



## La sostenibilidad como estrategia

Lunes, 22 de febrero de 2016

El Comercio

# Perspectiva Ejecutiva

## La sostenibilidad como estrategia



Gonzalo Quijandria Fernández,  
director de asuntos corporativos de Minsur

Las grandes empresas tecnológicas del mundo, a varias de las cuales Minsur les provee de estaño, exigen cada vez más que los insumos que adquieren no hayan generado ningún daño ambiental, laboral o social en su fabricación. Así se lo exigen, a su vez, los consumidores de *smarthphones*, tablets o laptops —y otros productos—, luego de que, en los años anteriores, se dieran a conocer casos de proveedores que abusaban de sus trabajadores, lo que afectó a las grandes marcas de tecnología.

Lo que exige la industria electrónica, una de las principales demandantes de estaño para la soldadura de circuitos, es la trazabilidad de los insumos con los que fabrican los bienes que comercializan. Y esto genera una oportunidad de diferenciación en el sector minero.

Muy pocas empresas pueden vender un estaño que trabajaron desde su extracción hasta convertirlo en barras de 99.9% de pureza, lo que lo pone a un paso del cliente final. Minsur está presente en todos los niveles de producción: desde el minado, pasando por la fundición y la refinación, hasta la comercialización. Así adquiere una ventaja comparativa frente a otras grandes

**La garantía de que la fabricación de un metal no produjo daños en el camino se ha convertido en una ventaja competitiva para su comercialización**

refinerías, pues es muy difícil probar el origen del estaño que se explota, por ejemplo, en las minas informales de Myanmar o Indonesia.

Hoy empresas como Apple y Nokia muestran un creciente interés por conocer los programas sociales, las certificaciones, y los estándares ambientales y laborales de sus proveedores para asegurar la trazabilidad de los insumos.

En una coyuntura difícil para la industria minera, diferenciarse es la tarea. Para ello, y dada su importancia en el mercado de estaño, Minsur promueve estándares más altos que los de otras productoras y ofrece un producto trazable en todos sus niveles, y deja atrás el rol tradicional de productor de *commodities* que asumen las empresas mineras. Y así alinea la sostenibilidad con su estrategia comercial. ■