelantando procesos de relevancia.

6.4.9 Actividad Minera en el Municipio de Samacá Esta actividad se orienta principalmente a la explotación del mineral energético Carbón y al procesamiento del mismo para la producción del coque. Así mismo se explotan otros minerales establecidos en el cuadro siguiente:

Otros minerales explotados en el municipio de Samacá.

ACTIVIDAD MINERA	No. Explotaciones	SECTOR	USO
Explotación del Carbón	44	Loma redonda Salamanca Chorrera Ruchical	Metalurgia, generación energía, procesos industriales, Coquización, residencial
Explotación de arcillas	14	Area Urbana Churuvita	Ladrillo
Material de Construcción	1	Quite	Bloque, Concreto Pavimento, recebo
Explotación de Arena	3	Gacal Guantoque	Construcción y Obras de infraestructura.
Explotación de roca	3	Santa Lucia	

Fuente: EOT de Samacá

6.4. 10 Explotación de carbón en Samacá Las reservas de carbón de Boyacá a diciembre de 2002 se han estimado en 170.4 millones de toneladas medidas y 682.7 millones de toneladas indicadas. El Municipio de Samacá tiene reservas de carbón estimadas en 35.7 millones de toneladas medidas y 129.9 millones de toneladas indicadas. Samacá tiene reservas de carbón estimadas en 35.7 millones de toneladas medidas y 129.9 millones de toneladas indicadas¹⁶.

La producción se utiliza para la transformación del coque que en industrias de propiedad de los mineros o es comprada por grandes industriales del Municipio como Milpa, Inverminsa y Colcarbón, también se vende a Cementos Tequendama, Intermediarios y para el consumo de ladrilleras.

Samacá cuenta con cinco Contratos de Concesión de explotación del subsuelo, concedidas por el Ministerio de Minas y Energía, de un área aproximada de 4.500 Hectáreas. Así mismo se han asociado otros pequeños explotadores de carbón en la cooperativa carbonera de Samacá.

La comercialización del carbón se realiza en el municipio y zonas cercanas, uno de los mayores demandantes del producto fue Acerías Paz del Río que compró el 10% de la producción, son también compradores importantes: cementos Nare y Termopaipa y el resto es utilizado por los mismos productores para el proceso de coquización, el cual es vendido a mercados locales y nacionales en un 60% e Internacionales en un 40% por firmas como Carbo-Coke, inversiones MILPA, SUMINEX y Colcarbón.

Las principales empresas que se dedican a la explotación de carbón en la zona del municipio de Samacá son:

- Carbones Andinos S.A

¹⁶ Plan De Desarrollo 2012- 2015 Comprometidos Con Samacá

- Comercializadora Internacional Milpa
- C.I. JAM Internacional S.A.

Carbones Andinos S.A. Es una empresa dedicada a la explotación, producción y comercialización de coque y carbones metalúrgicos. Conformada por un grupo de socios con experiencia de más de 50 años en la producción y comercialización de coque. cuenta con una infraestructura instalada que produce 150 mil TM / año aprox. en la actualidad tiene más de 300 empleados, las actividades encaminadas al desarrollo de la región y el bienestar del trabajador están basadas en la retribución de las utilidades en el municipio de Samacá y en sus socios principalmente, teniendo presente el tipo de sociedad. Se consolida como uno de los proveedores de coque más importantes del país¹⁷.

Los principales clientes han sido exportadores directos, compañías comercializadoras de commodities y consumidores finales en el exterior. La responsabilidad social está determinada por la calidad y bienestar del trabajador en las instalaciones y en la mina directamente, con el fin de generar un incentivo y pertenencia hacia la empresa, por medio de celebraciones de tipo organizacional y operativo como es el día del minero y las fiestas municipales, además de contribuir con proyectos propios de la administración municipal y empresariales dentro de la región minera del carbón.

Comercializadora Internacional Milpa La empresa nace en el municipio de Samacá Boyacá, fundada en 1974 por Miguel Parra en compañía de sus hijos y su esposa, la compañía toma su nombre del fundador, e inicia las operaciones con la mina San Miguel en la vereda la Loma del municipio de Samacá, posteriormente se empiezan a fabricar las primeras baterías de coquización con hornos tipo colmena en los terrenos aledaños a la mina San Miguel; al pasar el tiempo y la empresa ir capitalizándose se van adquiriendo nuevos títulos mineros en varios puntos de la geografía Cundiboyasence, y paralelamente se arrancan nuevos proyectos en los terrenos de los títulos.

La empresa se dedicada principalmente a la producción y comercialización de carbón a nivel internacional, está conformada por socios de la familia Parra Cástiblanco del municipio de Samacá, en la actualidad se presenta como una de las empresas de mayor reconocimiento en el sector minero del carbón, gracias a sus inversiones en tecnología e investigación en la parte de mejoramiento de calidad y productividad de los procesos.

El bienestar social de la región y la salud de trabajador, son los pilares en el desarrollo de nuevos proyectos dentro de la responsabilidad social con el municipio de Samacá, donando así el primer centro para discapacitados para el departamento. Enfocando sus programas en el desarrollo y progreso de los habitantes. Permitiendo de esta manera incrementar la responsabilidad de las empresas por las personas y trabajadores de la industria del carbón¹⁸.

¹⁷ <http://carbonesandinos.com/web/index.php?lang=es>

¹⁸ Revista Semana. El Gran Boyacá. Abril 19 de 2011.

C.I. JAM Internacional S.A. Es una empresa colombiana fundada en 1993, dedicada a la exploración, explotación, transformación, comercialización y transporte de recursos naturales no renovables, a nivel nacional e internacional, especialmente de carbón mineral y coque, cuenta con una ubicación estratégica, ya que las instalaciones se encuentran equidistantes de los puertos sobre los Océanos Pacífico y Atlántico, a diez y seis (16) kilómetros de Guachetá (Cundinamarca) y diez y seis (16) kilómetros de Samacá (Boyacá) sobre la futura troncal del carbón.

El compromiso que tienen con la región y el municipio está dado por las garantías en las regalías e impuestos generados por la explotación y transformación del mineral, además de aportar económicamente a los programas fomentados por la administración municipal para el desarrollo de la población dentro del plan de gobierno actual.

6.4.11 Actividad Minera en Samacá Los principales problemas que presenta el desarrollo de la actividad minera son:

La Falta de tecnología apropiada para explotar al máximo los potenciales de producción, aunque está requiere de grandes inversiones y un estímulo crediticio considerable y la falta de mercados estables, ya que son monopolizados por algunas empresas con licencias de exportación.

El sector minero e industrial en Samacá, genera aproximadamente 24 empleos directos y 456 indirectos. El sector comercial, de servicios, puesto que existen registrados en tesorería 335 negocios comerciales y de servicios que generan en promedio 3 empleos directos para un total de 1005 empleos.¹⁹

El sector institucional que presta servicios en el Municipio genera 277 empleos directos y 54 indirectos en el desarrollo de sus operaciones. Aquí se incluye el sector educativo, en el cual el municipio no tiene decisión, puesto que la carga docente es nombrada a nivel departamental y nacional. El sector transporte es otro sector que viene aportando aproximadamente 200 empleos.

La fuerza laboral del municipio haciende a 8379 habitantes del municipio sin contar con la población flotante, mientras que existen 6.692 oportunidades de empleo aproximadamente; es decir que 1687 personas desocupadas que equivale a tener una tasa de desempleo del 20,13%.

AREA	No DE PERSONAS POR NIVEL					TOTALES
	1	2	3	4	OTROS	
URBANA	628	1.943	855	101	16	3.543
RURAL	2.869	7.539	1.911	128	12	12.459
TOTAL	3.497	9.482	2.766	229	28	16.002
%	21.8%	59.3%	17.3%	1.4%	0.2%	100%

Fuente: SISBEN

De lo anterior se establece que el 31,8% de la personas pertenecen al nivel 1 de estratificación socioeconómica; el 59.3% pertenecen al nivel 2 de estratificación; el 17.3 al nivel tres; el 1.4% al nivel cuatro y solo el 0.2% al niveles cinco y seis.

¹⁹ ¹⁹ Plan De Desarrollo 2012- 2015 Comprometidos Con Samacá

La estructura competitiva mundial ha tenido un desarrollo evolutivo y dinámico, que es imposible ignorar. Samacá está inmerso en este proceso, en primer lugar, por las exportaciones del coque derivado del carbón hacia países de Europa, Centro y Sur América. A pesar de sus ventajas comparativas, el mercado internacional depende solamente de este producto. En algunas oportunidades se ha intentado la exportación de productos agrícolas, especialmente papa a países como Venezuela, pero dada la volatilidad en las relaciones y la poca experiencia en esta actividad se ha visto anulado su comercio.

El municipio de Samacá presenta un bajo nivel de transformación de productos primarios, es decir, el proceso de innovación es nulo y por ende los niveles de competitividad solo obedecen a producción y comercialización de los mismos, sin generar valor agregado. Los sectores agrícola y pecuario mantienen sus esquemas de producción desde el siglo pasado y permanecen en el mercado nacional, más por las ventajas comparativas, que por su misma evolución tecnológica.

6.4.12 Dimensión Ambiente Construido en Samacá La constante transformación no planificada del territorio por parte de los habitantes para satisfacer sus necesidades biológicas y sociales ha llevado a un crecimiento desordenado, lo que genera condiciones de desigualdad en la población y el deterioro de los paisajes urbano y rural, lo cual limita los alcances del Plan de Desarrollo del Municipio.

6.4.13 Infraestructura Vial Y De Transporte El municipio de Samacá cuenta con 21 Km de red vial departamental, toda ella en pavimento flexible; 29,8 Km de vía terciaria del INVIAS (Troncal del carbón), de los cuales el 12,75% se encuentra asfaltada y el restante destapada; 330 kilómetros de vías son propiedad del municipio, todas destapadas y 3 kilómetros de línea férrea. En la zona urbana hay 30 km de vías, de las cuales 2 kilómetros están pavimentados; 25 kilómetros en adoquín vehicular y los 3 kilómetros restantes recebadas.

6.4.14 Infraestructura De Espacio Público Como espacio público del municipio se tienen reducidos andenes y el Parque Principal, con un área de 4.774,3 mts², lo que establece una disponibilidad de espacio público construido de 2,2 mts² por habitante urbano, mientras que el promedio nacional es de 4,00 mts² por habitante; los estándares internacionales hablan de 15 mts² por habitante.

6.4.15 Infraestructura de Servicios Públicos Domiciliarios Ante el crecimiento acelerado, tanto de la población como del desarrollo urbano, se incrementa la demanda de servicios públicos, que suplan las necesidades básicas.

- Agua potable y saneamiento básico urbano. La entidad administradora del acueducto urbano es una empresa privada de servicios públicos, denominada Serviteatinos Samacá S.A.-E.S.P. quien coordina la operación, mantenimiento y rehabilitación de las redes de acueducto y alcantarillado sanitario y pluvial, al igual que la prestación del servicio de aseo en el municipio.

La Empresa inició operaciones en mayo de 2009, con 1.125 suscriptores y a diciembre de 2011 ya contaba con 1.389, logrando una cobertura del 97.5% de la población urbana. Su propósito consiste en mejorar la calidad en la prestación de los servicios, bajo los parámetros y lineamientos de la Superintendencia de Servicios Públicos, Aguas para la Prosperidad y la Secretaría de Salud de Boyacá.

Al crecimiento desordenado del municipio, existen sectores con insuficiencia en la cobertura de los servicios de acueducto y alcantarillado. Del mismo modo la demanda acelerada de servicios pone en riesgo de saturación y colapso los sistemas.

6.4.16 Plan de desarrollo comprometidos con Samacá 2012- 2015. Es evidente el deterioro de la infraestructura de espacio público debido a la falta de mantenimiento, influenciado por la inexistencia de sistemas de gestión que permitan la sostenibilidad de dichos espacios. Desde éste punto de vista, se deben implementar instrumentos de gestión (Actos Administrativos, figuras para la adopción de espacios públicos, contratos de arrendamiento, comodatos, etc.) que permitan su aprovechamiento económico en aras de la sostenibilidad, además de fomentar la seguridad social y el desarrollo ambiental.

Promoción Y Fomento Al Desarrollo Económico. Minería. Especialmente la explotación del Carbón, actividad que inició en el siglo XIX, obviamente de manera artesanal, ilegal y rudimentaria. Con el paso de los años y gracias a las condiciones y calidades de su carbón, comenzó labores la Empresa Acerías Paz de Rio, con una explotación más segura y con mejores condiciones laborales para cada uno de sus empleados.

La inserción de esta empresa en la economía local aportó desarrollo y crecimiento al municipio y generó avances significativos en los sectores de vivienda, educación, comercio y servicios. Paralela a esta empresa se siguió con la explotación pequeña y tradicional, la cual fue perdiendo espacio, dada la volatilidad en los precios del carbón a nivel nacional e internacional; se dio paso a una explotación mas tecnificada y con empresas de explotación a gran escala.

De acuerdo con el EOT, en el año 2.000 la producción mensual de carbón se acercaba a las 22.000 toneladas, actividad que generaba alrededor de 2.400 empleos directos y 1.200 indirectos. Producción comercializada especialmente con: Milpa, Colcarbón, Cementos Nare, Acerías Paz de Rio, Termo Paipa, e igualmente con mercados internacionales.

Para el año 2011, tomando una fuente primaria de importante valor que conoce y maneja el tema del carbón, en el día a día, se considera que mensualmente se explotaron 50.000 toneladas de carbón. Este sector, en los últimos 8 años ha generado importantes recursos por regalías que se presentan en el cuadro siguiente.

Regalías por concepto de producción de carbones

AÑO	SAMACÁ	BOYACA	PORCENTAJE
2004	1.012.709	220.985.041	0,45
2005	214.032.900	1.170.553.486	18,28
2006	279.508.204	2.132.297.646	13,10
2007	444.465.873	2.456.156.325	18,09
2008	312.653.959	2.444.237.349	12,79
2009	577.872.993	3.449.548.186	16,75
2010	476.393.338	3.482.726.698	13,67
2011	1.045.110.595	5.008.311.512	20,86
TOTAL	3.351.050.571	20.364.816.243	16,45

Fuente: Boyacá siete días, viernes 16 de marzo de 2012, pagina 10.

Esta actividad está generando actualmente en promedio 2.700 empleos directos, de los cuales 2.000 pertenecen a población proveniente de otros municipios y departamentos, factor migratorio que demanda una gran cantidad de servicios e infraestructura, que tiene que ser ofertada por el municipio, con un agravante inmenso referente al precario presupuesto que maneja. La actividad minera en promedio aporta 1.200 empleos indirectos, conductores, mecánicos, comercio y servicios, entre otros. La minería de la zona es bien equipada, ya que las minas poseen malacate, bombas de desagüe, ventiladores, vagonetas y tolvas. En el desarrollo, preparación y explotación del recurso carbonífero se aplican los parámetros para llevar una minería en forma técnica.

En el Plan de Desarrollo del Municipio 2008-2011, se realizó una aproximación al empleo generado por las diferentes actividades económicas desarrolladas en el Municipio, determinadas así:

Empleo generado por las actividades económicas en el municipio de Samacá.

Sector	%
Minería y coquización	35
Agricultura	30
Industria (talleres y otros)	8
Comercio	6
Función Pública	6
Ganadería	5
Transporte	5
Construcción	4
Artesanías y otros	5

Donde se concluye que el sector agropecuario ha perdido importancia en la generación de empleo en el contexto económico y hoy se constituye en el segundo renglón de la economía municipal, por debajo de la industria del carbón²⁰.

²⁰ Plan De Desarrollo 2012- 2015 Comprometidos Con Samacá

6.4.17 Porque Se Presentan Las ONG. Las organizaciones no gubernamentales (ONG) tiene una naturaleza de unión voluntaria de personas con un fin específico las cuales tiene una variedad de servicios que se llevan a cabo para dar a conocer a los gobiernos preocupaciones ciudadanas, supervisan políticas, proporcionan análisis y conocimientos técnicos.

Las ONG se organizan alrededor de temas concretos, beneficiando a la comunidad, las cuales han tenido un decisivo papel en la sociedad construyendo políticas públicas debido a que la principal función es permitir acercar a la población distinta información y datos sobre temas que en casos estos no advierten y desconocen.

Las ONG dan posibilidad de participación, movilizan a la ciudadanía para que se integren y participen para formar parte de las soluciones y decisiones que tiene relación con el medio ambiente que los rodea. La participación ciudadana es muy importante a la hora de atender e intentar dar soluciones a los problemas medioambientales y un elemento fundamental en el acceso a la información pública.

Es debido a que lo integran voluntariamente personas, que los intereses y principales beneficiarios son los ciudadanos. Son muchas las funciones que una ONG atiende pero las más importantes son aquellas que están orientadas hacia el desarrollo de la comunidad y de la persona, así como la protección de los derechos humanos.

ONG. Presentes En La Región. Nombre entidad: Corporación del Medio Ambiente y la Naturaleza "Corponaturaleza"

Categoría: Medio Ambiente

Municipio: Sotaquirá

Provincia: Boyacá

País: Colombia

Web: No

Financiación Privada: SI

Fines y Actividades

1. Capacitar, sensibilizar y orientar a directivos, docentes y alumnos de los colegios oficiales y privados, sobre ecología y educación ambiental, articulando la comunidad, para desarrollar proyectos pedagógicos ambientales.

2. Vincular a las instituciones del Estado, Ministerios, Parques Naturales, Corporaciones Autónomas Regionales, Departamentos, Municipios, ONG Ambientalistas, las Instituciones Educativas, Juntas de Acción Comunal, Juntas Administradoras de Acueductos Rurales, Empresas Industriales, Empresas de Acueducto, Medios de Comunicación Comunitarios.

3. Crear un Reconocimiento al Trabajo y Responsabilidad Social Empresarial, sobre el papel desempeñado por las empresas y el impacto de sus actividades en la comunidad y en el medio ambiente, representados por los diferentes sectores, Empresarial, Alcaldías, Juntas de Acción Comunal, Instituciones Educativas y Medios Comunitarios.

Nombre entidad: Fundación "Huellas y Compromisos"

Categoría: Medio Ambiente
Municipio: Chiquinquirá
Provincia: Boyacá
País: Colombia
Web: www.mirandoelcampo.com
Financiación Privada: No ti

Descripción: Fundación "Huellas y Compromisos" Slogan. "Abriendo Caminos a la Paz"
La Fundación "Huellas y Compromisos" trabaja en el campo del: * Medio Ambiente: Difusión y defensa de los recursos naturales, resaltando los sitios más hermosos de nuestra topografía a través, del periódico "Mirando El Campo" y la pagina web del mismo nombre. * Derechos Humanos: Difusión a través de estos mismos medios de comunicación y de otros como la televisión y los medios electrónicos.

Nombre entidad: Culturagua.

Categoría: Medio Ambiente
Municipio: Villa de Leyva
Provincia: Boyacá
País: Colombia
Web: no disponible
Financiación Privada: no disponible

Descripción: Culturagua promueve y apoya proyectos de gestión ambiental sostenibles utilizando tecnologías alternativas e integrando a la comunidad en la participación activa, democrática y autónoma con miras a rescatar la identidad individual y colectiva de su territorio. La Corporación Cultural y Ambiental, Culturagua es una organización, sin ánimo de lucro, Ubicada en Villa de Leyva, Boyacá, Colombia. Su Objetivo es generar conciencia, sensibilizar y educar a la sociedad en cuanto a la protección y el adecuado manejo de los recursos vitales, utilizando como herramientas fundamentales la Cultura, el intercambio de saberes y las expresiones artísticas.

Principales Actuaciones: Trabaja en proyectos de educación y promoción cultural para iniciar una nueva cultura del agua como gestión ambiental alternativa, desde un pensamiento holístico, Cultural y multidisciplinario, aportando al cambio y mejoramiento del comportamiento humano frente a los recursos naturales con el fin de buscar una mejor calidad de vida para las comunidades.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 TIPO DE INVESTIGACION

El proyecto presenta una investigación de tipo descriptivo, basado en aspectos sociales y económicos que repercute la minería del carbón en los habitantes del municipio de Samacá.

7.2 FASES DE LA INVESTIGACION

- Se examinaron las características del problema.
- Se eligió el tema y las fuentes apropiadas para poder realizar la investigación.
- Se seleccionaron y elaboraron las técnicas para la recolección de la información, tanto de las empresas del sector como de los habitantes del municipio de Samacá
- Se verificó la validez de las técnicas de evaluación empleadas para la recolección de datos.
- Se realizaron observaciones objetivas y exactas.
- Se describieron, analizaron e interpretaron los datos obtenidos en forma precisa y clara.

7.3 Universo.

El desarrollo del estudio se realizara en el municipio de Samacá.

Población o muestra. Las 4 empresas carboneras más reconocidas presentes en el municipio como son: Carbones Andinos, Comercializadora Internacional Milpa, Comercializadora Internacional Jam, Comercializadora Internacional Prodyser.

Delimitación del estudio.

- Espacial: Municipio de Samacá en Boyacá.
- Demográfica: Empresas reconocidas del sector de la minería del Carbón.
- Instrumentos para recolección de información: Los instrumentos utilizados para recolectar la información del estudio están determinados por la realización de entrevistas personalizadas y aplicación del formato impreso de encuesta.

Encuesta 1. Para realizar la investigación sobre el compromiso que tienen las empresas del municipio de Samacá en lo relacionado con la responsabilidad social empresarial, se tomaron como base algunos Indicadores lanzados por el Instituto ETHOS de Brasil en el año 2000, los cuales fueron adoptados para el desarrollo de indicadores de otras organizaciones de RSE en Latinoamérica, bajo la temática ADEC-

ETHOS, la cual es una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que emplean la incorporación de prácticas de responsabilidad social.

Ficha Técnica.

Nombre del estudio: Encuesta de compromiso de RSE. De las empresas mineras del municipio de Samacá.

Liderado por: Autores del proyecto.

Ejecutado y Analizado por: Autores del proyecto.

Instrumento: Cuestionario estructurado de 5 grupos con 23 ítems en total.

Marco Muestral: Principales Empresas carboneras del municipio de Samacá.

Metodología: Cuantitativa

Muestreo: Aleatorio simple

Técnica: Entrevista directa con trabajadores administrativos de las empresas.

Fecha realización: Agosto de 2013

Tamaño de la muestra: Las 4 principales empresas carboneras del municipio.

Universo. El desarrollo del estudio se realizó en el municipio de Samacá, donde se determinó la percepción que tienen los habitantes del área urbana con respecto al desarrollo a razón del sector carbonífero.

Población o muestra.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n= tamaño de la muestra.	
N= tamaño población.	N= 5526
P= probabilidad de ser escogido.	P=0.5
q= probabilidad de no ser escogido.	q= 0.5
Z= Nivel de confianza.	Z= 1.96
e= error.	e= 0.025

$$n = \frac{5526 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(5526-1) \cdot 0.0025 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{5526 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{5525 \cdot 0.0025 + 3.8416 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{5307.1704}{14.7729}$$

n = 359.2504

Delimitación del estudio.

- Espacial: Municipio de Samacá en Boyacá.
- Demográfica: Personas que habitan en el área urbana del municipio.

Instrumentos para recolección de información: Los instrumentos utilizados para recolectar la información del estudio están determinados por la realización de entrevistas personalizadas y aplicación del formato impreso de encuestas

Encuesta 2. Para realizar una investigación con respecto a la influencia del sector carbonífero en el municipio de Samacá, se indago a habitantes del municipio sobre la percepción que se tiene sobre aspectos mencionados en la encuesta.

Ficha Técnica.

Nombre del estudio: Encuesta de percepción de los habitantes de Samacá con respecto a la RSE de las empresas mineras.

Liderado por: Autores del proyecto.

Ejecutado y Analizado por: Autores del proyecto.

Instrumento: Cuestionario estructurado de 11 ítems.

Marco Muestral: Habitantes del área urbana del municipio de Samacá.

Metodología: Cuantitativa

Muestreo: Aleatorio simple

Técnica: Entrevista directa con las personas

Fecha realización: Agosto de 2013

Tamaño de la muestra: la encuesta se aplicó a 359 personas del municipio de Samacá.

8 Análisis de la información.

8.1 Análisis Encuesta 1.

Indicador 1.

La empresa: Compromisos Éticos	Si	No
1. Tiene definida su misión y visión	4	0
2. En la misión y visión se incluyen aspectos sobre la responsabilidad social empresarial.	2	2
3. En la redacción de la misión y visión participan distintos niveles de la empresa.	3	1
4. En la redacción de la misión y visión se consideran entes externos como; proveedores, clientes, comunidad, etc.	2	2
5. La misión y visión de la empresa son revisadas periódicamente.	1	3
6. Presenta a las diferentes áreas de la empresa sus compromisos organizacionales y éticos por medio de materiales institucionales.	2	2

Las empresas mineras del municipio de Samacá tienen unos objetivos estáticos, por lo tanto sus misiones y visiones no se revisan, ni se comparten con los niveles de la organización ni con el entorno.

Empresa Carbones andinos.

Misión: Explotar, producir, transformar y comercializar carbón metalúrgico de alta calidad de manera responsable y sostenible. Empleamos una filosofía de fiel compromiso y beneficio con nuestros proveedores, nuestra comunidad, nuestros empleados, nuestros clientes, nuestros socios y nuestros accionistas.

Visión: Mantener una operación óptima, eficiente y orientada al continuo crecimiento. Esto nos permitirá ampliar nuestro compromiso con la comunidad y con el medio ambiente²¹.

Empresa C.I MILPA S.A

21

http://www.carbonesandinos.com/web/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5&lang=es

Misión: C.I. MILPA S.A. Es una empresa de amplio reconocimiento y tradición en los mercados de carbón y coque, enfoca su accionar directivo, administrativo y operativo a la generación de productos que satisfagan plenamente las necesidades de sus clientes y garanticen la conservación y ampliación de mercados actuales a nivel nacional e internacional, satisfaciendo las expectativas de accionistas, proveedores, colaboradores y organismos estatales de dirección y control.

Visión: En el año 2015 C. I. MILPA S. A. será la empresa con mayor capacidad y efectividad a nivel nacional en el proceso integral de explotación en minería subterránea, procesamiento, transformación, comercialización y transporte nacional e internacional de carbones metalúrgicos coquizables, carbones térmicos y coque de diferentes calidades y granulometrías, con el cumplimiento total de las normas de calidad y condiciones de precio competitivas para garantizar el éxito en los diferentes negocios.

Indicador 2.

Arraigo en la Cultura Organizativa.	Si	No
1. Los empleados de la empresa demuestran familiaridad con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.	4	0
2. La empresa difunde y educa a sus trabajadores en valores y códigos de ética regularmente.	4	0
3. Se aplican criterios éticos en las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal.	4	0

Se evidencia una alta cultura organizacional compartida con valores como: la ética, la responsabilidad, honestidad, compromiso y dedicación influyendo de forma directa en el desarrollo y direccionamiento de la empresa hacia el entorno.

Indicador 3.

Gobierno Corporativo	Si	No
1. La empresa cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes.	1	3
2. Orienta y desarrolla sus operaciones bajo los principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).	4	0
3. La visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sostenible.	2	2
4. Existe una estrategia formal de Responsabilidad Social Empresarial dentro del mapa estratégico de la empresa.	1	3
5. Existen objetivos cuantificados de Responsabilidad Social Empresarial dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.)	2	2

Las empresas no presentan como importante la responsabilidad social dentro del mecanismo funcional, puesto que no cuentan con mecanismos de evaluación periódica, además de no contar con una estrategia definida para el desarrollo sostenible y por lo tanto no se observa plasmada en la visión.

Se presentan unas directrices en lo referente al involucramiento de las empresas en los programas de desarrollo y bienestar social del municipio. Por medio de la colaboración y aportes varios hacia los diferentes programas.

Indicador 4.

Comunidad	Si	No
1. Tienen reuniones sistemáticas para informar a líderes locales sobre las medidas tomadas en relación a la comunidad.	1	3
2. Contribuye a la mejora de la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser requeridas por la comunidad.	3	1
3. Orienta a sus empleados para que respeten los valores y tradiciones de la comunidad a la cual pertenecen.	2	2
4. Tiene programas para el desarrollo de proyectos de organizaciones del municipio.	4	0
5. Apoya los programas e iniciativas personales de sus empleados en lo relacionado con acciones sociales.	2	2

Se observa que aunque existe una mejora en el ambiente local por las empresas del municipio, estas no interactúan con la comunidad de Samacá, para saber si realmente estas mejoras son las requeridas.

Indicador 5.

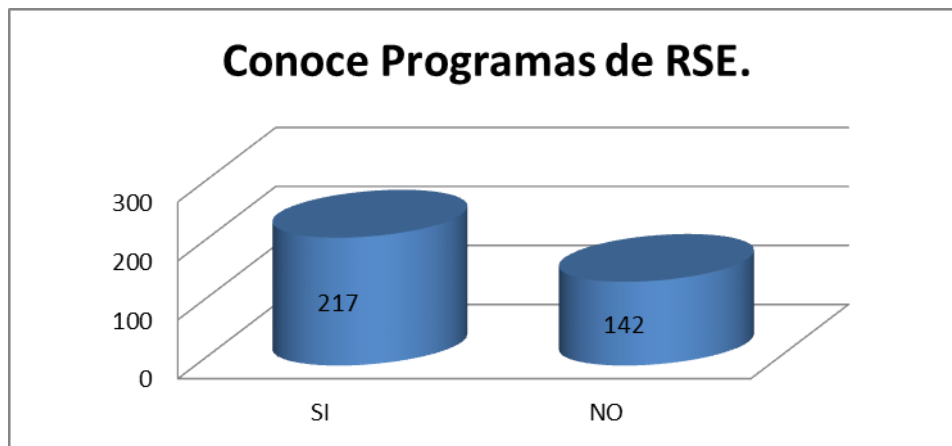
Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)	Si	No
1. Interactúa con grupos o partes interesadas que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios.	2	2
2. Cuenta con una política para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas.	3	1
3. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación de la empresa.	3	1
4. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el balance social de la empresa.	3	1

Los grupos de interés tienen una participación importante en el desarrollo de los indicadores de las empresas los cuales generan una efectiva y eficaz planeación organizacional; en donde se interponen los indicadores en la proyección de la empresa, para incorporarlos en el balance social de esta.

8.2 Análisis Encuesta 2.

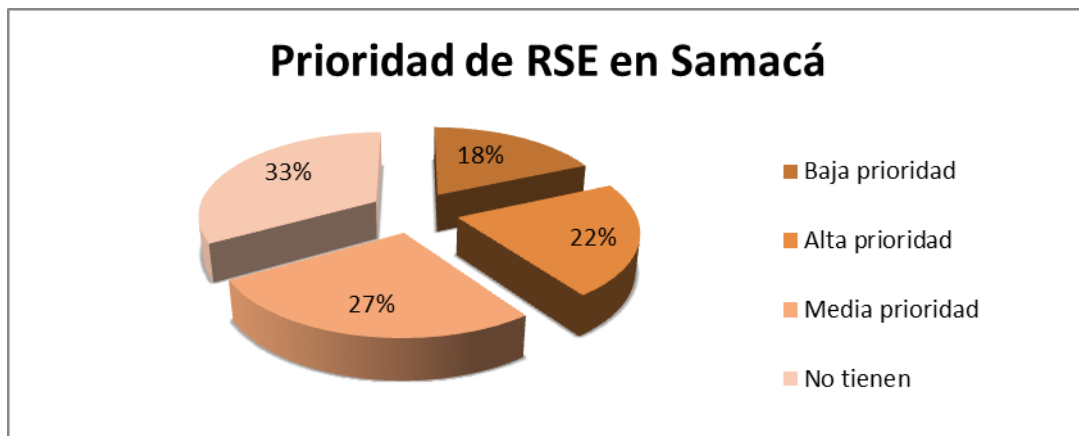
- Conoce los programas de Responsabilidad Social de las empresas de carbón del municipio de Samacá?

Se observa que 217 personas de las encuestadas respondieron sí que equivale a un 61% de la población, el restante; 142 personas respondieron no equivalente a un 39% de la población total.



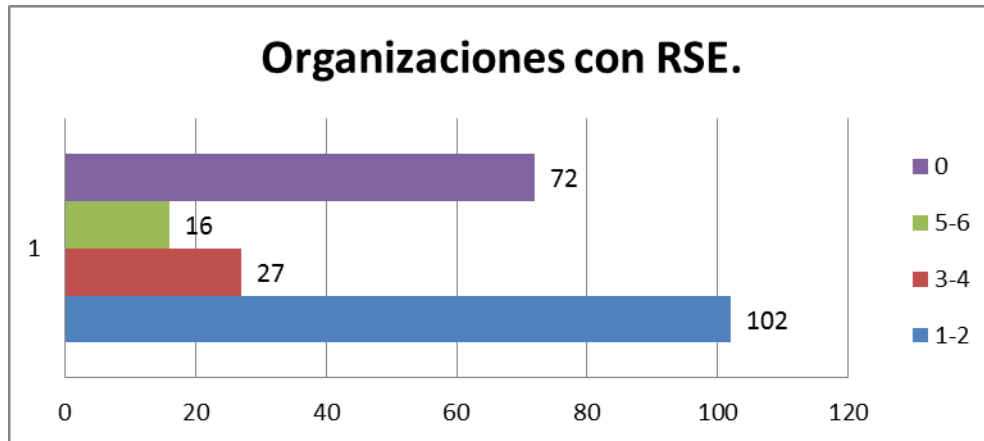
- En la actualidad las actividades de responsabilidad social en las empresas mineras en Samacá tienen una prioridad?

Como se puede establecer en el diagrama; 72 personas contestaron que no tienen prioridad que es equivalente en porcentaje a un 33%, 58 personas contestaron que tienen una prioridad media que equivale a un 27%, con una prioridad alta contestaron 47 personas equivalente a un 22% de la población, con una prioridad baja contestaron 40 personas equivalente a un 18% de la población.



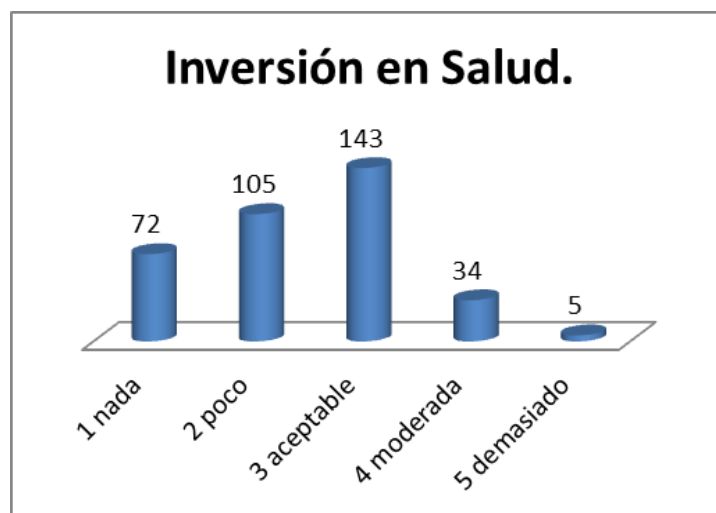
- cuantas organizaciones mineras asumen la responsabilidad social en Samacá?

Se determinó que 102 personas contestaron que entre 1-2 empresas asumen la responsabilidad social que es equivalente a un 47%, 72 personas consideran que ninguna empresa asume la responsabilidad social que equivale a un 33%, 27 personas contestaron que entre 3-4 empresas asumen la responsabilidad social que es equivalente a un 12%, 16 personas contestaron que entre 5-6 empresas asumen la responsabilidad social que equivale a un 7% de la población.

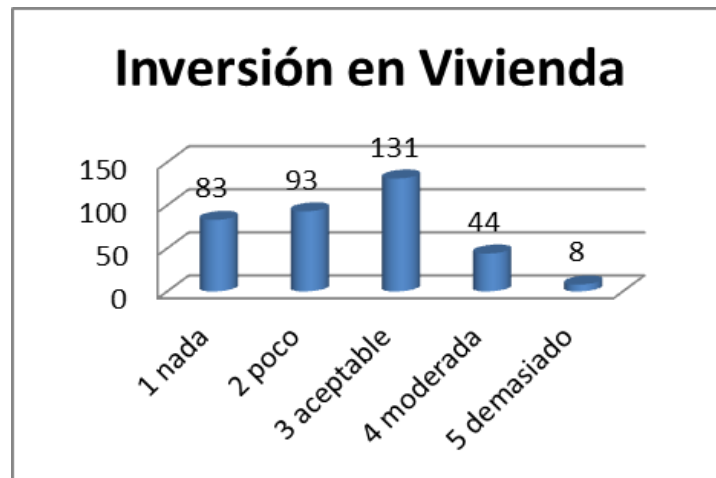


- De los siguientes aspectos, en cuales considera que hay menor inversión en Samacá por parte de las empresas carboneras calificando 1 al que menor inversión posee y 5 al que más inversión presenta.

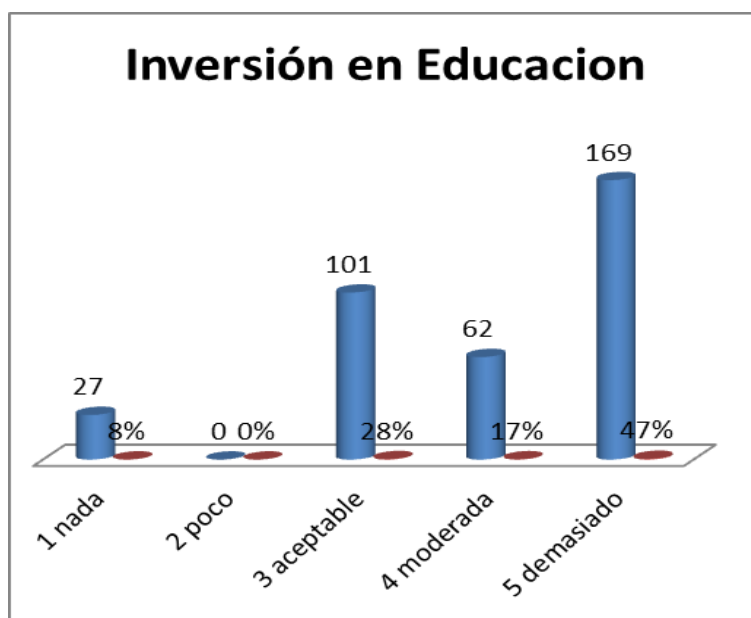
Se analizó que 143 personas consideran que hay una inversión aceptable en la Salud que equivale a un 40%; 105 personas consideran que hay poca inversión en la Salud que equivale a un 29%; 72 personas consideran que no hay inversión en la Salud que equivale a un 20%; 34 personas consideran que hay una inversión moderada en la Salud que equivale a un 9%; 5 personas consideran que hay una demasiada inversión en la Salud que equivale a un 1% de la población.



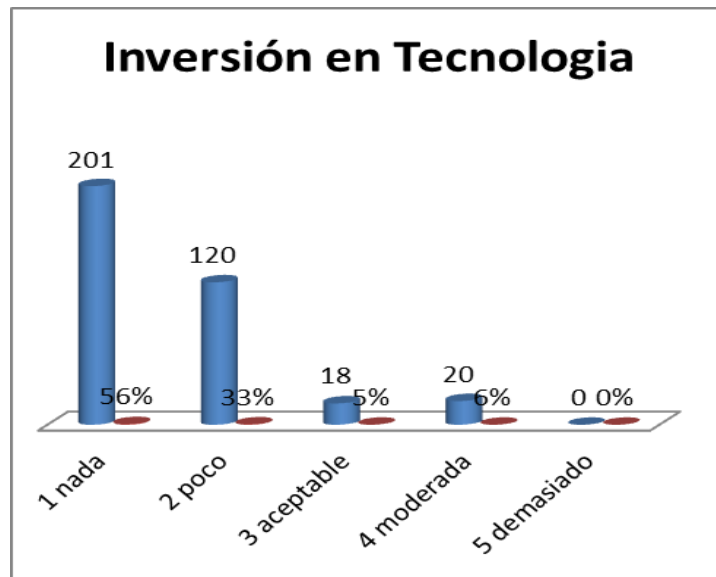
Se consideró que 131 personas consideran que hay una inversión aceptable en la Vivienda que equivale a un 36%; 93 personas consideran que hay poca inversión, que equivale a un 26%; 83 personas consideran que no hay inversión, que equivale a un 23%; 44 personas consideran que hay una inversión moderada, que equivale a un 12%; 8 personas consideran que hay una demasiada inversión en Vivienda que equivale a un 2% de la población.



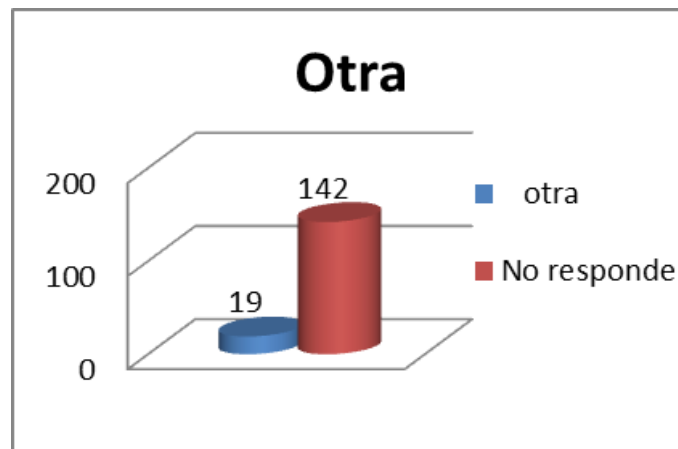
Se observa que 169 personas consideran que hay una demasiada inversión en educación que equivale a un 47%; 101 personas consideran que hay una aceptable inversión en educación que equivale a un 28%; 62 personas consideran que hay una moderada inversión en educación que equivale a un 17%; 27 personas consideran que no hay inversión en educación que equivale a un 8% de la población.



Se estableció que 201 personas consideran que no hay inversión en tecnología que equivale a un 56%; 120 personas consideran que hay poca inversión en tecnología que equivale a un 33%; 18 personas consideran que hay una inversión aceptable en tecnología que equivale a un 5%; 20 personas consideran que hay una inversión moderada en tecnología que equivale a un 6%; ninguna de las personas encuestadas manifiesta que hay una demasiada inversión en tecnología.

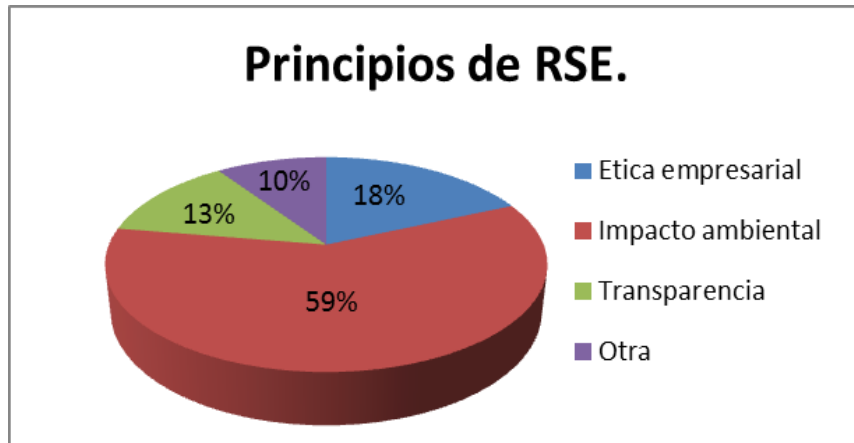


Como se puede determinar 142 personas de las encuestadas respondieron otro aspecto; 19 personas no respondieron esta pregunta.



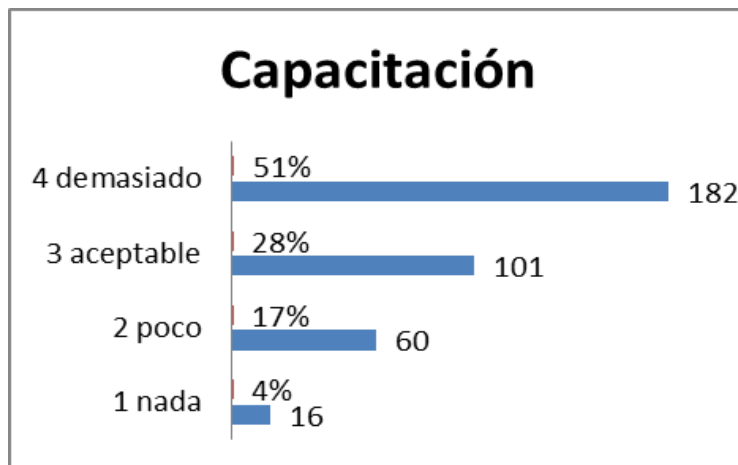
- De los siguientes principios, en cuales basan las acciones de responsabilidad social las empresas mineras del municipio de Samacá?

Como se analizó en el gráfico, el 59% de las personas respondieron que el mayor principio que se considera es el impacto ambiental; el 18% de las personas respondieron que el mayor principio que se considera es la ética profesional; el 13% de las personas respondieron que el mayor principio que se considera es la transparencia; el 10% de las personas respondieron otro principio para la Responsabilidad Social Empresarial.



- Cuál de las siguientes limitaciones enfrentan las empresas mineras del municipio de Samacá para implementar un plan de Responsabilidad Social Empresarial siendo 1 el de mayor limitación y 4 el de menos limitación?

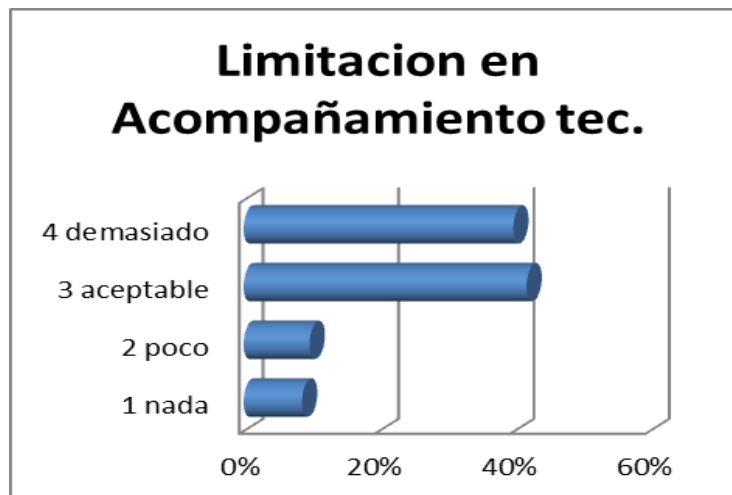
Se observa que 182 personas consideran que hay una demasiada limitación en educación que equivale a un 51%; 101 personas consideran que hay una aceptable limitación en educación que equivale a un 28%; 60 personas consideran que hay poca limitación en educación que equivale a un 17%; 16 personas consideran que no hay limitación en educación que equivale a un 4% del total de la población.



Se determina que 95 personas consideran que hay una demasiada limitación en Recursos económicos que equivale a un 26%; 80 personas consideran que hay una aceptable limitación en Recursos económicos que equivale a un 22%; 21 personas consideran que hay poca limitación en recursos económicos que equivale a un 6%; 163 personas consideran que no hay limitación en Recursos económicos que equivale a un 45% del total de la población.

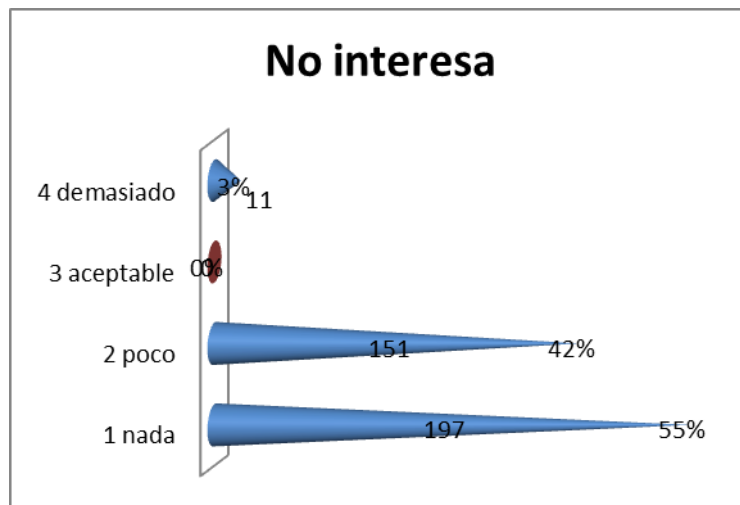


Se Observa que 150 personas consideran que hay una aceptable limitación en Acompañamiento técnico que equivale a un 42%; 143 personas consideran que hay una demasiada limitación en Acompañamiento técnico que equivale a un 40%; 35 personas consideran que hay poca limitación en Acompañamiento técnico que equivale a un 10%; 31 personas consideran que no hay limitación en Acompañamiento técnico que equivale a un 9% del total de la población.



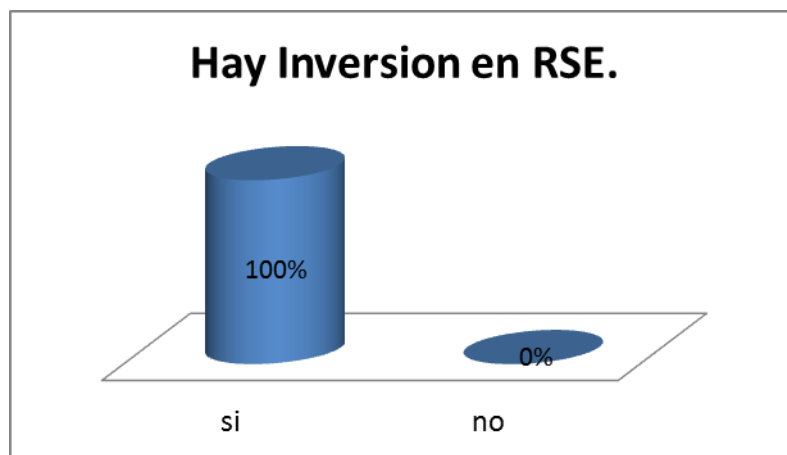
Se muestra que 197 personas consideran que en nada les interesa la responsabilidad social, que equivale a un 55%; 151 personas consideran que a las empresas poco les interesa la responsabilidad social, que equivale a un 42%; 11 personas consideran que

les interesa demasiado la responsabilidad social empresarial, que equivale a un 3% de la población.



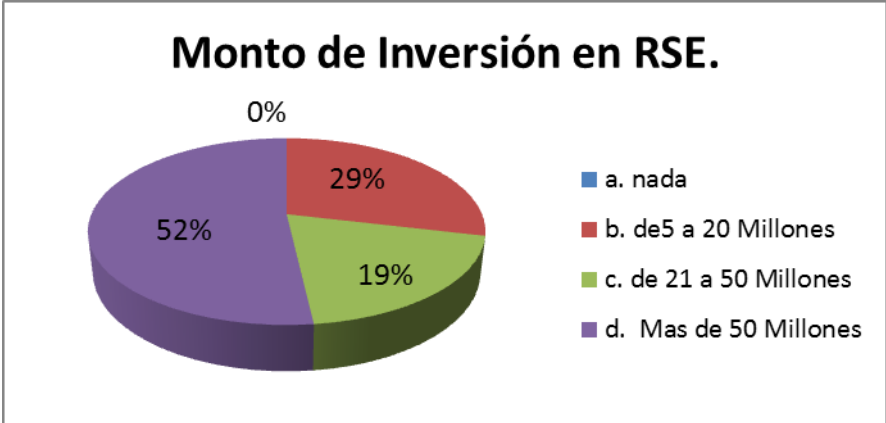
- Considera usted, que las empresas mineras del municipio de Samacá deben invertir parte de sus recursos en programas sociales en el municipio?

Como se pudo establecer, 359 personas de las encuestadas respondieron que las empresas deben invertir sus recursos en programas sociales que equivalen a un 100% de la población total.



- En los últimos 5 años los recursos invertidos en responsabilidad social por las empresas de Carbón en el municipio de Samacá han sido de?

Como se puede observar en el gráfico, el 52% de las personas respondieron que los recursos invertidos fueron de más de 50 millones; el 29% de las personas respondieron que los recursos invertidos fueron de 5 a 20 millones; el 19% de las personas respondieron que los recursos invertidos fueron de más de 21 a 50 millones, del total de la población.



- Que programas de responsabilidad social se ha realizado en el municipio de Samacá?

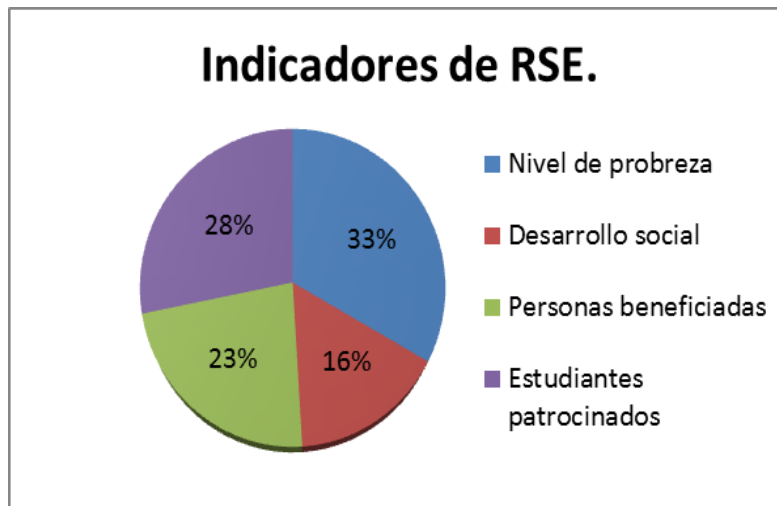
Se Observa que 211 personas manifiestan que los programas de responsabilidad social han sido de mejoramiento de vías; 103 personas manifiestan que los programas de responsabilidad social han sido de construcción de centros de salud; 91 personas manifiestan que los programas de responsabilidad social han sido de mejoramiento de viviendas; 46 personas manifiestan que los programas de responsabilidad social han sido de mejora de vías; 27 personas manifiestan que los programas de responsabilidad social han sido de mejoramiento de parques.



- De los siguientes criterios cual considera que las empresas carboneras del municipio de Samacá tienen en cuenta para medir la responsabilidad social?

Como se determinó en el gráfico, el 28% de las personas respondieron que el mayor indicador tienen en cuenta para medir la Responsabilidad Social son el número de estudiantes patrocinados que equivale a 101 personas; el 33% de las personas respondieron que el mayor indicador tienen en cuenta para medir la Responsabilidad Social el nivel de pobreza que equivale a 119 personas; el 23% de las personas

respondieron que el mayor indicador tienen en cuenta para medir la Responsabilidad Social es el número de personas beneficiadas que equivale a 82 personas; el 16% de las personas respondieron que el mayor indicador tienen en cuenta para medir la Responsabilidad Social es el desarrollo social que equivale a 57 personas del total de la población.



- De las siguientes políticas sobre responsabilidad social que tienen las empresas mineras del municipio de Samacá, cual considera la más prioritaria?

Se Observa que 190 personas manifiestan que la política más prioritaria en las empresas mineras es la inversión en el área de influencia, equivalente al 53%; 88 personas manifiestan que la política más prioritaria en las empresas mineras es una mayor calidad de vida, equivalente al 25%; 54 personas manifiestan que la política más prioritaria en las empresas mineras son las ambientales y sociales, equivalente al 15%; 27 personas manifiestan que la política más prioritaria en las empresas mineras son los beneficiarios resultantes, equivalente al 8% de la población.

9. RECURSOS DE LA INVESTIGACIÓN

Las herramientas que se aplicaran en la investigación para obtener información sobre los diferentes aspectos a estudiar estarán basadas en técnicas y medios como:

- Encuestas a personas de la población del municipio.
- Entrevistas con personal que administra algunas minas de carbón.
- Observar las conductas de los habitantes con relación a la responsabilidad social.

Con el fin de tener suficiencia científica y técnica se hará uso de fuentes secundarias tales como:

- Textos y libros
- Revistas o artículos sobre el sector carbonífero en Colombia y sectores industriales
- Consultas vía Internet.

10. PROPUESTA

Dentro de los principales aspectos a considerar están las diferentes tendencias organizativas referentes a la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia y más aún en el sector minero del Carbón. Es así como es necesario poder identificar y evaluar los indicadores de responsabilidad que se establezcan para cada fin.

Retomando la guía del ADEC. (Asociación de empresarios cristianos) sobre manejo de indicadores de RSE. Se presenta una alternativa para identificar, plasmar y evaluar, ciertos indicadores que aumentan la cultura organizacional y reducen los índices de desocupación en las industrias. De esta manera se establece una matriz de relación de posibles puntos a tener en cuenta para la creación de indicadores de responsabilidad social. Como se muestra a continuación.

Aspectos a considerar	Puntuación	%	Área de la compañía	Importancia

En donde se determina en compañía a las directivas de la empresa posibles aspectos o variables que estén influyendo en la productividad o crecimiento de la organización en determinado mercado, permitiendo así establecer los puntos de mayor importancia dentro de cada área funcional de la empresa; una vez se identifican los principales aspectos se procede con la redacción del indicador principal por cada aspecto registrado.

Aspectos a considerar	Importancia	Indicador

Cada posible indicador debe ser evaluado y expuesto al área involucrada, con el fin de definir si este aporta a las políticas de crecimiento y desarrollo de la compañía, o si

reduce el nivel de productividad operacional de la misma, para lograr definir la evaluación de estos indicadores.

La manera en que se puede evaluar el indicador se determinara por los grados o fases en que se encuentre la empresa como son:

Grado 1: En este nivel la empresa está creando sus fundamentos sobre RSE.

Grado 2: En este nivel la organización establece la forma como implementar los indicadores de RSE.

Grado 3: En este nivel la empresa toma acciones sobre cómo mantener los indicadores existentes de responsabilidad social dentro de un sistema de control organizacional.

Grado 4: En este nivel la organización diseña mecanismos de actualización y estandarización de los procesos de responsabilidad social en cada una de las áreas.

Para lo cual se presenta el siguiente cuadro de registro:

Indicador:		Fecha:	
Grado en que se encuentra la empresa			
Grado 1	Grado 2	Grado 3	Grado 4
Importancia en la Organización			
Alta	Baja	Media	

Logrando mantener un registro continuo de la situación de la empresa en lo relacionado con los indicadores de Responsabilidad Social Empresarial evaluados y aplicados en el sector carbonero como en este caso.

Las empresas del sector minero del municipio de Samacá deben incluir dentro de su misión, visión y objetivos organizacionales la responsabilidad social, además de Incluir actores importantes como los clientes, la competencia, los proveedores y la comunidad en general, para poder orientar los programas a solucionar necesidades de tipo social, económico y ambiental requeridas por la población.

Las empresas del sector minero de Samacá deben divulgar los compromisos de la organización y socializarlos con esta para tener una retroalimentación para el buen desarrollo e los mismos. Para lo cual se estableció el siguiente cuadro de registro.

Indicador:		Fecha:	
Compromiso social:			
Nombre de la campaña:			
Personas involucradas	Puntuación	Área	Cumplimiento %

Donde se discrimina el indicador a desarrollar, el compromiso social que se tiene dentro de la organización y hacia la comunidad, para llegar a escribir el nombre de la campana y las personas de acuerdo al área de enteres y el tipo de jerarquía que se necesite para llevarla a feliz término; en donde se podrá identificar el porcentaje de cumplimiento del indicador y en la etapa de divulgación y/o socialización.

11. CONCLUSIONES

El municipio de Samacá se caracteriza por tener una economía dependiente y ligada a la extracción del mineral carbón y es por esto que la mayoría de sus habitantes se dedican directa o indirectamente a esta actividad económica, que genera el ingreso para los hogares de los habitantes del municipio.

Se evidencio que en este municipio existen empresas constituidas legalmente que se acogen a la normatividad vigente del sector como son: Comercializadora Internacional Milpa, Carbones Andinos, Comercializadora Internacional Prodycer y Comercializadora Internacional Jhan y otras que están conformadas de forma ilegal que no cumplen a cabalidad con las leyes mineras.

Las empresas se han dedicado a percibir ingresos y capitalizarse, olvidándose del desarrollo del municipio y creando unos problemas sociales por su afán de crecimiento y de expansión no han contado como factor importante a la comunidad que en realidad es quien ha sentido los problemas que esta actividad ha venido generando.

La población de este municipio espera que con el desarrollo que genera la minería del carbón, se contemplen las necesidades de tipo socioeconómico de las cuales carecen los habitantes, ya que las empresas no han considerado como importante la RSE y solo han buscado tener beneficios particulares.

12. RECOMENDACIONES

Se manifiesta que las empresas mineras de este municipio, deben establecer en las políticas organizacionales aspectos de índole social; con las cuales se podrán identificar y direccionar de una mejor forma las estrategias y compromisos responsables con la población.

Es conveniente aplicar instrumentos de medición y registro, para poder identificar las posibles necesidades de la comunidad, en lo social y económico; en donde se determine las pautas a seguir y el procedimiento a desarrollar.

Las empresas mineras en este municipio deben incrementar la participación de la comunidad en las políticas de responsabilidad social, con el fin de aumentar sus expectativas de crecimiento y desarrollo económico en el sector.

Los organismos de administración local y departamental, deben estar en la capacidad de involucrar a las organizaciones del sector minero en los proyectos y programas de desarrollo del municipio.

13. BIBLIOGRAFIA

- ARIAS, X. (1996). *La formación de la política económica*. Editorial Civitas. Biblioteca Civitas Economía y Empresa, Colección Economía. Madrid, España.
 - BIGNÉ A., E.; ANDREY S., L.; CHUMPITAZ, R. y SWAEN, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross cultural. En: *Universia Business Review*. Disponible en: <http://www.universia.es/ubr/pdfs/UBR0012005014.pdf> (Consulta: noviembre 15 de 2007).
 - CAJIGA C., J. F. (2006). *Fundamentos de la RSE*. Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. Disponible en: <http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19/> (Consulta: noviembre 28 de 2007).
 - CARNEIRO CANEDA, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos*. Esic Editorial, Madrid.
 - COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
 - DELGADO, C. (2007). El desarrollo social un buen negocio. En: *Revista Dinero*, No. 194. Disponible en: <http://www.dinero.com.ve/195/portada/empresas.html> (Consulta: noviembre 10 de 2007).
 - DICCIONARIO DE MARKETING (1999). Cultural S.A. Editores. Madrid, España.
 - FERNÁNDEZ, G., R. (2005). *Administración de la responsabilidad social corporativa*. Thompson. Madrid, España.
 - GÓMEZ S., H. y LUIS-BASSA, C. (2005). *Iniciativa social como estrategia competitiva Una guía práctica*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.
 - GUÉDEZ, V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social*. Planeta, Caracas, Venezuela.
 - KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2001). *Marketing*. Edición adaptada para Latinoamérica. Octava edición. Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México.
 - KOTLER, P.; CÁMARA, D.; GRANDE, I.; CRUZ, I. (2000). *Dirección de Marketing. Edición del milenio*. Prentice Hall. Madrid, España.
 - RIES, A. y TROUT, J. (2006). *Posicionamiento. La batalla por su mente*. McGraw-Hill.
 - SCHIFFMAN L. y KANUK L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Prentice Hall, Octava edición. Naucalpan de Juárez, México.
- ANDI. "Encuesta sobre Responsabilidad Social, 2007". Gerencia de Comunicaciones y

Responsabilidad Social. Bogotá, Colombia. 2007.

Alexeev, Michael and Robert Conrad. 2005. "The Elusive Curse of Oil", Department of Economics Indiana University, *mimeo*

Aroca, Patricio. 2001. "Impacts and development in local economies based on mining: The case of the Chilean II region", *Resources Policy* Vol 27 Pag 119-134

Auty, Richard. 2000. "How Natural Resources Affect Economic Development", *Development Economics Review* Vol 18 Pag 347-364

Banco Mundial. 2004. "Colombia: Recent Economic Developments in Infrastructure (REDI) Balancing Social and Productive Needs for Infrastructure. Finance, Private Sector and Infrastructure Unit Latin America and the Caribbean", Vol 1, Noviembre 2004.

Cárdenas, Mauricio y Valerie Mercer-Blackman. 2007. *Análisis del sistema tributario colombiano y su impacto sobre la competitividad*, Cuadernos de Fedesarrollo No 19, Fedesarrollo, Bogotá

Cemex (2007). "La Responsabilidad Social: Una prioridad de Cemex"

Cerrejón (2007). "Reporte de Sostenibilidad 2005".

Cerro Matoso S. A. (2007). "Balance Social 2006".

Lapalme, Lise-Aurore. 2003. "La dimensión social del desarrollo sostenible en la Industria minera", Documento informativo, División de Integración de Políticas de Desarrollo Sostenible, Natural Resources Canada Leyes, Decretos y demás normas jurídicas de Australia, Canadá, Chile, Colombia, Perú, Nigeria, Zambia, Botswana.

Mayorga, Pila y González, Volmar "Responsabilidad Social de la Empresa: elementos Teóricos y experiencias". Fundación Corona. 2001. Mining Journal. "Nigeria an exciting new mining destination" Mineros S.A. "Informe Social 2006". Segunda Edición Julio de 2007.

Polo, César. 2006. "Los ejes centrales para el desarrollo de una minería sostenible", División de Recursos Naturales e Infraestructura, Serie recursos naturales e Infraestructura No 107, CEPAL, Santiago de Chile

Solarte, Roberto. "Responsabilidad Social en Colombia: Retos desde la Complejidad y La Búsqueda de la no Exclusión". Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. 2004.

INFOGRAFIA

• RIVERA, I. (2006). Revolución de la RSE en Venezuela. En: Business Venezuela, No. 277, agosto-septiembre. Disponible en: <http://www.bvonline.com.ve/277/cover6.html> (Consulta: enero 15 de 2008).

Solomon, Michael. 2000. "Growth and diversification in mineral economies: Planning and incentives for diversification", Research prepared to UNCTAD by The Mineral Corporation.

<http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index.htm>

http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/index.htm

<http://www.eurochambres.be/activities/csr.shtml>

• VIVES, A. y PEINADO, E. (Eds.) (2003). Conferencia interamericana de responsabilidad social de la empresa. Disponible en: <http://www.iadb.org/csramericas/2003/doc/proceedingspanamaspa.pdf> (Consulta: noviembre 4 de 2007).

14. ANEXOS.

ANEXO 1. Formato de encuesta a Empresas carboneras del municipio.

Somos estudiantes de Posgrado y nos interesa conocer algunos datos relacionados con el contexto social y económico de la población que habita en el municipio de Samacá, para realizar una investigación.

Indicador 1.

La empresa: Compromisos Éticos	Si	No
1. Tiene definida su misión y visión		
2. En la misión y visión se incluyen aspectos sobre la responsabilidad social empresarial.		
3. En la redacción de la misión y visión participan distintos niveles de la empresa.		
4. En la redacción de la misión y visión se consideran entes externos como; proveedores, clientes, comunidad, etc.		
5. La misión y visión de la empresa son revisadas periódicamente.		
6. Presenta a las diferentes áreas de la empresa sus compromisos organizacionales y éticos por medio de materiales institucionales.		

Indicador 2.

Arraigo en la Cultura Organizativa.	Si	No
1. Los empleados de la empresa demuestran familiaridad con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente.		
2. La empresa difunde y educa a sus trabajadores en valores y códigos de ética regularmente.		
3. Se aplican criterios éticos en las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal.		

Indicador 3.

Gobierno Corporativo	Si	No
1. La empresa cuenta con mecanismos o sistemas formales para evaluación periódica de sus integrantes.		
2. Orienta y desarrolla sus operaciones bajo los principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).		
3. La visión y estrategia de la organización contemplan contribuciones de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sostenible.		
4. Existe una estrategia formal de Responsabilidad Social Empresarial dentro del mapa estratégico de la empresa.		
5. Existen objetivos cuantificados de Responsabilidad Social Empresarial dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.)		

Indicador 4.

Comunidad	Si	No
1. Tiene reuniones sistemáticas para informar a líderes locales sobre las medidas tomadas en relación a la comunidad.		
2. Contribuye a la mejora de la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser requeridas por la comunidad.		
3. Orienta a sus empleados para que respeten los valores y tradiciones de la comunidad a la cual pertenecen.		
4. Tiene programas para el desarrollo de proyectos de organizaciones del municipio.		
5. Apoya los programas e iniciativas personales de sus empleados en lo relacionado con acciones sociales.		

Indicador 5.

Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)	Si	No
1. Interactúa con grupos o partes interesadas que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios.		
2. Cuenta con una política para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus partes interesadas.		
3. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación de la empresa.		
4. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el balance social de la empresa.		

ANEXO 2. Formato de encuesta a personas del municipio de Samacá.

Somos estudiantes de Posgrado y nos interesa conocer algunos datos relacionados con el contexto social y económico de la población que habita en el municipio de Samacá, para realizar una investigación.

Fecha: _____

Nombre: _____ Teléfono: _____

1. Conoce los programas de Responsabilidad Social de las empresas de carbón del municipio de Samacá?

Si _____ No _____ en caso negativo pase a la pregunta 4

2. En la actualidad las actividades de responsabilidad social en las empresas mineras en Samacá tienen una:

Baja prioridad _____ alta prioridad _____ media prioridad _____ No tienen _____

3. Cuántas organizaciones mineras asumen la responsabilidad social en Samacá.

- a. 1 a 2 _____
- b. 3 a 4 _____
- c. 5 a 6 _____
- d. No hay _____

4. De los siguientes aspectos, en cuales considera que hay menor inversión en Samacá por parte de las empresas carboneras calificando 1 al que menor inversión posee y 5 al que más inversión presenta.

Salud _____ Vivienda _____ Educación _____ Tecnología _____
Otra _____ Cual? _____

5. De los siguientes principios, en cuales basan las acciones de responsabilidad social las empresas mineras del municipio de Samacá:

- a. Ética empresarial _____
- b. Impacto ambiental _____
- c. Transparencia _____
- d. Otro cual _____

6. ¿Cuál de las siguientes limitaciones enfrentan las empresas mineras del municipio de Samacá para implementar un plan de Responsabilidad Social Empresarial siendo 1 el de mayor limitación y 4 el de menos limitación.

- a) Capacitación _____

- b) Recursos económicos _____
- c) Acompañamiento técnico _____
- d) No les interesa _____

7. Considera usted, que las empresas mineras del municipio de Samacá deben invertir parte de sus recursos en programas sociales en el municipio?

Sí _____ No _____ Porque? _____

8. en los últimos 5 años los recursos invertidos en responsabilidad social por las empresas de Carbón en el municipio de Samacá ha sido

- a) No se ha invertido _____
- b) De 5 a 20 millones _____
- c) De 21 a 50 millones _____
- d) Mas de 50 millones _____

9. Que programas de responsabilidad social se ha realizado en el municipio de Samacá:

10. De los siguientes criterios cual considera que las empresas carboneras del municipio de Samacá tienen en cuenta para medir la responsabilidad social?

- Nivel de pobreza _____
- Desarrollo social _____
- Personas beneficiadas _____
- Estudiantes patrocinados _____

11. De las siguientes políticas sobre responsabilidad social que tienen las empresas mineras del municipio de Samacá, cual considera la más prioritaria?

- Mayor calidad de vida _____
- Beneficiarios _____
- Inversión en el área de influencia _____
- Ambientales y sociales _____

Gracias...