

INTER-RELACIONAMIENTO COMUNITARIO Y GRUPOS DE INFLUENCIA

ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA

Escuchar y
Comunicarse
Abiertamente
con todos los
Grupos de
Interés

EL RELACIONAMIENTO COMUNITARIO ES UN PROCESO COMPLEJO Y DINÁMICO

“En la actualidad, la expresión “relaciones con los actores sociales” se está empezando a usar para describir un proceso continuo más amplio y más inclusivo entre una empresa y quienes podrían verse afectados por sus actividades, que abarca una variedad de actividades y enfoques y que se desarrolla a lo largo de toda la vida de un proyecto” (IFC, 2007, p.2). En ese sentido, el relacionamiento comunitario es un proceso complejo y dinámico. No es un camino libre y despejado. Es un camino lleno de dificultades y en ese caminar pueden aparecer conflictos.

Para construir un buen relacionamiento con las comunidades y grupos de interés es muy importante tener un enfoque sistémico y actuar holísticamente, contando con estrategias de manejo, supervisión y evaluación de todos los componentes sociales, económicos y políticos que interactúan en un área determinada.

El Relacionamiento Comunitario es el proceso de escuchar y comunicarse abiertamente con todos los grupos de interés; es decir, va más allá de un mero relacionamiento o establecimiento de relaciones. Es Gestionar desde la política, planificación, implementación, control, verificación y mejora continua de la empresa en relación a las comunidades y grupos de interés. A través del relacionamiento, debemos buscar generar confianza y LEGITIMIDAD, reconociendo y supervisando activamente las preocupaciones y percepciones de los grupos de interés, tomándolos en consideración al momento de decidir y ejecutar acciones en relación al proyecto u operación extractiva y de energía.

ALGUNAS EMPRESAS CONTRATAN RELACIONISTAS COMUNITARIOS SOLO PARA SOLUCIONAR PROBLEMAS. NO LES INTERESA CONSTRUIR Y FORTALECER SUS RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS Y RECONOCER QUE LAS COMUNIDADES SON LOS SOCIOS ESTRATÉGICOS DE TODO PROYECTO U OPERACIÓN EXTRACTIVA Y DE ENERGÍA



Estrategias de comunicación de los principios empresariales deberá formar parte de la estrategia para el Relacionamiento Comunitario



12 Agosto 2014

GERENCIAMIENTO SOCIAL SOSTENIBLE EN ACCIÓN

INTER-RELACIONAMIENTO COMUNITARIO Y GRUPOS DE INFLUENCIA

ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA



LA POBLACIÓN LOCAL ES EL EJE PRINCIPAL PARA DESARROLLAR UN PROYECTO

“El primer paso del proceso para establecer relaciones con los actores sociales es su identificación, es decir, determinar quiénes son los actores sociales del proyecto de que se trate, y a qué grupos o subgrupos clave pertenecen. (Se debe recordar que ciertos grupos de actores sociales podrían estar predeterminados por la normativa vigente). Luego viene el análisis de los actores sociales, es decir, un examen más profundo de los intereses de los grupos, la manera en que se verán afectados y en qué medida, y qué influencia podrían ejercer en el proyecto. Las respuestas a estas preguntas constituyen la base a partir de la cual se puede elaborar la estrategia de la empresa relativa a las relaciones con los actores sociales. Es importante tener presente que no todos los interesados que integren un grupo o subgrupo en particular tendrán necesariamente las mismas inquietudes, opiniones o prioridades” (IFC, 2007, p.13).

Es importante mencionar que mucho antes que la empresa quisiera iniciar el relacionamiento con las comunidades de su zona de influencia directa, el Estado ya deberá haber iniciado los procesos de consulta previa –si el caso lo requiere-, haber informado a las comunidades acerca del proyecto; de tal forma, que desde el Estado ya las comunidades conozcan acerca de la posible ejecución de actividades y que una empresa extractiva está interesada en invertir cumpliendo estrictamente la ley y aplicando los más altos estándares ambientales y sociales, respetando de hecho a las comunidades de su entorno.

Es fundamental informar a la comunidad, considerando a la población local como el eje principal para desarrollar el proyecto. La gente tiene que sentir y conocer y saber bien del proyecto; por ejemplo, cuáles serán los impactos, cómo se beneficiarán, y qué perjuicios podrían haber, entre otros. La transparencia, siempre rinde sus frutos. No hay persona que se resista a escuchar, a charlar, a debatir, cuando se siente y se sabe PRIMERO. Muchas veces nos olvidamos de las comunidades cuando ya logramos nuestros objetivos operacionales, o solamente las visitamos cuando en el marco de nuestros objetivos de construcción por ejemplo, queremos comprar o alquilar tierras para la construcción de infraestructura que nos permita avanzar con el proyecto.

Nada más importante que conocer con la debida anticipación, a los actores sociales con quienes próximamente nos vamos a relacionar, sea dentro del Área de Influencia Directa (AID) o fuera de ella. Partiendo de conocer las cuestiones sociales, económicas, culturales, políticas y de expectativas, entre otros aspectos, vamos a poder plantear por ejemplo, las estrategias y procedimientos para las consultas, negociaciones, y planificar en el mediano y largo plazo, los planes de relaciones comunitarias y desarrollo local.

GERENCIAMIENTO SOCIAL SOSTENIBLE EN ACCIÓN

RELACIONAMIENTO COMUNITARIO ES CONSTRUIR Y FORTALECER LA CONFIANZA

El relacionamiento comunitario es la primera puerta de entrada para generar confianza. Es a través del relacionamiento que empiezas a conversar con la comunidad, a dialogar con transparencia y honestidad, a establecer lazos de mutuo respeto y consideración. Luego viene una segunda etapa que sobre la base de la confianza que ya generaste, puedes empezar a conversar temas que interesen a las partes. Por ejemplo, puede ser que la comunidad se encuentre preocupada porque algunas de sus quebradas han empezado a secarse o tienen menos agua. Otra preocupación de la comunidad puede ser que en ciertas épocas del año no hay suficiente pasto para los animales, en fin pueden aparecer varias preocupaciones o temas. Todos estos temas los plantea la comunidad siempre y cuando en el proceso de relacionamiento has generado la confianza correspondiente y la comunidad te percibe como una persona honesta y transparente. Por otro lado, la relación a cultivar entre la comunidad y la empresa es una relación de largo plazo, es una relación seguramente que durará muchos años, en ese contexto, es importante emplear un enfoque de negociación basado en intereses con una visión de transformación e integración; preocupándonos por mantener en el tiempo buenas relaciones y beneficiando a las partes en la solución de los problemas.

Debemos empezar nuestro relacionamiento con las comunidades y grupos de influencia haciéndoles sentir que son parte del negocio, que están integradas e incluidas en el negocio. Sin embargo, esta percepción de la comunidad deberá verse reforzada con nuestra continua interacción, abordando de manera conjunta e inclusiva cualquier preocupación que puedan tener. Se deben utilizar procesos inclusivos en la construcción de consenso, búsqueda conjunta de información, y mecanismos realmente participativos donde al final todos sientan que sus preocupaciones y aspiraciones han sido escuchadas y abordadas de la mejor manera y con buenas prácticas. Para mejorar nuestras relaciones con las comunidades, es fundamental el Respeto, la transparencia y honestidad. Informar a los grupos de interés lo más exactamente posible, acerca de las actividades del proyecto y de los impactos que este generaría es parte de la transparencia y honestidad con que los equipos sociales deberán actuar y que las políticas de responsabilidad social y derechos humanos deberán garantizar tal actitud.

Las relaciones interpersonales, están basadas en la satisfacción de intereses y necesidades. Estas son complejas, distintas, variadas y evolutivas. Ahora bien, las relaciones se van construyendo a través del tiempo, y las partes se van mostrando y se van conociendo. El éxito y la sostenibilidad de los vínculos se dan en la medida que los participantes sean honestos, transparentes, veraces y tolerantes. De estar enmarcadas nuestras relaciones en estos valores, se garantizará que cuando se den las diferencias o conflictos entre los grupos, estos lograrán una adecuada negociación y sabrán a priori que van a buscar la salida más viable para todos, confiados en la buena disposición de las partes.

Otra manera de fortalecer el interrelacionamiento comunitario y grupos de influencia, es tratar de construir y fortalecer la confianza. Muchas veces intentamos formar comisiones comunales e invitarles a reuniones fuera del contexto comunal. Esta manera de relacionarse e interactuar con los grupos de interés –principalmente en los procesos de negociación–, resulta por lo general muy beneficioso para las empresas; sin embargo, a nivel comunal es el camino del debilitamiento del liderazgo que ejerce la junta directiva a través del presidente comunal. Al respecto, tal como lo reporta *Stakeholder Consultation Issue Paper*, *Corporate Engagement Project* (noviembre de 2004). www.cdainc.com, Citado por el IFC (2007, p.22)¹ "En general, las empresas que eligen un lugar donde los actores sociales se sientan más cómodos —con toda probabilidad, un lugar en la comunidad— tienden a entablar relaciones más productivas."