



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**PLAN DE NEGOCIOS “EMPRESA CONSULTORA DE GESTIÓN SOCIAL
EN EL MERCADO MINERO DE PERÚ”**

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGISTER EN GESTIÓN
PARA LA GLOBALIZACIÓN

RAMIRO ALCALDE HERNÁNDEZ

PROFESOR GUÍA:
ANTONIO HOLGADO SAN MARTÍN

MIEMBROS DE LA COMISIÓN:
ANDREA NIETO EYZAGUIRRE
CHRISTIAN DIEZ FUENTES

SANTIAGO DE CHILE
AGOSTO 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios consiste en la creación de una empresa de gestión llamada **SocialTech**, enfocada al desarrollo de consultoría y gestión de información social de los conflictos existentes en zonas mineras en Perú.

La metodología consistió en definir y realizar un diagnóstico de la industria, decidir la forma de entrada de la empresa al mercado Peruano, diseñar el modelo de negocios asociado y adaptado a la realidad de Perú, elaborar los planes de operación, marketing e internacionalización, para finalmente concluir con el análisis de las proyecciones financieras de la oportunidad de negocio.

El principal servicio ofrecido por la compañía es el sistema informático **SocialIssue**, que considera una avanzada base de datos con la información geo-referenciada de los conflictos sociales existentes en Latinoamérica. Adicionalmente **SocialTech** desarrollará servicios de consultoría principalmente en las áreas de: Levantamiento de información social en el área de influencia de los proyectos mineros; Análisis de Stakeholders; Análisis de Riesgos Sociales; Planes de Acción de gestión social y Auditoría de cumplimiento de estándares internacionales de gestión social. Sumado a lo anterior, la empresa desarrollará de manera constante boletines de información de conflictos sociales existentes en Latinoamérica, los cuales serán distribuidos sin cargo adicional a las empresas que contraten los servicios de suscripción anual.

El desarrollo del proyecto principalmente considera un plan comercial basado en visitas y contacto permanente con los clientes de compañías mineras representados por sus encargados de gestión social y comunidades. La promoción será basada en la presencia en los medios especializados y la participación en seminarios de responsabilidad social empresarial.

Tras el estudio de las proyecciones financieras de **SocialTech** en el mercado peruano, se establecieron 3 escenarios de ventas de servicios. Se estima abarcar durante el primer año 3 a 4 compañías mineras diferentes y la venta de 13 servicios de consultoría. Un crecimiento de 30% y 20% al segundo y tercer año considera aumentar el número de asesorías, logrando captar entre uno y tres clientes adicionales por año para finalmente lograr entre 44 a 72 servicios anuales distribuidos entre 8 a 10 clientes recurrentes.

El crecimiento es más alto en los primeros años debido a la captura de nuevos clientes. El tercer año se estima un considerable esfuerzo en el desarrollo de estrategia de expansión a través de subsidiaria.

Como estrategia de ingreso, se considera inicialmente un *joint-venture* con una empresa de gestión ambiental con la intención de aprovechar el conocimiento de la compañía socia en cuanto a legislación, cultura y nuevos clientes. **SocialTech** ofrecerá como aporte estratégico el uso del sistema **SocialIssue** y el conocimiento operativo de **SocialTech Chile**.

Basado en el escenario pesimista que considera las limitaciones de operar en un país distinto de Chile se logra el punto de equilibrio en el año 2 de operación. La tasa de retorno exigida es del 25% con un VAN de US\$ 74.945. Para este proyecto se requiere una inversión inicial de US\$ 31.100 que será íntegramente financiada por el equipo emprendedor. El proyecto logra un valor terminal de US\$ 262.749 equivalente a 4 veces el EBITDA alcanzado al término del 5to año.

EXECUTIVE SUMMARY

The business plan is prepared for the creation of a company called SocialTech focused on the development and management of social information about social conflicts in mining areas in Peru.

Methodology covered the definition, diagnosis of the industry and selection of the breakthrough strategy to the Peruvian market. It included the design, adaptation of the business model to the reality of Peru, also the development of the operational plan, marketing plan and internationalization, to finally conclude the analysis of the financial projections of the business opportunity.

The main service offered by the company is SocialIssue, a computer system which considers an advanced database with geo-referenced information about existing social conflicts in Latin America. Using this information, the company SocialTech develops specialized consulting services in social management of communities. SocialTech will develop consulting services primarily in the areas of: Analysis of Stakeholders, Social Risk Analysis, and Management of Action Plans. Also SocialTech will develop steadily newsletters about existing social conflict in Latin America.

Project development primarily considers a business plan based on visits and contact with customer mining companies represented by their social managers. The promotion is based on the presence in the specialized media such as mining magazines and participation in corporate social responsibility seminars, in order to show the experience in social management.

As breakthrough strategy into Peruvian market, SocialTech considers initially a Joint Venture with a company with expertise in environmental management. The intent is to leverage the knowledge of the partner company in terms of law, culture and customers. SocialTech offered as strategic contribution, access to SocialIssue and the operational knowledge of SocialTech Chile.

Financial projections of SocialTech for the Peruvian market, consider three hypothetical sales scenarios. Based on the pessimistic scenario that considers the constraints of operating in Peru, the breakeven is reached in year 2 of operation. The required rate of return is 25% with a NPV of US\$ 74,945. SocialTech requires an initial investment of US\$ 31,100 and this investment is fully funded by the entrepreneurial team. Terminal value of the project is US\$ 262,749 equivalent to 4 times EBITDA, and it is reached at the end of the fifth year.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer a Minera Escondida, BHP Billiton y al Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile por permitirme cursar un programa tan exitoso y destacado como éste.

Me gustaría dar las gracias a todos los profesores del programa Magíster en Gestión para la Globalización por la entrega de sus conocimientos y su constante motivación para formar profesionales de excelencia con un marcado compromiso social.

Además debo agradecer a mis compañeros de aventura, por la gran experiencia de compartir historias de vida, discusiones y en definitiva enriquecer de gran forma este largo camino de 19 meses.

Finalmente, agradecer a toda mi familia y amigos, por su apoyo en esta larga travesía. De manera muy especial, agradecerle a Fanny y a mi pequeño hijo Julián, por su enorme paciencia, amor y generosidad para permitirme cumplir un gran sueño y principalmente por darle un nuevo motivo a mi vida.

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	METODOLOGÍA.....	2
3.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	3
3.1.	Servicios.....	3
3.2.	Diferenciadores.....	3
3.3.	Clientes.....	3
3.4.	Factores de Éxito.....	3
3.5.	Misión.....	3
3.6.	Visión.....	4
4.	ANÁLISIS DE MERCADO E INDUSTRIA.....	4
4.1.	Inversión Minera en Latinoamérica.....	4
4.2.	Ranking de Países Mineros.....	5
4.3.	Necesidad y Oportunidad.....	5
4.4.	Site Selection en Latinoamérica.....	6
4.5.	Análisis PESTEL.....	9
4.6.	Análisis FODA.....	11
4.7.	Competencia.....	12
4.8.	Características del Mercado de Conflictos Sociales en Perú.....	15
4.9.	Definición de mercado objetivo en Perú.....	16
5.	PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	18
6.	MODELO DE NEGOCIOS.....	21
6.1.	Socios Clave.....	21
6.2.	Propuesta de Valor.....	26
6.3.	Relación con Clientes.....	26
6.4.	Segmentos de Clientes.....	26
6.5.	Recursos Clave.....	27
6.6.	Canal de Distribución.....	27
6.7.	Estructura de Costos.....	27
6.8.	Flujo de Ingreso.....	28
7.	MARKETING Y ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	28
7.1.	Objetivos.....	28

7.2.	Modelo de Comercialización.....	29
7.3.	Modelos Ingresos.....	29
7.4.	Precios	32
7.5.	Promoción.....	33
7.6.	Estrategia Competitiva	34
8.	OPERACIONES Y PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	34
8.1.	Estructura Operativa del Servicio de Asesoría.....	35
8.2.	Estructura Operativa del Servicio de Explotación de Datos.....	35
8.3.	Plan de Implementación	36
9.	PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN	37
9.1.	Estrategia con Subsidiarias SocialTech.....	38
9.2.	Estrategia de Entrada.....	39
10.	ORGANIZACIÓN Y EQUIPO EMPRENDEDOR.....	39
10.1.	Equipo Emprendedor.....	39
10.2.	Roles laborales constantes	40
10.3.	Roles laborales temporales (según proyectos).....	41
10.4.	Organigrama	41
11.	PROYECCIONES FINANCIERAS	41
11.1.	Proyecciones de Venta.....	42
11.2.	Estimaciones de Costos	43
11.3.	Estimaciones de Ingresos.....	46
11.4.	Estado de Resultado y Flujo de Caja Libre	47
11.5.	Evaluación y Análisis Económico.....	48
12.	CONCLUSIONES.....	49
13.	BIBLIOGRAFÍA	51
14.	ANEXOS	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Proyección de Inversión para proyectos Mineros en Perú 2011-2016.....	7
Tabla 2: Ranking Perú 2012 – Apertura de un Negocio y Registro de Propiedades.....	8
Tabla 3: Ranking Perú 2012 – Protección de Inversores, Impuestos, Contratos y Créditos	8
Tabla 4: Distribución de Competidores de SocialTech en Perú.....	12
Tabla 5: Principales Compañías Mineras en Perú	17
Tabla 6: Principales conflictos latentes y clientes potenciales	18
Tabla 7: Instituciones de Gobierno Peruanas	22
Tabla 8: Agencias Especializadas.....	23
Tabla 9: Centros de Información	25
Tabla 10: Instituciones Internacionales	25
Tabla 11: Principales preguntas realizadas a compañías mineras	30
Tabla 12: Valor hora profesional.....	32
Tabla 13: Precio según servicio.....	33
Tabla 14: Resumen de Proyecciones de Venta.....	42
Tabla 15: Detalle de Proyecciones de Venta	43
Tabla 16: Suscripciones Anuales de SocialIssue.....	43
Tabla 17: Inversión Inicial I	44
Tabla 18: Inversión Inicial II.....	44
Tabla 19: Costos fijos Anuales.....	44
Tabla 20: Costos asociados a Marketing año 1	45
Tabla 21: Costos Variables de Asesoría.....	45
Tabla 22: Costo de Asesoría.....	46
Tabla 23: Ingresos estimados por Servicio.....	46
Tabla 24: Ingresos por Producto.....	46
Tabla 25: Flujo de Caja Libre.....	47
Tabla 26: Evaluación Económica.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Concentración de Inversión en Minería	4
Figura 2: Ranking de Perú en distintas variables consideradas.....	7
Figura 3: Distribución de Competidores de SocialTech.....	13
Figura 4: Distribución Geográfica de Inversión en Proyectos Mineros en Perú	17
Figura 5: Estimación de interés en Servicios de SocialTech.....	30
Figura 6: Estimación de frecuencia de utilización de servicios de SocialTech.....	31
Figura 7: Frecuencia de uso de servicio de consultores externos.....	31
Figura 8: Monto dispuesto a pagar por servicios ofrecidos por SocialTech	32
Figura 9: Organigrama de SocialTech.....	41
Figura 10: EBITDA	47

1. INTRODUCCIÓN

La presente tesis se enmarca como actividad final del programa Magíster en Gestión Para la Globalización, dictado en el Departamento de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile. El presente documento corresponde a un plan de negocios para la justificación de un emprendimiento de gestión social en el mercado minero de Perú.

En la actualidad mundial los conflictos mineros sociales se han incrementado debido a que las compañías mineras avanzan día a día en la exploración de nuevos yacimientos mineros. Este avance afecta a las comunidades locales, las cuales desde su perspectiva, ven invadido su hábitat, contaminado su entorno, modificado los cursos de agua, entre otros [CYTED, OLAMI]. La proliferación de medios de comunicación masivos y la facilidad que entregan a la comunidad para organizarse entorno a los conflictos, hacen de los conflictos mineros un hito muy importante en la agenda país de cada gobierno.

Debido a lo anterior se hace necesario la creación de una Compañía de Consultoría especializada en conflictos sociales y análisis de riesgo, y que además base sus análisis en datos estadísticos para prestar el apoyo fidedigno a las compañías mineras y a los gobiernos locales, en el proceso de toma de decisiones al abordar una nueva exploración minera que afecte a la comunidad. El fin último de la compañía, es dar a conocer mejoras en los protocolos de trabajo y colaborar en torno a la solución de conflictos mineros que afecten a la comunidad en la región.

Los clientes objetivos de esta nueva compañía serán las grandes compañías mineras y los gobiernos locales de Latinoamérica. Los beneficios directos para las empresas serán la consultoría basada en datos históricos y estadísticos, además de asesorías basadas en análisis de riesgo. Respecto a los gobiernos, se considera la evaluación de las políticas públicas respecto a temas de impacto ambiental y gestión de conflictos sociales.

Inicialmente, esta propuesta se ha diseñado teniendo en cuenta el mercado chileno para ampliar posteriormente a otros países de América del Sur y el mundo. El presente documento detalla la elección de Perú como primer paso de internacionalización de la compañía.

Objetivo General

El objetivo general de este documento es presentar un plan de negocios enfocado a un emprendimiento de carácter social y tecnológico, financiado enteramente con recursos propios de los socios fundadores.

Objetivos Específicos

Dentro de los objetivos específicos se encuentran la descripción de la estructura organizacional de la empresa, los servicios ofrecidos, la definición del modelo de operación, el desarrollo del plan de marketing y comercialización, además del desarrollo del análisis financiero de la compañía para el emprendimiento en Perú.

Dentro de este punto, se espera definir económicamente los servicios que **SocialTech** ofrecerá a sus clientes, y se intentará describir los factores diferenciadores de la compañía, todo

ello con la intención de evaluar las reales posibilidades que tiene la compañía para competir en el mercado de gestión social de Perú.

Finalmente se espera lograr una descripción del mapa de instituciones colaboradoras de gestión social-ambiental en Perú, con la intención de reducir las barreras de entrada y ampliar las redes de trabajo de **SocialTech** en dicho país.

Resultados Esperados

En definitiva, se espera que los productos de trabajo y lineamientos contenidos en este documento sean utilizados como punto de partida para la ejecución del proceso de internacionalización de **SocialTech** en el mercado latinoamericano.

2. METODOLOGÍA

El presente documento utiliza una de las metodologías de planes de negocio del programa Global MBA Magíster en Gestión para la Globalización. Dentro de la metodología considera los apartados guía (portada, índice, glosario) y un resumen al plan de negocio (Introducción, resumen) para atraer la atención del lector apelando a la motivación dada la necesidad social del tema.

De acuerdo a esta metodología se ha desarrollado la estructura del documento comenzando por la descripción de la empresa, los servicios diferenciadores que ésta entrega, además del detalle de su misión y visión que dan sustento a la génesis del negocio.

En el apartado número cuatro, se desarrolla ampliamente el Análisis del Mercado e Industria donde se describe la necesidad y oportunidad de negocio existente, el detalle de la inversión minera en Latinoamérica, el ranking de los países mineros, las características del mercado, la definición del mercado objetivo y los análisis FODA y PESTE de la compañía y el contexto en el cual **SocialTech Consulting (SocialTech)** está inmersa.

En los apartados cinco y seis, se describen los productos y servicios entregados por la compañía, así como el modelo de negocios basado en el enfoque Canvas, que determina las operaciones de **SocialTech**. Utilizando el enfoque mencionado, se describen las actividades, stakeholders y recursos claves de la operación de la compañía, además de proposición de valor y la forma en la cual se llevará a cabo la relación con los segmentos objetivos.

En la sección siete, se detalla el plan de marketing y la estrategia competitiva que se llevará a cabo para entrar en el mercado objetivo.

Las secciones ocho, nueve y diez, detallan el plan de operación, implementación e internacionalización de la compañía, donde se amplía la información relativa a los procesos y recursos para alcanzar los objetivos definidos. En el plan de internacionalización se destaca la estrategia de subsidiarias que implementará **SocialTech** en el mercado peruano gestión social en minería.

En el apartado Proyecciones Financieras se considera un estudio de financiamiento utilizando fondos chilenos para un horizonte de 5 años.

3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

SocialTech Consulting (SocialTech) es una empresa de servicios de consultoría y análisis de gestión social de proyectos mineros. **SocialTech** utiliza técnicas de análisis de datos basadas en información geográfica referenciada de conflictos mineros para entregar los siguientes servicios profesionales:

3.1. Servicios

- Levantamiento de Información social del área de influencia de proyectos mineros.
- Reportes de información social geográfica referenciada (mapas).
- Análisis de stakeholders.
- Análisis de riesgos sociales de acuerdo a estándares de la compañía cliente y/o estándares internacionales.
- Recomendaciones de gestión social.
- Auditoría de Cumplimiento y actualización de información social.

3.2. Diferenciadores

- Información geográfica referenciada.
- Base de datos de conflictos sociales mineros en Chile y Perú, extensible al resto de Latinoamérica.
- Actualización periódica de base de datos.
- Expertos en gestión social de proyectos mineros.

3.3. Clientes

Compañías mineras de Chile y Perú, para sus proyectos de prospección y exploración minera.

3.4. Factores de Éxito

Un equipo altamente especializado en ciencias sociales y tecnología. Además de una clara identificación del mercado objetivo de Latinoamérica.

Los clientes son compañías mineras Junior y Gran Minería que desarrollan actividades de exploración y explotación minera en Chile y Perú. Adicionalmente son considerados clientes instituciones y gobiernos locales de Latinoamérica.

Los beneficios son el desarrollo de una completa consultoría basada en datos históricos y estadísticos, análisis utilizando modelos de riesgo, análisis de patrones de conflictos utilizando inteligencia de negocio sobre una base de datos actualizada de conflictos mineros de Latinoamérica, finalmente, una completa asesoría en gestión de impacto social.

3.5. Misión

Promover la buena relación de las compañías mineras con la comunidad para lograr un desarrollo sustentable minimizando impactos negativos en el medio ambiente y las comunidades, potenciando los impactos positivos en Pro del desarrollo social.

3.6. Visión

Desarrollar una compañía global especialista y líder en gestión comunitaria de proyectos de exploración minera, siendo reconocida por su asertiva asesoría y por su completa base de datos de conflictos mineros. Con presencia en todo el mundo a través de una red de colaboradores especialistas, gestionando información de manera responsable e imparcial.

4. ANÁLISIS DE MERCADO E INDUSTRIA

4.1. Inversión Minera en Latinoamérica

La gran minería se ha transformado en uno de los mayores mecanismos de atracción de inversión extranjera en Latinoamérica. La explotación de minerales en Latinoamérica ha presentado un crecimiento constante durante los últimos 20 años.

A nivel de exploración minera, se puede apreciar que durante 2010, del total de recursos destinados en el mundo, correspondientes a US\$7.320 millones, los países que absorben un mayor porcentaje de tal inversión son: Perú (7%), Chile (5%), México (5%) y Brasil (3%). América Latina es la región del mundo en donde se concentra la mayor cantidad de presupuesto destinado a la exploración minera, el que corresponde al 26% del presupuesto mundial.

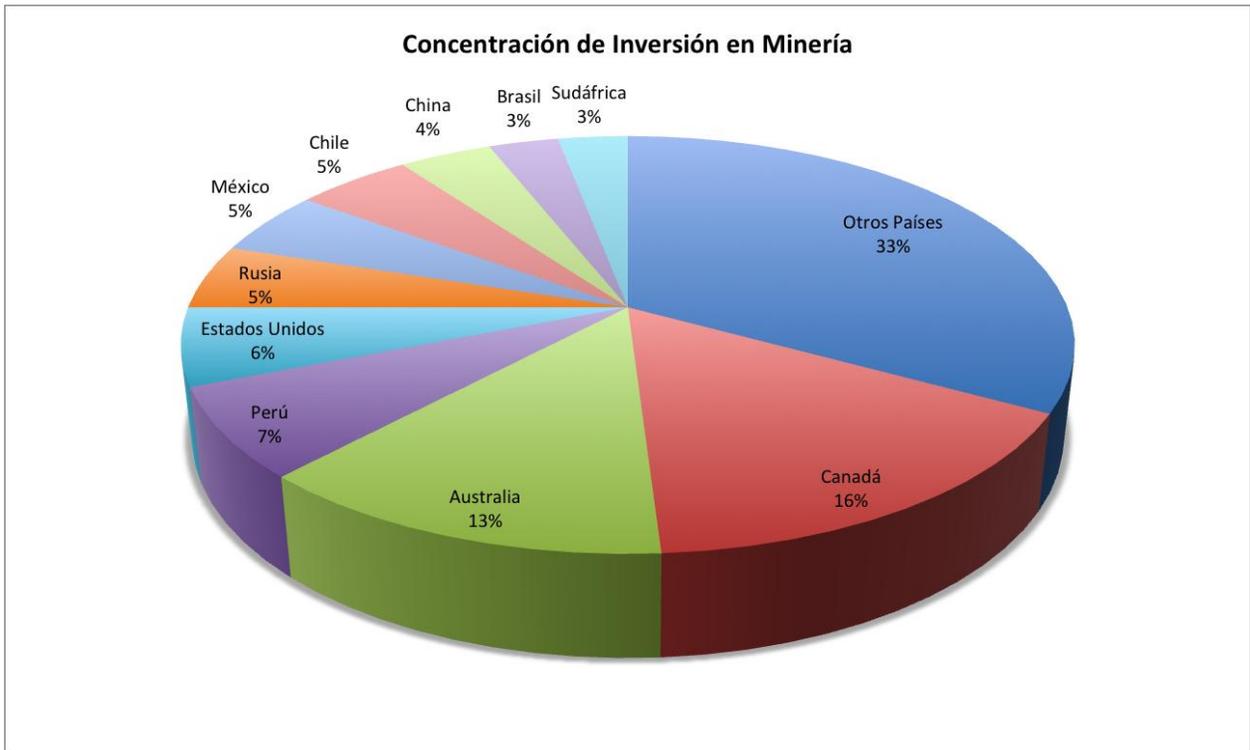


Figura 1: Concentración de Inversión en Minería

Elaborado por SocialTech en base a Metals Economics Group 2010 [CESCO, 2010]

Los factores que determinan el atractivo de un país para las inversiones en exploración no están determinados únicamente por el potencial geológico de sus territorios. Un clima de

inversión que promueva una industria minera eficiente y competitiva es determinante al momento de explicar el atractivo de un país [CESCO, 2010].

4.2. Ranking de Países Mineros

Se consideran siete criterios fundamentales para establecer un ranking de países mineros, estos criterios dan cuenta de los sistemas políticos y económicos del país; el grado de problemas sociales que afectan a la minería, el sistema burocrático, la velocidad de otorgamiento de permisos, el grado de corrupción, la estabilidad del sistema monetario y la competitividad del sistema de impuestos [Behre Dolbear, 2012].

En un listado de 25 países considerados para estudio, figuran Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia y Perú como países latinoamericanos. En este listado destaca Chile en el lugar 3, México en el lugar 5, Colombia en el lugar 7, Perú en el lugar 9, Argentina en el lugar 14 y Bolivia en el lugar 24. Respecto a los países latinoamericanos que obtuvieron una puntuación menor a la media en el ítem “Social Issues” fueron Perú (4/10), Argentina (4/10) y Bolivia (1/10).

4.3. Necesidad y Oportunidad

Dado que las exploraciones mineras avanzan día a día en la búsqueda de nuevos yacimientos mineros, los conflictos sociales continúan siendo uno de los más altos factores de riesgo que afectan el desarrollo de la minería alrededor del mundo. Los temas candentes observados en diversos estudios de impacto social son relativos a derechos indígenas, desarrollo sustentable y la licencia social que determina la aceptación por parte de la comunidad de una operación minera.

El avance de las exploraciones afecta a las comunidades locales, las cuales desde su perspectiva, ven invadido su hábitat, contaminado su entorno, modificado los cursos de agua, y muchos otros efectos. La proliferación de medios de comunicación masivos y la facilidad que entregan a la comunidad para organizarse entorno a los conflictos, hacen de los conflictos mineros un hito muy importante en la agenda país de cada gobierno.

Dentro de los problemas que presentan algunos conflictos mineros, existen consideraciones vinculadas disputas de fuerzas locales, grupos multinacionales, inversionistas y movimientos sociales frente a los gobiernos regionales y nacionales, respecto a quien tiene la capacidad de decidir sobre el destino del territorio. [De Echave y Otros, 2009: 48]

El crecimiento de los conflictos en América Latina y particularmente en el Perú está asociado a una mayor demanda de participación ciudadana para una gestión adecuada de recursos naturales. El rechazo de las poblaciones locales a la imposición de decisiones desde el gobierno central, sin ser consultadas, ha ido en ascenso. [De Echave y Otros, 2009: 18]. Las operaciones mineras, dado que se encuentran atadas a un determinado lugar y espacio geográfico, deben encontrar una forma de convivir con la comunidad en las regiones donde intervienen de manera de minimizar los problemas [Aste, De Echave y Glave 2004:46].

Los conflictos mineros que se pueden clasificar en Socioculturales, Ambientales, Económicos, Laborales, Gobernabilidad y Territoriales [CYTED y OLAMI, 2011:9].

- Socioculturales: involucra aspectos como las exclusiones a grupos culturales, modificación de patrones culturales, no reconocimiento a las organizaciones naturales.

- Ambientales: considera aspectos como contaminación, desvíos de cursos de agua, utilización de tóxicos, uso del agua, afectación del paisaje y patrimonio ambiental.
- Económicos: originados en la distribución de beneficios, propiedad de la tierra, derecho de uso y paso.
- Laborales: involucra temas como cumplimiento de normas laborales y sociales, condiciones de trabajo y seguridad.
- Gobernabilidad: involucra falta de transparencia, corrupción, legislación incompleta, falta de controles, exclusión política.
- Territoriales: involucra definición de jurisdicciones, autonomías, propiedad comunal y uso de tierras.

De acuerdo con [De Echave y Otros, 2009: 15], los escenarios de conflicto en el relacionamiento de las empresas con la comunidad son:

- Desconocimiento de normas, políticas y procedimientos.
- Desconocimiento de las culturas, costumbres y tradiciones locales.
- Mala distribución o uso del agua.
- Desconocimiento del uso del territorio.
- Desinformación sobre proyectos en las áreas de influencia directa e indirecta.
- Posibles impactos en la salud que podrían surgir por efecto de las actividades mineras.
- Competencia entre las distintas actividades productivas en una región.
- Expectativas insatisfechas o promesas incumplidas con respecto a la generación y distribución de empleo y otros beneficios por parte de las empresas mineras a los grupos de interés.
- Penetración cultural a comunidades indígenas y otras etnias.
- Oposición de comunidades o pueblos originarios a la realización de operaciones mineras, por influencias externas.
- Resistencia al desplazamiento, reubicación y negociación de tierras.
- Fuera de poder que amedrentan a la población.
- Extrema sensibilidad a intervenciones de organizaciones externas.

4.4. Site Selection en Latinoamérica

Al momento de decidir en qué país se desarrollará el negocio de **SocialTech**, se considera en qué lugares existe la necesidad del cliente y cuáles son las reales oportunidades existentes para el equipo emprendedor.

Como ha sido demostrado previamente, la inversión en exploración minera es intensa en varios países de Latinoamérica, destacándose Perú y Chile por sobre el resto. Por otra parte, es fundamental considerar el lugar geográfico dónde están presentes los conflictos sociales. Perú nuevamente destaca en este punto, Chile está algo detrás, pero dada la importancia de sus proyectos mineros, no deja de cobrar relevancia.

Inversiones Mineras en Perú

Se estiman en cartera de proyectos de inversión un total de US\$42 mil millones, de los cuales alrededor de 95% están relacionados a proyectos de cobre, oro y hierro [Carranza, 2011].

Mineral	Inversión (US\$ millones)
Oro	5.189
Cobre	27.937
Hierro	6.580
Otros	2.745
Total	42.451

Tabla 1: Proyección de Inversión para proyectos Mineros en Perú 2011-2016

[Carranza, 2011]

De acuerdo a las empresas mineras, existen algunos inhibidores de la competitividad del sector minero en Perú. Estos inhibidores se presentan como conflictos sociales, presencia del Estado en zonas mineras y reivindicaciones de tierras nativas. Según un análisis de Fraser Institute en su encuesta anual de compañías mineras, se considera que los acuerdos socioeconómicos/Condiciones de desarrollo comunitario e Incertidumbre en cuanto a reivindicaciones de tierras nativas son considerados por un 54% y 48% de las compañías encuestadas como una barrera al desarrollo de inversiones.

En general cerca del 20% de los encuestados indican que los conflictos sociales son una barrera fuerte o que impide totalmente la inversión. Adicionalmente, dos tercios de las compañías mineras consideran que la participación del Estado en prevención y mediación de conflictos es mala o muy mala. Por otra parte, los aspectos socioeconómicos y la estabilidad política son los principales factores que determinan una decisión de inversión en el sector minero de Perú [Fraser Institute, 2011:9].

Doing Business en Perú

La clasificación de Perú se ha mantenido constante durante los pasados dos años, logrando figurar en el lugar número 43 entre 185 de los mejores países para hacer negocios en el mundo. Dentro de los valores que presenta Perú como país para realizar negocios, destacan varios valores por sobre los niveles promedios de países de la OCDE u otras economías de la región.

Apertura de un negocio	Manejo de permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	Obtención de crédito	Protección de los inversores	Pago de impuestos	Comercio transfronterizo	Cumplimiento de contratos	Resolución de la insolvencia
60	86	77	19	23	13	85	60	115	106

Figura 2: Ranking de Perú en distintas variables consideradas

[Doing Business 2013]

En los puntos más importantes a considerar para una inversión extranjera, Perú ha mostrado mejorías respecto al año 2012. Las mejorías se visualizan en temas relativos a la mayor facilidad para obtener permisos de construcción, más transparencia en información de créditos, mayor cumplimiento de contratos, facilidades para el registro de propiedades, protección de inversores y pago de impuestos. De esta forma se ha mostrado que no ha variado su condición de país atractivo, logrando valores muy similares a los valores de los países de la OCDE y sus símiles de economías más desarrolladas.

	Ranking (Fluctuación 2012-2013)	Perú	América Latina y el Caribe	OCDE	Chile (ranking)
Apertura de un Negocio	60 (-7)	5 proced. 26 días	9 proced. 53 días	5 proced. 12 días	7 proced. 8 días
Registro de Propiedades	19				6 proced. 31 días (54)

Tabla 2: Ranking Perú 2012 – Apertura de un Negocio y Registro de Propiedades

Elaborado por SocialTech en base a [Doing Business 2013]

Apertura de un Negocio y Registro de Propiedades

Número total de procedimientos y días necesarios para inscribir una sociedad o registrar una propiedad. La medición captura la duración promedio que los abogados expertos en la materia estiman como necesaria para completar un procedimiento.

	Ranking (Fluctuación 2012-2013)	Perú	América Latina y el Caribe	OCDE	Chile (ranking)
Protección de Inversores	13	7.7 / 10	5/10	6.1/10	6.3/10 (Ranking: 32)
Pago de Impuestos	85	9 pagos por año 293 horas por año 40.5% tasa de impuesto total % de ganancia	30 pagos por año 367 horas por año 47.2%	12 pagos por año 176 horas por año 42.7%	6 pagos por año 291 horas por año 28.1% (Ranking: 36)
Cumplimiento de Contratos	115	428 días 35.7 Costo como % de la cantidad demandada 41 proced.	727 días 30.8% 40 proced.	510 días 20.1% 31 proced.	480 días 28.8% 36 proced. (Ranking: 70)
Obtención de Crédito	23				6 proced. 5 días (Ranking: 53)

Tabla 3: Ranking Perú 2012 – Protección de Inversores, Impuestos, Contratos y Créditos

Elaborado por SocialTech en base a [Doing Business 2013]

Protección de los inversores

Mide el nivel de protección que disponen legalmente los accionistas minoritarios contra el uso abusivo de los activos de una compañía por parte de los directores para beneficio propio. Los indicadores distinguen tres dimensiones de protección de los inversores: transparencia de las transacciones entre partes vinculantes; responsabilidad de los administradores en caso de transacciones perjudiciales entre partes vinculantes; y la capacidad de los accionistas de llevar a juicio a los directores y ejecutivos por mala conducta. En este punto, Perú se encuentra brillantemente en el lugar 13 del ranking mundial, con un valor de 7.7/10 muy por sobre valores promedio de países pertenecientes a la OCDE y América Latina.

Pago de Impuestos

Muestra los impuestos que una compañía de tamaño medio debe pagar o retener al año, junto con las complicaciones de las medidas administrativas sobre el pago de impuestos. Estas medidas incluyen el número de pagos un nuevo empresario debe realizar, el número de horas de preparación requeridas, la declaración, pago; y el porcentaje de las utilidades que deben ser pagadas en impuestos. En este punto, la tasa de impuesto total como porcentaje sobre el total de las ganancias, es de un 40%, siete y dos puntos menor al promedio de países de la OCDE y América Latina, con una cantidad menor de pagos por año.

Cumplimiento de Contratos

La facilidad o dificultad para hacer cumplir contratos comerciales se determina haciendo seguimiento a la evolución de una disputa en el pago y estableciendo el tiempo, costo y el número de procedimientos que se requieren desde el momento en que se establece una demanda legal hasta el momento del pago final. Este es quizás el punto más débil de Perú, figurando en el lugar 115/185 del ranking, con un elevado costo de las demandas frente a la cantidad demandada.

4.5. Análisis PESTEL

5.5.1 Análisis Político

Se espera que el presidente Ollanta Humala continúe con su política macroeconómica en el contexto de relativa debilidad mundial y el riesgo persistente de una crisis financiera originada en la zona del euro. Sin embargo las políticas económicas apoyarán la implementación de una economía de mercado nacional, que significa que el estado tomará un rol en los sectores productivos.

Respecto a los partidos políticos y fragmentación del sistema, el partido del presidente Humala, Gana Perú, posee 43 de los 130 asientos en el congreso. A pesar de esta minoría, el presidente ha logrado conseguir apoyo para llevar a cabo reformas.

5.5.2 Análisis Económico

Perú tiene uno de los crecimientos anuales promedio más altos en la región, además de una inflación comparativamente baja cercana al 3% con una moneda estable. Perú es un mercado pequeño con un bajo GDP por cabeza y altos niveles de pobreza, tras haber crecido 6.9% en 2011, se espera que la economía presente un crecimiento menor cercano a 5,8%, aportado por el continuo consumo privado e inversión.

Las fortalezas de Perú como centro de negocios son su apertura económica, en el sentido de tratados de libre comercio y su estable ambiente macroeconómico. Se estima que la política de inversión extranjera no cambiará y su infraestructura mejorará marcadamente. Entre el año 2007 y 2011, el país muestra un balance flujo de Inversión extranjera correspondiente al 5% del GDP.

La industria de los commodities en su conjunto concentran la mayor parte de las exportaciones del año 2011 con el Cobre con el 23.2% y el Oro con el 21.8% del total de exportaciones. Mientras que los países de destino principales son China (15%), US (12%), Canadá (9%) y Japón (5%), sus más grandes proveedores son US (24%) y China (14%) [Economist, 2012].

5.5.3 Análisis Social

La población del Perú estimada en el año 2011, es de 30.4 millones con un GDP de US\$9.946 ajustado al poder de compra. Se considera que Perú tiene un pobre ambiente institucional a la par de una desigualdad en la distribución del ingreso en las regiones. Se prevé que esta desigualdad continúe en la misma senda. Según proyecciones internacionales, se esperan conflictos sociales alrededor de los proyectos de minería de gran escala desajustando la estabilidad política [The Economist Unit, 2012].

5.5.4 Análisis Tecnológico

En materia de tecnologías de información, Perú así como el resto de Latinoamérica se encuentra atrasada en el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicaciones. Perú retrocedió 14 puestos según el índice de competitividad tecnológica, marcando 3,34 puntos y ubicándose en el lugar número 106 del ranking. [Wold Economic Forum, 2012]. A pesar de este retroceso en el ranking TIC, los dispositivos smartphone, requeridos para el aprovechamiento de los servicios de **SocialTech**, aumentaron en un 6% su market share entre 2010 y 2011 llegando a un 11%. Según cifras oficiales, se han duplicado las ventas de smartphones en el último año [Revista Business Perú, 2012].

En lo que respecta a la tecnología aplicada en minería, ésta es considerada avanzada, dado que las grandes compañías multinacionales que tienen presencia en Perú, también están presentes en mercados mineros desarrollados tecnológicamente como Canadá y Australia, lo que trae consigo el uso de tecnologías de exploración de punta en la minería peruana.

5.5.5 Análisis Legal

El estado de Perú provee garantías legales y estabilidad para inversionistas locales, extranjeros, y de las compañías donde éstos invierten. El gobierno peruano garantiza a inversores extranjeros, previa firma de contratos sujetos a las provisiones generales en contratos establecidos

bajo el código civil, las siguientes garantías: **Tratamiento igualitario**, en el cual la legislación no discrimina contra inversores y compañías en términos de su estatus como ciudadano o extranjero. **Estabilidad en impuesto a ingresos y estabilidad** del régimen de libre disponibilidad de divisas y de remesa de utilidades, dividendos y regalías en el caso del capital extranjero

En la relación bilateral entre Chile y Perú destaca “El convenio básico de cooperación técnica y científica” según consta en el oficio N° 4.320, de 20 de mayo de 2003, de la Honorable Cámara de Diputados.

Este convenio coordinado y supervisado por la Agencia de Cooperación Internacional (AGCI, Chile) y por la Secretaría Ejecutiva de Cooperación Técnica Internacional (SECTI, Perú) podrán promover la participación de organismos internacionales multilaterales, regionales y subregionales; de entidades gubernamentales e instituciones públicas o privadas de terceros países; de universidades, instituciones o centros académicos y de investigación; de entidades nacionales de sectores públicos, privados, regionales, comunales y de organizaciones no gubernamentales [Decreto 236, 2003].

4.6. Análisis FODA

Fortalezas

- Los servicios que ofrece **SocialTech** son altamente requeridos por las compañías mineras frente a cada nuevo proyecto de exploración.
- El equipo emprendedor es experto en gestión comunitaria y asesora actualmente a grandes empresas mineras de exploración.
- El equipo gestor ha participado en el Consejo Minero, formando parte del Grupo de Exploración Sustentable (GES) de la institución gremial.
- Su base de datos de conflictos mineros es única en el mercado.
- El proceso de alimentación de la base de datos cuenta con un proceso estandarizado de carga, con agentes especializados que recogen la información pública y privada disponible, respetando un sistema de aprobación basado en documentación y revisión experta.

Oportunidades

- Si las empresas valoran el trabajo realizado por **SocialTech** pueden solicitar apoyo similar para sus inversiones en el resto de América Latina.
- La base de datos propia puede ser de interés no sólo de las empresas mineras, sino de otras organizaciones como ONGs y el mismo Estado, y cualquier organización que desee analizar y resolver el desarrollo de conflictos.

Debilidades

- Las barreras de entrada son bajas. Muchas empresas pueden tratar de copiar la idea de **SocialTech**, aunque la calidad profesional y el servicio al cliente pueden marcar la diferencia.

- Los ingresos del negocio dependerán de la cantidad y duración de los proyectos de exploración.

Amenazas

- Las crisis económicas mundiales y los ciclos propios de la minería, pueden repercutir en la disminución del presupuesto para exploraciones mineras, y, por lo tanto, para destinar recursos a asesorías comunitarias.
- El ingreso de competidores con base de datos más completas (gracias a mayor presupuesto) debido a las barreras de entrada bajas, puede generar que clientes les prefieran. **SocialTech** deberá generar diferenciación y tratar de cautivar a sus clientes. Ser primero puede ser la gran ventaja.

4.7. Competencia

Para determinar la competencia existente en el mercado peruano, se realizó un acucioso estudio de mercado utilizando los principales directorios industriales. El criterio empleado fue considerar las áreas adyacentes al foco central de **SocialTech**. Entendiendo que los actuales competidores, pueden extender su rango de acción hacia la disciplina social.

Tras la búsqueda utilizando las palabras claves “Consultoría Ambiental”, se encontraron 90 resultados en las páginas amarillas de Perú. Utilizando las palabras claves “consultoría social”, se encontraron repetidas algunas compañías, además de estudios de abogados que no tenían relación con el tema de gestión social. Con las palabras clave “conflictos mineros” y “gestión social”, las distintas búsquedas no arrojaron ningún resultado positivo. Con el uso de la palabra “asesoría minera”, “asesoría social” y “asesoría de gestión”, no se obtuvieron ningún resultado satisfactorio. En base a esto, se analizó cada una de las propuestas de valor de las compañías competidoras y se filtró su principal disciplina de operación en base a los criterios: ambiental, social, socio-ambiental, arqueológico, multidisciplinario y sin descripción. La competencia en Perú, se distribuye de la siguiente forma:

PRINCIPAL DISCIPLINA	Nº de COMPETIDORES
AMBIENTAL	21
SOCIAL	7
SOCIO-AMBIENTAL	3
ARQUEOLÓGICO	1
MULTIDISCIPLINARIO	1
SIN DESCRIPCIÓN	2
TOTAL	35

Tabla 4: Distribución de Competidores de SocialTech en Perú

[Elaborado por SocialTech]

Los servicios que entregan las compañías con foco arqueológico son los siguientes:

- Proyectos de evaluación arqueológica y rescate.
- Puesta en valor de sitios arqueológicos.
- Asesoramiento jurídico-legal.
- Capacitación.

Los servicios que entregan las compañías con foco ambiental son los siguientes:

- Asesoría en asuntos ambientales.
- Estudios de impacto ambiental.
- Asesoría en manejo integral de residuos.
- Elaboración de expedientes técnicos.
- Capacitación.
- Ejecución de planes de contingencia.
- Levantamiento topográfico.

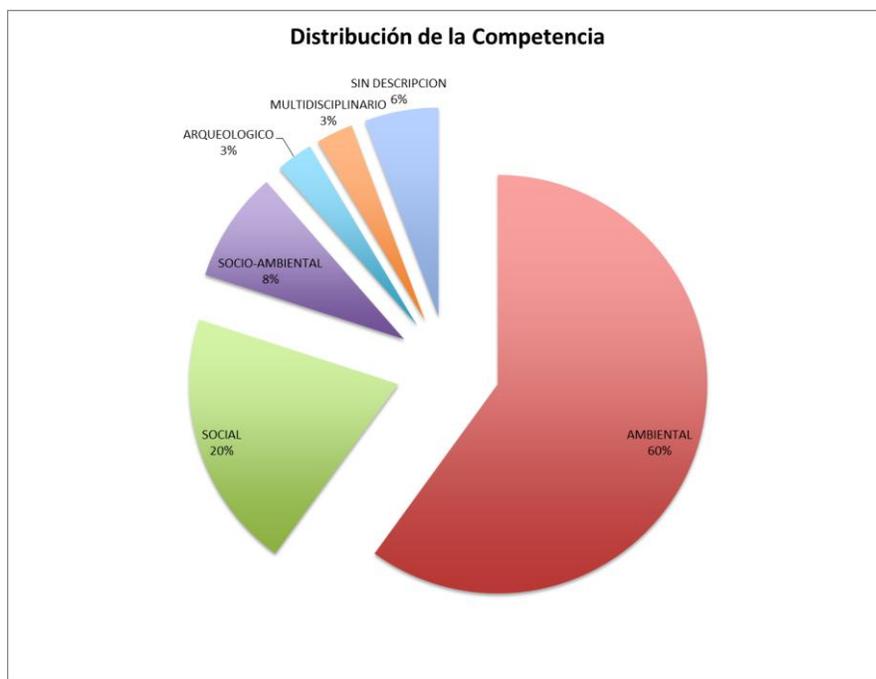


Figura 3: Distribución de Competidores de SocialTech en Perú

[Elaborado por SocialTech]

Los servicios que entregan las compañías con foco social son los siguientes:

- Formulación e implementación de estrategias de responsabilidad social.
- Formulación de planes de desarrollo comunitario, regional o sectorial.

- Gestión de relación con los stakeholders o grupos de interés.
- Gestión de capital humano.
- Estudios sociales: líneas base, evaluación de impacto, análisis de riesgo.
- Evaluación de proyectos.
- Planes de comunicación y relacionamiento.
- Investigación de marketing social.
- Mapeo de actores y resolución de conflictos.

Del análisis anterior, se desprende que no existe un competidor que ofrezca un servicio como el que realizará **SocialTech Perú**. En general, se puede mencionar que existen 4 tipos de potenciales competidores.

- A) Empresas que ofrecen un servicio de gestión comunitaria, pero que no tienen una base de datos de conflictos mineros, ni usan información geográfica referenciada. Normalmente sus consultores son antropólogos, sociólogos, periodistas.
- B) Empresas que ofrecen un servicio de gestión comunitaria, pero que el foco es la comunicación, tampoco tienen base de datos de conflictos mineros, ni usan información geográfica referenciada. Normalmente sus consultores son periodistas.
- C) Empresas expertas en gestión ambiental que entregan además un servicio de gestión social, no obstante no son expertos ni manejan base de datos de conflictos sociales.

SocialTech Perú se diferencia de la competencia por las siguientes razones:

- 1) Utiliza una poderosa base de datos de conflictos sociales mineros, que permite hacer un levantamiento relevante para la planificación de gestión social del proyecto minero
- 2) Su foco es la exploración minera. Por lo tanto, conoce de sus necesidades, las que son muy distintas a las de la operación minera
- 3) Todos los entregables de su asesoría son geográficamente referenciados; es decir, generará archivos de sistemas de información geográfica referenciada (GIS), los que son de mucha utilidad para integrarla al resto de la información que geología y el resto del equipo de exploración minera utiliza.

Respecto a otras bases de datos de conflictos mineros a las cuales los clientes puedan recurrir, se menciona que no hay empresas que ofrezcan bases de datos en formato GIS, sólo se conoce que el Observatorio de Conflictos Mineros de América Latina (OCMAL) tiene una base de datos de conflictos que ofrece gratuitamente.

SocialTech entregará información también de los pequeños conflictos que han tenido las empresas de exploración y que han sido públicas a través de quejas realizadas a la institucionalidad ambiental, a la prensa o a los distintos municipios.

4.8. Características del Mercado de Conflictos Sociales en Perú

Estadísticas de Conflictos Sociales Mineros en Perú

Según un completo estudio realizado en Perú por el IEP Instituto de Estudios Peruanos, CIPCA Centro de Investigación y Promoción del Campesinado, CBC Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de Las Casas y por el CIES Consorcio de Investigación Económica y Social; se desprende que existe una relación directa entre la estrategia de entrada, el relacionamiento con las comunidades y los conflictos sociales. Según este estudio, la transparencia de la información en las relaciones con la comunidad, aumenta las probabilidades de reducir los conflictos mineros [De Echave y Otros, 2009:235]. En el año 2009, la Defensoría del Pueblo registró un total de 223 conflictos sociales en estado activo y 49 en estado latente. Del total de conflictos en estado activo, 75 estaban relacionados a actividades mineras, causados principalmente por motivos socio ambientales (85%).

Existe una amplia gama de puntos en disputa entre las comunidades y las empresas mineras, en lo que considera la propiedad y uso de los recursos, distribución de los recursos, contaminación ambiental, asuntos culturales y el impacto de la actividad minera y de explotación de recursos naturales, desarrollo y futuro sustentable, derecho de las poblaciones a decidir sobre su destino, entre otros [De Echave y Otros, 2009].

Concesiones Mineras y Evaluación de Impacto Ambiental en Perú

Para el 77% de las empresas mineras la obtención de concesiones mineras tiene una dificultad baja, mientras que el 83% considera que el procedimiento para la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) tiene una dificultad alta.

El propósito de un EIA es: “establecer las condiciones ambientales existentes en el área de influencia del proyecto para evaluar los posibles impactos que pueden ser ocasionados por el proyecto e identificar las medidas de mitigación que serán necesarias para eliminar o minimizar los impactos a niveles aceptables”. Adicionalmente los impactos deben ser, estimados e interpretar su resultado, el cual debe ser comunicado a la autoridad pertinente [PeruMin, 2009].

Las EIA deben contener en su detalle los puntos más importantes que un eventual proyecto podría materializar en la zona de influencia. El EIA debe contener un reglamento de participación, la descripción del área del proyecto, las actividades a realizar, los efectos previsibles de esta actividad, el control y mitigación de los efectos de la actividad. Adicionalmente, el estudio debe contener el análisis de costo-beneficio de la actividad e información adicional que muestre alternativas al proyecto y ambientes afectados.

Existe una lista de recomendaciones para mejorar la competitividad del sector minero peruano, este lista considera los cuellos de botella más importantes existentes en la operación política y operacional del mercado minero de Perú. Dentro de las recomendaciones entregadas en la Convención Minera, se destacan los aspectos sociales y procedimientos para obtención de autorizaciones de exploración y explotación [PeruMin, 2009: 63]. Considerando el factor de Prevención y solución de conflictos sociales entrega un listado de acciones:

- Desarrollo de Mapa de Concesiones Mineras que incluya zonas protegidas y reservas. Así como información social del área, incluyendo número de comunidades afectadas y propiedad de terrenos superficial. Involucrados: MINEM, INGEMMET, MINAM.
- Entrega de información y capacitación a comunidades en zonas con presencia actual o futura de operaciones mineras. Involucrados: DRM
- Preparación de evaluación de impacto social por parte de la empresa minera, como un proceso interno que facilitará las relaciones comunitarias. Involucrados: Empresas mineras.
- Creación de una entidad con capacidad de prevenir y mediar conflictos entre personas afectadas por la minería, instituciones del Estado y empresas mineras. Involucrados: MINEM, Empresas Mineras.

Se puede apreciar que las recomendaciones entregadas en la convención de minería, son enormemente similares a la propuesta de valor de **SocialTech**, destacando el Mapa de concesiones mineras, zonas protegidas, reservas, número de comunidades afectadas, terrenos y ubicación de ellos. En la recomendación se desprende la real necesidad de contar con una empresa que permita mediar entre las empresas mineras, comunidad e instituciones gubernamentales.

4.9. Definición de mercado objetivo en Perú

El mercado objetivo de **SocialTech-Perú**, está compuesto por compañías mineras Junior y Senior en operación o en proceso de obtención de nuevas concesiones mineras o con concesiones mineras vigentes en proceso de aprobación de EIA, en las zonas conflictivas del Norte del país. Las compañías mineras con mayor presencia en el país considerando el monto de inversiones, han tenido una larga historia de controversias sobre derechos humanos, ambientales y violación de la seguridad en diferentes minas alrededor del mundo [REPRESIK]. Este hecho demuestra que es ventajoso para nuevas compañías de gestión social iniciar su proceso de ingreso a un mercado lleno de oportunidades.

Adicionalmente se encuentran dentro del mercado objetivo peruano, los gobiernos regionales de los departamentos de Ancash, Apurímac, Cajamarca, Cusco y Piura los cuales pertenecen a las regiones que concentran la mayor cantidad de conflictos mineros latentes y potenciales.

El portafolio de inversión estimado de minería está compuesto por 48 proyectos mayores, los cuales incluyen proyectos de exploración y expansión, los que en conjunto ascienden a un monto de US\$53.229 millones. Esta mención es relativa dado que existen otros proyectos en fase de exploración que no están en el portafolio de referencia.

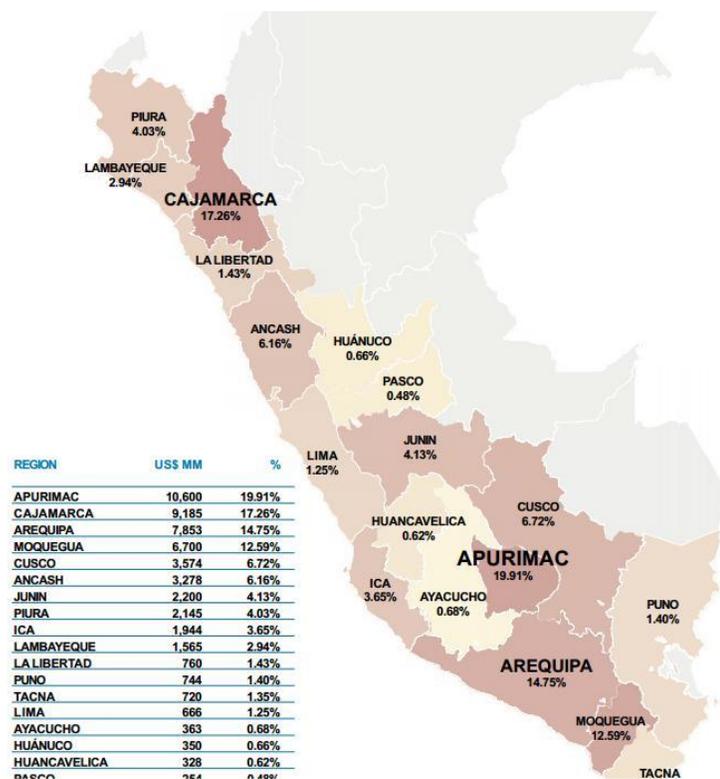


Figura 4: Distribución Geográfica de Inversión en Proyectos Mineros en Perú

Compañía	Compañía	Compañía
Barrick Gold	Corporación Chinalco	Peñoles
XStrata	Zijin Group	Mitsubishi
BHP – Billiton	Milpo	Rio Tinto
Teck – Cominco	Newmont	Gold Fields
Mitsui	Freeport – McMoRan Copper & Gold Inc	Chinalco
Anglo American	Grupo México	Votorantim
Cia Vale do Rio Doce	IAM Gold	Sumitomo

Tabla 5: Principales Compañías Mineras en Perú

[Elaborado por SocialTech]

Regiones	Proyectos Conflictos	Cliente Potencial	Descripción
Cajamarca	Conga Chadin Tintaya	Xstrata	El Proyecto Chadín 2 considera la construcción de una represa en el río Marañón. Este proyecto será sujeto de grandes cuestionamientos, y la compañía Xstrata afronta la paralización de Tintaya además de la toma de su ampliación, el cual es un proyecto dos veces el tamaño del primero. Esta zona además presenta conflictos cercanos tales como Conga.
Apurímac Cuzco	Las Bambas Tintaya-Antapaccay	Xstrata	Un conflicto en potencia es el mineroducto que se extiende desde Las Bambas a Tintaya-Antapaccay. Este proyecto, que transportará el mineral extraído de las alturas de la región de Apurímac a las bases de Xstrata en Cusco, impactará en su ruta a decenas de comunidades, sobre todo sus ríos y lagunas.
Moquegua	Quellaveco Cuajone	Anglo American Mitsubishi	Otro foco de conflicto se encuentra en Moquegua, en donde se negocia con la minera Anglo American y Mitsubishi Corporation el nuevo proyecto Quellaveco, por medio de una mesa de diálogo que tiene como principal objetivo realizar el análisis hidrológico e hidrogeológico del Estudio de Impacto Ambiental (EIA).
Puno	Minería Informal Río Ramis	Gobierno	En la zona sur del país, los conflictos giran en torno a la minería informal. Los pobladores piden incluso la presencia del Ejército en la zona, y sus reclamos provienen principalmente de los agricultores afectados por la contaminación del Río Ramis.
Amazonas	Pueblo Awajún Wampis	Afrodita Gobierno	Uno de los 22 conflictos importantes de la región, es una histórica confrontación entre el pueblo Awajún Wampis y la minería Afrodita con respecto al recorte del Parque Nacional Ichigkat Muja. Esa comunidad exige la recuperación total del parque.
San Martín	Comunidades Indígenas de Cordillera Escalera	Talismán Petrolera Perú	Conflicto producto de la superposición del lote 103 de Talismán Petrolera Perú en el Área de Conservación Regional Cordillera Escalera. Esta superposición genera un choque de intereses entre las comunidades indígenas de la zona.

Tabla 6: Principales conflictos latentes y clientes potenciales

Elaborado por SocialTech en base a [Mongue, 2012]

5. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Levantamiento de Información social del área de influencia.

Considera realizar un reconocimiento del área respecto a lo social. Para contestar preguntas del contexto social del tipo: qué comunidades hay en el sector?, qué recursos existen para uso social?, de qué vive la gente?, cuál es el nivel de organización de las personas?, cuál es

la cosmovisión de la comunidad?, quienes son las autoridades y su relación con la comunidad?, qué medios de comunicación existen?, cuáles son las áreas protegidas?, cuales son las áreas sensibles y de desarrollo indígena?, entre otras.

Además considera el levantamiento de información geográfica de interés: sitios protegidos, minería cercana, proyectos de inversión cercanos, conflictos mineros, individualización de comunidades, instituciones, localidades, autoridades a nivel macro, mezo y micro.

Nivel Macro: en una comunidad que tiene un gran alcance geográfico y poblacional amplio. Son aquellas personas que tienen la capacidad de influir en una gran cantidad de subgrupos, por ejemplo: alcalde, concejal, autoridades de gobierno.

Nivel Mezzo: son aquellas personas con capacidad de influir sobre un grupo pequeño y que representa generalmente un grupo de interés, por ejemplo: junta de vecinos, clubes de adulto, clubes en general, incluso un padre de familia.

Nivel Micro: nivel mínimo de influencia, considera sólo una persona.

Análisis de Stakeholders

Considera distintas actividades ligadas al análisis de involucrados en un proyecto. Se incluyen como actividades las siguientes: (1) Identificación de los intereses y necesidades de cada actor (stakeholders). (2) Identificación del potencial impacto que generarían las actividades mineras en esas comunidades. (3) Realización de un análisis de redes de los actores que implica establecer los grados de influencia, importancia y relaciones que existen entre los distintos actores. (4) Categorización de stakeholders en base a grado de influencia (baja, media, alta) y proclividad hacia el proyecto (baja, media, alta).

Análisis de riesgos sociales

Considera el análisis de las actividades propias del proyecto de exploración en cuestión y los potenciales riesgos con las comunidades. El análisis identificará: Peligro (Expectativas, Relaciones Gobierno, Relaciones Grupos Comunitarios, Relaciones ONG); Escenarios de Riesgo (Generadores de riesgo); Descripción de Impacto del Riesgo; Causas del Riesgo; Individualización de Stakeholders y Sub-stakeholders afectados negativamente; Riesgo Inherente del proyecto que incluye la consecuencia, probabilidad y severidad del mismo; Medidas de Control (mitigación, eliminación); Análisis de riesgo residual, entendido como la situación tras la ejecución de las medidas de control.

Start Up Analysis (Modelo Beri Ori)

Servicio ofrecido a compañías que deseen iniciar actividades en alguna localidad de Perú. El modelo de análisis Start Up considera el estudio de las actuales políticas existentes en el país y su comportamiento. Este análisis permite, en base al pasado, predecir comportamientos futuros y estimar las eventuales problemas que una industria en particular podría enfrentar. Este enfoque se considera ideal para aplicar a la industria de la minería y el modelo que cumple este enfoque es The BERI Operational Risk Index (ORI) and the “R” Factor utilizado ampliamente por reconocidas organizaciones de análisis de riesgo como CIA, The Economist, y compañías para

resumir información y usarla en la toma de decisiones. La empresa utilizará un modelo adaptado para evaluación de conflictos y desarrollar la asesoría asociada.

Recomendaciones de Gestión Social

Corresponde a los planes de acción comunitaria para el desarrollo responsable del proyecto. Normalmente contiene un: Plan de relacionamiento comunitario, un Plan comunicacional (mensaje a entregar, identificar voceros), un Plan de Retroalimentación con las comunidades (mecanismo de recepción y respuesta, canales de comunicación, protocolo interno para recepción de quejas). Plan de Resolución de Conflictos, que a su vez detalla el desarrollo de un procedimiento interno de resolución de conflictos, en el cual se le dé a la empresa directrices de cómo formar equipos de resolución de conflictos y un protocolo de trabajo con comunidades.

Auditoría de Cumplimiento y Actualización de Información Social

Consiste en el control de cumplimiento de los planes de acción comunitaria establecidos. Incluye el desarrollo de indicadores cuantitativos y porcentaje de cumplimiento de objetivos, así como también las sugerencias para la obtención del 100% de los objetivos trazados.

Boletín de Actualización Social

Servicio gratuito entregado a las compañías clientes que hayan solicitado el servicio de *Levantamiento de información social del área de influencia*. Este boletín contendrá la actualización trimestral, durante 1 año, del contexto social del área del proyecto.

Creación de Social Issue y Aplicación Móvil

Considera el desarrollo del software SocialIssue y la aplicación móvil integrada con mapas y geo-información de conflictos.

Actualizaciones de la base de datos de Social Issue

Considera las operaciones requeridas para mantener actualizada la base de datos de SocialIssue. Incluye la gestión de los agentes alimentadores y las actividades requeridas para conseguir información precisa y actualizada.

Actualización y Mejoras de Social Issue

Considera las actividades necesarias para agregar funcionalidades al sistema SocialIssue, con la intención de hacerlo extensible a otras industrias de explotación de recursos naturales, y agregar nuevas funcionalidades tales como la integración con mapas y sistemas externos.

6. MODELO DE NEGOCIOS

6.1. Socios Clave

Instituciones de Gobierno

- **Ministerio de Energía y Minas (MINEM):** responsable del sector minero y encargado de la promoción de la actividad minera, así como de su regulación ambiental y social. Su misión es promover la inversión privada en las actividades minero-energéticas en un marco legal competitivo, dentro de un desarrollo sostenible e incentivando la investigación y la capacitación; contribuyendo asimismo a la preservación del ambiente, a lograr una industria segura, a relaciones armoniosas entre los actores y al desarrollo energético con criterio de subsidiaridad.
- **Ministerio de Cultura:** El Ministerio de Cultura es el organismo rector en materia de cultura y ejerce competencia, exclusiva y excluyente en lo que respecta a patrimonio cultural, pluralidad étnica y cultural, entre otras. Dentro del dominio de minería, el ministerio de Cultura es el ente facultado para la entrega de un certificado de Inexistencia de Restos Arqueológicos, CIRA.
- **Dirección General de Asuntos Ambientales Mineros (DGAAM):** Institución dependiente del Ministerio de Energía y Minas.
- **Autoridad Nacional del Agua (ANA, ex Instituto de Recursos Naturales INRENA):** es el ente rector y la máxima autoridad técnico-normativa del Sistema Nacional de Gestión de los Recursos Hídricos, encargado de realizar las acciones necesarias para el aprovechamiento multisectorial y sostenible de los recursos hídricos por cuencas hidrográficas.
- **Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN):** es una institución pública encargada de regular y supervisar que las empresas del sector eléctrico, hidrocarburos y minero cumplan las disposiciones legales de las actividades que desarrollan. OSINERGMIN tiene asignadas funciones de supervisión, regulación, fiscalización y sanción, normativa, solución de reclamos en segunda instancia administrativa y solución de controversias.
- **Gobiernos Regionales y Autoridades Políticas locales:** Considera gobernadores y prefectos. Las concesiones mineras se otorgan en sede administrativa y de manera descentralizada: Los gobiernos regionales tramitan y otorgan concesiones mineras para la minería artesanal y pequeña minería dentro de su circunscripción territorial.
- **Gobierno Central:** por medio del INGEMMET tramita y otorga concesiones mineras para la mediana minería y gran minería.

- **Proinversión:** Agencia de gobierno que promueve la inversión con el fin de impulsar la competitividad del Perú y el desarrollo sostenible para mejorar el bienestar de la población.
- **Fuerzas Públicas (PNP, DIROES):** **Policía Nacional del Perú y Dirección de Operaciones Especiales de la Policía Nacional del Perú** tienen por misión desarrollar y dirigir operaciones policiales estratégicas de seguridad, prevención, búsqueda y combate de fuerzas terroristas, seguridad permanente de los servicios públicos esenciales en respuesta a las amenazas y desafíos al orden interno y la seguridad pública. Asimismo, intervienen en situaciones de crisis, desastres, acciones de respuesta especial.

INSTITUCIONES DE GOBIERNO PERUANAS	
MIMEM	Ministerio de Energía y Minas http://www.minem.gob.pe/
MCULTURA	Ministerio de Cultura http://www.mcultura.gob.pe/
DGAAM	Dirección General de Asuntos Ambientales Mineros http://www.minem.gob.pe/
ANA – INRENA	Autoridad Nacional del Agua - ex Instituto de Recursos Naturales www.ana.gob.pe/
OSINERGMIN	Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería http://www.osinergmin.gob.pe
GOBIERNO CENTRAL	Gobierno Central http://www.peru.gob.pe/
PROINVERSION	Proinversión http://www.proinversion.gob.pe/

Tabla 7: Instituciones de Gobierno Peruanas

[Elaborado por SocialTech]

Agencias Especializadas

- **Defensoría del Pueblo:** fue creada por la Constitución Política de 1993, como un organismo constitucionalmente autónomo, para defender los derechos fundamentales, supervisar el cumplimiento de los deberes de la administración estatal, así como la eficiente prestación de los servicios públicos en todo el territorio nacional. La Defensoría del Pueblo es un colaborador crítico del Estado que actúa, con autonomía, respecto de cualquier poder público o privado, en nombre del bien común y en defensa de los derechos de la ciudadanía. Dentro de sus facultades están: Investigar, elaborar informes, intervenir en procesos constitucionales, ejercer iniciativa legislativa, promover tratados sobre DD.HH, promover procedimientos administrativos.

- **Consejo Nacional del Ambiente - CONAM:** es la autoridad ambiental nacional del Perú. Tiene por finalidad planificar, promover, coordinar, controlar y velar por el ambiente y el patrimonio natural de la Nación. Tiene como objetivo promover la conservación del ambiente a fin de ayudar al desarrollo integral de la persona humana sobre la base de garantizar una adecuada calidad de vida, propiciando el equilibrio entre el desarrollo socioeconómico, el uso sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente. Constituye un organismo público descentralizado adscrito al ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros.
- **Instituto Geológico Minero y Metalúrgico (INGEMMET):** Fusionado desde el 2007 con el INACC. Su misión es otorgar títulos de Concesiones Mineras, administrar el Catastro Minero Nacional y el Derecho de Vigencia y Penalidad con transparencia y seguridad jurídica; así mismo, mediante la investigación, procesar, administrar y difundir eficientemente la información geocientífica del territorio nacional, a fin de promover la inversión, apoyar la planificación del desarrollo y contribuir en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los peruanos.
- **Instituto Nacional de Concesiones y Catastro Minero (INACC):** fusionado desde el 2007 con el INGEMMET, es el organismo público descentralizado del sector energía y minas del Perú encargado de la tramitación de las solicitudes de concesiones mineras, el catastro minero nacional y la administración del derecho de vigencia y penalidad. sus funciones son: Tramitar petitorios mineros, otorgar títulos de concesión minera y resolver las solicitudes referidas a derechos mineros conforme a ley; administrar el catastro minero nacional, el pre-catastro y el catastro de áreas restringidas a la actividad minera; elaborar el padrón minero; emitir opinión en los aspectos técnicos, legales u otros de su competencia.

AGENCIAS ESPECIALIZADAS	
DEFENSORIA	Defensoría del Pueblo http://www.defensoria.gob.pe/
CONAM	Consejo Nacional del Ambiente http://www.pachamamaraymi.org/
INGEMMET	Instituto Geológico Minero y Metalúrgico http://www.ingemmet.gob.pe/
INACC	Instituto Nacional de Concesiones y Catastro Minero http://www.ingemmet.gob.pe/

Tabla 8: Agencias Especializadas

[Elaborado por SocialTech]

Centros de Información

- **IEP Instituto de Estudio Peruanos:** es una institución privada dedicada a la investigación, la enseñanza y la difusión de los estudios sociales sobre el Perú y otros países de América Latina. El área de investigación del IEP centra su atención en los principales problemas de la economía, la sociedad, la política y la cultura peruanas. Las investigaciones del IEP se organizan alrededor de tres grandes áreas temáticas: Democracia, gobernabilidad y descentralización; Pobreza y desigualdad; Cultura y diversidad.
- **CIPCA Centro de Investigación y Promoción del Campesinado:** es una organización no gubernamental de desarrollo sin fines de lucro, fundado el 29 de mayo de 1972. Su sede está en la ciudad de Piura, en el extremo norte del Perú, está inscrito en el registro de organizaciones no gubernamentales de desarrollo receptoras de cooperación técnica internacional de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional; APCI - Presidencia del Consejo de Ministros. CIPCA persigue: Fortalecer la institucionalidad y la gobernabilidad democrática en el nivel local y regional. Promover el desarrollo económico rural sostenible, principalmente de la pequeña agricultura, articulando a los pequeños productores agrarios y no agrarios, organizados a mercados y procesos de gestión del desarrollo local y el desarrollo de las comunidades.
- **CBC Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de Las Casas:** es una asociación civil sin fines de lucro, fundada en 1974. cuyo propósito es la investigación para comprender, valorar y promover la complejidad del universo andino. Todas sus actividades se arraigan en una convicción, la autodeterminación de los pueblos del Ande pasa por la generación de una información rigurosa, accesible y ampliamente difundida por la apertura de mayores horizontes de comprensión de la sociedad y del individuo y por el intercambio de conocimientos, métodos y técnicas.
- **CIES Consorcio de Investigación Económica y Social:** es una asociación de 48 prestigiosas instituciones peruanas dedicadas a la investigación y la docencia en ciencias económicas y sociales. El propósito del CIES es fortalecer a la comunidad académica peruana para producir y diseminar conocimiento útil para analistas y agentes de decisión en el sector público, la sociedad civil, los medios de comunicación, la empresa privada y la cooperación internacional.
- **DESCO Perú - Centro de Estudios y Promoción de Desarrollo:** es una organización no gubernamental con experiencia en la promoción del desarrollo social y la creación de capacidad para los sectores excluidos de la población en el Perú. El centro está compuesto por un equipo multidisciplinario de profesionales y técnicos que elaboran propuestas de desarrollo destinados a influir en las políticas públicas y centran su trabajo en cuatro áreas: Ciencias económicas; Asuntos socioculturales; Temas político institucionales y Medioambiente.

CENTROS DE INFORMACIÓN	
IEP	Instituto de Estudio Peruanos http://www.iep.org.pe/
CIPCA	Centro de Investigación y Promoción del Campesinado http://www.cipca.org.pe/
CBC	Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de Las Casas http://www.cbc.org.pe/
CIES	Consortio de Investigación Económica y Social http://www.cies.org.pe/
DESCO PERU	Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo http://www.desco.org.pe/

Tabla 9: Centros de Información

[Elaborado por SocialTech]

Instituciones Internacionales

- **Mining, Metals and Sustainable Development (MMSD):** es un proyecto del **International Institute of Environment and Development (London)** que tiene por metas: Evaluar el uso de la minería y minerales en términos de un desarrollo sustentable. Identificar si los servicios relativos a la minería pueden ser entregados alineados con el desarrollo sustentable y Construir una plataforma de análisis y compromiso para la cooperación entre todas las comunidades de interés.
- **Global Mining Initiative (GMI):** es una iniciativa sin una estructura institucional formal creada por los líderes de la industria minera para tratar de diseñar pautas para una minería ecológicamente sostenible. Las empresas líderes en la organización de GMI fueron Anglo American, BHP-Billiton, Codelco, Newmont Corporation, Inc. Noranda, Phelps Dodge Corporation, Placer Dome Inc., Rio Tinto Limited y WMC. Al término de la GMI en 2002, el Consejo Internacional de Minería y Metales (ICMM) asumió el liderazgo en la industria en el desarrollo sostenible.

INSTITUCIONES INTERNACIONALES	
MMSD	Mining, Metals and Sustainable Development http://www.icmm.com/
GMI	Global Mining Initiative http://www.cmic-ccim.org

Tabla 10: Instituciones Internacionales

[Elaborado por SocialTech]

6.2. Propuesta de Valor

Integración de información con APP para utilizar en terreno

Considera el uso de una aplicación para Smartphone, que permita al usuario utilizar el servicio de localización del teléfono para identificar los conflictos sociales, proyectos mineros e información general de interés cercanos a su ubicación.

Información Actualizada de Conflictos Sociales y Reportes

Considera almacenar información relevante del tipo: líderes del conflicto, reuniones que han tenido con la comunidad. Cuáles de esas reuniones han tenido efectos positivos y efectos negativos. Información que permita responder a partir de la experiencia, cuáles fueron las acciones que fallaron y las que hicieron bien otras compañías mineras, con la intención de repetirlas o evitarlas según el caso.

Además considera el almacenamiento de la historia de un conflicto, para poder comparar conflictos, e identificar patrones comunes que permitan identificar comportamientos en la comunidad y estrategias de solución para poder realizar un benchmark para potenciar el curso de acción y servicio de asesoría.

6.3. Relación con Clientes

Relaciones de largo plazo: Servicio al Cliente, Actualización, Seguimiento y Auditorías.

Se pretende cautivar al cliente entregándole reportes trimestrales de la industria y de los conflictos sociales ligados a la minería en Chile y el mundo, con la intención de transformar a **SocialTech** en un socio estratégico para las compañías, manteniendo su independencia e imparcialidad en el manejo y entrega de información.

6.4. Segmentos de Clientes

Empresas Mineras Junior y Gran Minería con actividades de exploración minera en Perú

Empresas mineras con proyectos de exploración en las localidades con mayor cantidad de conflictos sociales e inversión minera del Perú. Las compañías objetivo son las pertenecientes al segmento Junior y de Gran minería con presencia en Cajamarca, Ancash y Piura.

Gobiernos Regionales de Perú

Gobiernos regionales de Perú, particularmente de las zonas de Cajamarca, Ancash y Piura.

6.5. Recursos Clave

Software, Base de Datos y APP Social Issue

Los recursos claves son SocialIssue en su versión web y app para Smartphone con la integración de la base de datos de conflictos sociales.

Red de Agentes Alimentadores

Frente a un tema de impacto social, se requiere incorporar distintos puntos de vista frente a un mismo evento: social, económico, local, político, etc. Es por ello que para la evaluación de un hecho de impacto regional, se hace necesario contar con el punto de vista de actores locales que pueden entregar de primera fuente sus observaciones. **SocialTech** dispondrá de una red de corresponsales, ligados a distintas disciplinas y que estén interiorizados con la situación social del país en el cual el conflicto minero está presente.

6.6. Canal de Distribución

Website, AppStore, Contacto directo con clientes

SocialTech contará con 3 canales principales de distribución. Un website para acceso al sistema mediante sistema de autenticación. Distribución de app para smartphone mediante el acceso a la plataforma de aplicaciones para IOS y Android. Finalmente, el canal de distribución para ventas de servicios será el contacto directo con clientes, con la intención de crear lazos presenciales para fidelización.

6.7. Estructura de Costos

Costos Fijos: Software/Hosting/Base de Datos

Los costos fijos asociados al proyecto, consideran el pago de servicios de hosting y mantenimiento de los sistemas de **SocialTech**. Los servicios basados en software requieren una inversión inicial fuerte para el desarrollo de los mismos, pero disfrutan de bajos costos de mantenimiento.

Costos Variables: Personal (agentes regionales, analistas, consultores)

La estructura de costos que se utilizará será basada en costos variables para el desarrollo de las actividades de consultoría y pago de analistas y consultores. Para el poblamiento de la base de datos, se requiere de agentes que trabajarán por honorarios durante períodos acotados.

6.8. Flujo de Ingreso

Ingresos por suscripción anual + App

Acceso a base de datos con acceso a los siguientes detalles: Cuál es el conflicto, Partes Interesadas. Incluye acceso a APP de smartphome, la cual incluye mapa y puntos con conflictos en la región.

Ingresos por Venta de Reportes Detallados

El servicio de ventas de reportes detallados considera la venta de información a interesados, estos reportes son documentos que contienen datos específicos de zonas de influencia, tales como proyectos mineros, conflictos sociales cercanos, etc. Considera que los clientes interesados compren una versión detallada de los reportes cuando les interesa mucho un área determinada.

Ingreso por venta de Servicios de Consultoría

Considera el ingreso de recursos a **SocialTech** por la venta de servicios de consultoría de: Levantamiento de Información del área social de influencia, Análisis de stakeholders, Análisis de riesgo, Start-up analysis, Recomendaciones de Gestión Social, y Auditorías de Cumplimiento.

Ingresos por charlas

Considera el ingreso de fondos a **SocialTech** por la participación en seminarios nacionales e internacionales de responsabilidad social empresarial y/o charlas profesionales contratadas.

7. MARKETING Y ESTRATEGIA COMPETITIVA

7.1. Objetivos

El objetivo de marketing de la etapa previa al inicio del negocio y de la etapa de lanzamiento será atraer y capturar a los clientes. Posteriormente, el foco se mantendrá en satisfacer las necesidades de los clientes y generar constante reconocimiento. Para lo anterior, se utilizará una estrategia de marketing de guerrilla, con las siguientes acciones generales:

- **Participar en eventos de acceso fondos concursables:** el objetivo será tratar de obtener recursos para los intereses de la empresa, además de generar recordación acerca de **SocialTech** frente a estos actores.

- **Participar en eventos relacionados al giro de la compañía:** el objetivo será generar recordación de **SocialTech** frente a los clientes. Además, de transformarse en líderes de opinión. Ejemplos de estos eventos serán ferias de servicios para la minería.
- **Utilización de medios de comunicación masivos para promoción:** se realizará promoción en revistas especializadas de minería para el cliente objetivo. Se creará una página Web en dónde se podrá conocer de la empresa, noticias de interés y solicitar servicios. Además, se creará grupos de Facebook y una cuenta en twitter para ser líderes en opiniones en gestión comunitaria de proyectos.
- **Acciones directas de promoción:** se realizará visitas a los potenciales clientes para presentarles los productos y servicios de consultoría.
- **Utilización de Papelería:** se utilizará la papelería necesaria para potenciar la imagen de la empresa. Se formalizará el logo y la marca. Habrá folleto corporativo. Se diseñarán tarjetas de visitas y carpetas con el logo de **SocialTech**.
- **Servicio al Cliente:** será un elemento clave para generar ventajas competitivas. Se potenciará un servicio de excelencia de post-venta a través del servicio gratuito denominado “Boletín de Actualización de Conflictos Sociales” a quienes hayan solicitado algún servicio en el año en curso a **SocialTech**. Además, se tratará de obtener un feedback temprano de los clientes, a través de encuestas de satisfacción, para realizar los ajustes necesarios en las próximas asesorías.

Algunas de las acciones ya realizadas son:

- Asistir al concurso Common Pitch para conseguir fondos y dar a conocer la nueva empresa: Esto ya se realizó el día 1 de noviembre de 2012.
- Video promocional. Ver en el siguiente link: <http://goo.gl/5BIB5>

7.2. Modelo de Comercialización

El modelo de comercialización será basado principalmente en visita presencial y muestra del prototipo del sistema SocialIssue en acción. Además se presentará el video publicitario de **SocialTech** en distintos encuentros de innovación y ferias tecnológicas.

7.3. Modelos Ingresos

Respecto al modelo de ingresos, en noviembre de 2012, se realizó una encuesta a distintos ejecutivos pertenecientes a las compañías mineras más grandes del mundo con presencia en Latinoamérica. Las empresas participantes de la encuesta fueron (Río Tinto, Teck Resources,

Anglo American, Minera INMET y Minera el Morro), la mayoría de los ejecutivos encuestados participan activamente en eventos y reuniones del consejo minero dado que ostentan cargos en las áreas de proyectos de exploración y gestión de comunidades. Siguiendo la metodología de encuesta y sondeo de potenciales servicios, se desprendió información valiosa respecto a las proyecciones y factibilidad comercial de la propuesta de **SocialTech**. A continuación algunas de las preguntas realizadas en la encuesta, con su correspondiente análisis gráfico:

Principales Preguntas

- a ¿Usted estaría interesado en un producto/servicio como el ofrecido por SocialTech?
 - b ¿Con qué frecuencia utilizaría el servicio ofrecido por SocialTech?
 - c Para el análisis comunitario de los proyectos de exploración, con qué frecuencia recurre a consultores externos?
 - d ¿Qué monto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofrecidos por SocialTech en cada proyecto?
-

Tabla 11: Principales preguntas realizadas a compañías mineras
[Elaborado por SocialTech]



Figura 5: Estimación de interés en Servicios de SocialTech
[Elaborado por SocialTech]



Figura 6: Estimación de frecuencia de utilización de servicios de SocialTech
[Elaborado por SocialTech]

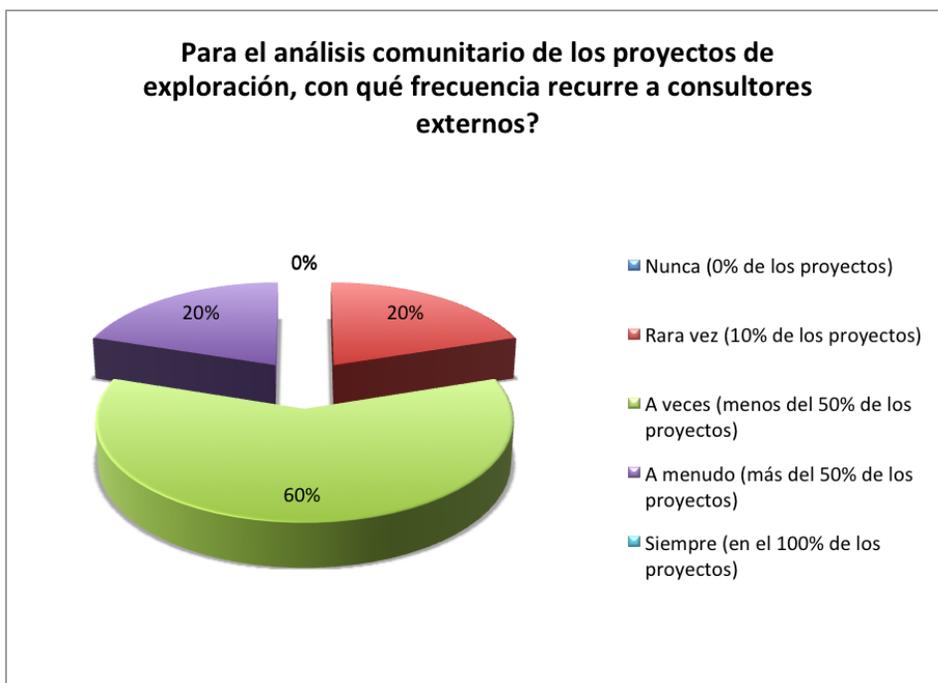


Figura 7: Frecuencia de uso de servicio de consultores externos
[Elaborado por SocialTech]

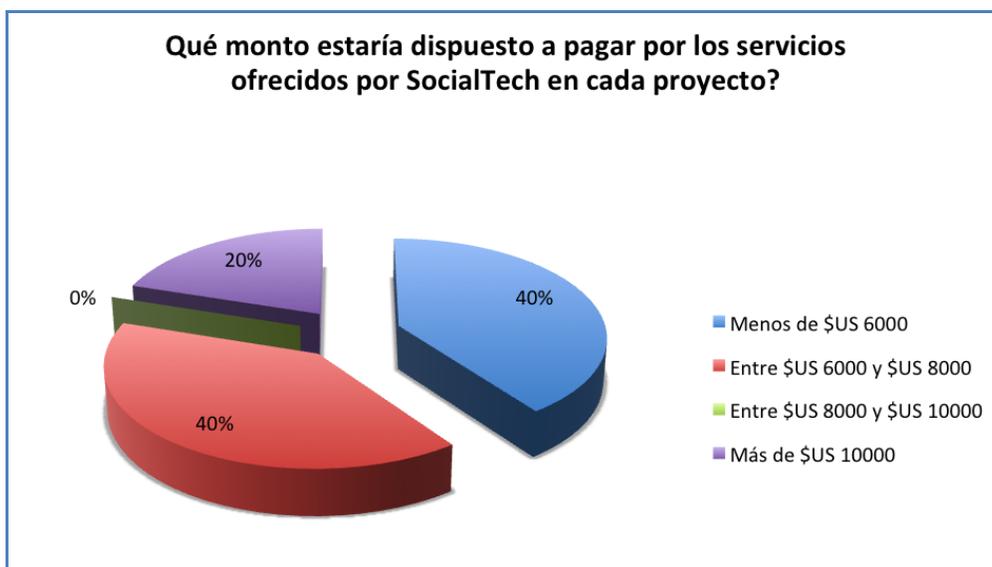


Figura 8: Monto dispuesto a pagar por servicios ofrecidos por SocialTech
[Elaborado por SocialTech]

En base a los resultados obtenidos, los servicios y productos ofrecidos por **SocialTech**, se definen los siguientes modelos de ingresos a usar:

- 1) **Modelo de Producción:** dado que se venderá la consultoría en sus diversos servicios, el modelo de producción será el tipo de modelo de ingresos de los servicios de consultoría.
- 2) **Modelo de suscripción:** habrá un ingreso relacionado a la suscripción anual a la base de datos de conflictos mineros (catastro normal)
- 3) **Modelo de fee por uso servicio:** habrá un ingreso relacionado al pago sólo temporal por un área específica geográfica, dónde la información entregada será más detallada (catastro detalle)

7.4. Precios

Para los servicios de consultoría los precios serán los mismos para los distintos servicios; el monto dependerá de la cantidad de horas hombre destinada a la actividad y el tipo de profesional necesario para tal evento. Existirán 4 tipos de profesionales, cuyos montos por hora están indicados en la siguiente tabla. Se utiliza un factor base de US\$ 45 por hora hombre, asociado al perfil de Investigador:

Profesional	Factor Base US\$ 45 por hora	Sueldos US\$/hora
Investigador	0,3	13,5
Analista especialista	1,0	45
Especialista Jurídico	2,0	90
Jefe de proyecto	1,5	67,5

Tabla 12: Valor hora profesional
[Elaborado por SocialTech]

Servicio / Cantidad de Horas	Investigador	Analista Especialista	Especialista Jurídico	Jefe de Proyecto	Horas totales	Monto US\$
Start-up Project.	12	5	3	5	25	2.070
Levantamiento de información social de área de influencia.	30	10	0	10	50	3.600
Análisis de Stakeholders	5	30	5	10	50	4.950
Análisis de Riesgos sociales	0	30	5	15	50	5.400
Planes de Acción de gestión Social	0	20	5	25	50	5.850
Auditoría de Cumplimiento	0	8	2	15	25	3.015
Boletín de Actualización de Información Social	0	0	0	0	0	0
Acceso a software SocialIssue con suscripción anual	-	-	-	-	-	5.850
Catastro de detalle conflictos mineros con uso de SocialIssue	-	-	-	-	-	1.125

Tabla 13: Precio según servicio

[Elaborado por SocialTech]

Las modalidades de pago serán:

- Para los servicios: dos pagos: 50% al inicio de la consultoría; 50 % contra entrega final de la consultoría
- Acceso a software (suscripción anual): pago anual, semestral o mensual.
- Acceso a software (catastro detalle): una vez, previo a la entrega del producto.

7.5. Promoción

General

Visitas a Empresas cuyo objetivo es dar a conocer el producto directamente a los clientes. Empleando el networking existente en el equipo emprendedor.

Posicionamiento Web

Canal Youtube cuyo objetivo es publicar entrevistas y comentarios relativos al giro de SocialIssue para posicionarse como líder de opinión en gestión comunitaria.

Cuenta Twitter cuyo objetivo es publicar entrevistas y comentarios relativos al giro de SocialIssue para posicionarse como líder de opinión en gestión comunitaria.

Cuenta Facebook cuyo objetivo es publicar entrevistas y comentarios relativos al giro de SocialIssue para posicionarse como líder de opinión en gestión comunitaria.

Mantenimiento anual de Página Web, cuyo objetivo es constantemente dar a conocer los servicios y productos de **SocialTech** y generar contactos empresariales para aumentar las ventas.

Presencia en Medios

Considera la preparación de reportajes y preparación de documentales de trabajo, para dar a conocer los servicios y productos de **SocialTech**.

Presentaciones en Eventos de Minería

Considera la participación en ferias anuales de minería y responsabilidad social empresarial para dar a conocer los servicios y productos de **SocialTech**.

En general la participación en canales Web y presencia en medios tiene como objetivos mostrar liderazgo y autoridad en materia de gestión comunitaria. Se pretende obtener el 60% de las ventas a través de visita a empresas, el 20% de las ventas a través del portal de **SocialTech** y participación en ferias de minería. Finalmente, está el objetivo de lograr el 20% de las ventas producto de la presencia de **SocialTech** en los medios escritos especializados.

7.6. Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva de **SocialTech** se basa en la diferenciación y el desarrollo de ventajas competitivas. Considerando que el software SocialIssue y la base de datos de georeferenciación no es utilizada por ningún competidor, se pretende explotar esa diferencia.

El servicio de post-venta será clave, y se expresará principalmente en la entrega de boletines informativos de conflictos mineros activos.

Adicionalmente, el sistema de **SocialTech** puede extender su aplicación hacia los mercados cuyas operaciones entren en conflicto con la comunidad y la naturaleza.

8. OPERACIONES Y PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Se creará una red conformada inicialmente por dos países: Chile, y Perú, con la intención de extenderla hacia otros países mineros de la región. Esta red estará compuesta por una red profesional de instituciones sociales, profesionales independientes y/o Universidades que cumplan la función de corresponsales para alimentar el sistema de información SocialIssue.

La Consultoría de Conflictos Sociales en Minería considera el uso del modelo de análisis de Riesgo y la utilización del sistema SocialIssue para el análisis de datos estadísticos de conflictos regionales.

La operación completa del sistema integrado con la consultoría considera la siguiente estructura de operación.

8.1. Estructura Operativa del Servicio de Asesoría

Análisis de Requerimientos del Cliente

La primera actividad resulta con una reunión con el cliente en dónde se realiza un diagnóstico del problema o desafío presentado por éste, **SocialTech** entrega su feedback y posteriormente se definen los términos de referencia del servicio.

Propuesta

En una segunda oportunidad, **SocialTech** presentará la propuesta definitiva del servicio al cliente. En ella estarán detallados las actividades, los recursos, los tiempos, los entregables y el presupuesto

Levantamiento de Información

Posteriormente se realizará el levantamiento de la información necesaria para la prestación del servicio. Un elemento crucial para este levantamiento será el uso de la base de datos de conflictos mineros propia, a través del software SocialIssue.

Servicios Considerados

Posteriormente al levantamiento se realizarán los servicios mencionados en la propuesta, los que podrán ser los siguientes: levantamiento de Información social del área de influencia; análisis de stakeholders; análisis de riesgos sociales; recomendaciones de gestión social; y, auditoría de Cumplimiento y actualización de información social.

8.2. Estructura Operativa del Servicio de Explotación de Datos

Metodología de Levantamiento de Información

Con el objetivo de poblar la base de datos. Se realiza un diagnóstico de los conflictos sociales existente en cada región del país. Una vez dimensionada la cantidad de conflictos y los nombres de cada uno de ellos se procederá a levantar información desde diversas fuentes. Las fuentes consideradas son Prensa Escrita, Prensa electrónica, entrevistas a primeras fuentes, informes de conflictos existentes, estudios obtenidos desde las distintas instituciones involucradas en el ámbito de gestión social.

Estructura Operativa

Web

En base al dimensionamiento de conflictos, se determinará la cantidad de horas hombres destinada al levantamiento de información, para lo cual se hará uso de la red de corresponsales de **SocialTech**. Esta red está compuesta en su mayoría por profesionales de las áreas de ciencias sociales y de comunicación.

Los corresponsales registrados tendrán acceso al sistema de ingreso de descripción del conflicto. Para lo cual accederán al sistema mediante el portal de **SocialTech**. Un corresponsal ingresará la descripción de un conflicto determinado, con el análisis realizado. Adicionalmente,

subirá al sitio toda la información recopilada (noticias Web, informes, fotografías y entrevistas). Esta información estará asociada al conflicto analizado.

El corresponsal ingresará las coordenadas del conflicto analizado y los datos geográficos de las comunidades involucradas, así como también otra información considerada relevante.

Por su parte las compañías podrán acceder a la información almacenada en la base de datos, pudiendo obtener reportes de los distintos conflictos existentes.

APP

Inicialmente es una aplicación para IOS, con la cual el usuario podrá ver los mapas de las zonas en conflicto y la información asociada al conflicto, vale decir comunidades cercanas, cursos de agua, tranques de relave, etc. El usuario podrá acceder a la información en línea en cualquier lugar que tenga señal telefónica o de datos. Se considera útil, por ejemplo para que sea utilizada por un geólogo al momento de realizar los sondeos de exploración, de manera de que partiendo de la primera cadena del eslabón se tenga conocimiento de donde haya posibles puntos conflictos para el eventual futuro proyecto de exploración.

Modelos de Análisis

SocialIssue podrá ser accedido por los usuarios registrados y éstos tendrán acceso a reportes frecuentes de la información contenida en la base de datos. Además podrán obtener información actualizada de los conflictos para los cuales hayan pagado su suscripción.

Uno de los servicios que **SocialTech** prestará utilizando los reportes, es justamente realizar análisis de la industria minera para vender a eventuales inversionistas que deseen incursionar en el mercado peruano.

8.3. Plan de Implementación

Acciones realizadas

- 1) Con fecha 01 de noviembre 2012, **SocialTech** se inscribe al concurso: “Common Pitch Fomentemos la Innovación” con el propósito de obtener fondos para el desarrollo de la aplicación SocialIssue y creación de la base de datos de conflictos sociales mineros en Chile y Perú. Para ello, generó un video descriptivo y promocional del proyecto.
- 2) Con fecha 01 de diciembre 2012, se difundió la encuesta "**SocialTech - SocialIssue** con el propósito de obtener de primera fuente relevante información para el análisis de la industria, la redefinición del servicio y el plan de marketing necesario para el desarrollo del negocio.
- 3) Con fecha 01 de diciembre 2012 se asistió a la feria “Pitch Finale” con el objetivo de generar networking y evaluar las potencialidades de generar una aplicación app para Smartphones y proveer el servicio de la base de datos de conflictos “SocialIssue”.

- 4) Con fecha 03 de diciembre 2012 uno de los emprendedores se inscribe en el curso “Desarrollo de Aplicaciones para Iphone y Ipad” en el centro de Innovación de Movistar Innova, el curso es impartido por la empresa Ojalá.

Próximas acciones

- 1) Durante marzo de 2013 se presentará la tesis “Plan de negocios para desarrollar una consultora en gestión social para proyectos mineros en Chile y Latinoamérica”.
- 2) Durante el segundo trimestre de 2013 se presentará el “Plan de Negocios para el desarrollo de SocialIssue” para postular a los fondos de CORFO Capital Semilla y Start-up Chile.

9. PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

Según la proyección de flujos de cajas para el mercado chileno, presente en el proyecto (Plan de Negocios para empresa consultora de gestión social en el mercado minero de Chile) realizado por Cristian Rojas Cárdenas, socio fundador de **SocialTech**. El lanzamiento de **SocialTech** en el mercado peruano, se realizará al lograr el punto de equilibrio en Chile, el cual se obtiene en el año 2 de operaciones en Chile.

Dentro del proceso de Internacionalización de compañías, se cumple una secuencia natural que se inicia por Exportaciones e Importaciones, continuando con el empleo de compañías subsidiarias para finalmente terminar con la adquisición de compañías locales [Schotter, 2012].

Dada la naturaleza de los servicios de **SocialTech**, los cuales son intensivos en capital humano y en conocimiento de la realidad local de los conflictos sociales mineros, la exportación de servicios ha sido omitida, por lo que el empleo de compañías subsidiarias es el primer paso en el proceso de internacionalización.

SocialTech piensa en la estrategia global de la compañía como una estrategia basada en la adaptación a los requerimientos del mercado local donde los servicios de **SocialTech** serán entregados. A su vez que se respete la visión de la compañía que es gestionar la información de los conflictos sociales mineros del mundo con la máxima precisión e imparcialidad posible.

Para el caso de inversión en Chile, los socios fundadores financiarán completamente **SocialTech**. Para el caso de inversión en cada uno de los países donde **SocialTech** tenga presencia, la inversión inicial será a través de sociedades subsidiarias, en las cuales parte de la inversión inicial será financiada por inversionistas locales que serán dueños de parte de la subsidiaria en el país donde aporten dinero.

Alternativas de Expansión al mercado Peruano:

- **Subsidiaria con financiamiento de inversionistas locales:** el cual considera iniciar empresa en Perú, bajo el esquema de subsidiaria **SocialTech Perú** (oficina Perú) con aportes de inversionistas distintos a **SocialTech Chile**.

- **Subsidiaria con capitales propios de SocialTech Chile:** el cual considera iniciar empresa en Perú, bajo el esquema de subsidiaria **SocialTech Perú** (oficina Perú) sin aportes de inversionistas distintos a **SocialTech Chile**.
- **Joint Venture de SocialTech Chile con consultora local en gestión social y ambiental:** el cual considera en conjunto firmar un acuerdo de cooperación para el registro de los conflictos sociales mineros existentes. En esta estructura de cooperación (Joint Venture), **SocialTech** ofrecerá como aporte estratégico el uso del sistema **SocialIssue** y el conocimiento operativo de **SocialTech Chile**. Por su parte la empresa consultora local entregará la estructura organizacional con recursos humanos locales, el conocimiento del mercado y de la legislación local. Eventualmente, dentro del acuerdo de cooperación existirá la cláusula de que ambas compañías puedan trabajar de manera independiente y/o de manera exclusiva en algunos departamentos del Perú en pro de mantener la independencia y no mermar las oportunidades económicas y de trabajo de ambas compañías.

Las empresas que forman parte de las alternativas para formar un Joint Venture, están listadas en el anexo Competidores **SocialTech** en Perú.

9.1. Estrategia con Subsidiarias SocialTech

Entendiendo la importancia de manejar información lo más certera posible, se hace valiosa la utilización de subsidiarias que entiendan el conflicto social local del país así como el mercado. Es por ello que cada subsidiaria tendrá la responsabilidad de desarrollar y coordinar la estrategia de marketing para su mercado local, donde además, cada subsidiaria será liderada por un gerente general local que goce de la confianza de la oficina de Chile.

Dentro del contexto global, las subsidiarias tendrán la misión de interactuar de manera interdependiente para capturar la mayor cantidad de información de los conflictos mineros existentes en los países respectivos [Barlett & Ghoshal]. Las subsidiarias tendrán la misión de capturar el conocimiento de gestión social, la experiencia y el compromiso de los gerentes más cercanos al mercado.

Se espera que exista una relación entre los gerentes de las subsidiarias para abordar problemas complejos, donde se requiera experticia determinada en el análisis y desarrollo de planes de acción para conflictos, así como también para acceder a autoridades internacionales.

Las subsidiarias de **SocialTech** jugarán roles determinantes en la operación global de la compañía, dado que se estima que cada una de ellas se especializará en un determinado ámbito basado en la realidad del país. Así por ejemplo, **SocialTech Perú** podrá especializarse en conflictos indígenas, dada la cantidad de conflictos existentes y la gran población de diferentes etnias existentes en el país. Así como también, **SocialTech Chile** podrá especializarse en las mejores prácticas de las instituciones de gobierno, dada la positiva evaluación que se tiene de las instituciones chilenas.

La oficina de **SocialTech Chile** cumplirá el rol de cuartel general. La oficina de Perú cumplirá el rol de líder estratégico, dado que el mercado peruano es estratégicamente importante en la región considerando la cantidad de conflictos sociales mineros existentes. El trabajo de la subsidiaria peruana permitirá aumentar el conocimiento en cuanto a las políticas de manejo de conflictos sociales en un país con una gran población indígena.

Partners Potenciales

En el área de Gestión Social, **SocialTech** es único en su especie, gracias al sistema SocialIssue de registro de conflictos sociales. Sin embargo, en otras áreas existen participantes del mercado que eventualmente pueden comportarse como competidores o socios estratégicos (Ver Anexo A).

9.2. Estrategia de Entrada

Durante el segundo año de operación en Chile, **SocialTech Chile** iniciará el proceso de negociación para ingresar al mercado Peruano inicialmente con una estrategia de Joint Venture con alguna compañía de gestión ambiental de Perú, de esta manera se estima aprovechar el conocimiento de la compañía partner en cuanto a legislación, cultura peruana y nuevos clientes. **SocialTech** ofrecerá como aporte estratégico el uso del sistema **SocialIssue** y el conocimiento operativo de **SocialTech Chile** en cuanto a legislación ambiental y eficiencia operacional.

En los años posteriores, se evaluará dar un giro hacia la figura de subsidiaria con capitales extranjeros según conveniencia. Es importante destacar que tomando como principal criterio la experiencia y conocimiento del mercado peruano, destacan como principales empresas candidatas para formar Joint Venture con **SocialTech** las siguientes compañías:

(1) TECONEC - Tecnologías y Consultorías Ecológicas S.A.C: debido a su alta especialización en temas geológicos y ambientales, además de la experiencia de sus ejecutivos en compañías mineras y petroleras multinacionales con operación en Perú.

web-site: www.teconec.com

(2) CLB – Tecno Lógica S.A.C: debido a su gran experiencia en cuanto a trabajo con ministerios e instituciones gubernamentales, además de su alta especialización en temas de Estudios de Impacto Ambiental en Perú, lo que está asociado a un gran conocimiento respecto a los conflictos sociales existentes en el país.

web-site: www.clb.com.pe

10. ORGANIZACIÓN Y EQUIPO EMPRENDEDOR

10.1. Equipo Emprendedor

Partner and Innovation Manager: Ramiro Alcalde Hernández

Global MBA (c) Universidad de Chile – Master of Global Management (c) Thunderbird School of Global Management, USA. Ingeniero en Informática, Licenciado en Informática y diplomado en Gestión de Servicios Tecnológicos en la Universidad de Chile. Profesional certificado en ITIL.

Experiencia en gestión, desarrollo e implementación de proyectos tecnológicos de gran envergadura, formando parte de equipos multidisciplinarios de alto nivel técnico, participando del

proceso de integración de plataformas tecnológicas para la fusión y adquisición de compañías. Se ha desempeñado como consultor en telecomunicaciones para las empresas Claro y Movistar en programas de mejoramiento de procesos y desarrollo de nuevos servicios. Además ha cumplido roles de ingeniero sénior en industrias diseñando e implementando parte de la estrategia para el proceso de migración de datos y optimización tecnológica. Poseedor de un gran espíritu emprendedor, el que lo ha motivado a asesorar a emprendedores en la formulación y postulación a fondos públicos de financiamiento.

Partner and Community Manager: Cristian Rojas Cárdenas

Global MBA (c) Universidad de Chile – Master in Global Management (c) Thunderbird School of Management, USA. Periodista, Licenciado en Comunicación Social y diplomado en Geomática en la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Experiencia en Gestión Comunitaria de proyectos de exploración minera. Creación de sistemas de gestión social. Participó en el Comité de Exploración Sustentable del Consejo Minero. Ha trabajado en la gestión de los proyectos mineros en Teck Exploraciones Mineras Chile. Además, asesoró a la empresa de ingeniería de proyectos mineros SESGA. Durante sus trabajos, ha realizado levantamientos de información de área de influencias de los proyectos, ha generado planes de gestión comunitaria, ha diseñado y llevado a cabo a los mecanismos de feedback con las comunidades y asesorado los proyectos de exploración minera de Teck en México y Perú. En octubre de 2011, fue conferencista del “First Internacional Seminar on Social Responsibility in Mining”.

10.2. Roles laborales constantes

- Equipo Emprendedor:** el equipo emprendedor será el principal responsable del proceso de ventas de la empresa. Ambos asistirán a los encuentros con los clientes, en compañía del coordinador. Además, desempeñarán de manera alternada los roles de jefes de proyectos y de analistas especialistas en las consultorías. Además, serán responsables de la gestión financiera de la compañía.
- Coordinador General:** será el responsable de gestionar el accionar de los corresponsales para poblar la base de datos utilizada por SocialIssue. Será, además, el responsable de coordinar las acciones de producción, tales como logística de viajes e insumos de materiales para el trabajo. Por último, estará a cargo de la gestión de marketing de la compañía. El coordinador tendrá reuniones periódicas con el equipo emprendedor para evaluar la gestión de la compañía.
- Agentes Corresponsales:** serán los encargados de levantar la información de conflictos mineros para poblar la base de datos SocialIssue, además, subirán la información a dicha plataforma. Trabajarán 2 semanas una vez por trimestre.

10.3. Roles laborales temporales (según proyectos)

- **Investigador:** cumplirá el rol de levantar información necesaria para la consultoría. Dependerá directamente del jefe del proyecto.
- **Analista Especialista:** será el especialista en gestión comunitaria que realizará el análisis y aportará en las recomendaciones de la asesoría en cuestión. Dependerá directamente del jefe del proyecto.
- **Especialista Jurídico:** será el abogado que proveerá de su análisis jurídico en los proyectos, cuando sea necesario.
- **Jefe de Proyecto:** responsable último del éxito de la asesoría. Será el principal contacto con el cliente. Participará del proceso de análisis y recomendaciones de las asesorías.

10.4. Organigrama

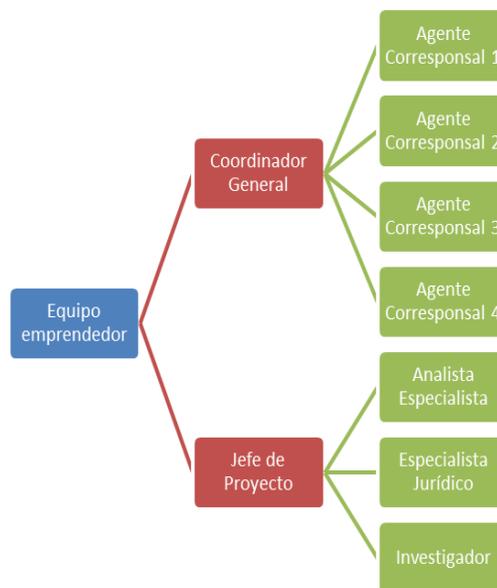


Figura 9: Organigrama de SocialTech

[Elaborado por SocialTech]

11. PROYECCIONES FINANCIERAS

A modo de simplificación, la inversión requerida para operar en **SocialTech** en Perú se considera como un nuevo emprendimiento. Los cálculos realizados, serán expresados en dólares considerando la adaptación a los costos operativos en Perú.

En el artículo 50 de la norma de base tributaria para el tratamiento de las pérdidas, reglamentado en el artículo 29 del reglamento, se establecen dos sistemas de compensación a los cuales los contribuyentes pueden optar [AEMPRESARIAL, 2010]. De forma automática, la autoridad tributaria selecciona el sistema A en caso que el contribuyente no elija algún sistema al momento de la presentación de la declaración jurada de impuesto a la renta.

- Sistema A de imputación de pérdidas desde el ejercicio siguiente a su generación.
- Sistema B de imputación de pérdidas hasta un límite del 50% de la renta neta.

11.1. Proyecciones de Venta

Se plantean tres escenarios que consideran las ventas de servicios de asesoría. Para los tres escenarios, se espera un crecimiento al segundo año de un 30%, el tercer año un 20% y para los años siguientes un crecimiento de 10%. El crecimiento es más alto en los primeros años debido a la captura de nuevos clientes y proyectos. El tercer año se estima una baja a 20% considerando el esfuerzo en el desarrollo de estrategia de expansión a través de subsidiaria. Un crecimiento de 10% constante en los siguientes años en cuanto a las ventas de proyectos se considera prudente dado que se espera aumentar la cantidad de información relativa a conflictos sociales de Perú y potenciar el servicio de suscripción anual. De esta forma se estima cumplir uno de los objetivos de **SocialTech**, que es manejar la mayor base de datos de conflictos sociales de Latino América.

En vista que el escenario pesimista considera 13 servicios distintos. Se estima abarcar durante el año 1, entre 4 y 5 servicios de análisis, en promedio, para 3 ó 4 compañías mineras diferentes. Un crecimiento del 30% considera aumentar el número de servicios y/o aumentar la cobertura del universo de clientes, logrando captar uno a dos clientes adicionales por año para finalmente lograr al término del quinto año: 25 servicios eventualmente distribuidos en 3 o 5 clientes para el escenario Pesimista, 44 servicios distribuidos entre 6 u 8 clientes para el escenario Normal y 72 servicios distribuidos entre 10 clientes para el escenario Positivo.

Este escenario se plantea considerando que una misma compañía minera puede tener distintos proyectos de prospección y exploración minera en una misma región, así como también actividades de cierre de minas en el país.

Escenario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pesimista	13	17	21	23	25
Normal	23	30	36	39	44
Positivo	38	50	60	66	72

Tabla 14: Resumen de Proyecciones de Venta

[Elaborado por SocialTech]

El siguiente diagrama muestra el detalle de la estimación de venta para el primer año:

	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1
	PESIMISTA	NORMAL	POSITIVO
MES 1	0	0	1
MES 2	0	1	2
MES 3	1	1	2
MES 4	1	2	2
MES 5	1	2	3
MES 6	1	2	3
MES 7	1	2	3
MES 8	2	2	4
MES 9	1	2	4
MES 10	2	3	4
MES 11	1	3	5
MES 12	2	3	5
Nº Servicios	13	23	38

Tabla 15: Detalle de Proyecciones de Venta

[Elaborado por SocialTech]

Para la estimación de venta de los productos con suscripción, se realiza la simulación con los mismos 3 escenarios, sin embargo se estima una proyección de crecimiento interanual constante de 10%. El supuesto que se emplea es que eventualmente, en el lugar de operación de la compañía, pocos conflictos mineros se estén desarrollando dentro de un mismo año y estime que no es necesario mantener información actualizada de estos conflictos.

Venta de suscripción anual SocialIssue:

Escenario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
pesimista	0	1	1,1	1,2	1,3	4,6
normal	0	3	3,3	3,6	3,9	13,9
positivo	0	6	6,6	7,2	7,9	27,8

Tabla 16: Suscripciones Anuales de SocialIssue

[Elaborado por SocialTech]

11.2. Estimaciones de Costos

Inversión Inicial: Activos Fijos y Circulantes

Concepto	Cantidad	Monto US\$	Tiempo	Total US\$
Formalización legal de la empresa	1	\$800	1	\$800

Agentes corresponsales poblamiento base	4	\$600	4	\$9.600
Desarrollo del software (SocialIssue)	1	\$15.000	1	\$15.000
Imagen Corporativa (logo, folletería)	1	\$600	1	\$600
Dominio+hosting anual+Website+ video	1	\$2.300	1	\$2.300
				US\$ 28.300

Tabla 17: Inversión Inicial I
[Elaborado por SocialTech]

Concepto	Cantidad	Monto US\$	Tiempo	Total US\$
Computadores, programas	2	800	1	\$1.600
Artículos de oficina (escritorios, cuadernos, etc.)	1	1.200	1	\$1.200
				US\$ 2.800

Tabla 18: Inversión Inicial II
[Elaborado por SocialTech]

Costos Fijos Anuales

Gastos fijos	Cantidad	Monto US\$	Monto Anual US\$
Arriendo oficina	12	700	8.400
Gastos servicios (Internet, Agua, Luz, Gas, teléfono)	12	250	3.000
Celulares (2)	12	150	1.800
Marketing	1	933	11.200
Coordinador General	1	1.800	21.600
Mantenimiento Software	12	100	1.200
Agentes Corresponsales (mantenimiento)	4	300	4.800
			US \$52.000

Tabla 19: Costos fijos Anuales
[Elaborado por SocialTech]

*Basado en valores de salarios, arriendo de oficinas y planes de telefonía de los siguientes sitios:

www.tusalario.org/peru; <http://peru.cuantocobro.com>; <http://movistar.com.pe>; <http://www.vivastreet.cl/arriendos-internacionales/lima-peru>

Marketing Año 1	Costo Unitario	Aparición Anual	Total
Generales			
Visita a Empresas	US\$ 400	12	US\$ 4.800
Posicionamiento Web			
Canal Youtube	-	constante	-
Canal Twitter	-	constante	-
Canal Facebook	-	constante	-
Mantenimiento Web	US\$ 200	12	US\$ 2.400
Entrevistas Canal Youtube	-	6	-
Imagen Corporativa			
Imagen Corporativo Perú Folletería, Tarjetería	US\$ 600	1	US\$ 600
Presencia en Medios			
Reportaje en Sitio de Noticias	-	1	-
Avisaje en Medios Web (Facebook)	-	5	-
Avisaje en Revista Especializada	US\$ 2.000	1	US\$ 2.000
Presencia en Eventos de Minería			
Ferias Anuales y Seminarios RSE	US\$ 2.000	1	US\$ 2.000
TOTAL			US\$ 11.800

Tabla 20: Costos asociados a Marketing año 1

[Elaborado por SocialTech]

Costos Variables de Asesoría

Costos Variable Asesorías	Cantidad	Salario Hora Factor Base US\$ 45	Salario US\$/hora
Investigador	1	0,3	13,5
Analista especialista	1	1,0	45
Especialista Jurídico	1	2,0	90
Jefe de proyecto	1	1,5	67,5

Tabla 21: Costos Variables de Asesoría

[Elaborado por SocialTech]

Por servicio	Levantamiento	Análisis de Stakeholders	Análisis Riesgos sociales	Planes de acción	Auditoría	Boletín de actualización	Start-up Project
Investigador	9	1,5	0	0	0	0	3,6
Analista especialista	10	30	30	20	8	0	5
Especialista Jurídico	0	10	10	10	4	0	6
Jefe de proyecto	15	15	22,5	37,5	22,5	0	7,5
Costo total servicio US\$	US\$1.530	US\$2.543	US\$2.813	US\$3.038	US\$1.553	US\$0	US\$995

Tabla 22: Costo de Asesoría

[Elaborado por SocialTech]

La unidad básica de dimensionamiento es de US \$45. Equivalente al costo de los servicios de un Analista Especialista por Hora. El costo promedio de los servicios de asesorías es de US\$ 2,078.

11.3. Estimaciones de Ingresos

Servicio	Hora Investigador	Precio US\$	Horas Analista Especialista	Precio US\$	Horas Especilista Jurídico	Precio US\$	Horas Jefe de proyecto	Precio US\$	Horas totales	Monto US \$
Social Start-up Project	12	\$ 45	5	\$ 90	3	\$ 135	5	\$ 135	25	\$ 2.070
Levantamiento de Información social del área de influencia	30	\$ 45	10	\$ 90	0	\$ 135	10	\$ 135	50	\$ 3.600
Análisis de stakeholders	5	\$ 45	30	\$ 90	5	\$ 135	10	\$ 135	50	\$ 4.950
Análisis de riesgos sociales	0	\$ 45	30	\$ 90	5	\$ 135	15	\$ 135	50	\$ 5.400
Planes de acción de gestión social	0	\$ 45	20	\$ 90	5	\$ 135	25	\$ 135	50	\$ 5.850
Auditoría de Cumplimiento	0	\$ 45	8	\$ 90	2	\$ 135	15	\$ 135	25	\$ 3.015
Boletín de actualización de información social (gratis)	0	\$ 45	0	\$ 90	0	\$ 135	0	\$ 135	0	\$ -

Tabla 23: Ingresos estimados por Servicio

[Elaborado por SocialTech]

Ingreso por venta de productos	Monto US\$
Acceso a software SocialIssue de Conflictos Mineros, suscripción anual	5.850
Catastro detalle -Conflictos Mineros (empleando SocialIssue)	1.125

Tabla 24: Ingresos por Producto

[Elaborado por SocialTech]

11.4. Estado de Resultado y Flujo de Caja Libre

Flujo de Caja						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		95.393	144.935	171.830	189.013	207.914
Precio Producto Suscripción Anual		5.850	5.850	5.850	5.850	5.850
Venta producto suscripción anual		0	3	3	4	4
Precio producto catastro detalle		1.125	1.125	1.125	1.125	1.125
Venta producto catastro detalle		0	3	3	4	4
Precio Servicio Promedio		4.148	4.148	4.148	4.148	4.148
Ventas Servicio Escenario Normal		23	30	36	39	43
Costos Variables		47.800	62.140	74.568	82.024	90.227
Costos de producción		47.800	62.140	74.568	82.024	90.227
Comisión por ventas		-	0	0	0	0
Margen de Contribución		47.593	82.796	97.262	106.988	117.687
		50%	57%	57%	57%	57%
Costo Fijo		52.000	52.000	52.000	52.000	52.000
Arriendo oficina		8.400	8.400	8.400	8.400	8.400
Gastos servicios (Internet, Agua, Luz, Gas, teléfono)		3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Celulares (2)		1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Marketing		11.200	11.200	11.200	11.200	11.200
Coordinador General		21.600	21.600	21.600	21.600	21.600
Mantenición Software		1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Agentes Corresponsales (mantenimiento)		4.800	4.800	4.800	4.800	4.800
EBITDA		-4.407	30.796	45.262	54.988	65.687
Depreciación		-	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuesto		-4.407	30.796	45.262	54.988	65.687
Impuesto		-	0	0	0	0
Utilidad Despues de Impuesto		-4.407	30.796	45.262	54.988	65.687
Depreciación		-	0	0	0	0
Inversión en Activos Fijos	2.800	-	-	-	-	-
Inversión en Capital de Trabajo	28.300	-	-	-	-	-
Flujo de Caja Libre	-31.100	23.893	30.796	45.262	54.988	65.687
Flujo de Caja Libre Acumulado	-31.100	-7.207	23.588	68.851	123.839	189.526
Flujo de Caja Total (incluye Valor Terminal)	-31.100	23.893	30.796	45.262	54.988	328.436
Utilidad Antes de Impuesto Acumulado	-	4.407	26.388	71.651	126.639	192.326

Tabla 25: Flujo de Caja Libre

[Elaborado por SocialTech]

La inversión de capital de trabajo está estimada en US\$ 28.300.

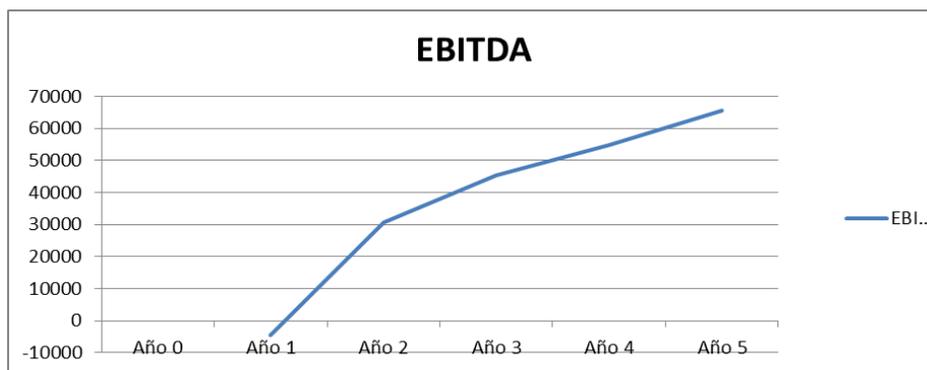


Figura 10: EBITDA

[Elaborado por SocialTech]

El punto de equilibrio se produce en el año 2, cuando se logra un ingreso mensual de US\$ 7.586. Es decir, se deben realizar dos servicios mensuales en promedio.

El capital requerido es de US\$ 31.100, que considera una distribución de US\$ 2.800 en activos fijos y una inversión inicial en capital de trabajo de US\$ 28.300, correspondiente al 91% y 9% respectivamente del capital requerido.

11.5. Evaluación y Análisis Económico

TRR	25%
VT	US\$ 262.749
VPN FCL	US\$ 74.945
VP VT	US\$ 86.099
VPN TOTAL	US\$ 161.044
TIR FCL	99%
TIR TOTAL	117%
PAYBACK	AÑO 2
CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO	US\$ 31.100
BREAK EVEN	AÑO 2
	US\$ 7.586

Tabla 26: Evaluación Económica

[Elaborado por SocialTech]

VPN

El Valor Presente Neto calculado es de US\$ 161.044, lo que indica que el proyecto es rentable. El VPN basado en los flujos de caja genera un valor de US\$ 74.945. Por lo tanto el mayor impacto relativo en el Valor Presente Total corresponde al Valor Terminal del proyecto, llegando a un VPN (con VT) igual a US\$ 86.099.

TIR

El valor de la Tasa Interna de Retorno es de 117% (total), lo que es superior a la exigida por el proyecto correspondiente a un 25% (Se utilizó la misma tasa de rentabilidad exigida en proyectos de CORFO Chile, la cual es de 25%).

PAYBACK

Se observa que el Payback se produce en el año 2, donde el Flujo de caja libre acumulado es positivo y asciende a US\$23.588.

12. CONCLUSIONES

En los últimos años los conflictos sociales mineros se han incrementado debido a que las compañías mineras avanzan día a día en la exploración de nuevos yacimientos mineros. **SocialTech** surge ante la necesidad de una empresa de consultoría especializada en conflictos sociales y análisis de riesgos ligados a la exploración y prospección minera, y toda operación minera que tenga impacto en la comunidad.

La combinación entre alta inversión minera en América Latina y el constante aumento de conflictos sociales existentes ligados a la actividad minera en la región, hacen muy atractiva la puesta en marcha de **SocialTech** en otros mercados distintos de Chile.

Respecto a la elección de Perú como primer paso de Internacionalización:

En base al estudio desarrollado y contenido en este documento, se determina que la selección de Perú como primer paso de internacionalización para la compañía **SocialTech** es factible.

Se ha seleccionado Perú debido a su alto nivel de apertura de negocio, protección de inversores, respeto de contratos y facilidad para obtener créditos. La estrategia de **SocialTech** y el empleo de la estructura Joint Venture con empresas especializadas en gestión ambiental permitirán reducir las barreras políticas y culturales de entrada.

Tras un acabado estudio de la competencia ligada a la gestión social en Perú, se determinó que **SocialTech** tiene enormes posibilidades de dar pasos firmes en el mercado de gestión social latinoamericano, y una valiosa posibilidad de transformarse en referente de gestión social basado en datos estadísticos. De la distribución de competidores se desprende que de un total de 35 compañías analizadas, la mayoría de éstas están dedicadas a temas de gestión social, ambiental, y arqueológica, pero sin utilizar sistemas de geo-referenciación de conflictos, que es el principal diferenciador de **SocialTech**.

Comparativamente, el proyecto de **SocialTech** goza de una bien pensada estrategia de obtención de información sostenida en la ardua recopilación de información en períodos de conflictos sociales latentes y frecuentes actualizaciones de ésta.

En cuanto a aspectos financieros, se toma como base, que tanto los emprendimientos de **SocialTech** en Chile como en Perú, serán financiadas íntegramente con fondos de los socios fundadores. **SocialTech** iniciará su etapa de internacionalización en Perú al segundo año de operación en Chile, tras lograr el punto de equilibrio operacional.

Se ha considerado exigir al emprendimiento **SocialTech** una rentabilidad de 25% teniendo como base la rentabilidad exigida a los proyectos de innovación. La inversión inicial de US\$31.100 hace factible que no se considere dividir la propiedad de la empresa en otros inversionistas aparte de los socios fundadores. El punto de equilibrio en la operación de **SocialTech** Perú, se espera para el segundo año.

Respecto a los objetivos planteados al inicio:

En cuanto al contenido del presente documento, se concluye que éste describe correctamente la estructura de la empresa, los servicios ofrecidos por ella así como su valor económico.

Adicionalmente se describe el modelo de operación necesario para iniciar un emprendimiento de las características de **SocialTech**.

Es necesario destacar que tras una ardua investigación, se logró obtener una descripción del mapa de instituciones colaboradoras de gestión social-ambiental en Perú que servirán como apoyo para reducir las barreras de entrada de **SocialTech** en el mercado peruano.

En definitiva, se concluye que los productos de trabajo contenidos en este documento son factibles de ser utilizados como punto de partida para la ejecución del proceso de internacionalización de **SocialTech** en el mercado latinoamericano.

13. BIBLIOGRAFÍA

[CYTED y OLAMI, 2011]. Guía de prevención de conflictos vinculados a la actividad minera. [en línea] <www.gecomin.org/archivo/guiaespanol.pdf> [consulta: 10 noviembre 2012].

[Barlett & Ghoshal]. Tap Your Subsidiaries for Global Reach. Harvard Business Review, Christopher A. Bartlett and Sumantra Ghoshal.

[CESCO, 2010]. Mercados Internacionales y sus Perspectivas: Desarrollo de la Exploración en Latinoamérica y en Chile. Juan Carlos Guajardo B. Martes 03 de Agosto de 2010.

[Behre Dolbear, 2012]. Ranking of Countries for Mining Investment Where “Not to invest”. [en línea] <www.dolbear.com/news-resources/documents> [consulta: 10 noviembre 2012].

[De Echave y Otros, 2009]. Minería y Conflicto Social. José de Echave, Alejandro Diez, Ludwing Huber, Bruno Revesz, Xavier Ricard Lanata, Martín Tanaka. Lima, CBC, CIPCA, CIES, IEP, 2009. (Serie: Minería y Sociedad, 5) Páginas: 18, 48, 235.

[Fraser Institute, 2011]. Fraser Institute annual survey of mining companies.

[Carranza, 2011] Competitividad y Desarrollo del Perú: El Rol de la Minería. Centro para la competitividad y el desarrollo, Universidad San Martín de Porres. Luis Carranza Ugarte. Septiembre 2011.

[The Economist Unit, 2012] The Economist Unit, Perú, Agosto 2012.

[Web Economic Forum, 2012] Global Information Technology Report 2012.

[Revista Business Perú, 2012] Perú Tecnológico [en línea] <www.revistabusiness.com.pe/2012/04/10/peru-tecnologico/> [consulta: 10 noviembre 2012]

[Decreto 236, 2003] Promulga Convenio Básico de Cooperación Técnica y Científica con Perú [en línea] <<http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=219011&idVersion=2003-12-17>> [consulta: 07 enero 2013]

[PeruMin, 2009] Competitividad del Sector Minero. Perumin: 29 Convención Minera. Instituto de Ingenieros de Minas de Perú.

[REPRIK, 2012] Putting Environmental, Social and Governance Risk on the Radar. Top 10 Most

Controversial Mining Companies [en línea] <consulta: www.reprisk.com> [consulta: 10 noviembre 2012]

[Schotter, 2012]. Thunderbird School of Global Management, Global Strategy Class. Andreas Schotter.

[Mongue, 2012] Conozca qué conflictos sociales se avecinan, DECO, Carlos Mongue [en línea] < <http://peru.com/2012/06/08/actualidad/nacionales/conozca-que-conflictos-sociales-se-avecinan-noticia-68722>> [consulta: 10 de noviembre 2012]

[Willatt, 2010] Guía para desarrollar Solid Business Plan. Willatt, Christian. 2010.

[Willatt, 2006] Proyecciones financieras en Star-Ups. Willatt, Christian. 2010.

[AEMPRESARIAL, 2010] Actualidad Empresarial, N° 202, Primera Quincena de Marzo 2010 [en línea] <http://www.aempresarial.com/web/revitem/1_10749_52232.pdf> [consulta: 20 mayo 2013]

14. ANEXOS

ANEXO A: COMPETIDORES Y SOCIOS POTENCIALES

COMPANIA	GENERO	DIRECCIÓN	WEB SITE / CONTACTO
GERENS	SOCIAL	Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A. Av. Primavera 1050, Piso 3, Surco; T +(511) 221 4994 / informes@gerens.org	www.gerens.pe
Societas Consultora de Análisis Social	SOCIAL		http://pe.linkedin.com/in/societasconsultora
Social Consultores	SOCIAL	Alameda el Alba, 103 B, Pueblo Libre, Lima-Perú Teléfono (511) 4631067 Email: informes@socialconsultores.com	http://socialconsultores.blogspot.com
Peru 2021	SOCIAL		http://www.peru2021.org
Logrem	SOCIAL	Sucursal de San Borja: Calle Pablo Usandizaga , 181 - San Borja - Lima Tlf.(01)476-1691 Cel.959-955765	http://www.logrem.com
Centro de Análisis y Resolución de Conflictos PUCP	SOCIAL		http://consensos.pucp.edu.pe/consultoria/equipo-de-consultores/
ESTRATEGIA Y DIALOGOSOCIAL S.A	SOCIAL	CAL. CALLE CANTUARIAS #270, LIMA	http://www.dialogoperu.com/eds/
RS CONSULTING S.A.C.	AMBIENTAL	CAL. CALLE LOMA AIROSA #136, Lima	http://www.rs-consultinggroup.com/#!/servicios
Acon Ambiental Consultores S.A.C.	SOCIO-AMBIENTAL	Calle Julio Verne, 114 - San Miguel - Lima Tlf.(01)628-4000 Tlf.(01)628-9417 Tlf.(01)628-1497	http://www.ambientalconsultores.com.co/v5p/index.php
Clb Tecno Logica S.A.C.	AMBIENTAL	Jirón Murcia, 321 - San Luis - Lima Tlf.(01)346-1344 Tlf.(01)346-4395 RPM.#645418	www.clb.com.pe
A&Em Evaluacion y Gestion Ambiental S.A.C.	AMBIENTAL		www.evagamsac.com
Cardno Entrix	AMBIENTAL	Avenida Santa Cruz, 839 - Of.3 - Miraflores - Lima Tlf.(01)447-7719 Tlf.(01)447-8462	www.cardnoentrix.com

Geo Consult Service S.A.C.	AMBIENTAL	Mz. B Lt. 10 - Mz. C Lt. 4 - Urb. Villa Elba - Santiago De Surco - Lima Cel.992-753152 Cel.993-866461 Tlf.(01)274-5911	www.geoconsultsac.com
J&R Projets Contratistas y Consultores Sac	SIN DESCRIPCION		
Consult in Dorado	SIN DESCRIPCION	Calle Belén, 572 - Piso 3 - Cusco Tlf.(084)22-6400 Cel.988-699065 RPM.#0159999 Cel.965-385727	www.consultindorado.com
Setemin Ingenieros S.A.C.	SOCIO-AMBIENTAL		www.setemin.com
Pacific Pir	SOCIO-AMBIENTAL	Calle María Parado De Bellido, 220 - Miraflores - Lima Tlf.(01)719-7842	www.pacificpir.com
Tecnologias y Consultorias Ecologicas S.A.C	AMBIENTAL	Santiago De Surco - Lima Tlf.(01)275-2798	www.teconec.com
Paredes Garay Loren Jesus	AMBIENTAL	Sucursal de Cercado Callao: Avenida Canta Callao - Mz. J Lt. 13, Urb. San Benito De Palermo - Cercado Callao - Callao Tlf.(01)766-5486	
Tecnologia Xxi	AMBIENTAL	Castilla La Vieja, 587 - Santiago De Surco - Lima Tlf.(01)271-3374	
Eco Consult Peru (Ecco Peru)	AMBIENTAL	Av. Jose Olaya, 292. Alt. 2 Huaylas - Chorrillos - Lima Tlf.(01)251-6991	
Ecotest S.R.L.	AMBIENTAL	Francisco Cabrera 048 - Chiclayo - Lambayeque Tlf.(074)23-8815	
Mo Contratistas y Servicios Generales Sac	AMBIENTAL	Calle Otorongo, 250 - San Miguel - Lima Tlf.(052)451-8494	
Ecogestion Consultores S.A.C.	AMBIENTAL	Prolongación Luis Garibaldi, 1232 - Dpto 3 - La Victoria - Lima Tlf.(01)324-9620	
Enviroproyect S.R.L.	AMBIENTAL	Pasaje M. González Prada, 108 - San Juan De Lurigancho - Lima Tlf.(01)458-8319	
Serfooxa S.R.L.	AMBIENTAL	Jirón Bolognesi - Cdra 2 Int. 02 - Oxapampa - Pasco Tlf.(063)46-2608	
Gestion y Ejecucion de Proyectos Ambientales S.A.C.	AMBIENTAL	Av De La Poesía 230 - San Borja - Lima Tlf.(01)476-9249	
Audilaser Eirl	AMBIENTAL	Calle Beaterto, 201 - Arequipa Tlf.(054)25-3378	

Gvr Consultoria Ambiental E.I.R.L.	AMBIENTAL	Yurua, 470 - Dpto. C - Breña - Lima Tlf.(01)689-7855 Cel.993-532878 Cel.945-587211	www.wix.com/gvrambiental/web
Escoam S.A.C	AMBIENTAL	Tahuaycani - Mz. D Lt. 22 Sachaca - Arequipa Tlf.(054)27-1328 Cel.959-705866 Cel.957-945787	
Brush Environmental Sac	AMBIENTAL	Avenida Puno, 300 - Cerro Colorado - Arequipa Tlf.(054)44-6368 Cel.958-319429 RPM.*6971513	
Green Action Consultores Ambientales Sac	AMBIENTAL		www.greenactionperu.com
Arpson Peru	AMBIENTAL	Calle Huánuco, 514 - Of. 208 - Piura Tlf.(073)31-3888 Cel.969-679045 RPM.#755755 Nextel.611*9192	www.arpson.com.pe
Forestsoil E.I.R.L.	MULTIDISCIPLINARIO	Avenida Javier Prado Este, 6915 - Of. 302 - La Molina - Lima Tlf.(01)348-8419 Tlf.(01)348-8432 Nextel.833*1124 RPM.*418872	www.forestsoil.com.pe
Qetzal	ARQUEOLOGICA	Jirón Almagro, 545 - Oficina 224 - Trujillo - La Libertad Tlf.(044)22-2511 RPM.#351315 Cel.949-438060 Cel.947-937880 RPM.*570203	www.qetzalsac.com

Anexo: Competencia y socios potenciales – [Elaborado por SocialTech]

ANEXO B: ENCUESTA DE SOCIALTECH – ESTUDIO DE MERCADO

SOCIALTECH - SOCIALISSUE

Para el siguiente cuestionario, se entenderá por preocupaciones/conflictos de las comunidades, a aquellas situaciones en que las comunidades han expresado explícitamente a la empresa minera, medios de comunicación, redes sociales o autoridades, su malestar por actividades mineras específicas. A modo de ejemplo, se consideran preocupaciones/conflictos a las quejas realizadas por las comunidades debido a intervenciones de cursos de agua, ausencia de consulta a la comunidad indígena, daños ambientales o arqueológicos, etc.

***Obligatorio**

IDENTIFICACIÓN*Favor de Indicar su NOMBRE / CARGO / EMPRESA

SECCION A

(1) Previo al desarrollo de un proyecto minero, ¿su empresa realiza un levantamiento de las preocupaciones y conflictos de las comunidades del área de influencia de su proyecto? *

- Sí
- No

(2) ¿De dónde su empresa obtiene información de las preocupaciones y conflictos de las comunidades del área de influencia de su proyecto? *(Marque una o más alternativas):

- De Internet
- De otras personas
- De noticias
- De bases de datos externas
- De consultores
- De visitas a terreno realizadas por personas de la misma empresa
- Informes especializados y revistas (Ej: Observatorio de Conflictos Mineros)
- Otro:

(3) Considerando los últimos 3 proyectos, la cantidad y calidad de información que se obtiene sobre las preocupaciones y conflictos comunitarios del área de influencia han sido apropiadas para el desarrollo del proyecto?*

- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

(4) Cuál es el tipo de información de conflictos y preocupaciones comunitarias que más se necesita para sus proyectos mineros? *(Marque sólo una alternativa)

- a) Conflictos/preocupaciones comunitarias relacionados con la explotación de minas
- b) Conflictos/preocupaciones comunitarias relacionados con otras actividades de exploración minera
- c) Alternativas a) y b)

(5) Qué tan importante son los siguientes atributos en la información de conflictos/preocupaciones comunitarias? *Coloque nota de 1 a 5 considerando (1: muy poco importante; 2: poco importante; 3: medianamente importante; 4: importante; 5: muy importante)

	1	2	3	4	5
(a) Identificación de Stakeholders (comunidades)	<input type="radio"/>				
(b) Identificación del proyecto minero involucrado	<input type="radio"/>				
(c) Georeferenciación del conflicto	<input type="radio"/>				
(d) Ubicación de proyectos mineros cercanos	<input type="radio"/>				
(e) Cronología del conflicto	<input type="radio"/>				
(f) Información de resolución de conflictos similares	<input type="radio"/>				
(g) Temas legales en disputa	<input type="radio"/>				
(h) Status del conflicto (vigente-no vigente)	<input type="radio"/>				

	1	2	3	4	5
(i) Identificación de las principales temáticas del conflicto	<input type="radio"/>				
(j) Voz de expertos respecto del conflicto	<input type="radio"/>				
(k) Noticias del conflicto	<input type="radio"/>				

(6) Para el análisis comunitario de los proyectos, con qué frecuencia recurre a consultores externos?*(Marque sólo una alternativa)

- a) Nunca (0% de los proyectos)
- b) Rara vez (10% de los proyectos)
- c) A veces (menos del 50% de los proyectos)
- d) A menudo (más del 50% de los proyectos)
- e) Siempre (en el 100% de los proyectos)

(7) Cuántos proyectos de (con sondeos) han desarrollado en los últimos 3 años?*(Ingrese un valor numérico)

(8) Si su respuesta en la pregunta 6) fue: a) Nunca, b) Rara vez o c) A veces, cuáles son las principales razones?*(Marque una o más alternativas)

- (a) No hay suficientes consultores
- (b) Los consultores no entregan información de calidad
- (c) Los consultores no entregan información a tiempo
- (d) Los consultores son muy caros
- (e) La información es obtenida dentro de la empresa, por lo tanto, no es necesario tener consultores

(9) Qué espera de un consultor en este ámbito?*(Marque una o más alternativas)

- Rapidez en entrega de Información
- Visitas a Terreno
- Entrevistas con Stakeholders
- Registro Audio Visual
- Integración de Información Geográfica y Política
- Red de Contactos

- Confidencialidad
- Autonomía
- Trabajo Colaborativo
- Otro:

SECCION B

SocialTech es una empresa de servicios de consultoría, enfocada en el análisis de impacto social de proyectos mineros. SocialTech utiliza técnicas de análisis de datos basadas en información histórica y georreferenciada de conflictos mineros. Nuestro servicio beneficiará al cliente a través de: • Levantamiento de Información social del área de influencia. • Reportes de información social georreferenciada (mapas). • Base de datos de estadística. • Servicio de análisis de patrones. • Análisis de stakeholders. • Análisis de riesgos sociales de acuerdo a estándares de la compañía cliente y/o estándares internacionales. • Recomendaciones de gestión social. • Auditoría de cumplimiento y actualización de información social. • Análisis de normas y leyes involucradas.

(10) Usted estaría interesado en un producto/servicio como el ofrecido por SocialTech?*(Marque sólo una alternativa)

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) De acuerdo
- d) Muy de acuerdo
- Otro:

(11) Con qué frecuencia utilizaría el servicio ofrecido por SocialTech? *(Marque sólo una alternativa)

- a) Rara vez (para menos del 30% de los proyectos)
- b) A veces (para más del 30% y menos del 50% de los proyectos)
- c) A menudo (para más del 50% de los proyectos)
- d) Siempre (para cada proyecto)
- Otro:

(12) Qué monto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofrecidos por SocialTech en cada proyecto?*(Un proyecto considera aproximadamente. 50 horas de trabajo de consultoría más acceso a base de datos especializadas)

- a) Menos de US\$ 6.000 dólares
- b) Entre US\$ 6.000 y US\$ 8.000 dólares
- c) Entre US\$ 8.000 y US\$ 10.000 dólares
- d) Más de US\$ 10.000 dólares

