

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA

**FACULTAD DE INGENIERIA ECONOMICA Y
CIENCIAS SOCIALES**



**“ANALISIS DEL DESARROLLO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA EN EL PERU, PERIODO 2001-2006”**

INFORME DE SUFICIENCIA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO ECONOMISTA

POR LA MODALIDAD DE ACTUALIZACION DE CONOCIMIENTOS

ELABORADO POR:

CAROLA MELISSA KINA KUBA

LIMA - PERU

2008

ÍNDICE

1. INTRODUCCION.....	1
2. MARCO TEÓRICO.....	3
2.1 Teorías	
2.2 Filantropía y Responsabilidad Social. Vínculos y diferencias	
2.3 Enfoques	
2.3.1 Posturas opuestas	
2.3.2 Posturas a favor	
3. ¿QUÉ ES RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)?.....	10
3.1 ¿Cómo evolucionó la responsabilidad social corporativa?	
3.1.1 La aparición de organizaciones internacionales promotoras	
3.2 Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa	
3.3 Certificaciones e índices socialmente responsables	
4. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL PERÚ	18
4.1 Organizaciones promotoras	
4.2 Casos de empresas peruanas 2001-2006	
4.2.1 Minera Yanacocha: Enlace Pyme	
4.2.2 Amanco por un Perú mejor	
4.3.3 RPP: Proyecto Nuestra Tierra	
4.3.4 BBVA Banco Continental: Leer es estar adelante	
5. BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	61
6. CONCLUSIONES.....	65
7. RECOMENDACIONES	68
ANEXO 1: OTROS CASOS DE RSC EN EL PERU	69
ANEXO 2: PROGRAMA MINERA DE SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO	70
ANEXO 3: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	82

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Cuestiones sociales en las que las empresas deben asumir responsabilidades según opinión pública	12
Cuadro 2: Interés de los sectores involucrados en la actividad de la empresa	14
Cuadro 3: Estructura del Programa Enlace PYME	36
Cuadro 4: Mecanismos de diálogo de Amanco	42
Cuadro 5: Actividades del Programa "Amanco por un Perú mejor"	43
Cuadro 6: Cronograma del Proyecto Nuestra Tierra en el año 2003	49
Cuadro 7: Accionariado BBVA Banco Continental	54
Cuadro 8: Grupos de interés del BBVA Banco Continental	55
Cuadro 9: Política de Apoyo del Grupo BBVA	57
Cuadro 10: Colegios seleccionados para el programa "Leer es estar adelante"	59

CAPITULO 1

INTRODUCCION

El tema de ser socialmente responsable ha llegado a ser más que un tema de moda si revisamos los informes de varias empresas peruanas al respecto, por otro lado, el mundo empresarial se ha percatado de que la sociedad valora a las empresas que desarrollan prácticas socialmente responsables. Pero más allá de premiaciones, seminarios y reportes del tema, lo más importante de la responsabilidad social corporativa (RSC) es que a través de ella, las empresas asumen un compromiso real con la sociedad y son consecuentes con el medio que les ha permitido realizar sus actividades económicas, además de actuar en temas como la conservación del medio ambiente o la solución de diversos problemas sociales y de esta manera generan un mayor beneficio a toda la sociedad y colaboran para mejorar la calidad de vida de la población.

El presente trabajo responde a la necesidad de organizar el conocimiento actual sobre los temas básicos de responsabilidad social corporativa, en tal sentido, las preguntas que se buscan responder son ¿qué es responsabilidad social corporativa?, ¿a qué prácticas se refiere?, ¿qué beneficios trae?, ¿cuáles son las críticas?. Se pretende responder a la primera pregunta a través de la exposición de los principales planteamientos desarrollados en el tema, para el segundo se expone casos de prácticas socialmente responsables de empresas peruanas, así como beneficios de implementación de estrategias de RSC. Debido que en el fondo, la responsabilidad social es una filosofía empresarial que se fundamenta en el compromiso y valores de los ejecutivos y empleados que trabajan en las empresas, se

expondrán los principales beneficios detectados por estos empresarios peruanos y por qué es importante su promoción, sin dejar de lado las críticas de algunos sectores y las recomendaciones para superar las dificultades en la real aplicación.

Para el desarrollo de este trabajo se procedió a una revisión bibliográfica, asistencia a ferias de RSC en Lima y otros tipos de fuentes secundarias, asimismo, se expondrán casos de empresas en diferentes rubros que fueron destacados durante el período 2001 al 2006.

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

Toda organización (y en particular la empresa), por formar parte de un sistema social, además de producir bienes y servicios, deben cumplir ciertos objetivos sociales, en el sentido que los cambios de la sociedad penetran en la empresa y el accionar de ella afecta los cambios en la sociedad.

Ello no significa necesariamente que las empresas deban encargarse de resolver problemas sociales puntuales que aquejan a las sociedades donde actúan, sino que las empresas - como las principales organizaciones protagonistas del mundo actual- deben asumir un compromiso más allá de la generación de utilidades y participar en la construcción de una sociedad más justa y sólo así se podrá aspirar a lograr un mejor lugar para vivir.

Es bajo esta percepción que la RSC apunta a que las organizaciones sepan **responder por** sus acciones (deseadas y planificadas) y los impactos de estas (muchas veces no deseados ni planificados) y sepan **responder a** las partes interesadas directamente vinculadas con ellas (sus empleados, clientes y proveedores directos, accionistas, etc.) y, más allá, a todos los grupos que pueden estar afectados por los impactos de sus acciones, que estos grupos se constituyan en interlocutores vinculados con las organizaciones (como asociaciones de consumidores, instituciones públicas, ONGs medioambientales, etc.) o queden al estado de interlocutores potenciales (como los televidentes, los niños residentes de una cuenca, o las generaciones futuras).

Un concepto útil para operacionalizar el enfoque estratégico de RSC lo constituye los sectores involucrados o **stakeholders**, que son los sectores sociales respecto a las cuales la empresa debe asumir alguna responsabilidad social, estos sectores contribuyen directa o indirectamente en el desarrollo de la empresa y esperan de ella algún beneficio o compensación. Entre ellos se encuentran los accionistas, directivos, empleados, clientes, proveedores, competidores y comunidad.

Es por ello que la responsabilidad social se debe definir en términos de **gestión de impactos** porque es la única manera de mitigar el daño que causan al planeta y por ende a sus habitantes, de esta manera las organizaciones actúan responsablemente, buscando el mayor beneficio para todos los participantes afectados con la aparición de las empresas.

La RSC debe enfocarse y llevarse a cabo como parte de la actividad de la empresa ya sea con la medición y el diagnóstico permanente de todos los procesos de la organización, con la mejora continua de los productos o reducción del impacto; sin distraer la atención en otras actividades con no son parte de la operación.

En este sentido, existen muchas razones por las que las empresas tratan de involucrarse en el tema de RSC: por razones éticas, para penetrar en nuevos mercados o no perder los ya conquistados, para diferenciarse de la competencia, etc. Lo que sí es contundente es el reciente giro en la ideología corporativa, el cual tiene que ver con los nuevos desafíos sociopolíticos y económicos del mercado mundializado.

A pesar de la aparente confusión de definiciones y enfoques sobre RSC su necesidad es innegable y ha tomado una importancia creciente en el mundo. A continuación se detalla las teorías, diferencias y enfoques de la RSC:

2.1 Teorías

La responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicionalmente simplemente como filantropía. Hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Durante la última década la responsabilidad social de la empresa se ha convertido en un tema cada vez más central en las agendas corporativas. Muchas empresas han avanzado en el tema, yendo más allá del cumplimiento de la ley o de la acción filantrópica para considerar temas más centrales del negocio, como el manejo de riesgo, la innovación, y la creación de valor.

No existe una definición única o totalmente aceptada a nivel internacional de la responsabilidad social corporativa. A continuación se presentan cuatro definiciones propuestas por actores clave que representan la perspectiva del sector privado a nivel internacional y nacional:

- I. ***World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza:*** “La responsabilidad social corporativa es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”¹.
- II. ***Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra:*** “La responsabilidad social corporativa es el conjunto de prácticas empresariales

¹ Corporate Social Responsibility-The WBCSD's Journey.

abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”².

III. **Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos:** “La responsabilidad social corporativa se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”³.

IV. **Perú 2021, Perú:** “Responsabilidad social empresarial es una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos de interés (Accionistas/Inversionistas, Colaboradores y sus familias, Comunidad, Clientes, Proveedores, Medio Ambiente y Gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible”⁴.

2.2 Filantropía y Responsabilidad Social. Vínculos y diferencias.

Para la CEPAL: “el vínculo tradicionalmente reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía”⁵. Por otro lado, Baltasar Caravedo⁶, distingue otras dos formas de relación de la empresa con su entorno además de la filantropía: la inversión social y la Responsabilidad Social.

Si bien, tanto filantropía como Responsabilidad Social responden a actitudes éticas⁷, se debe entender las diferencias de este modo: la filantropía consiste en emplear recursos provenientes de parte de los beneficios de los dueños de una empresa para realizar obras a favor de determinados grupos de la comunidad, de acuerdo a valores altruistas; por otro

² www.pwblf.org

³ www.bsr.org

⁴ www.peru2021.org

⁵ Correa, María Emilia, Flynn, Sharon, Amit, Alon. “Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial”. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Chile. 2004.

⁶ Baltasar Caravedo es economista y sociólogo, ex director de SASE y especialista de la Fundación Kellogg en liderazgo filantrópico.

⁷ La ética nos remite a la capacidad de la empresa de emitir un juicio sobre su propia acción, actuar de acuerdo con sus propias convicciones y las consecuencias de sus decisiones.

lado, la inversión social responde a un propósito más instrumental respecto a la rentabilidad económica, su razón de ser es asegurar las condiciones sociales y ambientales que permiten su imagen institucional y la RSC forma parte de una estrategia más compleja: integra el sentido filantrópico y de inversión social, pero adicionalmente busca propiciar una interacción de refuerzo mutuo entre el desarrollo de la empresa y de la sociedad en una perspectiva de largo plazo.

Para aclarar el concepto citamos a Baltasar Caravedo:

“La acción de responsabilidad social implica, pues, varias cosas: En primer lugar, que las empresas desarrollen una visión a futuro en la que no sólo está incorporada la comunidad sobre la cual se asientan, sino, también, su país o su sociedad en un sentido más extenso. En segundo lugar, que emerja una nueva forma de organización, que promueva liderazgos internos, los mismos que contribuyen a reforzar la misión que se traza la empresa y la productividad empresarial. En tercer lugar, su proyección (dentro de la empresa) y externa (hacia su entorno externo) las lleva a movilizar no sólo dinero y equipo; sus aportes se hacen también en recursos humanos y profesionales, dando tiempo para que los propios trabajadores aporten su conocimiento a las diversas actividades que se desarrollen en la sociedad”⁸.

2.3 Enfoques

Se puede decir que no existe un consenso respecto a la definición del concepto de responsabilidad social corporativa. Lo que sí se puede observar claramente es la existencia de un sector opositor recalcitrante de su aplicación y fundamentos frente a otro que expone y defiende la necesidad y la importancia de la misma. En este sentido, se presenta la existencia de dos perspectivas opuestas: la clásica y la socioeconómica. La primera afirma

⁸ Caravedo, Baltasar, Perú: empresas responsables. Lima.

que la única responsabilidad de la administración es dirigir un negocio para maximizar las utilidades, mientras que la segunda plantea que la administración de cualquier organización debe preocuparse por el bienestar social más amplio y no únicamente por las utilidades corporativas.

2.3.1 Posturas opuestas

Desde la década de 1960, existían opiniones contrarias a las prácticas socialmente responsables, pero fue en la década de 1970, que un grupo de economistas de la Universidad de Chicago, encabezado por el Premio Nobel de economía en 1976, Milton Friedman, mostró su franca oposición a la responsabilidad social de las empresas. De acuerdo con Friedman, "la única responsabilidad social de las empresas es usar sus recursos y participar en actividades diseñadas para incrementar sus utilidades cumpliendo las reglas de mercado; es decir, participando en una competencia abierta y libre sin engaños ni fraudes"⁹. Friedman aportó dos argumentos utilitarista a favor de este punto de vista. Primero, cuestiona la aptitud de los líderes de empresas para determinar y promocionar directamente el bien general. Segundo, arguye que el mercado es en sí mismo el mecanismo para la promoción del bien común. Cree que la mejor manera como las empresas pueden promover el bien común no es ocupándose directamente de él, sino persiguiendo intereses propios como empresa por ser rentable y los beneficios que esto conlleva: general valor, empleo, brindar soluciones a las necesidades de sus clientes, pagar impuestos, entre otros. El único compromiso que tiene al empresa con la sociedad es el de obtener utilidades, de lo contrario, las organizaciones generarían un costo social.

⁹ Friedman desarrolla su punto de vista frente a la responsabilidad social en "A Friedman Doctrine: The Social Responsibility of Business is to increase its profits", The New York Times Magazine (1970)

2.3.2 Posturas a favor

A pesar de las opiniones expuestas, la mayor parte de los teóricos administrativos comparte otra concepción de la responsabilidad social.

Henry Mintzberg define la responsabilidad social como "la consideración voluntaria del bien público y social, a la par del bien económico y privado"¹⁰. Para Mintzberg la responsabilidad social es importante por dos razones: Primero, las decisiones estratégicas de las grandes organizaciones implican inevitablemente consecuencias sociales y económicas que están entrelazadas inextricablemente. La segunda razón por lo que tenemos que "confiar" es que siempre hay implicado algún grado de discrecionalidad en la adopción de decisiones en una corporación, libertad para frustrar necesidades sociales o para atenderlas.

Por otro lado, Peter Drucker destaca que "la teoría social y política, desde Platón y Aristóteles, se centraba en el poder, pero la responsabilidad debe ser el principio que informe y organice la sociedad poscapitalista. La sociedad de las organizaciones, la sociedad del saber, exige una organización basada en la responsabilidad"¹¹. El autor insta a que las organizaciones asuman su responsabilidad social, dentro de los límites de su competencia y sin poner en peligro su capacidad de funcionamiento.

¹⁰ Notas de la Universidad del Pacífico.

¹¹ Drucker, Peter, "La organización basada en la responsabilidad" 1993.

CAPITULO 3.

¿QUÉ ES RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)?

La RSC es la forma ética de gestión que implica un compromiso hacia los stakeholders debido a las empresas tienen impactos directos e indirectos dentro y fuera de la organización.

La RSC se ha convertido también en un activo intangible para lograr el desarrollo sostenible de las organizaciones. Particularmente en Perú, el tema ha logrado una importancia creciente en el tiempo, aunque aún está lejos de ser un intangible obligado para las empresas. La dualidad cultural de la sociedad peruana ha creado peligrosas tensiones sociales y desigualdades, sin embargo, es aquí, donde los empresarios peruanos deben ser agentes de cambio, cuya meta principal debe ser servir a la sociedad contribuyendo a su modernización.

A continuación se desarrolla el presente capítulo sobre la evolución de la RSC en el mundo, las organizaciones promotoras a nivel internacional y la implementación y certificados sobre este tema.

3.1 ¿Cómo evolucionó la responsabilidad social corporativa?

La responsabilidad social corporativa adquirió relevancia durante la última década del siglo XX, impulsada por varias tendencias económicas y sociales.

En los años ochenta la política económica mundial se apartó de la regulación y de la intervención estatal, promoviendo la liberación del comercio y la reducción del papel del Estado.

Muchos centros de producción de bienes y servicios pasaron de los países del Norte hacia los países menos desarrollados, y se inició la globalización de la cadena de valor en la que los gobiernos, pasaron de ser protectores y reguladores del sector empresarial, a ser promotores de la inversión extranjera.

La globalización trajo consigo la liberación del comercio, pero también la comunicación global, gracias a la cual el comportamiento de las empresas norteamericanas y europeas en los países en desarrollo dejó de permanecer escondido. La transferencia rápida de información alrededor del mundo aumentó la conciencia pública sobre los problemas sociales, ambientales y económicos que resultan de la ausencia de un marco legal fuerte para regular y controlar el desempeño empresarial.

Las nuevas expectativas del público norteamericano y europeo -consumidores y accionistas-, y las exigencias para que las corporaciones mejoraran su desempeño social y ambiental, dieron nuevo valor a la marca, la imagen y la reputación de la empresa, y contribuyeron significativamente al desarrollo de la RSC.

La nueva actitud del público frente a la actividad empresarial se tradujo en mayores exigencias para que las empresas operen según códigos y estándares de comportamiento responsable. Las empresas, por su parte, comenzaron a percatarse de que la puesta en

marcha de políticas y acciones de responsabilidad social corporativa constituye una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, lo cual, a su vez reduce el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones, ayuda a conservar a los clientes, y facilita el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias.

Cuadro 1: Cuestiones sociales en las que las empresas deben asumir responsabilidades según opinión pública.

Relaciones con los clientes: información sobre el producto, empaque y publicidad honesta, seguridad y calidad del producto, servicio garantía.
Medio ambiente: control de la contaminación del aire, agua y por desechos sólidos. Conservación de la energía y otros recursos. Minimización de la contaminación por ruido, olor y visual.
Personal: empleo justo y prácticas no discriminatorias. Derechos de expresión, de proceso justo, de privacidad y seguridad de los empleados.
Comunidad: aportes de la corporación y participación en la comunidad. Desarrollo urbano, entrenamiento en el empleo, apoyo a la educación y las artes y cooperación con el gobierno local.
Gobierno: obedecer las leyes y reglamentos. Cooperar con el gobierno local y central para enfrentar las cuestiones sociales.
Sociedad (en conjunto): tratos con los accionistas y otros grupos interesados. Posición sobre las cuestiones nacionales e internacionales. Mantener la legitimidad corporativa como institución.

Fuente: Kast, Freemont E. y James E. Rosenzweig, "Responsabilidad social y ética personal", en Administración en las organizaciones, México: McGraw-Hill, 1993, p.162.

3.1.1 La aparición de organizaciones internacionales promotoras

En la década de 1990, surgen organizaciones que trabajan los temas de la responsabilidad social y el desarrollo sostenible como, por ejemplo, el **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)**, que es una coalición de 160 compañías internacionales unidas por una comisión referida al desarrollo sostenible sobre la base de tres pilares: el desarrollo económico, el equilibrio ecológico y el progreso social. En este sentido, otras instituciones de destacada labor en la difusión del concepto de la responsabilidad social corporativa son **World Resource Institute (WRI)**, el **Business for Social Responsibility (BSR)**, ambas con sede en Estados Unidos.

Por otro lado, en 1988 en Brasil, se funda el **Instituto Ethos**, orientado al fomento de la responsabilidad social corporativa. Esta organización, que trabaja con 285 empresas en todo el Brasil, resultó de gran importancia para el desarrollo de la responsabilidad social en dicho país y en Latinoamérica.

Otras instituciones destacadas son:

- ✓ Prince of Wales International Business Leaders Forum
- ✓ Corporate Social Responsibility Europe
- ✓ Forum empresa (Brasil)
- ✓ Fundación Empresa y Sociedad (España)
- ✓ Centro Mexicano para la Filantropía
- ✓ Fundación Esquel (Ecuador)
- ✓ Fundación Prehumana (Chile)
- ✓ Dividendo por Colombia
- ✓ Foro del Sector Social (Argentina)
- ✓ Perú 2021
- ✓ Además de la participación de la Iglesia Católica, Banco Interamericano de Desarrollo, ONU, Banco Mundial, entre otros.

3.2 Implementación de la responsabilidad social corporativa

El creciente interés por la RSC ha dado origen a un diálogo prolífico entre los diferentes sectores de la sociedad civil -ONGs, gobiernos, sector académico, sector empresarial y trabajadores -, principalmente alrededor de lo que significa en la práctica que una empresa sea socialmente responsable, dando lugar a una gran diversidad de guías, códigos de conducta, indicadores, y procesos de planificación. Hay, sin embargo, cuatro elementos básicos que cualquier empresa debe considerar en sus esfuerzos por lograr la responsabilidad social:

a. Identificación de efectos sobre públicos interesados y consulta

Este es el insumo fundamental para el desarrollo de la RSC. La empresa reconoce que sus operaciones generan efectos sobre la gente y sobre el ambiente, e identifica a las personas u organizaciones impactadas, llamadas también **stakeholders**. La comprensión y el manejo adecuado de esos efectos requieren la consulta con esos públicos interesados, pues la responsabilidad de la empresa no se puede definir solamente a partir de lo que la empresa considera que es bueno para la sociedad. Es indispensable que se permita a los públicos interesados opinar sobre la manera cómo la empresa debería actuar. La opinión de esos públicos constituye un insumo de primera importancia para tomar decisiones en los distintos niveles de la compañía, desde la definición de sus principios y valores hasta la identificación de indicadores que permitan evaluar el nivel de satisfacción de los trabajadores.

Cuadro 2: Interés de los sectores involucrados en la actividad de la empresa

SECTORES	INTERESES
Socios y accionistas	Beneficio e incremento del valor de la empresa Rentabilidad y liquidez de las inversiones Transparencia de las operaciones y proyectos Participación y control de la gestión
Directivos	Poder de decisión y control, capacidad de gestión Influencia, prestigio e ingresos Desarrollo de las ideas y capacidades propias Maximización del valor de la empresa
Trabajadores	Salario, prestaciones sociales, seguridad, higiene y salud laboral Seguridad en el puesto de trabajo Promoción personal y humana Capacidad de interlocución, participación
Clientes	Calidad y justa relación calidad-precio Información veraz y clara sobre productos y precios Garantía de integridad, seguridad y salud de los consumidores, usuario y clientes Servicio post venta
Proveedores	Aceptación de los principios de libre mercado Capacidad de pago Información clara de las posibilidades comerciales Respeto demarcas y de la propiedad industrial
Competidores	Respeto de la libre competencia Reciprocidad de las relaciones Cumplimiento de los compromisos Cooperación en diferentes políticas empresariales
Comunidad Entorno local Estado	Obligaciones fiscales, cumplimiento de la ley Contribución positiva al desarrollo económico Colaboración con instituciones sociales, culturales y científicas

Sociedad en general	Respeto de valores morales, tradicionales y religiosos Cuidado, respeto y mejora del medio ambiente
---------------------	--

Elaborado sobre la base de Domingo García Marzá, "Asesoría ética en la empresa: hacia un nuevo concepto de la empresa", en Cortina, Adela, Ética de la empresa. Clave para una nueva cultura empresarial.

b. Incorporación en la visión, misión y valores

Precisar la visión y el conjunto de valores fundamentales de la empresa es un paso clave en el proceso de definir la estrategia de responsabilidad social, pues con ellos se establece el marco de referencia dentro del cual una compañía incorpora la responsabilidad social. Si bien la junta directiva y el personal de más alto rango de la empresa pueden establecer estas definiciones, es vital que otros públicos interesados, como empleados y accionistas, sean parte del proceso, para garantizar que éste refleje sus intereses y en consecuencia, se sientan parte del compromiso de la empresa.

c. Definición de políticas, procedimientos e indicadores

Con un marco claro de visión, misión y valores, la empresa puede desarrollar políticas específicas para cada área, así como establecer procedimientos adecuados y escoger indicadores para medir los logros en esas áreas específicas. Mientras hoy existe más o menos acuerdo sobre los indicadores más adecuados para evaluar el desempeño económico y ambiental de una empresa, no sucede lo mismo con los indicadores para medir el comportamiento social. De allí la importancia de establecer lazos con los públicos interesados: sólo cuando una empresa logre determinar la verdadera dimensión del impacto de sus operaciones, podrá identificar indicadores para evaluar su desempeño frente a cada impacto en particular.

d. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad para rendir cuentas y verificación

Las empresas deben determinar los mecanismos externos e internos para verificar el compromiso y cumplimiento con sus propios estándares y para rendir cuentas a los públicos interesados. Hay quienes abogan por un control más fuerte por parte del Estado sobre las empresas en este campo. Sin embargo, hoy por hoy es principalmente una actividad voluntaria de las empresas, que se beneficia grandemente con procesos de información serios y con verificación externa, que permiten a los públicos interesados evaluar el desempeño y el cumplimiento de compromisos por parte de las compañías.

Finalmente, estos elementos básicos conducen a considerar en la agenda de las empresas la **Gestión de Impactos** (y no de iniciativas buenas) porque se trata de analizar permanentemente el campo de interacciones donde opera la organización y minimizar los impactos negativos diagnosticados.

3.3 Certificaciones e índices socialmente responsables

En lo referente a gestión ambiental, surgen las series 14000 de las ISO que emergieron, sobre todo, como resultado de las negociaciones del GATT y de la cumbre de Río llevada a cabo en 1992. Mientras que el GATT se concentró en la necesidad de reducir las trabas no arancelarias en el comercio, la cumbre de Río generó una comisión para la protección del ambiente. Las series de los estándares USSO 14000 se diseñaron para cubrir sistemas de gerencia ambientales, revisión ambiental, evaluación del funcionamiento ambiental, etiquetado ambiental y aspectos ambientales en estándares del producto.

Por otro lado, un hito importante en el desarrollo de la responsabilidad social lo constituye la aparición formal de las inversiones socialmente responsables que se manifiestan a través

de los índices de inversión. En este sentido, cabe mencionar el Domini 400 SM y el Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

El primero aparece en 1990 y es una manifestación del impacto de las prácticas socialmente responsables en el funcionamiento financiero de las empresas, es la primera prueba patrón que conjuga el rendimiento financiero de las empresas con criterios sociales múltiples. Corresponde a empresas que no están involucradas con el trabajo, alcohol, juego, armas y generación de energía nuclear. Casi una década después, en 1999 aparece el DJSI que define el desarrollo sostenible basado en criterios económicos, sociales y ambientales.

Estos índices permiten que los inversores puedan emplear criterios éticos y sociales al momento de realizar alguna inversión. De esta manera, su responsabilidad en no apoyar empresas que desarrollan actividades en contra de sus principios o filosofía se convierte en un criterio decisivo para la realización de una inversión.

CAPITULO 4

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL PERÚ

Antes de los años '80, no existía mayor referencia de acciones filantrópicas debido al temor de los empresarios de exponerse ante la amenaza terrorista. Es recién después de este fuerte proceso de violencia, cuando empieza a surgir dentro de los empresarios nacionales la necesidad de crear acciones que permitan generar desarrollo y crecimiento. Con el paso del tiempo y el reestablecimiento de la economía nacional se fue conceptuando el movimiento de Responsabilidad Social Corporativa, aprendiendo de las empresas que ya tenían prácticas de responsabilidad social y de lo que se venía haciendo a nivel mundial.

En nuestro país son varias las organizaciones que han incorporado, con estilos y énfasis distintos, el tema de la RSE en sus agendas institucionales. Los actores que más han incidido en este proceso han sido, desde un inicio, las empresas y la comunidad.

A nivel de empresas fueron las grandes corporaciones las que introdujeron el tema de la RSC en sus discursos públicos. El salto inicial lo dieron la CONFIEP conjuntamente con la OIT al elaborar el *Manual de Balance Social*¹² (1997), instrumento metodológico para medir el costo social de la actividad empresarial y plantear alternativas de autorregulación para atenuar, reducir o eliminar el impacto producido.

¹² <http://www.oitandina.org.pe/publ/colombia/balansoc/balance2.pdf>

4.1 Organizaciones promotoras en el Perú

La organización **Perú 2021**, ha asumido el protagonismo en la difusión del concepto de la responsabilidad social corporativa. Esta asociación sin fines de lucro, creada en 1994 por un grupo de empresarios emprendedores, manifiesta un gran compromiso con el país y promueven programas de educación, medio ambiente y metodología de gestión empresarial para que la empresa se convierta en agente de cambio para alcanzar el Desarrollo Sostenible del Perú.

Perú 2021 cuenta con el apoyo de diversas empresas que operan en el país, las cuales forman del Patronato: Ajeper, Aguaytía Energy del Perú, Alicorp, Amanco del Perú, Amrop, Cementos Lima, Backus y Johnston, BBVA Banco continental, Belcorp, Milpo, Condor Travel, DBM, Profuturo, Natura, Nextel, Tetra Pak, Telefónica, etc.

La consultora **SASE (Seguimiento Análisis y Evaluación para el Desarrollo)**, es una firma especializada en temas de desarrollo socioeconómico y responsabilidad social empresarial. Está constituida como Asociación Civil sin fines de lucro, fundada en Lima, en abril de 1990.

El **Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP)** es una de las instituciones más importantes de investigación económica, social y de gestión empresarial del Perú. Constituido en 1972 es uno de los centros más reconocidos por su trabajo en responsabilidad social empresarial.

Finalmente, en mayo del 2008 se creó el **Ministerio del Medio Ambiente** con el objeto de preservar los recursos naturales y elaborar políticas de prevención de los efectos de la contaminación.

El nuevo ministerio se crea como un organismo del Poder Ejecutivo rector del sector ambiental, con la función de diseñar, establecer, ejecutar y supervisar la política nacional y sectorial ambiental. Su objetivo principal es la conservación del ambiente para propiciar y asegurar el uso sostenible y responsable de los recursos naturales y el medio que los sustenta, y deberá asegurar el cumplimiento de la Constitución respecto a su conservación y su uso sostenible, la diversidad biológica y las áreas naturales protegidas, así como el desarrollo de la Amazonía.

4.2 Casos de empresas peruanas 2001-2006

Para ilustrar el esfuerzo de algunas empresas peruanas para incorporar la Responsabilidad Social como una herramienta estratégica de gestión, se recoge las experiencias entre el periodo 2001-2006 de cuatro empresas destacadas de distintos sectores en el Perú:

- ✓ Minería: Minera Yanacocha "Enlace Pyme"
- ✓ Infraestructura y construcción: Amanco del Perú "Amanco por un Perú mejor"
- ✓ Comunicaciones: Radio Programas del Perú "Nuestra tierra"
- ✓ Banca: BBVA Banco Continental "Leer es estar adelante"

Se eligieron estos casos por tener diferentes ámbitos de aplicación y cuyos alcances han sido reconocidos por los stakeholders e instituciones promotoras de RSC.

En el anexo 1 se mencionan 36 programas adicionales de RSC en nuestro país para considerar otros casos donde las empresas actúan como agente de cambio para el desarrollo de su entorno.

4.2.1 MINERA YANACOCHA: “ENLACE PYME”

El programa de Minera Yanacocha fue ganador del premio Responsabilidad Social Empresarial 2004 de Perú 2021 y publicada por el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico¹³, se eligió porque las empresas mineras siempre han estado en el foco de las miradas de autoridades y de ONGs. En un país pluricultural y con grandes diferencias sociales como Perú, la presencia de la minería suele generar grandes expectativas en busca de la satisfacción de todas aquellas carencias que el Estado no hay podido resolver. Este programa está fuera del “Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo” (conocido también como Aporte Minero) que se implementó en el 2006. En el anexo 2 se desarrolla este tema y la normativa.

a) La Empresa

Minera Yanacocha S.A. (Yanacocha) es una empresa productora de oro ubicada en el departamento y provincia de Cajamarca, en la sierra norte del Perú, que inició sus operaciones en 1993. Actualmente explota cinco yacimientos de oro: Carachugo (desde 1993), Maqui Maqui (1994), San José (1996), Yanacocha (1997) y La Quinoa (1998).

La minera es una empresa de riesgo compartido entre la empresa norteamericana Newmont Mining Corporation (51,35%), la empresa peruana Compañía de Minas Buenaventura (43,65%) y la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), brazo financiero del Banco Mundial (5%).

Minera Yanacocha representa una nueva generación de productores de oro que usa las más avanzadas tecnologías para la explotación minera. En el 2006 alcanzó una producción

¹³ Schwalb, María Matilde y García, Emilio (2004) “Buenas prácticas peruanas de responsabilidad social empresarial. Colección 2004”. Perú. CIUP.

de 2.6 millones de onzas, convirtiéndose en la primera productora de oro en Latinoamérica y la segunda a nivel mundial.

b) Antecedentes de su creación

Yanacocha es una mina a tajo abierto, lo que requiere de grandes terrenos. La compra de tierras, ya sea directa o indirectamente, ha afectado a las familias y localidades que originalmente se establecían en el área de operaciones o en zonas aledañas.

La adquisición de tierras por parte de Minera Yanacocha se inició en agosto de 1992. Inicialmente, surgieron grandes problemas sobre la transferencia de tierras pues el bajo nivel educativo de los propietarios limitó las posibilidades de una negociación equitativa entre los campesinos y la empresa minera. Minera Yanacocha corrigió esos problemas en los años siguientes, cambiando agentes, formalizando e incrementando la transparencia en sus transacciones, y elevando el precio pagado por hectárea en casi 11 veces. Yanacocha ha buscado mantener buenas relaciones con las familias de los ex propietarios, dándoles atención prioritaria en los proyectos de desarrollo auspiciados por la empresa y asignándoles trabajos temporales en la compañía y con sus subcontratistas.

c) Zona de influencia

Los yacimientos se encuentran sobre los 4.000 m.s.n.m., en los distritos de Cajamarca, Baños del Inca y La Encañada, a unos 20 Km. de la ciudad de Cajamarca, con la cual se unen a través de una carretera de 45 km. Según el Balance Social 2006 de Minera Yanacocha, el ámbito de influencia llega a 109 caseríos o zonas de Cajamarca.

La economía de la región Cajamarca gira en torno a la agricultura de pequeña escala, la producción ganadera, la industria láctea y el turismo. La mayoría de los residentes de Baños del Inca y La Encañada vive en áreas rurales y trabaja en agricultura y pesca de subsistencia. Por cierto, Cajamarca es uno de los departamentos más rurales del país, donde solo 25% de la población vive en áreas urbanas. En los últimos años, sin embargo, se ha observado un aumento acelerado de la migración y el crecimiento urbano en los distritos antes mencionados.

d) Relación con la comunidad

Parte de la población ve una relación directa entre el progreso experimentado en los últimos años y la presencia de la mina; mientras que, para otros, la situación sigue igual o ha empeorado. Yanacocha ha traído crecimiento económico a Cajamarca, evidenciado por la aparición de nuevos negocios, la mejora de algunos servicios (especialmente aquellos dirigidos al sector turístico), un incremento del parque automotor y el crecimiento urbano.

La comunidad cajamarquina atribuye a Minera Yanacocha un compromiso con la región, porque extrae sus recursos de la zona y porque usa la ciudad como su «campo de operaciones». En este sentido, demanda la mejora de los servicios que la minera utiliza, como el aeropuerto, las carreteras, el hospital, así como centros educativos, deportivos y recreativos. De igual modo, la población demanda mayores oportunidades de trabajo y espera que la compañía la provea de infraestructura y de un mercado para sus productos.

Los cajamarquinos quieren convertir a la ciudad en un polo de desarrollo, pero desconocen las actividades de desarrollo social que viene ejecutando la compañía, debido a la falta de información con los grupos de interés. Minera Yanacocha mantiene relaciones bilaterales, tanto con el gobierno local y regional como con las comunidades rurales, mas no existe un diálogo real entre los tres actores: gobierno, empresa y comunidad.

Minera Yanacocha implementó una política de relaciones comunitarias de «perfil bajo». Ello quizás debido a que sus operaciones se iniciaron cuando el terrorismo seguía presente en la región, por lo que debía proteger a su personal; pero también debido a su poco conocimiento del contexto local y a una inadecuada política de comunicaciones.

En los últimos años, Yanacocha ha experimentado una política más abierta, pero este cambio no es del todo aparente para las autoridades regionales, mientras que la mayoría de los pobladores mantiene la imagen (negativa) de la compañía formada durante sus primeros años.

De otro lado, la presencia de la empresa ha atraído a personas de otras zonas del país, que llegan con la ilusión de encontrar trabajo u otras oportunidades de empleo. Lamentablemente, no todos logran este objetivo y ha aumentado el nivel de delincuencia.

Del mismo modo, la llegada de la mina generó un cambio en la estructura de clases de Cajamarca. Aquellos que pasaron a formar parte del personal de Yanacocha cambiaron su estilo de vida a raíz de un aumento considerable en sus ingresos. Los líderes con influencia en la población cambiaron debido al poder del dinero. Por el lado de la minera, no se estableció una clara estrategia de comunicación hacia la comunidad con el propósito de entablar una relación de “buen vecino”.

Un problema adicional, y quizás el más importante para la población, es la contaminación. Aunque Minera Yanacocha reporta que no contamina el ambiente y de emite informes sobre el impacto de sus operaciones en el tema, los cajamarquinos tienen sus dudas al respecto por información difundida a través de material distribuido por ONG ambientalistas. Las autoridades y representantes de algunas ONG reconocen que actualmente no hay evidencia de contaminación, pero añaden que probablemente esta pueda ser medida dentro de diez o quince años.

No obstante, el 2 de junio de 2000, un cargamento de mercurio que estaba siendo transportado por Ransa, empresa de transportes contratista, se derramó accidentalmente en una carretera cercana de los pueblos de Choropampa, San Juan y Magdalena.

El mercurio era un subproducto de la mina y estaba siendo transportado a Lima. Al enterarse del derrame, personal de Yanacocha –que no contaba con un plan de respuesta a emergencias para derrames de mercurio que ocurriesen fuera del emplazamiento minero– tomó diversas medidas de solución. Sin embargo, la falta de información adecuada y oportuna sobre el accidente jugó un papel importantísimo en los casos de intoxicación reportados. La gente guardó el mercurio dentro de sus hogares pensando que tenía valor, lo que favoreció la intoxicación. A raíz de ello, se ha implementado campañas educativas para prevenir accidentes futuros.

e) Responsabilidad Social de Minera Yanacocha

La minera Yanacocha tiene un plan que busca establecer una nueva forma de relación con las comunidades, mediante programas de salud, educación, reforestación e infraestructura.

Una vez iniciadas sus operaciones, Minera Yanacocha puso en marcha un programa de desarrollo local que buscaba contribuir al progreso de las poblaciones aledañas al área de sus operaciones.

Primero fue la asistencia directa, apoyando actividades puntuales y de corto plazo, tales como campañas de reparto de útiles y refrigerios escolares, implementación de botiquines comunales y capacitación a promotores de salud para la administración de medicamentos básicos. Posteriormente, financiaron programas de promoción social y actividades

productivas a través de terceras partes (ONGs), cambiando su enfoque asistencial a uno de inversión social.

Para desarrollar estrategias de mediano y largo plazo que modificaron a las condiciones productivas y económicas de las familias campesinas, la compañía constituyó la Asociación Yanacocha, una asociación civil sin fines de lucro encargada de definir los objetivos y estrategias de desarrollo rural, y el medio a través del cual buscaban posicionarse como integrantes de la institucionalidad local y nacional.

Se dio prioridad a tres programas: asistencia comunitaria, desarrollo rural y apoyo para el desarrollo de infraestructura social y productiva. Para la implementación del proyecto, Yanacocha firmó acuerdos y convenios con varias instituciones especializadas en diversas áreas del desarrollo rural, así como con el gobierno y con agencias de cooperación internacional, dando como resultado:

- ✓ Junto con Intermediate Technology Development Grupo (ITDG) se elaboró un diagnóstico de potencialidades agroindustriales y energéticas para la zona.
- ✓ Con CARE se implementó el Proyecto de seguridad alimentaria en el ámbito de la minera, enfocándose a área como salud, educación, desarrollo productivo, nutrición escolar, construcción y rehabilitación de carreteras, limpieza ambiental y fondos rotativos.
- ✓ Con el Ministerio de Agricultura firmó acuerdos para programas enfocados a enfermedades diarreicas agudas, infecciones respiratorias agudas y capacitación de promotores de salud.

Luego de un análisis de su trabajo comunitario y de desarrollo social, Yanacocha percibió que llevar a cabo dichas labores no era lo más adecuado, dado que las primeras estaban orientadas a disminuir los impactos negativos de sus operaciones mientras que las

segundas buscaban el desarrollo de la localidad, independientemente de las actividades de la empresa.

Así, en 2004 crea la Asociación Los Andes de Cajamarca (ALAC), asociación corporativa de Minera Yanacocha, comprometida con la generación de capacidades empresariales e institucionales para mejorar el bienestar de la población cajamarquina y pensando en las demandas de la población por mayores oportunidades de trabajo, infraestructura y un mercado para su productos.

f) Programa ENLACE PYME

Minera Yanacocha, de manera conjunta con la IFC, desarrolló en 2002 el programa Enlace PYME, cuyo objetivo es impulsar un mercado de servicios de desarrollo empresarial en el que existían instituciones proveedoras competitivas. Le interesa el desarrollo de las capacidades de los profesionales y técnicos locales para que la provisión de dichos servicios sea sostenible. Ello implica el compromiso de los empresarios locales de mejorar su competitividad. El programa no pretende ser subsidiado, sino que el empresario debe invertir en su capacitación.

Para iniciar el programa Enlace PYME, Yanacocha invitó a su socia, la IFC, a financiar y ejecutar proyectos que busquen el objetivo anteriormente mencionado. La IFC, que cuenta con una línea de desarrollo para pequeñas y medianas empresas en el ámbito mundial, se mostró muy interesada en el tema y decidió apoyar en los programas de fortalecimiento de proveedores, modernización y diversificación de agronegocios, artesanía y los programas financieros para microempresas y Pymes.

Yanacocha tuvo a su cargo el proyecto de mejora de viviendas y desarrollo de Mypes del sector construcción, y el centro de innovación tecnológica en joyería; además, incorporo el proyecto Circuito Turístico Nororiental, que venía ejecutando desde finales del año 2000.

Para la implementación de los programas a su cargo, la IFC encargó a diversas instituciones su ejecución, de acuerdo con la experiencia en los distintos rubros que abordaba. Además, encargó a Swisscontact la supervisión y monitoreo del trabajo desarrollado por los ejecutadotes, así como la realización de visitas constantes a los beneficiarios con el propósito de comprobar sus avances.

Yanacocha también convocó a instituciones para ejecutar los programas, pero la supervisión y el monitoreo estuvieron a cargo de la Gerencia de Relaciones Institucionales y Desarrollo Urbano.

Enlace Pyme está integrado por los siguientes 8 programas:

i. Programa de modernización y diversificación del sector local de agronegocios. Ejecutor: TechnoServe Perú¹⁴

El objetivo de este proyecto es lograr el desarrollo de los sectores lácteo, agrícola y agroindustrial en Cajamarca, a través de asistencia técnica y gerencial y de la formulación de estudios subsectoriales y planes de negocios a empresas locales. De este modo, se espera que los negocios asistidos, al alcanzar altos estándares de calidad, se articulen exitosamente con compradores importantes. La asistencia brindada es un apoyo para proporcionar herramientas de competitividad a las empresas, lo que implica un trabajo conjunto entre TechnoServe Perú (capacitación de acuerdo a necesidades de cada pyme) y cada empresa.

¹⁴ Es una corporación internacional sin fines de lucro que opera en Perú desde 1982, su misión es ayudar a hombres y mujeres con espíritu empresarial en áreas rurales pobres del mundo en desarrollo.

Los grupos de empresas participantes han logrado identificar los costos ocultos que manejan, los niveles reales de utilidad y, por tanto, redefinir sus procesos para optimizar recursos. Así, están implementando planes de mejora en infraestructura y adquiriendo equipos para optimizar sus procesos, además de definición de "imagen".

ii. Programa de fortalecimiento de proveedores locales. Ejecutor: Recursos¹⁵

La cadena de contratación y subcontratación articulada a la minera ha involucrado a más de 200 empresas proveedoras locales, que vendieron a la compañía cerca de USD 35 millones de bienes y servicios, solo en el año 2002.

Para ellas, el cumplimiento de los estándares de seguridad personal, de gestión ambiental, de gestión de su personal y de calidad requeridos por la minera, fue un desafío logrado que les ha permitido sostenerse como proveedores, tentar nuevos mercados e innovar en productos.

Este proyecto busca no solo mejorar la calidad y productividad de la gestión en las empresas proveedoras de bienes y servicios de Cajamarca, sino también contribuir a la conformación de un cluster local entre empresas proveedoras y clientes, con sistemas y canales de relaciones comerciales definidos y establecidos por consenso.

Se ha desarrollado los siguientes componentes: programa de calidad total, formulación de planes de negocio, servicio de consultoría y asistencia técnica en gestión empresarial, enlace comercial.

¹⁵ Recursos S.A. fue creada en 1989 en Lima, es una consultora que capacita para el desarrollo de pequeña y mediana empresa.

Al 2004, los logros obtenidos son:

- 28 empresas asistidas están logrando mejoras significativas en su gestión.
- Las empresas muestran altos niveles de aceptación sobre los servicios que ofrecen y un cofinanciamiento efectivo.
- 11 empresas han realizado nuevas inversiones durante el programa, que asciende a cerca de US\$200 mil.
- Se ha realizado contactos comerciales por cerca de US\$2 millones, en las jornadas de negocio convocadas en los últimos dos años.

iii. Apoyo a los artesanos locales para el desarrollo de productos y diseño.

Ejecutor: Aid to Artisans¹⁶

Cajamarca cuenta con una tradición artesanal ancestral, rica en diversidad y expresión cultural; sin embargo, la carencia de adecuadas herramientas de diseño y técnicas comerciales entre los artesanos ha impedido que la artesanía desarrolle todo su potencial.

Este proyecto, iniciado en enero de 2003, tiene como objetivo brindar asesoría técnica en el diseño y desarrollo de productos artesanales en demanda por mercados previamente detectados del ámbito internacional y nacional.

Para ello, se realizó talleres para el desarrollo de productos, dirigidos por diseñadores expertos en el tema, y se coordinó los procesos de comercialización entre los artesanos y los exportadores (introducción de productos a mercados internacionales), con el objetivo de que los productos combinaran adecuadamente iconografía tradicional con diseños modernos y de alta demanda, además, se entrenó a los artesanos en las técnicas y competencias básicas de gestión del negocio.

¹⁶ Aid to Artisans es una organización sin fines de lucro dedicada a crear oportunidades económicas para los artesanos en países en desarrollo.

Entre los logros obtenidos, destacan:

- Desarrollo de 82 piezas diferentes como muestras de cerámica y artesanía.
- Organización y capacitación a nivel inicial de tres talleres.
- 19 artesanos vienen mejorando su técnica e innovando su diseño de la artesanía.
- órdenes de compra en conjunto ejecutadas.
- Ventas por cerca de US\$11 mil en los primeros ocho meses de intervención.

iv. Proyecto Incremento del empleo en el Circuito Turístico Nororiental (CTN)

Este proyecto nació en noviembre de 2000 con la idea de aprovechar las oportunidades que ofrece el circuito turístico nororiental, abarcó los departamentos de Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, San Martín y La Libertad. Su objetivo era consolidar productos y servicios que logran sostener un incremento en la afluencia y el período de permanencia de los turistas en el CTN, con el propósito de ampliar la demanda de servicios generadores de empleo, el nivel de ingresos de los trabajadores y la rentabilidad de las Pymes relacionadas con el sector turismo y de hotelería. Culminó en marzo de 2006.

El proyecto tuvo tres componentes: 1) Capacitación y asistencia técnica en temas de gestión a los actores del sector turismo, 2) Desarrollo de productos turísticos y, 3) Fortalecimiento de Pymes turísticas a través de capacitación a los trabajadores y el logro de certificaciones de calidad.

El Centro de Formación en Turismo (Cenfotur) jugó un papel importante en este proyecto. Su aporte fue la transferencia integral de su know how en capacitación, formación, asistencia técnica y certificación.

Los logros obtenidos son los siguientes:

- 1,500 personas entrenadas.
- 14 productos turísticos promocionados.
- 18 empresas de turismo han logrado un sello de calidad.
- 7 eventos nacionales y 2 internacionales en los que se ha promovido el CTN.
- 40,000 ejemplares de material promocional han sido distribuidos a operadores turísticos y público interesado.
- 15% de incremento en los flujos turísticos al CTN.
- Incremento de 24% en el empleo relacionado con el sector turismo, durante el período 2001-2002; y el 31% en el período 2002-2003.

v. Proyecto de mejoramiento de vivienda y desarrollo de Mypes del sector construcción (Progreso-CHF)

La construcción es una actividad que dinamiza varios sectores de oferta de bienes y servicios, y genera oportunidades de trabajo.

Según un estudio realizado por Newmont acerca de las necesidades de vivienda en Cajamarca, se detectó que el 80% de las viviendas no está en los registros públicos. Por otro lado, muchas personas tienen la necesidad de mejorar sus viviendas, no solo porque ello significa un incremento en su calidad de vida, sino también porque son la infraestructura de sus pequeños negocios. Sin embargo su condición económica no les permite tener acceso al sistema financiero tradicional.

Por eso, en el año 2003 Minera Yanacocha y CHF¹⁷ iniciaron este proyecto con una perspectiva de sostenibilidad y autofinanciamiento de sus operaciones futuras. Para ello, ofrecen financiamiento y asistencia técnica para la autoconstrucción de viviendas.

El interesado se acerca a las oficinas de CHF, en donde recibe asesoría acerca de las mejoras que se podría hacer en su vivienda. Se realiza una maqueta mínima y se calcula los costos asociados. CHF maneja la cartera de proveedores, pero es el cliente quien tiene la potestad de trabajar con ellos o proponer a otros. El desembolso se realiza directamente a los proveedores finalmente elegidos. Los préstamos van desde S/.500, con un plazo de pago máximo de 20 meses.

En once meses de operación, los logros registrados han sido los siguientes:

- 263 préstamos desembolsados, por S/.1,129,521.
- 1,123 miembros de familias beneficiados por el programa.
- 205 microempresas han vendido bienes y servicios para estas construcciones.
- 2,067 puestos de trabajo en construcción han sido creados.

El impacto de este programa es directo, no solo porque genera empleo, sino porque en cada vivienda habitan un promedio, entre 4 y 6 personas.

Minera Yanacocha otorgó un fondo inicial de US\$500,000, que ha servido para colocar los préstamos mencionados. La idea es que este programa logre ser autosuficiente y CHF logre generar los fondos necesarios (estimado en US\$500,000 anuales) con el propósito de asegurar su continuidad. Uno de los aspectos relevante del proyecto, y un indicador importante del mismo, es que el porcentaje de morosidad de los préstamos es de 0%, aun cuando la tasa de interés efectiva anual es de 43%.

¹⁷ CHF Internacional concentra su trabajo en temas de desarrollo de la comunidad, vivienda y finanzas. En Perú, CHF opera en Cajamarca.

CHF prefiere no decir que los fondos de los que dispone fueron otorgados por Minera Yanacocha, debido a que «si la gente se entera, simplemente dejaría de pagar el préstamo. Las personas creen que por tratarse de Minera Yanacocha –y relacionarla con una empresa que tiene mucho dinero– no necesitan devolver el préstamo porque no le hace falta», en palabras de Telmo Rojas, Gerente de Programa de CHF Perú.

vi. Centro de innovación tecnológica de joyería Koriwasi (CITE Koriwasi)

El CITE Koriwasi es el resultado de una alianza estratégica entre entidades del Estado y de la empresa privada: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Minera Yanacocha, Ministerio de Educación y el movimiento Fe y Alegría, ADEX y Prompex, Ministerio de Energía y Minas, El Gobierno Regional de Cajamarca.

El objetivo del CITE Koriwasi es formar y fortalecer capacidades locales para el diseño, producción y comercialización de joyería de oro y plata, con el propósito de posicionar a Cajamarca como una «ciudad de joyería», reforzar su atractivo turístico y comercial; y al mismo tiempo generar una actividad económica que contribuya a su desarrollo sostenible, mediante oportunidades de trabajo y generación de ingresos sostenibles a futuro.

El CITE Koriwasi ofrece capacitación y formación para nuevos joyeros, además de actualización para joyeros en actividad, con el objetivo de mejorar sus técnicas de producción y su vinculación a mercados. El programa de formación comprende cinco módulos de aprendizaje: diseño y grabado, habilitación de materiales, casting, trabajo en mesa y acabados. El primer programa se inició en marzo de 2004 y en un año 114 personas recibieron entrenamiento y en poco tiempo han logrado productos finales con alta calidad de diseños y acabados.

vii. Mejoramiento de las habilidades productivas y competitividad del sector construcción (Centro de Desarrollo Empresarial del Sector Construcción-Cedesco)

Este proyecto, ya concluido, tuvo como objetivo central incrementar las capacidades y conocimientos técnicos y empresariales de las micro y pequeñas empresas del sector construcción, como estrategia para elevar la calidad de sus bienes y servicios y aumentar su competitividad en los mercados.

Entre las principales actividades y servicios desarrollados se encuentran: capacitación y asistencia técnica en la mejora de los procesos productivos y el diseño de ladrillos de arcilla y concreto, construcción o mejora de sus equipos (fundamentalmente hornos), entrenamiento y asesoría en lectura de planos, costos y presupuestos de obras, informática y estación total, para maestros de obra y; capacitación en instalaciones, para electricistas; facilitar la comercialización de productos de construcción.

Durante el período en que el programa estuvo en marcha, se obtuvieron los siguientes logros:

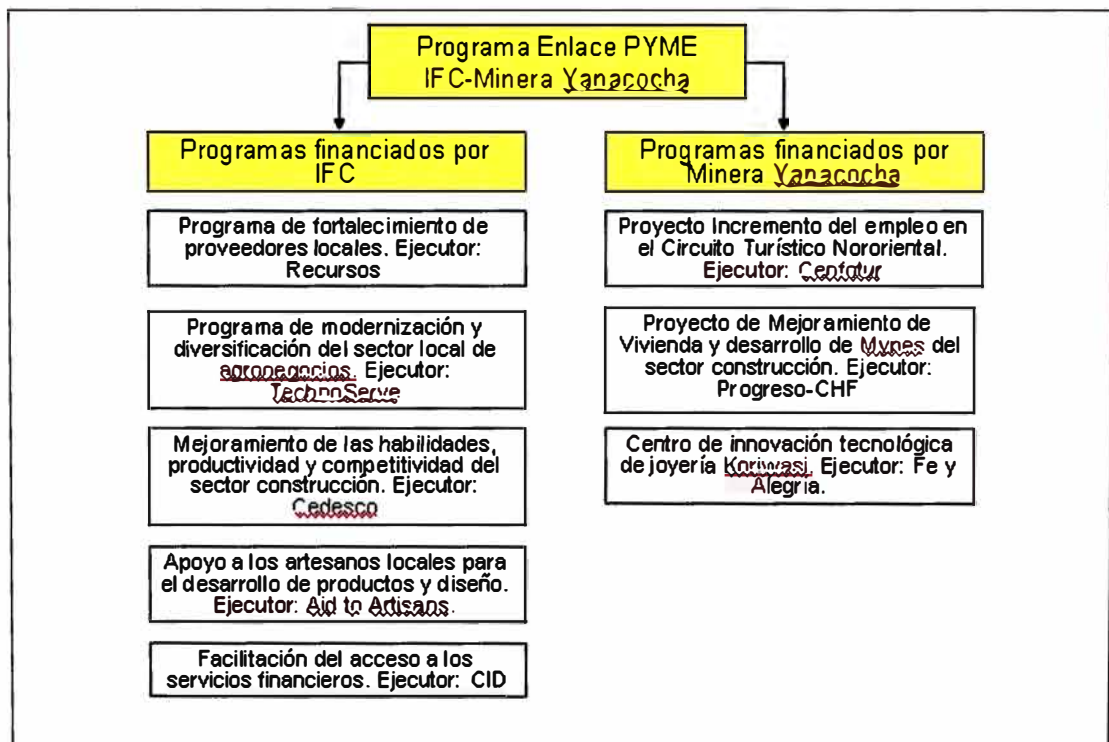
- 120 maestros de obra capacitados en lectura de planos, costos y presupuestos de obras, informática y estación total.
- Se capacitó a los productores de Cajamarca y Bambamarca para el desarrollo de nuevos productos que han tenido éxito comercial, tales como el ladrillo perforado de arcilla, ladrillo ornamental de concreto, ladrillo de techo súper liviano, entre otros.
- Creación del Expocentro PYME de la construcción, de 1600m², que facilitó no solo la venta de US\$10 mil en ladrillos artesanales de arcilla y de concreto de 20 productores, sino también la mejora de la calidad del producto y de la atención al cliente, y la formalidad de las transacciones.

- 26 contratistas de obra mejoraron sus capacidades gerenciales participando y aplicando en su empresa lo aprendido.

viii. Facilitación del acceso a los servicios financieros

Su objetivo es desarrollar las capacidades de gestión y financieras de los empresarios para mejorar su inserción en el mercado financiero. El proyecto contempla dos componentes: microempresas, y pequeñas y medianas empresas. Aún no se tienen resultados de este proyecto.

Cuadro 3: Estructura del Programa Enlace PYME



Fuente: Minera Yanacocha.

g) Lecciones de ENLACE PYME:

La minera está articulando su interés con los planes de desarrollo de Cajamarca, el proyecto enfoca no sólo a capacitar a aquellos que pueden ser incorporados como proveedores de la minera sino también tratar de generar las capacidades de desarrollo sostenible de las empresas de la región. Con ello busca que las Pymes vean la posibilidad de ingresar a otros mercados y dejen de considerar a Yanacocha como su única fuente de ingresos.

Sin embargo, los objetivos y alcance del programa no han sido suficientemente difundidos, lo cual ha generado ciertas descoordinaciones, por ejemplo, las autoridades locales, al no tener conocimiento pleno del programa, están duplicando las tareas y esfuerzos a través de otros programas; por otro lado, existe poco reconocimiento de la comunidad al impacto del programa puesto que algunos beneficiarios perciben que el esfuerzo no es de la minera. La comunidad veía que los proyectos eran financiados sólo por IFC o por las ONG de contacto. Por otro lado, no se cuenta con información pública actual de los avances del programa hasta la fecha.

A pesar de las carencias del programa, los logros obtenidos son evidentes. Los empresarios reconocen una mejora en la calidad de sus productos y en la rentabilidad. Se podría decir que Yanacocha está cambiando su manera de enfocar el papel que le corresponde dentro del desarrollo de Cajamarca, ha pasado de tener una estrategia de atención esporádica hacia beneficiarios específicos a una cuya finalidad es formar un "cinturón" de desarrollo alrededor de la mina.

4.2.2 AMANCO DEL PERU: “AMANCO POR UN PERU MEJOR”

Este programa ha sido premiado en el 2005 por Perú 2021 y publicado por el CIUP y revistas especializadas en RSC.

Actualmente, Amanco es líder latinoamericano en el negocio de tubosistemas, así como en el de construsistemas en Centroamérica. Amanco se caracteriza por ser empresa con bastante interés por incorporar la RSC dentro de su estrategia de negocios.

Amanco ha conseguido el citado éxito debido fundamentalmente a la adopción de prácticas socialmente responsables, las cuales le han permitido tener un excelente manejo de costos, asegurar la calidad del equipo ejecutivo y el entusiasmo, y la pasión de todos sus colaboradores por alcanzar el desarrollo sostenible.

a) La Empresa

Amanco del Perú es una de las empresas más importantes del sector construcción en el Perú. Tiene una planta ubicada en El Agustino, Lima. Forma parte del Grupo Amanco (con sede en San José, Costa Rica), el cual, conjuntamente con Masisa pertenece al Grupo Nueva. El Grupo Nueva es un *holding* de empresas que realiza operaciones en 15 países de las Américas; tiene ventas que superan los US\$1,240 millones y brinda empleo a más de 16,000 personas a través de negocios directamente ligados al sector forestal y los materiales de construcción.

Amanco del Perú tiene sede en Sao Paulo, Brasil, y se dedica a la producción y la comercialización de tubosistemas, construsistemas y geosistemas. Esta empresa opera en el país desde 1997 y, en el 2004, sus ventas ascendieron aproximadamente a US\$1.200 millones.

b) Programas de Responsabilidad Social.

Amanco del Perú lleva a cabo programas alineados con los resultados de las consultas periódicas que realiza la empresa con sus públicos interesados. Los programas desarrollados por la empresa están centrados fundamentalmente en los trabajadores, comunidad, clientes y proveedores, y son los que se muestran a continuación.

✓ Colaboradores

Amanco cumple con sus colaboradores a través de prácticas de normas de salud y seguridad de acuerdo con la ISO 18001.

El Programa Embajadores, realizado por la empresa, busca que los colaboradores compartan con el público la filosofía de Amanco del Perú. De igual manera, el Programa Reciclaje Interno creó una cultura interna que permite que todos los desechos de la empresa, generados en el área administrativa y en la planta de producción, sean reciclados a través de empresas especialistas.

Amanco ha desarrollado una metodología de consultas internas que permite obtener información, en un ambiente informal, acerca del desempeño de la empresa y el sentir de los colaboradores.

Para hacer partícipes a las familias de los colaboradores de la filosofía de la empresa, se realizan actividades como «Conociendo Amanco del Perú», en la cual estas son invitadas a pasar un día en la empresa donde pueden conocer el lugar de trabajo de sus familias. También ofrece el Taller de Generación de Ingresos, donde se imparten cursos de manualidades, repostería, entre otros, dirigidos a las esposas o madres de los colaboradores.

✓ **Comunidad**

En las mesas de diálogo, comunicación y consulta, la empresa se reúne con todos los miembros de la comunidad cercana a su planta en el Agustino, como la Asociación de Propietarios, la Asociación de Padres de Familia, la Iglesia, colegios, etc. Como resultado de las consultas y mesas de diálogo con la «Comunidad Cercana», Amanco ha desarrollado diferentes programas, entre los que encontramos el de *empleo*, que consiste en dar prioridad para contrataciones a personas que viven en la zona cercana a la planta; y el de *seguridad*, el cual se basa principalmente en el trabajo junto a la comunidad para tener una mayor seguridad en la zona, lo que beneficia no sólo a los miembros de la comunidad, sino también a los colaboradores de la empresa; por ello, se ha colocado iluminación adicional en la parte posterior de la planta.

En educación, se realizan diversas actividades de apoyo al Colegio de Santa Rosa de Quites, como la donación de bienes en desuso (se han entregado computadoras, archiveros, etc.) y capacitaciones en liderazgo a los chicos del quinto de secundaria del colegio.

✓ **Medio ambiente**

En medio ambiente, Amanco se preocupa por el ornato de la zona en la cual opera. La empresa ha iniciado un macroproyecto que busca mejorar la zona posterior a la empresa. Este proyecto busca la participación conjunta de los miembros de la comunidad, la municipalidad de la zona y la zona para sembrar el parque, colocar la pista, las veredas y el parque de la parte posterior de la planta. Otra actividad realizada por la empresa es el entrenamiento en cursos de gasfitería y cuidado del agua a los vecinos; con ellos, no solo se busca brindar una opción laboral, sino también crear una mayor preocupación por la problemática del agua.

Como parte de la gestión ambiental, también se realizan mediciones anuales de ruido, polvo y gases, las cuales son comunicadas a la comunidad vecina a la planta. Además y debido a

que Amanco se dedica a la conducción de fluidos, la empresa ha desarrollado una serie de acciones enfocadas en resolver el problema del agua: se han capacitado a más de 3.000 cachineros o recolectores informales para que puedan realizar trabajos de gasfitería durante su labor diaria y tengan una opción de vida; además, en conjunto con la ONG Ecociudad, la empresa ha implementado un proyecto experimental de reutilización de agua de lavatorios y duchas para regar áreas verdes de la comunidad con lo cual se han tres parques en Villa el Salvador y se está buscando duplicar el proyecto en otras zonas.

Por otro lado, la empresa realiza campañas que apoyen la problemática del agua con el objetivo de crear conciencia entre los públicos interesados de la empresa y sociedad en general. Para ello, forma alianzas con terceros que busquen crear proyectos relacionados.

✓ **Clientes y proveedores**

En cuanto a la RSC con sus clientes, Amanco ha desarrollado procesos de consulta trimestrales donde se evalúa el nivel de servicio y el nivel de compromiso de la empresa con respecto a la sociedad en la que opera. Adicionalmente, se realizan charlas y capacitaciones técnicas en gasfitería.

Con respecto a la RSC con sus proveedores, estos son considerados socios estratégicos de la empresa; para ellos, Amanco cuenta con una política para proveedores donde se incluyen los valores de la empresa.

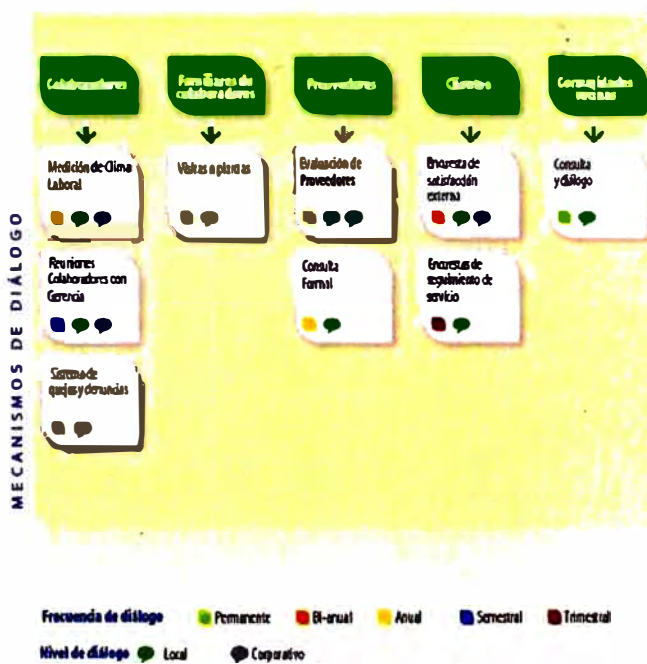
c) Programa “Amanco por un Perú mejor”

Esta empresa desarrolló el Programa “Amanco por un Perú mejor” en el 2004, una iniciativa que permite asegurar mejoras en cuanto a calidad de la cadena de suministros de la empresa. A través de este programa, la empresa ha capacitado a sus proveedores, ferreteros y gasfiteros con la finalidad de que mejoren sus competencias, y puedan ofrecer

productos de calidad y utilizarlos adecuadamente. Las capacitaciones fueron realizadas por los propios colaboradores de Amanco, a las cuales se les llamó «embajadores», quienes fueron seleccionados a través de un riguroso proceso de selección y, posteriormente, fueron capacitados para brindar los cursos.

El Programa “Amanco por un Perú mejor” tiene como objetivo principal contribuir a la mejor calidad de vida y al incremento de la competitividad de un grupo de MYPE ferreteras y de gasfiteros independientes, involucrados en la cadena de distribución de Amanco, a través de la participación de los colaboradores de la empresa.

Cuadro 4: Mecanismos de diálogo de Amanco

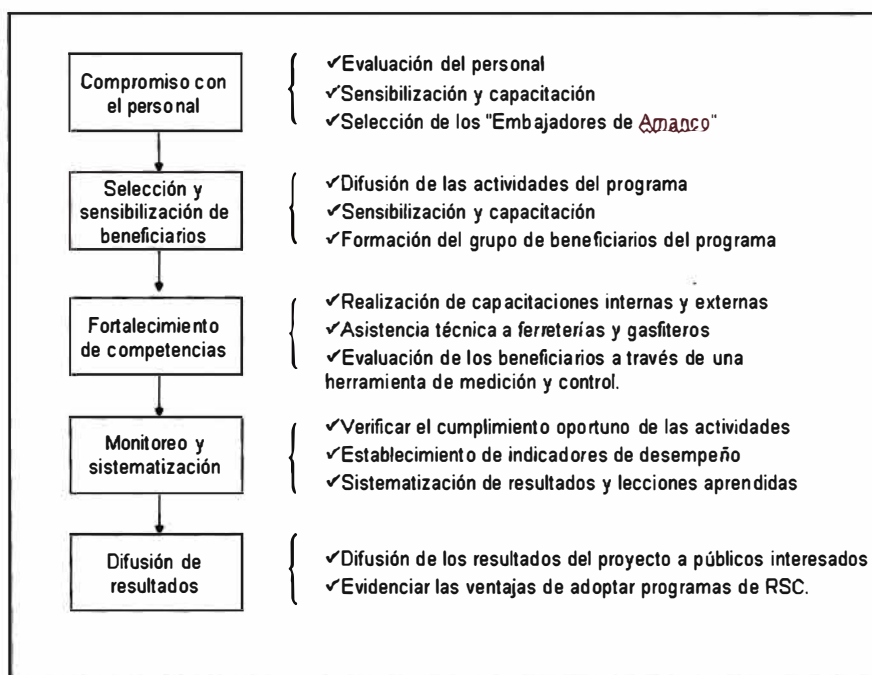


Fuente: Reporte de Sostenibilidad 2004-2005 de Amanco

d) Actividades del Programa “Amanco por un Perú mejor”

Las actividades desarrolladas por la empresa Amanco, dentro del contexto del Programa “Amanco por un Perú mejor”, tuvieron una serie de etapas, las cuales se ilustran en el siguiente cuadro:

Cuadro 5: Actividades del Programa “Amanco por un Perú mejor”



Fuente: Reporte de Sostenibilidad 2004-2005 de Amanco

Lo más importante del proceso de sensibilización realizado por Amanco radica en que se les mostró a los participantes los principales beneficios que obtendrían si formaban parte de las capacitaciones; de esta manera, se generaron incentivos importantes. La empresa buscó y fomentó constantemente un fuerte compromiso para participar en el proyecto.

Amanco elaboró una herramienta de evaluación que permite recopilar información y generar diagnósticos individuales de las empresas y gasfiteros participantes, la cual incluye información sobre aspectos productivos, tecnológicos, de gestión, indicadores de ingreso,

conocimientos de atención al cliente, entre otros. Además, esta herramienta se utiliza para establecer la situación inicial o línea base de las ferreterías y gasfiteros participantes.

Adicionalmente a las capacidades externas, los «embajadores de Amanco» llevaron a cabo las capacitaciones internas gratuitas. Los cursos fueron los siguientes:

i. Capacitación interna Amanco

Ferretería: Programa Embajadores. Capacitación de Fundes, curso de salud ocupacional y de responsabilidad social empresarial.

Gasfiteros: Equipo Técnico. Curso de productos Amanco, de salud ocupacional, de manejo de agua y de responsabilidad social empresarial.

ii. Capacitación externa especializada

Ferretería: Bono PYME. Cursos de tributación, de control de inventarios, de atención al cliente, de computación aplicada y de marketing.

Gasfiteros: Fundes. Curso técnico de gasfitería, de ética, de atención al cliente y de costos y presupuestos.

Luego, se procedió a realizar un monitoreo y sistematización del programa, en el cual se verificó el cumplimiento oportuno de las actividades mediante el seguimiento de indicadores de desempeño y medios de verificación señalados en la matriz de marco lógico. Asimismo, se sistematizaron los principales resultados y lecciones aprendidas con el fin de que pudieran ser aplicados en futuros proyectos.

Finalmente, el proceso terminó con la difusión de los resultados del proyecto con el objetivo de demostrar las ventajas de adoptar, por parte de las grandes y medianas empresas, las estrategias RSE. Aparte de las capacitaciones, Amanco del Perú brindó a sus públicos interesados una serie de charlas de salud relacionadas con una vida más saludable, y exámenes de salud brindados de manera gratuita y/o con descuento.

e) Lecciones de “Amanco por un Perú Mejor”

La empresa Amanco del Perú es un claro ejemplo del éxito que puede obtener una empresa al integrar dentro de su gestión la responsabilidad social. Cuando existe un fuerte compromiso en todos los niveles dentro de la empresa, los resultados económicos pueden ser muy favorables.

La RSC de Amanco está centrada en las personas con las que cuenta, el clima laboral de la organización mejora cuando se realizan actividades como el reconocimiento a la labor de las personas, encuestas anuales, consultas, etc. Amanco ha hecho un gran trabajo con su recurso humano, desde el momento que se les llama “colaboradores” en lugar de “trabajadores”. Estos colaboradores se sienten estimulados con los programas que realiza Amanco, lo cual permite que se alineen en la filosofía de la empresa y sean la mejor cara ante la sociedad. Además, al fortalecer las capacidades de sus clientes a través de diferentes capacitaciones, permite el desarrollo del mercado donde se encuentran.

Amanco cuenta con un área de responsabilidad social y comunicaciones, que permite difundir los logros y programas, con lo cual, los clientes valoran y premian con su preferencia a esta empresa, además de buscar sus productos de calidad.

Actualmente, Amanco no cuenta con los indicadores para medir los resultados de su gestión en forma precisa, aunque la percepción general es que la empresa está realizando actividades que mejoran la eficiencia de su cadena de valor; asimismo, por el lado de la comunidad se manifiesta muy satisfecha de los programas que les afecta.

Amanco ha sido premiada por su programa en el 2005 por Peru 2021 por su servicio a la comunidad y ha mejorado en las encuestas como buena empresa, de 66% a 2004 al 92% en el 2006.

4.2.3 RADIO PROGRAMAS DEL PERU: “PROYECTO NUESTRA TIERRA”

Este programa ha sido reconocido por Perú 2021 y es el único a nivel de comunicaciones con esta cobertura.

RRP es el medio radial más importante de nuestro país. Esta empresa, desarrolló el proyecto Nuestra Tierra, una indicativa que permite que la radio llegue a los más recónditos lugares de nuestro territorio, de manera que las poblaciones del Perú puedan transmitir sus necesidades y ofrecer sus atractivos turísticos a todo el país.

a) La empresa

Radio Programas del Perú (RPP) constituye uno de los medios de comunicación más emblemáticos del país. Su labor está respaldada por años de experiencia en el mercado. RPP fue fundada en 1963 por los hermanos Delgado Parker y Johnny Lindley.

El crecimiento de RPP se ha convertido en una constante a lo largo de su historia. Los radios Studio 92, Rebuena, Corazón y Oxígeno han pasado a formar parte del Grupo RPP. Asimismo, surgieron en su entorno nuevas oportunidades de negocio. En el ámbito de las comunicaciones, RPP creó RPP Cable, RPP Publicaciones y RPP Móvil. Hoy es una corporación multimedia que goza de gran reconocimiento en el Perú.

El Grupo RPP cuenta con 450 trabajadores distribuidos en todo el Perú y cuenta con una red de 70 emisoras afiliadas que cubren todo el territorio nacional. Este grupo empresarial tiene la visión de «ser el grupo líder en todas las formas de comunicación, reconocido por su innovación, trascendencia y aporte al individuo y a la sociedad peruana».

b) La responsabilidad social en el Grupo RPP

El Grupo RPP cuenta con una labor de responsabilidad social tanto al interior de la organización (responsabilidad social interna) como al exterior de la misma (responsabilidad social externa).

Cabe destacar que el Grupo RPP ha incorporado los programas de responsabilidad social en sus procesos de planeamiento estratégico y en sus presupuestos. Se puede afirmar que la responsabilidad social está internalizada en la organización, lo que llevó a la constitución de un Área de Responsabilidad Social con acceso directo al directorio de la organización.

✓ Responsabilidad social interna

Entre sus labores más importantes se puede incluir todas las acciones que se realizan con el propósito de desarrollar un clima laboral propicio y favorable que potencie un desarrollo pleno de la fuerza laboral del grupo. En este ámbito destacan: la capacitación (se ha capacitado a 95% del personal de manera grupal e individual, en todos los niveles organizacionales), la evaluación del desempeño, el bienestar social (programas de índole recreativa, formativa, social, de salud y asistencial), la comunicación (información de resultados trimestrales de su gestión), las condiciones de trabajo y la seguridad.

✓ Responsabilidad social externa

Según el estudio *Imagen corporativa en la opinión pública*, desarrollado por la firma Apoyo en abril de 2003, el Grupo RPP es considerado por la opinión pública como una de las principales organizaciones que promueven la responsabilidad social en el país. Con alrededor de 20 mil horas anuales de programación relacionada con campañas sociales, RPP Noticias es reconocida como una organización líder en responsabilidad social empresarial en el Perú.

Por otro lado, el mismo estudio afirma que RPP es considerada por el público como la empresa que ocupa el primer lugar en el apoyo a la cultura, a la comunidad, a la educación y al medio ambiente. Como ejemplo los siguientes programas: Los que mas saben, Defendiendo la naturaleza, Mujer microempresaria, etc.

c) Proyecto Nuestra Tierra

Este programa se diseñó en 1999 debido a la necesidad de descentralizar la programación de RPP Noticias, y con el objetivo de lograr un mayor acercamiento a los radioyentes. El monto invertido por el Grupo RPP en el proyecto "Nuestra Tierra" ascendió a 100 mil dólares en el año 2003.

El Proyecto de RPP Noticias consiste en visitar, mes a mes y a lo largo del año, diferentes regiones del Perú con el propósito de centrar la atención de los oyentes en una región en particular.

El objetivo general del proyecto es integrar las realidades regionales al ámbito nacional y descentralizar programas y actividades dirigidos a la comunidad. Por otro lado, esta iniciativa busca dar a conocer en el ámbito nacional las costumbres, historia y patrimonio cultural de las regiones visitadas y además difundir la problemática regional, analizar sus posibles soluciones y canalizarlas hacia las autoridades correspondientes.

✓ Ciudades beneficiadas por el proyecto

En provincias, las radios cumplen una labor totalmente integradora y activa. La radio es un agente de cambio que posibilita el desarrollo de los pueblos más alejados, al mostrar las necesidades y urgencias que presentan en su vida cotidiana.

Con el propósito de descentralizar los programas y contenidos de RPP Noticias, el proyecto Nuestra Tierra se dirige a todo el país y se desarrolla a través de visitas mensuales –desde enero hasta noviembre – a las diferentes regiones del territorio nacional.

Cuadro 6: Cronograma del Proyecto Nuestra Tierra en el año 2003

Mes	Región/ciudad	Actividades en:
Enero	Lima	Centro de Lima, Huachipa
Febrero	Puno	Juliaca, Huancané, Puno, Azángaro
Marzo	Ica	Ica, Chincha, Nazca
Abril	Lambayeque	Chiclayo, Ferreñafe, José Leonardo Ortiz
Mayo	Loreto	Iquitos
Junio	Ancash	Santa, Chimbote, Huaraz
Julio	Cusco	Cusco
Agosto	Arequipa	Mollendo, Yanahuara, Majes, Arequipa
Septiembre	La Libertad	Trujillo, Huanchaco, Chavimochic
Octubre	Piura	Sullana, Catacaos, Piura
Noviembre	Junin	Huancayo, Tarma, Chupaca, Concepción

Fuente: Grupo RPP.

✓ **Actividades desarrolladas**

Las actividades sociales desarrolladas en beneficio de la comunicada están relacionadas principalmente con la salud, la cultura y la educación, así como con la difusión de las potencialidades de la región:

- Programas: de cobertura nacional y regional, mediante corresponsales se difunde en el ámbito nacional la realidad de cada provincia, además de toda la riqueza cultural que ofrece el lugar.
- Talleres de desarrollo y periodismo, consultorios médicos.
- Otras actividades como jornadas de salud gratuitas en beneficio de la comunidad, reconocimiento al personaje de Nuestra Tierra de cada región y servicios localizados como: corte de cabello, pintado de centros educativos, chocolatadas, visitas guiadas a lugares turísticos o jornadas de limpieza pública, entre otras.

d) Logros y resultados

Para el año 2004, el Grupo RPP invirtió en el proyecto más de 100 mil dólares. La intención de la empresa es continuar con este proyecto de manera indefinida.

RPP Noticias considera como positivos los resultados del proyecto, en la medida en que se nota un interés de los beneficiarios por elevar su calidad de vida y mejorar su localidad; y también por la acogida de la audiencia en las zonas donde se realiza la campaña.

En el mes de marzo de 2001, RPP Noticias contaba con una audiencia de 82,6 miles de oyentes al mes, que en marzo del año 2004 se incrementó a 110,5 miles de oyentes al mes. El aumento de la audiencia es, en parte, resultado del trabajo realizado a lo largo de esta campaña permanente, puesto que al ser la audiencia participante y beneficiaria de la misma, se produce un efecto multiplicador positivo a favor de RPP Noticias.

Gracias al esfuerzo por aportar a la sociedad peruana, en el año 2003, la opinión pública reconoció a RPP Noticias como la empresa que brinda la información más plural en el Perú.

De forma específica, y como efecto del proyecto Nuestra Tierra, la comunidad se beneficia en los siguientes aspectos:

- Mejora de la calidad de vida, a través de los consejos y la orientación de los programas emitidos, de la atención médica y de las actividades culturales y de esparcimiento totalmente gratuitas.
- Información permanente del acontecer local, nacional e internacional.
- Culturización constante, a través de toda su programación.
- Integración de toda la población a través de una señal, lo que contribuye al proceso de descentralización del país.

Por el lado de la propia empresa, esta se ha beneficiado con una mejora de su imagen ante el público, lo que ha redundado en un aumento de su sintonía en las ciudades que han formado parte de la experiencia de Nuestra Tierra. Por otro lado, el Grupo RPP también se beneficia indirectamente de lo que logran sus auspiciados con la mejora de su imagen y el refuerzo de su marca.

Por el lado del personal involucrado en el proyecto, se debe reconocer que Nuestra Tierra ha permitido a los conductores conocer de cerca la realidad que se vive en cada zona visitada, logrando así que la información brindada fuera objetiva, veraz y plural, con el objetivo de reforzar la confiabilidad y credibilidad de que goza la emisora.

Los oyentes de RPP Noticias se han beneficiado claramente con el proyecto, ya que la campaña Nuestra Tierra permite dar a conocer las distintas realidades que se viven en las ciudades del interior del país, además de los problemas y potencialidades de desarrollo locales. De esta manera, los oyentes conocen cada vez más el Perú, y los pueblos más alejados y olvidados se integran a la vida nacional.

e) Lecciones aprendidas del Proyecto Nuestra Tierra

El proyecto Nuestra Tierra es una muestra palpable de que la responsabilidad social empresarial no solo no se opone a la rentabilidad económica de las organizaciones sino que, además, promueve y la mejora; y de que, además de beneficiar a la empresa promotora de la práctica de la responsabilidad social, la comunidad es la principal beneficiada.

Sin embargo, falta mayor información para observar el monitoreo de la campaña en el largo plazo. Es decir, es aconsejable realizar una medición del impacto de la misma uno o dos años después de la intervención de la radio, con el objeto de reforzar la labor realizada.

Cabe mencionar que ninguna otra cadena radial de alcance nacional realiza este tipo de campaña en el Perú, y no se tiene mayor conocimiento de algo semejante en otra parte del mundo.

4.2.4 BBVA BANCO CONTINENTAL: “LEER ES ESTAR ADELANTE”

Este programa ha sido reconocido por publicaciones especializadas y mencionadas en las ferias de RSC en el país. La información fue obtenida de revistas sobre el tema y de su informe anual.

El BBVA Banco Continental es uno de los bancos más grandes del Perú. Al 2006 la empresa tenía 2,924 empleados, más de un millón de clientes y 219 oficinas a nivel nacional.

a) La empresa

El Banco Continental se constituyó el 1951. Su oficina principal está ubicada en la ciudad de Lima y cuenta con 219 oficinas comerciales distribuidas en el área de Lima y provincias. Adicionalmente dispone de una oficina de Banca Mayorista Global, una oficina de Banca Institucional y 16 oficinas de Banca Empresas. Al cierre de diciembre 2006, tenía 18.5 millones de soles en activos, 12.5 millones de soles en colocaciones netas y 14.3 millones de soles en depósitos y colocaciones, con un patrimonio neto de 1.7 millones de soles.

BBVA Banco Continental comparte criterios y el concepto de marca a partir de la cultura corporativa de BBVA, con sede en España.

Cuadro 7: Accionariado BBVA Banco Continental

Relación de los 20 mayores accionistas de BBVA Banco Continental		
Accionistas	Nº de Acciones	Porcentaje
1 Holding Continental	785,379.435	92,0839%
2 AFP Prima	22,631.358	2,6535%
3 AFP Horizonte	11,567.523	1,3563%
4 AFP Profuturo	8,069.844	0,9462%
5 AFP Integra	7,279.123	0,8535%
Otros (empresas varias y personas naturales)	17,968.604	2,1066%
TOTAL	852,895.887	100,0000%

Fuente: Informe Anual 2006 del BBVA Banco Continental.

Holding Continental S.A. y subsidiarias (Grupo Continental y AFP Horizonte) está conformado por Banco Continental dedicado a actividades de intermediación financiera; Inmuebles y Recuperaciones Continental S.A., que se dedica a la compra y venta de inmuebles; Sociedad Agente de Bolsa S.A., dedicada principalmente a la intermediación bursátil; Continental SAF S.A., que se dedica a la administración de fondos mutuos; Continental Sociedad Titulizadora S.A. dedicada a actividades de titulización y AFP Horizonte S.A., dedicada a la administración de fondos de pensiones.

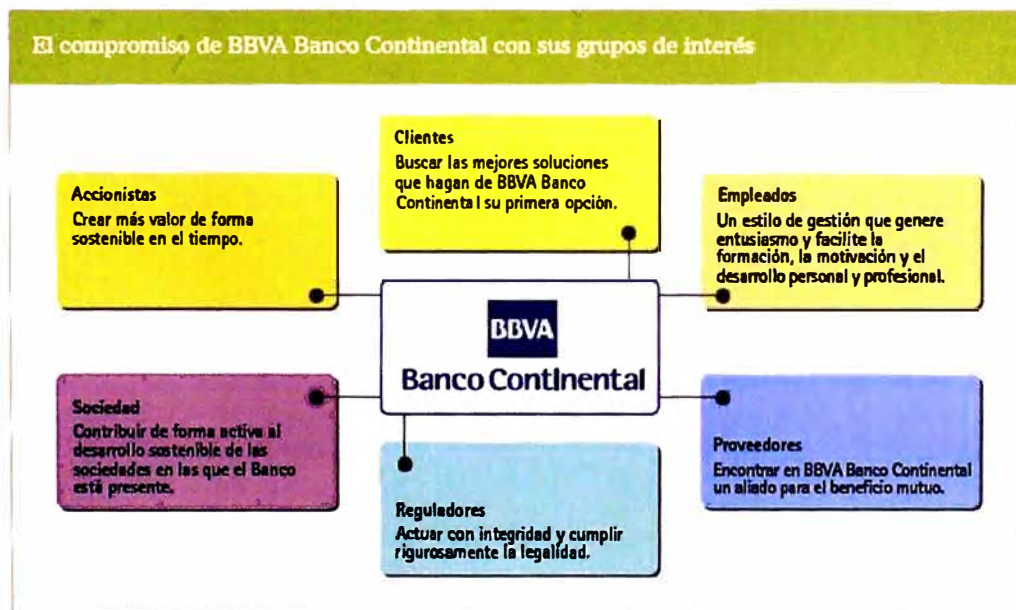
Holding Continental S.A., conformada en partes iguales por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. y el Grupo Empresarial Brescia, es propietaria del 92,04% de las acciones del Banco, que lidera el denominado Grupo Continental y, desde febrero de 1998, del 54,36% de las acciones de AFP Horizonte S.A.

b) Política de Responsabilidad Social para el BBVA

BBVA Banco Continental define a sus grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente su actividad y sus decisiones y/o que se ven afectadas por ellas.

El concepto de grupo de interés es central para el modo en que BBVA Banco Continental, a partir de los principios establecidos por el Grupo BBVA, entiende la responsabilidad corporativa, puesto que su objetivo esencial es aportar el máximo valor posible y equilibrado a estos grupos, también denominados *stakeholders*.

Cuadro 8: Grupos de interés del BBVA Banco Continental



Fuente: Responsabilidad Social Corporativa 2006.

✓ Política Medioambiental y Sistema de Gestión Ambiental

Las entidades financieras juegan un papel más importante cada día en su aportación al desarrollo sostenible. La implicación ambiental de este sector se manifiesta mediante dos tipos de impactos:

- Impacto directo: a través del consumo de recursos naturales.
- Impacto indirecto: a través de sus productos y servicios con especial atención a la financiación de proyectos.

Desde el 2003, BBVA cuenta con una política medioambiental que afecta a todas las entidades y a todas las actividades de las empresas que constituyen el Grupo y cuyos aspectos más relevantes son:

- Eficiencia en el uso de los recursos naturales: reducciones del consumo de agua y energía eléctrica.
- Inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos en operaciones financieras
- Desarrollo de productos y servicios financieros en materia ambiental
- Influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés

✓ **Préstamo medioambiental**

El préstamo medioambiental por US\$ 30 millones, la primera línea de este tipo colocada por el IFC en Sudamérica y la primera en el Grupo BBVA, se destina a promover créditos en proyectos de eficiencia energética, reconversión industrial y reforestación.

✓ **Mecenazgo ambiental**

BBVA Banco Continental y el diario *El Comercio* presentan el concurso Parques y Jardines, con el objetivo de premiar los esfuerzos públicos y privados por embellecer la ciudad, a través de la conservación y cuidado de las áreas verdes. Esta acción pretende generar una conciencia responsable en la comunidad. El concurso fue creado hace 21 años con el propósito de sembrar en los limeños una sólida conciencia ambiental. Desde esas fechas, el Banco ha contribuido con este concurso.

Los concursantes tuvieron la oportunidad de participar en talleres y conocer cómo cultivar especies de flora nativa, exótica, ornamental, medicinal o alimenticia, recomendables por

tipo de clima y suelo. Además, recibieron información sobre cómo tratar especies que subsistan con poca agua, la forma de sembrar y la época propicia para podar y regar, sumadas a novedosas técnicas para optimizar el uso del agua con un presupuesto acorde con sus ingresos.

✓ Apoyo a la comunidad

Se trata de una política multinacional, multifacético y multicanal. Los principales instrumentos a través de los que se canaliza son:

- Acciones de patrocinio y mecenazgo de diferentes unidades del Grupo.
- Actividad de las fundaciones del Grupo.
- Actuaciones a través de productos y servicios especiales: financieros (productos para colectivos especiales) y no financieros (Servicio de Estudios Económicos).
- Cesión de activos (material informático y mobiliario).
- Fomento del voluntariado de empleados.

Cuadro 9: Política de Apoyo del Grupo BBVA



Fuente: Responsabilidad Corporativa 2006

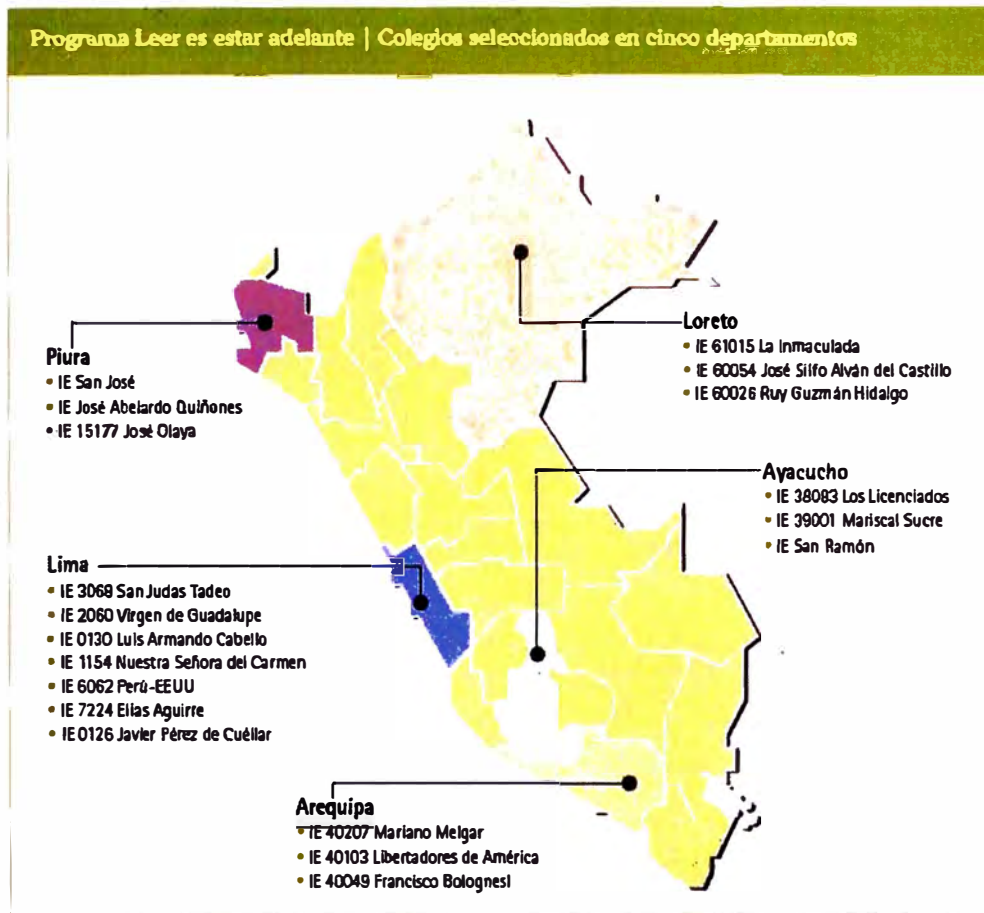
Los recursos que BBVA Banco Continental destina, a través de su Fundación, al apoyo a la comunidad han aumentado apreciablemente en los últimos años. En el 2006 la cifra fue de 316.966 nuevos soles, lo que supone un crecimiento del 126% respecto al 2005. El Banco Continental ha aumentado los recursos destinados de S/.180,547 en el 2005 a S/.550,716 en el 2006.

c) Programa de becas integrales “Leer es estar adelante”

En el Perú, 8 de cada 10 niños no entienden lo que leen. Esta alarmante cifra impulsó a BBVA Banco Continental a focalizar sus esfuerzos de responsabilidad corporativa en el diseño e implementación de un programa piloto de becas integrales denominado “Leer es Estar Adelante”. Este programa busca elevar los niveles de comprensión lectora de un conjunto de estudiantes de primaria de cinco regiones del Perú mediante la aplicación de una metodología innovadora, el uso de material educativo con contenidos locales, y la capacitación y motivación de maestros.

BBVA Banco Continental ha decidido enfocar sus esfuerzos de responsabilidad social en el diseño e implementación de un programa que en los próximos años permita a un importante número de docentes y alumnos, en cinco regiones del país (Arequipa, Ayacucho, Lima, Loreto y Piura), lograr los objetivos de incrementar los índices de lectura y mejorar los niveles de comprensión de ésta entre los estudiantes peruanos. Para ello se plantea una estrategia que considere a los docentes como agentes principales de cambio, haciéndolos partícipes en la elaboración de materiales adecuados a sus necesidades, brindándoles capacitación efectiva y permanente, así como creando posibilidades de interacción a través de las nuevas tecnologías de la información.

Cuadro 10: Colegios seleccionados para el programa



Fuente: Responsabilidad Corporativa 2006

Este programa responde a que en los últimos años la opinión pública peruana se ha visto remecida por los bajos resultados en lectoescritura de los estudiantes peruanos en diversas mediciones nacionales e internacionales. La mayoría de estudiantes peruanos de educación básica no llega a los niveles mínimos de comprensión de lectura.

En la evaluación del Programa Internacional para la Educación de Estudiantes (PISA), por ejemplo, solo el 0,1% de alumnos peruanos de secundaria evaluados alcanza el nivel más alto de la escala de alfabetización lectora (nivel 5), mientras que más del 50% está por debajo del nivel más elemental (nivel 1), lo cual es más preocupante si se toma en cuenta que el Perú es el único país de la región en el que se presenta esta situación.

El objetivo del programa es desarrollar una metodología que promueva el acercamiento de los niños a la lectura y facilite la comprensión de textos de todo tipo a través de la elaboración de materiales educativos para los alumnos que guarden relación con su entorno y con contenidos locales, capacitando al maestro e involucrando a la comunidad. Por otro lado, este programa ha sido más conocido por la participación de artistas locales en los eventos “Un día para leer” promovidos por el Banco.

Los resultados son alentadores: 13,824 niños beneficiados por el Programa Leer es estar Adelante: 13,824 y 3,600 niños becados por el programa.

d) Lecciones del programa “Leer es estar adelante”

Para el Banco, las actividades realizadas y las becas otorgadas han significado en sí mismas un logro alcanzado, sin embargo, falta evaluar el impacto real que tienen estas actividades y becas en la comprensión de lectura (objetivo principal de este programa). El número de personas participantes es un indicador empírico, mas no exhaustivo. Por otro lado, no existe una encuesta post-evento para evaluar si los niños han entendido las lecturas.

Por el lado de inversiones, no se presenta el importe por cada programa, sino los recursos destinados dentro de la política de apoyo del Grupo. Sin embargo, este programa merece reconocimiento por el compromiso adquirido por esta empresa, además, se muestra una preocupación por la formación integral de los niños.

Cabe resaltar, que la política mundial del BBVA es destinar 0.7% de ingresos después de impuestos de cada una de sus operaciones a acciones sociales enfocadas en la educación en los sectores menos favorecidos de América Latina.

CAPITULO 5.

BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Como se puede recoger de los casos expuestos, los beneficios de una estrategia de responsabilidad social va más allá de generar valor agregado:

- 1. Mejora de la imagen de marca y de la reputación de la empresa.** Los consumidores son atraídos por marcas y compañías con una buena reputación sustentada en temas relacionados con la responsabilidad social, además atrae capital y asociados. Una buena reputación y un fuerte compromiso con los consumidores pueden generar lealtad y confianza.
- 2. Aprobación y simpatía de los medios de comunicación e instituciones de la sociedad civil.** En medios especializados se sitúa a la responsabilidad social como un criterio para determinar a las empresas más admiradas.
- 3. Mejor relación con la comunidad, con los consumidores y proveedores.** Por el lado de la sociedad, es claro que la RSC beneficia el desarrollo de mayor estabilidad, armonía y equidad en la estructura social, así como favorece la incorporación hacia la modernidad.
- 4. Reducción de costos operativos, a través de la ecoeficiencia.** No genera ningún costo tener una política de uso racional de recursos ni crear una cultura de reciclaje

para minimizar el impacto ambiental. Muchas iniciativas que favorecen la reducción de gases del efecto invernadero también incrementan la eficiencia energética, todo lo cual reduce los gastos. Asimismo, **reciclar** elimina los costos de desechos y generan ingresos mediante la venta de materiales reciclados. Se ha presentado varios casos prácticos de empresas que han reducido drásticamente sus costos, a causa de una disminución en sus desechos, a la eficiente energética, a la prevención de la contaminación y aprovechamiento de los recursos.

5. **Identificación del trabajador con la empresa, buenas relaciones laborales y mayor motivación.** Al interior de la empresa se percibe una mejora del ambiente laboral ya que permite que los colaboradores mantengan un adecuado equilibrio entre el tiempo de trabajo y familia. Además, propiciar espacios de formación y aprendizaje permanente, mejora las actitudes y productividad y; se estimula el sentido de pertenencia. En el área de recursos humanos, por ejemplo, programas de balance entre la vida personal y el trabajo reducen el ausentismo e incrementan la retención de empleados, lo cual genera efectos positivos pues aumenta la producción y la reducción de costos e contratación y entrenamiento.
6. **Mayor capacidad de atraer empleados talentosos.** Los empleados altamente capacitados están empezando a incluir a las prácticas socialmente responsables en su lista de consideraciones para decidir el lugar donde laborar.
7. **Mejor acceso al mercado de capitales, especialmente de inversionistas socialmente responsables.** Algunos teóricos sostienen que el mercado de valores considera que una compañía socialmente responsable supone menos riesgos y está menos expuesta a la crítica del público, por ellos, sus acciones presentarían una mayor cotización, es por ello que el índice Dow Jones Sustainability Group muestra que las compañías que se enfocan en una sustentación económica con un

gran respeto a lo ambiental y ético supera a otras compañías en el mercado de valores. Menor riesgo de operación, lo que genera mejores condiciones de crédito.

8. **Mejoramiento del desempeño financiero.** Demostrado en los resultados de empresas internacionales, sin embargo, esto no se puede precisar en los casos peruanos. En 1977, un estudio de la Universidad DePaul (Illinois, Estados Unidos) demostró que las empresas con un compromiso corporativo en términos éticos tenían un mejor desempeño financiero que las que no lo hacían en lo referente a las ventas e ingresos anuales. También en una investigación desarrollada por la Universidad de Harvard, se descubrió que las empresas con accionariado repartido entre empleados y accionistas mostraban una tasa de crecimiento cuatro veces mayor y una tasa de crecimiento ocho veces mayor que las empresas enfocadas solamente a los accionistas. Se ha comprobado que los niveles de actuación social de las empresas están condicionadas por los éxitos financieros anteriores, es decir, los éxitos actuales producen un excedente de dinero para invertir en su actuación social.
9. **Posicionamiento diferenciado en el mercado.** La responsabilidad social es una ventaja competitiva como posibilidad de diferenciación intangible.
10. **Apoyo por parte de las autoridades en cuanto a beneficios tributarios y regulatorios.** En muchos países del mundo, las campañas de apoyo social y donaciones, suelen otorgar beneficios tributarios a las empresas que las realizan. Tal como se señala en un estudio realizado por el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, el establecimiento de un marco tributario propicio puede ser un estímulo importante para la adecuada canalización de recursos hacia prácticas de responsabilidad social de la empresa tanto en el nivel interno (trabajadores) como externo (comunidad). Por otro lado, las empresas, al volverse socialmente responsables, pueden aspirar a que la regulación gubernamental

disminuya. Esta agrega mayores costos económicos y restringe la flexibilidad de los gerentes para tomar decisiones. La responsabilidad social desaliente la regulación e intervención adicionales del gobierno.

A pesar de los beneficios expuestos, una de las principales críticas es que las iniciativas de RSC son voluntarias y por lo tanto, no existe monitoreo ni sanciones firmes por el incumplimiento de compromisos. Además, algunos programas de RSC tienden a orientarse a la resolución de problemas específicos de reputación de una empresa y no en integrar el tema dentro de la gestión empresarial.

Por otro lado, la gestión ambiental y social no alcanza a las pequeña y micro empresa, que representan la mayor generadora de empleo en países como el nuestro. En el anexo 2 se enfocará este tema.

Pero más allá de los beneficios que otorguen la practica y la omisión de la responsabilidad social, no se trata de ganar o perder dinero o, de mejorar o no la reputación, sino de un tema de valores y conservación del ecosistema, que las empresas garanticen su supervivencia en el tiempo ya que se adecuan a las exigencias de los consumidores, a las conservación del medio en que se desenvuelven.

CAPITULO 6

CONCLUSIONES

Es claro que la RSC es una tendencia que toma cada vez más fuerza en el mundo y está en el centro del debate por las razones reales que tienen las empresas para utilizar este concepto que, a pesar de confundirse entre sus diferentes enfoques (desde Friedman hasta Drucker) y diversas comprensiones (desde filantropía hasta compromiso y gestión), tiene una necesidad innegable.

El impacto positivo de las empresas que utilizan la RSC es bastante significativo en un país como el nuestro porque el Estado no siempre cubre gran parte de servicios y necesidades básicas para la comunidad.

En el Perú, hay buenos ejemplos de empresas con creciente preocupación por beneficiar y satisfacer las demandas de sus stakeholders. Se han desarrollado cuatro casos donde se puede apreciar una visión de largo plazo y un compromiso hacia la mejora de calidad de vida de la sociedad en su conjunto.

Con muchas expectativas y reclamos de parte de la comunidad, Minera Yanacocha desarrolló en el 2002 el programa “**Enlace Pyme**” para atender parte de las demandas de la población cajamarquina que reclamaba oportunidades de trabajo y mercado para sus productos. Este proyecto ha logrado desarrollar capacidades profesionales y técnicas de los pobladores para impulsar un mercado sostenible como parte de los proveedores de la

minera y, adicionalmente, ingresar a otros mercados. Los logros de este programa son considerables gracias a las alianzas estratégicas y asimismo, promueve la independencia con respecto a la minera porque las pymes pueden ser competitivas en otros mercados. Sin embargo, existen aún algunas carencias en cuanto al diálogo con la comunidad y la falta de información sobre los programas.

Enfocada hacia sus trabajadores, el programa “**Amanco por un Perú mejor**” se inició el 2004 con el objetivo de que todos los colaboradores de la empresa se conviertan en los embajadores y protagonistas de la responsabilidad social en el Perú, transmitiendo estos conceptos a los públicos interesados y contribuyendo a la mejor calidad de vida e incremento de competitividad de un grupo de ferreteras y gasfiteros involucrados a su cadena de distribución. Esta empresa de materiales de construcción, es un ejemplo del éxito que se puede obtener al integrar dentro de su gestión la responsabilidad social, dando como resultado un mejor clima laboral y fortalecimiento de las capacidades de sus clientes, así, todo el sector se beneficia, a pesar de que Amanco no cuente con indicadores para medir los resultados de su gestión en forma precisa. Un hecho resaltante es que Amanco ha invertido en este tipo de programas sin tener la certeza de una real retribución, siguiendo su tendencia a nivel mundial, de ser una empresa que se caracteriza por ser una de las más preocupadas por este tema.

Como un programa único en el sector de comunicaciones, RPP -el medio radial más importante de nuestro país- desarrolló el proyecto “**Nuestra Tierra**” que permite que la radio llegue a los más recónditos lugares de nuestro territorio, de manera que los pobladores del interior puedan transmitir sus necesidades y ofrecer sus atractivos turísticos. Este programa consiste en que todos los meses, un equipo de RPP se traslada para realizar transmisiones y campañas que atienden los problemas de las poblaciones visitadas; con esto se demuestra que la promoción de sus programas y la aumento de oyentes, no sólo beneficia a la empresa, sino a la comunidad que es atendida, fortalece su identidad y la

pone en contacto con todo el país. La falta de información de de monitoreo sobre los resultados de la campaña se puede corregir a largo plazo.

Dirigiendo sus esfuerzos hacia la niñez y educación, el BBVA Banco Continental promueve el programa “Leer es estar adelante”, que busca elevar los bajos niveles de comprensión de lectura en nuestro país. Este objetivo beneficia al banco y a la sociedad, puesto que la lectura permite una mejor comprensión del mundo financiero y, por lo tanto, una mayor bancarización. El programa consiste en la aplicación de una metodología innovadora en un conjunto de colegios seleccionados, utilizando material educativo con contenidos locales y otorgando becas integrales, además se promueve la difusión de la lectura con artistas nacionales. Estas becas han sido significativas y son el principal indicador de progreso del programa, pero falta evaluar el impacto real que tienen estas actividades en la comprensión de lectura.

Por otro lado, existen otras empresas peruanas que están desarrollando programas de RSC con mayor enfoque en educación y capacitación, seguido de infraestructura, nutrición y medio ambiente. Todos estos proyectos buscan tener un impacto significativo y sostenible a largo plazo y ayudar a los stakeholders a tener mayor estabilidad y acceso a modos de producción de riqueza.

CAPITULO 7

RECOMENDACIONES

Siendo el Perú una economía con elevada informalidad, se debe reorientar la manera de hacer negocios y solucionar las faltas en el marco legal e institucional para poder seguir con la tendencia global de consolidar la RSC en las empresas y ver más allá de los propios empleados y clientes. La mayor conciencia social y la educación son generadores de responsabilidad social puesto que promueve un consumo responsable y exige cumplir a las empresas un desarrollo armonioso con la sociedad.

Sobre los programas expuestos, se recomienda contar con indicadores estandarizados y mantener mayor diálogo con los stakeholders para cubrir la falta de información de monitoreo, medición del impacto real de cada programa y el seguimiento de los objetivos. En general, estas empresas han ido más allá de compensar externalidades o devolver la oportunidad de hacer empresa, lo cual le ha generado ventajas estratégicas. En el caso de minera Yanacocha, se debe alentar una comunicación más fluida entre los pobladores y la empresa para construir confianza, además de difundir sus programas y logros.

Para evitar que la RSC no se transforme en una fachada (como el caso Enron), se debe superar el debate de si ésta puede ser obligatoria o voluntaria. Mientras dependa de la iniciativa o filantropía de las organizaciones, será poco sostenible en el tiempo, sólo tendrá validez cuando penetre en la cultura de los actores. Es por eso que la educación es fundamental porque los estudiantes son los futuros consumidores y trabajadores.

ANEXO 1: OTROS CASOS DE RSC EN EL PERU¹⁸

Empresa	Ubicación	Programa	Ambito	Sector
Agroindustrias San Jacinto	Ancash	Centro de Esparcimiento Picasso Candamo	Educación	Agroindustria
Agroindustrias San Jacinto	Ancash	Leo, Luego Escribo... así vivo mejor	Educación	Agroindustria
Aguaytía Energy del Perú	Ucayali	Construcción de piscigranjas en la Región Ucayali	Infraestructura	Hidrocarburos
Aguaytía Energy del Perú	Ucayali	Congeladoras GLP para la pesca artesanal en la amazonia	Infraestructura	Hidrocarburos
Ajinomoto	Callao	Programa de Capacitación Técnica en Calidad e Inocuidad Alimentaria	Capacitación	Alimentos
Amanco del Perú	Lima	Megaproyecto con la comunidad	Seguridad y ornato	Infraestructura y construcción
Banco Interamericano de Finanzas (BIF)	Lima	3R: Reducir, Reusar y Reciclar	Reciclaje	Banca
Bayer	Lima	Agrovida (capacitaciones sobre productos de cultivos y cuidado del medioambiente)	Educación	Industria químico farmacéutica
Banco de Crédito del Perú (BCP)	Lima	Piloto 2D	Educación	Banca
Camosol	La Libertad	WawaWasi Institucional "Rayito de Sol"	Cuidado y alberque de hijos de trabajadores	Agroindustria
Camosol	La Libertad	Educación ambiental en los colegios de las comunidades vecinas	Educación	Agroindustria
Cementos Lima	Lima	Muros de contención en Lima Sur	Infraestructura	Construcción
Cementos Lima	Lima	Emprendimiento juvenil en Villa María del	Capacitación	Construcción
Cifarma (grupo Química Suiza)	Lima	Vida que da vida: Uso racional de recursos (agua, luz y papel)	Educación	Laboratorio farmacéutico
Claro	Lima	Conservemos Nuestro Territorio Nacional	Promover identidad nacional	Telecomunicaciones
Claro/Unicef	Lima	Supervivencia y Desarrollo Infantil en Loreto	Protección y desarrollo	Telecomunicaciones
Copeinca	Lima	Mi negocio en veda	Capacitación a trabajadores y financiamiento de ideas de negocio	Pesquera
Corporación J.R.Lindley	Lima	Programa Escuela de Desarrollo de Negocios	Educación (clientes)	Bebidas
Corporación J.R.Lindley	Lima	Educación ambiental y Reciclaje de residuos sólidos en Centro Educativos de Lima Metropolitana	Educación y reciclaje	Bebidas
Corporación Backus	Lima	Videoteca Backus	Educación	Bebidas
Danper	La Libertad	Módulos de Capacitación: Auxiliares de campo en cultivo de espárrago	Capacitación	Agroindustria
Danper	La Libertad	Limpieza pública es Salud en Huancaquito	Salud y limpieza	Agroindustria
Edegel	Lima y Junín	Matemática para todos	Educación	Generación de energía eléctrica
Ferreyros	Lima	Talleres para Jóvenes Universitarios de la Asociación Ferreyros	Educación	Maquinaria y construcción
J&V Resguardo	Lima y provincias	Oportunidad para todos: programa de inserción laboral de discapacitados	Capacitación y desarrollo laboral	Seguridad
Metalúrgica Peruana	Lima	Programa de Subvención para Capacitación Profesional	Capacitación	Acero
Minera Antamina	Ancash	Forjando Antamina	Identidad y cultura corporativa	Minería
Minera Buenaventura	Provincias	Programa de electrificación de Huancavelica	Electrificación	Minería
Minera Buenaventura	Provincias	Instituto Superior Tecnológico de Lircay	Capacitación y educación	Minería
Minera Poderosa	La Libertad	Promoción del desarrollo humano sostenible en el distrito de Pataz	Capacitación y formación de líderes	Minería
Nestlé	Lima	Nutrimovil y MaggiMóvil	Nutrición	Alimentos
ProFuturo AFP/Unicef	Lima	Iniciativa Profuturo en Paucartambo (Cusco)	Educación y desarrollo infantil	Previsional
Refinería La Pampilla	Lima	Proyecto de Nutrición infantil en Ventanilla	Nutrición	Hidrocarburos
Sodexo	Lima	Programa Stop Hunger	Nutrición	Servicio de alimentación y hotelería
Telefónica del Perú	Lima	Proniño	Educación, erradicación del trabajo infantil	Telecomunicaciones

¹⁸ Se presentan 36 casos adicionales de diferentes ámbitos, de acuerdo al orden alfabético del nombre de la empresa.

ANEXO 2: PROGRAMA MINERA DE SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO

A finales del 2006 se promulgó el D.S. 071-2006-EM "Programa minero de solidaridad con el pueblo" el mismo que fuera modificado por el D.S. 033-2007-EM en julio 2007. En estos decretos se establecen los principios para *calcular* y las prioridades para asignar la contribución de carácter "voluntario, extraordinario y temporal" que los mineros asignarían anualmente a las regiones en que se explota el mineral. Esa cifra alcanzaría los 2,500 millones de soles durante el quinquenio 2007-2011; es decir, 500 millones por año, que deberían corresponder teóricamente al 3% de las utilidades netas anuales -de 2006 a 2010- generadas por las empresas mineras más importantes del país. Ese porcentaje solo se daría en el mejor de los casos, puesto que el decreto mencionado permite algunos descuentos de ese monto e, incluso, posibilita su eliminación total si la cotización internacional del o de los principales metales que explota cada una de las mineras se encuentra por debajo de arbitrariamente determinados 'precios de referencia' (PR).

Este "Aporte Voluntario" de las empresas mineras ha sido objeto de serias críticas:

- El gobierno negoció de manera desventajosa en lugar de imponer su soberanía y el interés nacional.
- El monto pactado (500 millones de Soles) es mínimo comparado con las enormes ganancias extraordinarias que las mineras están obteniendo.
- Se rebajó a 3% el porcentaje sobre las utilidades netas, cuando las empresas ya habían aceptado pagar un 3,75%.
- Bajo las condiciones pactadas, basta que los precios internacionales de los metales caigan un poco para que el "Aporte" se reduzca a niveles irrisorios.
- El Estado abdica de sus responsabilidades, pues el "Aporte Voluntario" queda en manos de las mismas mineras, que lo van a manejar e invertir como mejor les

parezca. La administración de los fondos a través de asociaciones conformados por miembros de las empresas.

Por el lado de inversión social y RSC, no fue acordado explícitamente que los gastos de 'responsabilidad sociales' que de por sí estaban realizando las mineras no se recortarían como consecuencia del aporte acordado.

En pocas palabras, si se deseaba dar este aporte a las poblaciones pobres del país, se debió establecer la obligatoriedad de las regalías y el impuesto a las sobreganancias para todas las empresas mineras, no sobre las cotizaciones internacionales o de los PR.

D.S. 071-2006-EM (adjunto impreso)

D.S. 033-2007-EM (adjunto impreso)

Son 9 hojas en total



Aprueban formato del Convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" que celebrarán el Estado y las empresas mineras

**DECRETO SUPREMO
N° 071-2006-EM**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, las empresas mineras se han comprometido con el Estado Peruano a destinar un porcentaje de sus utilidades disponibles a partir del año 2007 y hasta por cuatro años consecutivos adicionales, como aporte voluntario, extraordinario y temporal, sujeto a que los precios internacionales de los metales se mantengan por encima de los niveles de referencia para el efecto establecido por el Estado y las Empresas, recursos que se acreditarán en Fondos Privados;

Que, es propósito de este compromiso utilizar los recursos de los fondos privados para contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones ubicadas en las áreas de influencia de las respectivas actividades mineras;

Que, para los fines indicados en los considerandos que anteceden, el Estado Peruano conjuntamente con las empresas mineras han elaborado una propuesta de

convenio que celebrarán ambas partes como garantía de cumplimiento del aporte comprometido por las empresas mineras;

Que, la propuesta de convenio contempla la forma como se aplicarán los recursos mencionados, precisando el monto de los mismos y las zonas geográficas de aplicación de éstos en obras, programadas y/o proyectos de alcance local y regional;

Que, para el efecto, es necesario aprobar el formato de convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal que efectuarán las empresas mineras; así como autorizar su celebración por parte del Estado Peruano;

De conformidad con lo establecido en el inciso 3) del artículo 118, en el artículo 119 y en el inciso 2 del artículo 125 de la Constitución Política del Perú;

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1°.- Apruébese el formato del Convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" que celebrarán el Estado Peruano y las empresas mineras, contenido en el Anexo 1 que forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2°.- Autorícese al Ministro de Energía y Minas y al Ministro de Economía y Finanzas en representación, del Estado Peruano, a suscribir con las empresas mineras los respectivos Convenios para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, en forma individual y con arreglo al formato aprobado conforme al artículo anterior. Los aportes no son deducibles para efectos tributarios.

Artículo 3°.- El presente Decreto Supremo será refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros, el Ministro de Economía y Finanzas y por el Ministro de Energía y Minas, y entrará en vigencia el día de su publicación.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima a los veinte días del mes de diciembre de dos mil seis

ALAN GARCÍA PÉREZ
Presidente Constitucional de la República

JORGE DEL CASTILLO GÁLVEZ
Presidente del Consejo de Ministros

LUIS CARRANZA UGARTE
Ministro de Economía y Finanzas

JUAN VALDIVIA ROMERO
Ministro de Energía y Minas

CONVENIO "PROGRAMA MINERO DE SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO"

Conste por el presente documento el CONVENIO, en adelante "CONVENIO" que celebran de una parte:

1) La compañía *****, titular de actividad minera, con RUC N° *****, sociedad existente e inscrita en *****, del Registro de Sociedades de *****, con domicilio en *****, N° *****, Distrito de *****, Provincia de *****, Departamento de *****, Perú, a quien en adelante se le denominará la EMPRESA, debidamente representada por el señor *****, según poder inscrito en *****, del Registro de Sociedades de *****, y, de la otra parte,

2) El ESTADO PERUANO, debidamente representado por el Ministro de Energía y Minas y el Ministro de Economía y Finanzas, autorizados por Decreto Supremo N° 071-2006-EM de fecha 20 de diciembre de 2006, con domicilio común en Avenida Las Artes N° 260, Distrito de San Borja, Provincia de Lima, Departamento de Lima, a quien en adelante se le denominará el "ESTADO".

El presente CONVENIO se celebra de acuerdo a las siguientes estipulaciones:

CLÁUSULA PRIMERA-ANTECEDENTES.

1.1) Las empresas mineras en general, y la EMPRESA en particular, han decidido constituir fondos

privados que se especifican más adelante a los que se acreditarán aportes económicos de naturaleza voluntaria, extraordinaria y temporal, en adelante **APORTE(S)**, destinado a la ejecución de un "**Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo**", para promover el bienestar y desarrollo social y contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones y comunidades ubicadas principalmente en las zonas de influencia de la actividad minera, mediante la ejecución de obras, programas y/o proyectos.

1.2) Las partes reconocen que el éxito del "**Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo**" reside en la capacidad de la **EMPRESA** de ejecutar la inversión que supone el **APORTE(S)** en forma oportuna y eficaz, con sus propios recursos, apoyando la lucha contra la pobreza que el **ESTADO** ha establecido como prioridad.

1.3) Las partes reconocen que debido a los actuales precios de los metales la **EMPRESA** constituirá los fondos a los que se refiere el presente **CONVENIO** y acreditará a éstos el **APORTE(S)** para promover el bienestar y desarrollo social.

1.4) Las partes declaran respetar y reconocer el estado de derecho, las competencias establecidas en la Constitución y los contratos firmados entre el Estado y las empresas mineras, para el aprovechamiento de los recursos mineros. Consideran además, que el Gobierno tiene la potestad de adoptar medidas extraordinarias necesarias para apoyar el desarrollo de las poblaciones excluidas y de menores ingresos.

1.5) En razón de éstas y otras consideraciones, se celebra el presente **CONVENIO**, el que será ejecutado conforme a lo previsto en sus cláusulas generales y en las cláusulas adicionales que acuerden incorporar en casos particulares debidamente justificados, las que regularán la situación singular de la empresa minera contratante.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO.

2.1) La **EMPRESA** se compromete a constituir el **FONDO(S)** materia del presente **CONVENIO** al cual acreditará **APORTE(S)** destinados a promover el bienestar y desarrollo social y contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones y comunidades ubicadas principalmente en la(s) zona(s) donde realiza actividad minera, cuidando de incluir a Centros Poblados Menores y zonas rurales, mediante la ejecución obras, programas y/o proyectos.

2.2) Durante el plazo de vigencia del presente **CONVENIO** la **EMPRESA** constituirá dos (2) fondos privados, en adelante **FONDO(S)**, a los que acreditará el **APORTE(S)**. Los **FONDOS** se denominarán:

2.2.1) "**FONDO MINERO LOCAL XX** (NOMBRE DE LA **EMPRESA**)"; y,

2.2.2) "**FONDO MINERO REGIONAL XX** (NOMBRE DE LA **EMPRESA**)".

2.3) Los **APORTE(S)** al **FONDO(S)** que se realicen en cumplimiento del presente **CONVENIO** no serán deducibles por la **EMPRESA** para fines tributarios.

2.4) Los recursos de los **FONDO(S)** serán destinados a la ejecución de obras, programas y/o proyectos, en adelante simplemente el o los **PROYECTO(S)**, en lo posible, en el siguiente orden de prioridades:

2.4.1) Nutrición de menores principalmente de 0 a 5 años de edad y madres gestantes.

2.4.2) Educación primaria y programas de apoyo educativo y de capacitación técnica.

2.4.3) Salud.

2.4.4) Desarrollo y fortalecimiento de capacidades de gestión pública para la identificación y viabilidad de proyectos orientados a agilizar el uso de otros recursos como el canon minero, la regalía minera y demás recursos disponibles.

2.4.5) Apoyo y desarrollo en la promoción de cadenas productivas y/o de proyectos de desarrollo sostenible más allá de la vida útil de la operación minera.

2.4.6) Infraestructura básica en energía eléctrica; agua, saneamiento y desarrollo; mantenimiento y reparación de vías de acceso y caminos rurales.

2.4.7) Obras de impacto local o regional, con uso intensivo de mano de obra no especializada de la localidad, gestionadas por la población, comunidad o

autoridad local, que sean consideradas prioritarias por éstas, en beneficio de la salud y calidad de vida de la población y/o comunidad.

2.4.8) Complementar recursos económicos de terceros o del **ESTADO** tales como el canon minero, la regalía minera y otros recursos disponibles, para el diseño y la ejecución de **PROYECTO(S)**.

2.4.9) Otros proyectos luego de haber atendido los anteriores, preferentemente de desarrollo sostenible.

2.5) Las partes declaran y reconocen que el propósito del presente **CONVENIO** es lograr que los recursos del **FONDO(S)** sean invertidos eficazmente por la **EMPRESA**, incluso en **PROYECTO(S)** de más de un año de duración, reservando para el efecto recursos suficientes del correspondiente **FONDO(S)**, es decir, para las obras que se inicien se asegurará su conclusión. Los recursos no utilizados durante un año se acumularán con los de años siguientes hasta agotar su importe.

2.6) El **PROYECTO(S)** que se ejecute con cargo a los recursos del **FONDO(S)** se sujetarán a la legislación aplicable, incluyendo en el caso necesario la aprobación del **SNIP**, y deberán indicar expresamente su procedencia tanto en el lugar del proyecto como en la documentación correspondiente.

CLÁUSULA TERCERA - DE LOS FONDOS PRIVADOS.

3.1) El **APORTE(S)** al **FONDO(S)** referido en la sub-cláusula 2.2), se calculará como sigue:

3.1.1) Para determinar el aporte al Fondo Minero Local XX y al Fondo Minero Regional XX, la base de cálculo, en ambos casos, será la utilidad neta anual de la **EMPRESA** después del Impuesto a la Renta y antes de la distribución de dividendos.

3.1.2) El **APORTE** al Fondo Minero Local XX será el 2% de la base señalada en la sub-cláusula 3.1.1).

Las empresas que pagan la Regalía Minera conforme a los artículos 5° y 6° de la Ley N° 28258, deducirán del Aporte al Fondo Minero Local XX, una cantidad igual al 64.4% de las cantidades pagadas por el mismo período anual por Regalía Minera, hasta por el total del 2% de la base señalada en la sub-cláusula 3.1.1), sin generar saldo negativo.

El 64.4% antes indicado representa el monto total pagado por concepto de Regalía Minera, neto de su efecto tributario.

3.1.3) En la eventualidad que la deducción del 64.4% resulte superior al 2% del aporte al Fondo Minero Local XX, el exceso no será considerado como crédito arrastrable para el cálculo del período siguiente, ni generará crédito alguno a favor de la **EMPRESA**. Tampoco afectará el cálculo del Fondo Minero Regional XX a que se refiere la sub-cláusula 3.1.5).

3.1.4) El monto neto resultante de la aplicación de la sub-cláusula 3.1.2) para el Fondo Minero Local XX, será incrementado en una cantidad igual al:

(a) 25% del mismo monto neto resultante de la aplicación de la sub-cláusula 3.1.2); más,

(b) 25% del monto resultante del cálculo realizado conforme a la sub-cláusula 3.1.5).

El monto resultante será el **APORTE** total anual al Fondo Minero Local XX.

3.1.5) El aporte al Fondo Minero Regional XX será el 1% de la base señalada en la sub-cláusula 3.1.1). El monto así determinado no tendrá deducción alguna.

3.1.6) Aquellas empresas que además de actividad minera realicen otras actividades productivas no mineras y/o de inversión, restarán de la utilidad neta después de impuestos a que se refiere la sub-cláusula 3.1.1), las utilidades netas provenientes de esas otras actividades y/o inversiones.

3.2) El primer **APORTE(S)** que la **EMPRESA** se obliga a acreditar a favor del **FONDO(S)**, se determinará sobre su utilidad neta anual después del impuesto a la renta correspondiente al ejercicio gravable 2006.

3.3) El **APORTE(S)** será acreditado al **FONDO(S)** por la **EMPRESA** hasta el 30 de abril de cada año de vigencia del Convenio y luego de vencido el plazo para la presentación a la **SUNAT** de la Declaración Jurada del Impuesto a la Renta.

3.4) La EMPRESA podrá sumar su APORTE(S) al de otras empresas mineras, de así acordarse entre éstas, acumulando los FONDO(S). Así mismo, podrán realizar PROYECTO(S) conjuntos cuando así lo acuerden.

3.5) Las partes declaran y convienen que el FONDO(S) es de carácter privado y que los fines a los que se destinan sus recursos no varían su naturaleza jurídica. En consecuencia, el APORTE(S) no constituye recurso estatal, fiscal, regional, municipal o local y, por tanto, no está sujeto al Sistema Nacional de Control, quedando sometido exclusivamente a la auditoría prevista en la Cláusula Séptima del presente CONVENIO.

3.6) Los recursos del FONDO(S) serán segregados del patrimonio de la EMPRESA debiendo ser transferidos, según decisión de ésta, a una Asociación Civil, a un Fideicomiso u otra entidad jurídica permitida por ley, siendo potestad de la EMPRESA determinar su constitución, organización, procedimientos, fines, órganos, controles y régimen interno.

3.7) Todos los gastos de administración del FONDO(S) serán cubiertos con sus propios recursos.

CLÁUSULA CUARTA - DEL USO DE LOS FONDOS.

Los recursos del FONDO(S) serán utilizados para solventar en parte o en su totalidad el costo del PROYECTO(S), como sigue:

4.1) El Fondo MINERO LOCAL XX será destinado a la ejecución del PROYECTO(S) en la Zona de Atención Local determinada por la EMPRESA.

4.2) La Zona de Atención Local será definida por la EMPRESA y comprenderá principalmente el área de uno o más distritos correspondientes a una o más provincias comprendidas dentro de una o más regiones del país donde desarrolla su actividad, independientemente de los límites territoriales de los distritos, provincias y/o regiones, cuidando incorporar centros poblados menores y zonas rurales.

4.3) El Fondo MINERO REGIONAL XX será destinado a la ejecución de PROYECTO(S) en zonas de mayor pobreza dentro de la(s) Región(es) donde la EMPRESA desarrolla sus actividades, pudiendo ampliarse a otras áreas del territorio nacional, a criterio de la EMPRESA.

4.4) Los recursos del FONDO(S), incluyendo los rendimientos financieros que puedan generarse, no podrán retornar a la EMPRESA y deberán ser utilizados hasta su uso total en los fines del presente CONVENIO.

4.5) La dirección, administración y responsabilidad del FONDOS(S) estará a cargo de los órganos que correspondan según la forma jurídica que adopten conforme a lo establecido en la sub-cláusula 3.6).

4.6) No menos del 30% de los recursos del FONDO(S) será utilizado para los fines señalados en las sub-cláusulas 2.4.1), 2.4.2) y 2.4.3).

CLÁUSULA QUINTA - DE LA COMISIÓN TÉCNICA DE COORDINACIÓN.

5.1) Para la identificación del PROYECTO(S), su respectivo costo y recomendación de ejecución, conforme a lo establecido en la sub-cláusula 2.4), la EMPRESA constituirá una o más Comisiones Técnicas de Coordinación, las que conformará como sigue:

5.1.1) Por un número impar de miembros no menor de 5 ni mayor de 9, a elección de la EMPRESA, correspondiendo a ésta designar a la mayoría de sus miembros, es decir, 3, 4 ó 5 miembros según el caso, correspondiendo la presidencia a uno de ellos.

5.1.2) Las decisiones se tomarán por consenso con la participación de los miembros presentes en la sesión.

5.1.3) En el caso que la EMPRESA desarrolle actividad minera en más de una Zona de Atención Local o Regiones ésta podrá constituir tantas Comisiones como considere necesarias.

5.1.4) Con el objetivo de facilitar los mecanismos de coordinación entre las autoridades públicas, la sociedad y la EMPRESA, las Comisiones Técnicas de Coordinación incluirán entre sus miembros a representantes de la autoridad municipal provincial o distrital y de la sociedad en el caso del Fondo MINERO LOCAL XX; y, con representantes de la autoridad regional y de la sociedad en el caso del Fondo MINERO REGIONAL XX.

5.1.5) El cargo de miembro de la Comisión Técnica de Coordinación no será remunerado.

5.2) Las autoridades regional y municipal designarán a solicitud de la EMPRESA a su(s) representante(s) por un período anual, designación que podrá ser renovada o sustituida.

5.3) Hasta que los representantes regionales y municipales sean designados, la Comisión Técnica de Coordinación funcionará con los miembros designados por la EMPRESA, y los demás se incorporarán en la medida que vayan siendo designados.

5.4) Las vacancias que se produzcan serán cubiertas por nuevas designaciones, según el origen de su nombramiento.

CLÁUSULA SEXTA - DECLARACIONES DEL ESTADO.

El ESTADO declara:

6.1) Que durante el plazo de este CONVENIO, realizará las siguientes acciones:

6.1.1) Celebrará "CONVENIOS" similares y para los mismos fines que el presente, con otras empresas mineras, aceptando desde ya que la EMPRESA no será responsable de la falta de participación o aporte, ni de la deficiencia de las acciones de dichas otras empresas.

6.1.2) Facilitará y apoyará las gestiones y las acciones necesarias para el cumplimiento del presente CONVENIO.

6.2) Que el presente CONVENIO no sustituye las obligaciones que corresponden a los distintos niveles de gobierno, sean estos Nacional, Regional o Local, en lo que se refiere a la distribución e inversión de los recursos provenientes del "Canon Minero" y de la "Regalía Minera" lo que se sujetará a las normas aplicables.

6.3) Consolidará la información del APORTE(S) materia del presente CONVENIO para su divulgación, quedando autorizado por la EMPRESA a difundir los casos de incumplimiento. Asimismo, publicitará y permitirá que se publiquen, los proyectos ejecutados con cargo al FONDO(S).

CLÁUSULA SÉPTIMA - DE LA AUDITORÍA.

7.1) La verificación de la acreditación del APORTE(S) al FONDO(S) en cuanto a monto y plazos, y la aplicación de los recursos del FONDO(S) para el PROYECTO(S) se realizará por una sociedad de auditoría coordinada con el ESTADO con inscripción vigente en el Registro de la CONASEV, cuya retribución será abonada con cargo al FONDO(S) correspondiente. La selección será hecha individualmente para cada uno de los FONDOS(S). Queda convenido que esta selección es sin perjuicio de lo establecido en la sub-cláusula 3.5.

7.2) Con el propósito de determinar la línea de base y la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", los administradores de los FONDOS(S) suscribirán para estos efectos un convenio global con el Instituto de Información Estadística e Informática - INEI, cuyos costos serán asumidos con cargo al FONDO(S).

7.3) Los contratos referidos en las sub-cláusulas 7.1) y 7.2) serán suscritos individualmente por los FONDO(S) quienes abonarán tarifas competitivas y razonables.

CLÁUSULA OCTAVA - DEL PLAZO.

8.1) El plazo del presente CONVENIO es de un año calendario forzoso contado a partir de la fecha de su entrada en vigencia, y quedará automáticamente renovado por periodos anuales sucesivos adicionales, hasta por un máximo de cuatro (4) periodos de renovación, sujeto a lo estipulado en la sub-cláusula 8.4).

8.2) El primer año contractual comprenderá el ejercicio económico 2007, período para el cual la EMPRESA calculará y acreditará al FONDO(S), el APORTE(S) según sus resultados del ejercicio 2006, conforme a lo estipulado en la Cláusula Tercera.

8.3) Al último período anual de vigencia del CONVENIO se acreditará el APORTE(S) proveniente del ejercicio inmediato anterior, para su utilización hasta agotar el importe de los recursos del FONDO(S).

8.4) La renovación automática del CONVENIO

operará sin necesidad de la suscripción de una "adenda", salvo que:

8.4.1) Las empresas mineras tuvieran que asumir mayores obligaciones provenientes de nuevos tributos o modificación de los existentes que graven específicamente a la actividad minera o nuevas o mayores cargas no tributarias que afecten igualmente en forma específica a la actividad minera; o,

8.4.2) En el ejercicio anterior a la fecha estipulada para acreditar el APORTE(S), los precios de los metales producidos por la EMPRESA hubieran descendido por debajo de los niveles establecidos en la Cláusula Novena. En este caso, siendo el plazo de suspensión por periodos anuales, la EMPRESA reiniciará el APORTE(S) a partir del 01 de enero del ejercicio siguiente a aquel en que los precios de los metales recuperen su nivel por encima de los precios de REFERENCIA previstos en la sub-cláusula 9.1), para cuyo efecto celebrará un nuevo CONVENIO para los periodos siguientes, sin que su vigencia exceda al 31 de Diciembre de 2011.

8.5) La no renovación o suspensión del CONVENIO deberá ser notificada por la EMPRESA al Ministerio de Energía y Minas antes del 30 de Abril del año respectivo.

CLÁUSULA NOVENA - DE LOS PRECIOS PROMEDIO ANUAL DE REFERENCIA DE LOS METALES.

9.1) La determinación de los PRECIOS DE REFERENCIA de los metales a que se refiere la cláusula 8.4) ha sido realizada en forma independiente por APOYO Consultoría S.A.C., tomando como referencia el promedio de los últimos 15 años hasta el 31 de diciembre de 2005. Dicho estudio, de fecha 28 de octubre de 2006, denominado "Estudio Para la Determinación de los Precios y Metales de Referencia Para el Aporte Extraordinario Minero", forma parte del CONVENIO como Anexo 1. Los PRECIOS DE REFERENCIA SON los siguientes:

Metal	Unidad:	Precios de los Metales:	Cotización de:
Cobre	¢ US\$ / libra	179.00	London Metal Exchange (LME)
Estañó	US\$ / tonelada	9.231.00	Banco Central de Reserva del Perú (BCR)
Hierro	US\$ / tonelada	33.56	Banco Central de Reserva del Perú (BCR)
Oro	US\$ / onza tr	537.00	London Bullion Market Association (LBMA)
Plata	US\$ / onza tr	7.69	London Bullion Market Association (LBMA)
Plomo	¢ US\$ / libra	46.72	London Metal Exchange (LME)
Zinc	¢ US\$ / libra	77.80	London Metal Exchange (LME)

9.2) Los niveles de los PRECIOS DE REFERENCIA señalados en la sub-cláusula 9.1) serán ajustados en forma anual por el índice de Precios al Productor de los Estados Unidos de América (Producer Price Index) del año correspondiente, publicado por el Bureau of Labor Statistics en su página web: www.bls.gov, convirtiéndose así en los nuevos precios de referencia.

9.3) Para el cálculo del APORTE(S) de cada ejercicio, los precios de referencia establecidos en la sub-cláusula 9.1) se ajustarán de acuerdo a la siguiente fórmula:

Precio de Referencia según subcláusula 9.1, multiplicado por el IPP_t ; y
Dividido entre el IPP_o,

De donde:

- Precio de Referencia: Es el precio de los metales según la sub-cláusula 9.1).
- IPP_t: Es el Índice de precios al Productor de los Estados Unidos de América (EEUU) (Producer Price Index) al 31 de diciembre del ejercicio económico anterior al que se debe realizar el APORTE(S).
- IPP_o: Es 158.7 (Es el Índice de precios al Productor de los EEUU (Producer Price Index) al 31 de diciembre del 2005, según es publicado el Bureau of Labor Statistics en su página web: www.bls.gov).

En consecuencia:

Si el precio promedio anual del metal(es) es menor al PRECIO DE REFERENCIA ajustado por el Índice de Precios al Productor, la EMPRESA no realizará el APORTE(S) al FONDO(S) por dicho ejercicio económico.

9.4) De la relación de metales indicados en la sub-cláusula 9.1), la EMPRESA establecerá en la Primera Cláusula Adicional al presente CONVENIO, de uno a tres metales cuya reducción(es) de precio(s) generará la no renovación automática del presente CONVENIO, conforme a lo siguiente:

9.4.1) En el caso que un metal de los señalados en la sub-cláusula 9.1) tenga una participación mayor al 65% del valor de producción en cada año, se define a la EMPRESA como monometálica, y dicho metal será utilizado por la empresa como su metal de referencia.

9.4.2) En el caso que ningún metal tenga una participación igual o mayor al 65% en el valor de referencia de producción en un ejercicio, se define a la EMPRESA como polimetálica. En este caso, la EMPRESA establecerá como máximo los tres (3) metales de referencia de mayor contribución en el valor de referencia de producción en dicho ejercicio. Para tal efecto el aviso deberá ser entregado por la EMPRESA al Ministerio de Energía y Minas antes del 30 de Abril del año respectivo. En caso de omitir el aviso, se aplicará la metodología declarada en el año anterior.

9.5) Las empresas monometálicas suspenderán el APORTE(S) del año correspondiente si en el ejercicio económico anterior, el promedio anual de las cotizaciones mensuales del metal de referencia de la EMPRESA, fue igual o menor al Índice del PRECIO DE REFERENCIA ajustado para dicho año según lo estipulado en la sub-cláusula 9.2.

9.6) Las empresas polimetálicas suspenderán el APORTE(S) del año, si en el ejercicio económico anterior el índice de Precios de Referencia de la contribución (IPR) es igual o menor a uno (1). La definición de este índice se encuentra detallada en el Anexo 1 del CONVENIO.

CLÁUSULA DÉCIMA - DEL DOMICILIO.

Para los efectos de este CONVENIO y de toda notificación judicial o extrajudicial que se les dirija, las partes señalan como su domicilio en la Ciudad de Lima el que figura en la introducción de este instrumento. Todo cambio de domicilio tendrá efecto a partir de la fecha de recepción de la comunicación respectiva.

CLÁUSULA DÉCIMO PRIMERA - DE LA SOLUCIÓN INTERNA DE LOS CONFLICTOS.

En los casos para los cuales no se haya previsto solución distinta, la parte que se sienta afectada por un presunto incumplimiento del CONVENIO, deberá solicitarle a la otra que la corrija dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la solicitud. Si pasado este término el conflicto subsiste, la parte que se sienta afectada podrá solicitar el inicio de un procedimiento arbitral, según lo establecido en la cláusula siguiente.

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA - ARBITRAJE.

12.1) Cualquier litigio, desavenencia, diferencia o reclamación que surja entre las partes relativos a la interpretación, ejecución o validez del presente CONVENIO que no pueda ser resuelto de mutuo acuerdo entre ellas en un plazo de sesenta (60) días naturales, prorrogable de común Acuerdo, será sometido a arbitraje de derecho.

12.2) Los árbitros serán tres, de los cuales cada una de las partes designará a uno y los dos árbitros así designados nombrarán al tercero, quien presidirá el tribunal arbitral. Si una parte no nombra al arbitro que le corresponde dentro de los quince (15) días naturales de recibido el requerimiento escrito de la parte que solicita el arbitraje o si dentro de un plazo igualmente de quince días naturales contados a partir del nombramiento del segundo arbitro, los dos árbitros no consiguen ponerse de acuerdo sobre la designación del tercer arbitro; la designación de cualquiera de dichos árbitros será hecha, a petición de cualquiera de las partes por la Cámara de Comercio de Lima.

12.3) En caso que por cualquier circunstancia deba designarse un sustituto del tercer arbitro, éste será

designado siguiendo el mismo procedimiento señalado en el párrafo precedente.

12.4) Para el arbitraje las partes se someten a las normas del Reglamento Arbitral de dicha institución, el cual se aplicará en todo aquello que no se oponga a lo convenido en la presente cláusula. El arbitraje tendrá lugar en la ciudad de Lima, Perú y el plazo de duración del proceso arbitral no deberá exceder de noventa (90) días hábiles.

12.5) Las partes renuncian a la interposición del recurso de apelación contra el laudo arbitral que se emita.

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA - DE LAS OTRAS ESTIPULACIONES.

13.1) El presente CONVENIO se celebra al amparo de las normas y principios del Código Civil y se sujeta íntegramente a las leyes de la República del Perú.

13.2) Los encabezamientos o títulos de las cláusulas de este CONVENIO no constituyen parte de él, habiendo sido insertados únicamente para facilitar su lectura.

13.3) Todos los gastos relacionados con la celebración de este CONVENIO serán de cargo exclusivo de la EMPRESA.

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA - DE LA FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA.

La fecha de entrada en vigencia del presente CONVENIO es el 1 de enero del 2007, sin perjuicio de la fecha máxima para acreditar el APORTE(S), establecida en la sub-cláusula 3.3).

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA - ADELANTO DEL APORTE(S).

La EMPRESA podrá adelantar parte del APORTE(S) al Fondo Minero Local XX y/o al FONDO MINERO REGIONAL XX con cargo al que en definitiva le corresponda por el ejercicio 2006.

Teniendo en consideración que el presente CONVENIO entrará en vigencia a partir del 1 de enero de 2007, fecha cercana al inicio del año escolar; y, que, debido al cambio de autoridades regionales y municipales se dificulta la pronta designación de los representantes ante la Comisión Técnica de Coordinación que permita la ágil identificación de los proyectos a ejecutar, y encontrándose dentro de las prioridades señaladas en sub-cláusula 2.4) la dirigida a la educación primaria y programas de apoyo educativo y de capacitación técnica, el ESTADO recomienda a la EMPRESA considerar de modo excepcional e inicial destinar recursos del FONDO(S) a la rehabilitación, mantenimiento, mejoramiento, ampliación, equipamiento y/o dotación de materiales a centros educativos así como las prioridades de nutrición de menores principalmente de 0 a 5 años de edad y madres gestantes; y de salud; de las poblaciones y comunidades, Centros Poblados Menores y Zonas Rurales ubicadas principalmente en la(s) zona(s) donde se realiza la actividad minera, recomendación que es acogida por la EMPRESA.

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA- REPARACIONES COLECTIVAS CVR.

Como excepción, con cargo al FONDO MINERO REGIONAL XX y hasta por el 4% anual del mismo, se podrá financiar actividades que el ESTADO solicite, para asistirlo en las REPARACIONES COLECTIVAS establecidas en el informe de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR), sin asumir la EMPRESA, por ello, responsabilidad alguna sobre estas acciones o por el uso de estos recursos.

Suscrito en la ciudad de Lima, a los 21 días del mes de diciembre de 2006.

LA EMPRESA

ESTADO PERUANO

Ministro de Energía y Minas

Ministro de Economía y Finanzas

PRIMERA CLÁUSULA ADICIONAL

Conste por la presente, la Cláusula Adicional al "CONVENIO" que celebran la EMPRESA y el ESTADO PERUANO; como sigue:

A) Para los efectos de lo establecido en la sub-cláusula 4.2), la EMPRESA declara que la Zona de Atención Local está constituida por los siguientes distritos, Provincias y Regiones:

Región	Provincia:	Distrito	Centro Poblado Menor

B) Para los efectos de lo establecido en la sub-cláusula 4.3), la EMPRESA declara que la(s) Región(es) donde realiza actividad minera es (son) la(s) siguiente(s):

1) Región *****; y,
2)

C) Para los efectos de la Cláusula Novena, los metales de referencia seleccionados por la EMPRESA son:

1)

Suscrita en la ciudad de Lima, a los 21 días del mes de diciembre de 2006.

LA EMPRESA

ESTADO PERUANO

Ministro de Energía y Minas

Ministro de Economía y Finanzas

SEGUNDA CLÁUSULA ADICIONAL

Conste por la presente, la SEGUNDA CLÁUSULA ADICIONAL al "CONVENIO" que celebran la EMPRESA y el ESTADO PERUANO; como sigue:

Atendiendo a la situación específica de LA EMPRESA consistente en:

se conviene que la EMPRESA dará cumplimiento al CONVENIO de la siguiente manera:

Suscrita en la ciudad de Lima, a los 21 días del mes de Diciembre de 2006.

LA EMPRESA

ESTADO PERUANO

Ministro de Energía y Minas

Ministro de Economía y Finanzas

8902-1

ENERGIA Y MINAS

Modifican el formato del Convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM

**DECRETO SUPREMO
N° 033-2007-EM**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, mediante el Decreto Supremo N° 071-2006-EM se aprobó el formato de los convenios para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" que celebrarán el Estado y las empresas mineras;

Que, el citado convenio tiene por objeto constituir fondos mineros regionales y locales a los que la empresa minera acredite aportes destinados a promover el bienestar y desarrollo social, y contribuir a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones y comunidades ubicadas principalmente en las zonas donde se realiza actividad minera, cuidando de incluir a Centros Poblados Menores y Zonas Rurales, mediante la ejecución de obras, programas y/o proyectos;

Que, las subcláusulas 2.4) y 2.5) de la cláusula segunda del formato del convenio del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM, señala que los recursos de los FONDOS(S) constituidos por las EMPRESAS serán destinados a la ejecución de obras, programas y/o proyectos de acuerdo a un orden de prioridades, siendo propósito del CONVENIO lograr que los recursos del FONDO(S) sean invertidos eficazmente por la EMPRESA, incluso en PROYECTO(S) de más de un año de duración;

Que, la subcláusula 2.6) de la cláusula segunda del formato del convenio antes mencionado señala que el PROYECTO(S) que se ejecute con cargo a los recursos del FONDO(S) se sujetará a la legislación aplicable, incluyendo, en caso de ser necesario, la aprobación del Sistema de Inversión Pública e indicando expresamente, su procedencia tanto en el lugar del PROYECTO(S) como en la documentación correspondiente;

Que, dado el carácter privado de los FONDO(S) que constituyan las empresas mineras, resulta necesario armonizar las inversiones que se realicen con cargo a dichos recursos con el impacto que éstas pudieran generar en el presupuesto institucional de las entidades del Sector Público, de asumir éstas los gastos de operación y mantenimiento generados por tales inversiones;

Que, en la subcláusula 6.3) de la cláusula sexta del formato del convenio del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" se debe precisar que el Ministerio de Energía y Minas consolidará la información del APORTE(S) materia del CONVENIO para su divulgación;

Que, las subcláusulas 7.2) y 7.3) de la cláusula séptima del formato del convenio del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" establecen que, con el propósito de determinar la línea de base y la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", los administradores de los FONDOS(S) suscribirán para estos efectos un convenio global con el Instituto de Información Estadística e Informática - INEI, cuyos costos serán asumidos con cargo al FONDO(S) que tales contratos serán suscritos individualmente por los FONDO(S), quienes abonarán tarifas competitivas y razonables;

De conformidad con el inciso b) del artículo 118° de la Constitución Política del Perú; y,

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1°.- Apruébense las modificaciones en los términos contenidos en las cláusulas segunda, tercera, sexta y séptima del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM, de acuerdo al Anexo 1 que forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2°.- Las empresas mineras que hayan suscrito convenios con el Estado Peruano bajo el formato aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM podrán adecuar sus convenios a través de Adendas, de acuerdo al Anexo 2 que forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 3°.- Autorícese al Ministro de Energía y Minas y al Ministro de Economía y Finanzas en representación del Estado Peruano a suscribir con las empresas mineras las respectivas Adendas a los convenios para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, en forma individual y con arreglo al formato aprobado por el presente Decreto Supremo.

Artículo 4°.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros, el Ministro de Energía y Minas y por el Ministro de Economía y Finanzas.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, el primer día del mes de julio del año dos mil siete.

ALAN GARCÍA PÉREZ
Presidente Constitucional de la República

JORGE DEL CASTILLO GÁLVEZ
Presidente del Consejo de Ministros

LUIS CARRANZA UGARTE
Ministro de Economía y Finanzas

JUAN VALDIVIA ROMERO
Ministro de Energía y Minas

ANEXO 1

MODIFICACIÓN DEL CONVENIO "PROGRAMA MINERO DE SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO", APROBADO MEDIANTE DECRETO SUPREMO N° 071-2006-EM

Artículo 1°.- Modificación de la cláusula segunda del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM.

Modifíquese el numeral 2.6) de la cláusula segunda del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM, en los términos siguientes:

"CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

(...)

2.6) El PROYECTO(S) que se ejecute con cargo a los recursos del FONDO(S) deberá indicar expresamente la procedencia de tales recursos tanto en el lugar en el que se va a ejecutar el PROYECTO(S) como en la documentación correspondiente, debiendo tener en cuenta lo siguiente:

2.6.1) El PROYECTO(S) que se ejecute con cargo a los recursos del FONDO(S) se sujetará a la legislación que resulte aplicable.

2.6.2) Al PROYECTO(S) que tenga por objeto la ejecución de obras de reconstrucción, recuperación o rehabilitación que no conlleven gastos adicionales de operación y mantenimiento al presupuesto institucional de las entidades que tienen a su cargo su financiación, no le es de aplicación la normatividad del Sistema Nacional de Inversión Pública, siempre y cuando la totalidad del financiamiento provenga del FONDO(S)."

Artículo 2°.- Modificación de la cláusula tercera del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM.

Modifíquese el numeral 3.3) de la cláusula tercera del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM, en los términos siguientes:

"CLÁUSULA TERCERA - DE LOS FONDOS PRIVADOS.

(...)

3.3) El APORTE(S) será acreditado al FONDO(S) por la EMPRESA hasta el 30 de abril de cada año de vigencia del convenio y luego de vencido el plazo para la presentación a la SUNAT de la Declaración Jurada del Impuesto a la Renta.

Excepcionalmente, las empresas podrán acreditar al FONDO(S) luego de los plazos establecidos en el primer párrafo del presente numeral, previa aprobación del Ministerio de Energía y Minas y del Ministerio de Economía y Finanzas."

Artículo 3°.- Modificación de la cláusula sexta del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM.

Modifíquese la subcláusula 6.3) de la cláusula sexta del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero

de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM, en los términos siguientes:

"CLÁUSULA SEXTA - DECLARACIONES DEL ESTADO

(...)

6.3) El Ministerio de Energía y Minas consolidará la información del APORTE(S) materia del presente CONVENIO para su divulgación, quedando autorizado por la EMPRESA a difundir los casos de incumplimiento. Asimismo, publicitará y permitirá que se publiquen, los proyectos ejecutados con cargo al FONDO(S)."

Artículo 4º.- Sustitución de la séptima cláusula del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM.

Sustitúyase la cláusula séptima del formato del convenio para el aporte económico voluntario, extraordinario y temporal, denominado "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", aprobado mediante Decreto Supremo N° 071-2006-EM, en los términos siguientes:

"CLÁUSULA SÉPTIMA - DE LA AUDITORÍA

7.1) La verificación de la acreditación del APORTE(S) al FONDO(S) en cuanto a monto y plazos, y la aplicación de los recursos del FONDO(S) para el PROYECTO(S) se realizará por una sociedad de auditoría coordinada con el ESTADO con inscripción vigente en el Registro de la CONASEV, cuya retribución será abonada con cargo al FONDO(S) correspondiente. La selección será hecha individualmente para cada uno de los FONDO(S). Queda convenido que esta selección es sin perjuicio de lo establecido en la subcláusula 3.5).

7.2) Con el propósito de determinar la línea de base o la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", los administradores de los FONDO(S) podrán utilizar información secundaria o de ser el caso suscribir para estos efectos un convenio con el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, universidades u otras instituciones públicas o privadas especializadas en la materia, cuyos costos serán asumidos con cargo al FONDO(S).

7.3) Los contratos referidos en las subcláusulas 7.1) y 7.2) serán suscritos individualmente por los FONDO(S) quienes abonarán tarifas competitivas y razonables.

7.4) En caso de la determinación de la línea de base o la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" sean realizados por universidades u otras instituciones públicas o privadas según la subcláusula 7.2), éstas deberán remitir la información a los administradores del FONDO(S) y al Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI para los fines que estime pertinente.

7.5) En ningún caso la institución encargada de la determinación de la línea de base podrá ser al mismo tiempo la que realice la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo"."

ANEXO 2

ADENDA DEL CONVENIO "PROGRAMA MINERO DE SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO"

Conste por el presente documento la ADENDA DEL CONVENIO "PROGRAMA MINERO DE SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO", en adelante la "ADENDA", que celebran de una parte:

1) La compañía ***** titular de actividad minera, con RUC N° ***** sociedad existente e inscrita en ***** del Registro de Sociedades de ***** con domicilio en ***** N° ***** distrito de ***** provincia de ***** departamento de ***** Perú, a quien en adelante se le denominará la EMPRESA, debidamente representada por el señor ***** según poder inscrito en ***** del Registro de Sociedades de ***** y, de la otra parte,

2) El ESTADO PERUANO, debidamente representado por el Ministro de Energía y Minas y el Ministro de Economía y Finanzas, autorizados por Decreto Supremo N° *****-2007-EM de fecha ***** de junio de 2007, con domicilio común en avenida Las Artes N° 260, distrito de San Borja, provincia de Lima, departamento de Lima, a quien en adelante se le denominará el "ESTADO".

La presente ADENDA se celebra de acuerdo a las siguientes estipulaciones:

CLÁUSULA PRIMERA.- ANTECEDENTES

1.1) Con fecha ***** la EMPRESA y el ESTADO celebraron el CONVENIO "PROGRAMA MINERO DE SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO", en adelante el "CONVENIO", de acuerdo al formato aprobado por Decreto Supremo N° 071-2006-EM.

1.2) Mediante Decreto Supremo N° *****-2007-EM se modificaron las cláusulas segunda, tercera, sexta y séptima y se aprobó el formato de Adenda para la modificación de los convenios ya suscritos.

1.3) En razón de éstas y otras consideraciones, se suscribe la presente ADENDA.

CLÁUSULA SEGUNDA.- OBJETO

Mediante la presente ADENDA, la EMPRESA y el ESTADO acuerdan modificar las cláusulas segunda, tercera, sexta y séptima, de acuerdo al siguiente detalle:

"CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

(...)

2.6) El PROYECTO(S) que se ejecute con cargo a los recursos del FONDO(S) deberá indicar expresamente la procedencia de tales recursos tanto en el lugar en el que se va a ejecutar el PROYECTO(S) como en la documentación correspondiente, debiendo tener en cuenta lo siguiente:

2.6.1) El PROYECTO(S) que se ejecute con cargo a los recursos del FONDO(S) se sujetará a la legislación que resulte aplicable.

2.6.2) Al PROYECTO(S) que tenga por objeto la ejecución de obras de reconstrucción, recuperación o rehabilitación que no conlleven gastos adicionales de operación y mantenimiento al presupuesto institucional de las entidades que tienen a su cargo su financiación, no se es de aplicación la normalidad del Sistema Nacional de Inversión Pública, siempre y cuando la totalidad del financiamiento provenga del FONDO(S)."

"CLÁUSULA TERCERA - DE LOS FONDOS PRIVADOS.

(...)

3.3) El APORTE(S) será acreditado al FONDO(S) por la EMPRESA hasta el 30 de abril de cada año de vigencia del convenio y luego de vencido el plazo para la presentación a la SUNAT de la Declaración Jurada del Impuesto a la Renta.

Excepcionalmente, las empresas podrán acreditar al FONDO(S) luego de los plazos establecidos en el primer párrafo del presente numeral, previa aprobación del Ministerio de Energía y Minas y del Ministerio de Economía y Finanzas."

"CLÁUSULA SEXTA - DECLARACIONES DEL ESTADO.

(...)

6.3) El Ministerio de Energía y Minas consolidará la información del APORTE(S) materia del presente CONVENIO para su divulgación, quedando autorizado por la EMPRESA a difundir los casos de incumplimiento. Asimismo, publicitará y permitirá que se publiquen, los proyectos ejecutados con cargo al FONDO(S)."

"CLÁUSULA SÉPTIMA - DE LA AUDITORÍA.

7.1) La verificación de la acreditación del APORTE(S) al FONDO(S) en cuanto a monto y plazos, y la aplicación de los recursos del FONDO(S) para el PROYECTO(S) se realizará por una sociedad de auditoría coordinada con el ESTADO con inscripción vigente en el Registro de la CONASEV, cuya retribución será abonada con cargo al FONDO(S) correspondiente. La selección será hecha individualmente para cada uno de los FONDO(S). Queda convenido que esta selección es sin perjuicio de lo establecido en la subcláusula 3.5).

7.2) Con el propósito de determinar la línea de base o la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo", los administradores de los FONDO(S) podrán utilizar información secundaria o de ser el caso suscribir para estos

efectos un convenio con el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, universidades u otras instituciones públicas o privadas especializadas en la materia, cuyos costos serán asumidos con cargo al FONDO(S).

7.3) Los contratos referidos en las subcláusulas 7.1) y 7.2) serán suscritos individualmente por los FONDO(S) quienes abonarán tarifas competitivas y razonables.

7.4) En caso la determinación de la línea de base o la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo" sean realizados por universidades u otras instituciones públicas o privadas según la subcláusula 7.2), éstas deberán remitir la información a los administradores del FONDO(S) y al Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI para los fines que estime pertinente.

7.5) En ningún caso la institución encargada de la determinación de la línea de base podrá ser al mismo tiempo la que realice la medición estadística que compruebe los resultados de la puesta en marcha del "Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo".

78722-5

ANEXO 3: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES

La comprensión y práctica del enfoque de RSC se vuelve necesario sobre todo en pequeñas y medianas empresa porque en países como el nuestro, son numerosas y tienen gran impacto en el nivel de empleo y en el medioambiente en el cual se encuentran instaladas, teniendo frecuentemente limitaciones financieras para implementar programas sociales y ambientales.

Un estudio del BID ¹⁹ señala que: *“Conviene tener en cuenta que la RSE es una temática que no nace desde la base empresarial propia latinoamericana, si no que se trata más bien de un tema importado por parte de las filiales de las grandes multinacionales extranjeras al que, progresivamente, las empresas nacionales (especialmente las grandes) y los gobiernos nacionales están prestando una atención creciente... Desgraciadamente, el conocimiento existente sobre la temática de RSE desde la perspectiva pyme puede calificarse de escasa y muy parcial, donde la disponibilidad de informes comparativos entre países y basados en una metodología común es prácticamente inexistente”*.

Este estudio revela que las pymes desarrollan actividades de RSC con un carácter predominantemente reactivo y esporádico, sin estar incorporadas a su estrategia empresarial, obedeciendo ese tipo de “acciones a razones de índole ética o religiosa y a un deseo de mejorar las relaciones con la comunidad o autoridades públicas”.

Es un hecho que la pequeña y mediana empresa es muy vulnerable a la competencia y es objeto de presiones de corto plazo; su margen de ganancia no le permite realizar mucha inversión social. Para sobrevivir, muchas de ellas tratan de evadir los gastos fiscales y sociales y son muy destructoras de recursos naturales. Desde el punto de vista de estas

¹⁹ Vives, A.; Corral, A. e Isusi I; Responsabilidad Social en las pymes de Latinoamérica; BID; Washington DC, 2005.

empresas, el enfoque de la RSC no puede concentrarse en inversión social, sino en el respeto a los derechos básicos de los clientes, de los trabajadores y de la gente del entorno donde operan y, apuntar de este modo a generar nuevas relaciones de cooperación para competir.

BIBLIOGRAFÍA.

Sulmont, Denis (2000). "La responsabilidad social empresarial en el Perú" en Sulmont, Denis y Vásquez, Enrique, *Modernización empresarial en el Perú*. Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad del Pacífico, Instituto de Estudios Peruanos.

Schwalb, María Matilde y García, Emilio (2004). "Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial y las inversiones socialmente responsables". Perú. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Documento de trabajo.

Schwalb, María Matilde y García, Emilio (2003). "Evolución del compromiso social de las empresas: historia y enfoques". Perú. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Documento de trabajo.

Schwalb, María Matilde y García, Emilio (2004). "Buenas prácticas peruanas de responsabilidad social empresarial. Colección 2004". Perú. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Apuntes de estudio.

Schwalb, María Matilde y García, Emilio (2005) "Buenas prácticas peruanas de responsabilidad social empresarial. Colección 2005". Perú. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Apuntes de estudio.

Caravedo, Baltasar; Mariscal, Pilar; Salinas, Karem y Villacorta, Juan Carlos (2000) "Responsabilidad social: una nueva forma de gerencia". Perú. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico – Sase.

Ortiz de Zevallos, Felipe (2005) "Columna de FOZ: Responsabilidad social". Perú. Semana Económica.

Apoyo Comunicaciones (2004), "Informe especial: la responsabilidad social en el Perú". Perú. Artículo

Semana Económica (2005), "¿Voluntarios por favor? Las ventajas de promover el voluntariado en las empresas". Perú. Artículo

Correa, María Emilia; Flynn, Sharon y Amit, Alon (2004). "Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial". Santiago de Chile. Serie. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. CEPAL

Niello, José Vargas (2006). "Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores". Santiago de Chile. Serie. CEPAL

Caravedo, Baltasar. "¿Cómo promover la responsabilidad social empresarial?". La experiencia peruana. Artículo publicado en Internet.

Benavides, Marcela y Gastelumendi, Guida (2001). "Responsabilidad Social Empresarial: Un Compromiso Necesario". Perú. Universidad del Pacífico, SASE, Peru 2021.

Caravedo, Baltasar (1998). "Responsabilidad Social de la Empresa. Un eje para cambiar el país". Perú. SASE, Ediciones.

Acción empresarial (2001). "Indicadores de Responsabilidad Social. Una herramienta de gestión y evaluación para las empresas interesadas en desempeñarse de forma socialmente responsable". Chile. Pontificia Universidad Católica de Chile - Escuela de Administración

Cabrera Sotomayor, Gustavo (2006). "La responsabilidad social de la empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio". Perú. Oficina de Gestión de Proyectos Ministerio de Educación.

Red Puentes (2004). "Visión y propuestas de Red Puentes sobre la tarea de Responsabilidad Social Empresarial en América Latina". Buenos Aires.

Correa, María Emilia, Flynn, Sharon, Amit, Alon (2004). "Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial". Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Kast, Freemont E. y James E. Rosenzweig (1993). "Responsabilidad social y ética personal en Administración en las organizaciones". México.

Friedman, Milton (1970). "A Friedman Doctrine: The Social Responsibility of Business is to increase its profits", The New York Times Magazine.

Drucker, Peter (1993). La organización basada en la responsabilidad.

Vives, A.; Corral, A. e Isusi I (2005). "Responsabilidad Social en las pymes de Latinoamérica". BID. Washington DC.

Notas de la Universidad del Pacífico.**Páginas web:**

www.pwblf.org Corporate Social Responsibility-The WBCSD`s Journey.

www.bsr.org. Business for Social Responsibility.

www.peru2021.org

www.amanco.com Reporte de Sostenibilidad 2004-2005.

www.bancocontinental.com.pe Informe Anual 2006, Responsabilidad Corporativa 2006.

<http://www.oitandina.org.pe/publ/colombia/balansoc/balance2.pdf>. Oficina Subregional para los Países Andinos (OSRA) de la Organización Internacional del Trabajo.