



FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PROPUESTAS EN EL PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA COMPAÑÍA MINERA COIMOLACHE Y SU IMPACTO EN LA PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD CAMPESINA EL TINGO AÑO “2016”

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autores:

Barrantes Zevallos, Juan Carlos

Orejuela Sánchez, Jossep

Asesor:

Víctor Hugo Ramírez Gómez

Trujillo – Perú

2017

DEDICATORIA

*"A Dios y a mis padres por su constante
apoyo en la elaboración de esta investigación"*

Juan Carlos Barrantes Zevallos

*"Agradezco a mis padres por el apoyo
incondicional para lograr mi superación
profesional y espiritual"*

Jossep Orejuela Sánchez

AGRADECIMIENTO

*"Al presidente de la comunidad campesina el Tingo por su
apoyo constante y tiempo en brindarnos información sobre
su comunidad"*

Juan Carlos Barrantes Zevallos

Jossep Orejuela Sánchez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	63
ÍNDICE DE FIGURAS.....	38
RESUMEN.....	07
ABSTRACT.....	08
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	09
1.1. Realidad problemática.....	09
1.2. Formulación del problema.....	10
1.3. Justificación.....	10
1.4. Limitaciones.....	11
1.5. Objetivos.....	11
1.5.1. Objetivo General.....	11
1.5.2. Objetivos Específicos.....	11
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Antecedentes.....	12
2.2. Bases Teóricas.....	14
2.2.1. Comunicación Externa.....	14
2.2.2. Comunicación estratégica.....	16
2.2.3. Estrategias de Comunicación.....	18
2.2.4. Relaciones Corporativas y Asuntos Públicos.....	19
2.2.5. Enfoques Teóricos de la Comunicación para el desarrollo.....	20
2.2.6. Reacción Comunitaria contra Modelos Anteriores.....	23
2.2.7. Participación Comunitaria.....	25
2.2.8. Definición de Impactos Sociales.....	29
2.2.9. Percepción Social.....	30
2.3. Hipótesis.....	33
2.3.1. Formulación de la hipótesis.....	33
2.3.2. Variables	33
Variable A.....	33

Variable B	33
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	34
3.1. Operacionalización de variables.....	34
3.2. Diseño de investigación	35
3.3. Unidad de estudio	35
3.4. Distrito, Provincia, Región	35
3.5. Población	35
3.6. Muestra... ..	36
3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	36
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	38
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	51
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS	57
ANEXOS.....	58

RESUMEN

La presente investigación se propuso determinar la relación entre el Plan de Comunicación Externa de la empresa Cía. Minera Coimolache y la percepción de imagen en la Comunidad Campesina El Tingo – Hualgayoc - Cajamarca año 2016.

En el proceso de gestión de Cia. Minera Coimolache de los Recursos Naturales sometidos a la explotación, existen una serie de incertidumbres; es por ello que la compañía minera trata de hacer frente a estas inquietudes con algunas actividades de gestión específicamente en su Plan de Comunicación Externo que se analiza en este trabajo.

Se utilizaron, al respecto, herramientas cualitativas y cuantitativas con la finalidad de lograr entender a fondo el desempeño de todas estas actividades e investigar qué impacto han generado. El proyecto estuvo enmarcado en el tipo de investigación no experimental, fundamentada a nivel comprensivo con un diseño de encuestas y entrevistas así como la observación y entrevistas no estructuradas.

Los resultados indican que las ESTRATEGIAS comunicacionales del Plan de Comunicación Externo de la Compañía Minera Coimolache ha ejercido un impacto parcialmente favorable en la percepción de la Comunidad Campesina El Tingo, aceptándose así la segunda hipótesis propuesta. El 61% de la comunidad siente que el grado de comunicación que tiene Cia. Minera Coimolache con la Comunidad Campesina el Tingo, no ha mejorado por la falencia en proponer programas o actividades que generen desarrollo y asimismo un mejor impacto en la mejora de calidad de vida del poblador

De esta manera se pudo concluir que se puede organizar un nuevo sistema de comunicación, sistema que genera un mejor desempeño de las actividades en cuanto a la relación con la Comunidad Campesina EL Tingo.

ABSTRACT

The present investigation was intended in order to establish the relation between the External Communication Plan of the company Cía. Minera Coimolache and the perception of image in the Peasant Community El Tingo - Hualgayoc - Cajamarca year 2016.

In the process of management of Cia. Minera Coimolache of Natural Resources under exploitation there are a number of uncertainties; that's why the mining company tries to address these concerns with some management activities , specifically in the External Communication Plan.

There were used in quantitative and qualitative tools with the purpose to fully understand the performance of all these activities and investigate the impact they have generated.

The project was framed in non-experimental research based at a comprehensive level with a design of surveys and interviews as well as direct observation.

The results showed that the communicational strategies of the External Communicational Plan has had a partially positive impact on the perception of the community El Tingo which allows to accept the second hypothesis proposed by the authors. 61% of the community population feels that the level of communication with the company has not improved. It seems to be due to the failure to propose programs or activities to generate an improvement of the life quality in the inhabitants.

In this way it was possible to conclude that it can be implemented a new communication system, a system that generates a better performance of the activities in relation to the El Tingo Peasant Community

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.6. Realidad problemática

Las acciones estratégicas de todo plan de comunicación empresarial que contenga políticas de responsabilidad social, son no solo necesarias para la interacción con el grupo humano sino para la propia institución. Estas estrategias redundarán en forma consistente en la percepción de imagen de quienes se encuentran en el entorno de la empresa. De esta manera, contribuye a la solución de cualquier conflicto social o de una índole semejante.

A inicios de la década de 1990 se llevó a cabo la implementación de una serie de reformas estructurales y políticas orientadas a la apertura de las economías del Perú y América Latina con el fin de promover la inversión extranjera a través de los cambios en las normas que regulan la extracción y explotación minera y de hidrocarburos, dejando de lado los derechos de las comunidades sobre los recursos naturales, la participación ciudadana, el derecho a la información sobre el sector, la priorización de otras actividades productivas como la agrícola y pecuaria por parte de las comunidades campesinas y la vulnerabilidad de los entornos naturales.

La amplitud del tema conduce a los autores de la presente investigación a ubicar el estudio en mineras de la región Cajamarca en razón de la viabilidad del mismo y de la representatividad de la zona en el rubro de que se trata, según datos de la defensoría del pueblo, el Perú de todos sus conflictos sociales 69.7% son conflictos medioambientales, Cajamarca tiene una representatividad de un 6.6% de los conflictos en el Perú dado que cuenta con 14 conflictos medioambientales los cuales 11 se mantienen activos y 3 latentes.

Al respecto se ha elegido como sujeto de estudio a la empresa Cía. Minera Coimolache. En la empresa Cía. Minera Coimolache, en la oficina de Relaciones Comunitarias cuentan con un Plan de Comunicaciones Externo para mitigar problemas sociales o cumplimiento de convenios sociales pactados entre minera y comunidad, actualmente existen algunos problemas, resultado del manejo político de las autoridades de la Comunidad Campesina El Tingo las cuales no denuncian lo que en realidad necesitan sino apoyan al lucro personal de individuos políticos mas no al de su propia comunidad.

Frente a este problema de relaciones entre empresa minera y población no son las más adecuadas, el presente trabajo se plantea, si la empresa Cía. Minera Coimolache tiene incorporadas en sí o les es inherente mantener buenas relaciones con su entorno, o dicho de una manera más coloquial y directa, observar la forma en que Cía. Minera Coimolache ejecuta su Plan de Comunicación Externo y como comunica lo que hace en materia de inversión social o en lo referente a sus acciones con la Comunidad Campesina El Tingo y, en resumen, la forma en que las actividades estratégicas planteadas al respecto han contribuido a una percepción adecuada o incorrecta de Cía. Minera Coimolache.

Si bien el Proyecto Coimolache no ha tenido incidentes de gran escala ni conflictos graves, la prevención debe mantenerse tanto a nivel ambiental como social, teniendo en cuenta la ya existente preocupación de la población de las Áreas de Influencia Directa y Áreas de Influencia indirectas.

Es por eso que el propósito es analizar el impacto en que estas estrategias de carácter comunicacional propuestas en el Plan de Comunicación Externo de Cia. Minera Coimolache tienen en la percepción que posee la comunidad, puesto que hoy en día es una herramienta básica y elemental para el mejoramiento de las relaciones entre empresa y comunidad.

1.7. Formulación del problema

¿De qué manera las estrategias comunicacionales propuestas en el Plan de Comunicación externa de la Compañía Minera Coimolache han ejercido un impacto en la percepción de la Comunidad Campesina El Tingo año 2016?

1.8. Justificación

El aporte de la investigación será importante para Cia. Minera Coimolache, porque medirá la eficacia de las estrategias del Plan de Comunicación Externo que implementan en la Comunidad Campesina El Tingo, además, el resultado del presente trabajo constituirá una fuente de información punto de partida para la elaboración de futuros planes de comunicación externa en proyectos sobre las actividades extractivas, además, permitirá

conocer si las actividades implementadas en la comunidad campesina El Tingo generan un cambio de comportamiento, dando conocimiento sobre el proyecto en la población.

1.9. Limitaciones

El estudio posee la limitación metodológica propia de su naturaleza, es decir, los resultados no pueden generalizarse a otros sujetos y esa no es la intención de los autores. Se pretende que los resultados y conclusiones no solo sirvan a la organización sino que se constituyan como antecedentes para trabajos con variables similares. Por otro lado, una limitación para una información consistente ha sido el nivel sociocultural de la población encuestado en el proceso metodológico de trabajo.

1.10. Objetivos

1.10.1. Objetivo General.

Explicar la forma en que las estrategias comunicacionales propuestas en el Plan de Comunicación externa de la Compañía Minera Coimolache han ejercido un impacto en la percepción de la Comunidad Campesina El Tingo año 2016

1.10.2. Objetivos Específicos.

- Identificar cuáles son las actividades estratégicas del Plan de Comunicación Externo en la comunidad campesina del Tingo año 2016.
- Determinar qué actividades del Plan de Comunicación externo de la empresa Cía. Minera Coimolache tuvieron más grado de aceptación en la comunidad campesina del Tingo año 2016.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.

En lo que respecta a evaluación de la eficacia del plan de comunicación externo de la empresa Cía. minera Coimolache, para mejorar las relaciones con la comunidad campesina El Tingo, no presenta antecedentes de forma específica; sin embargo, existen algunos trabajos que guarda relación con el presente.

Antecedentes Internacionales:

En 2004 Urbina Álvarez Catie, F.A. en Universidad De San Carlos De Guatemala” presentó la tesis titulada “Diagnóstico Y Propuesta De Comunicación Externa Del Centro Agronómico Tropical De Investigación Y Enseñanza” señalando que el diagnóstico de Comunicación Externa realizado, demostró que el público externo específico encuestado, desconocía el quehacer del CATIE. Con base en las necesidades de información del público específico externo, se determinó que son personas con interés y necesidad de conocer el quehacer institucional del CATIE Guatemala.

La propuesta de comunicación externa, se realizó con base en los resultados obtenidos del diagnóstico siendo el personal quien proporciona la información técnica que se ha de redactar, editar y finalmente publicar. Asimismo ha recomendado promocionar la literatura publicada por el CATIE, en las Facultades de Agronomía, Ciencias Forestales, Ciencias Agrícolas de las universidades del país; así como en la Escuela Nacional Central de Agricultura (ENCA).

En 2007 Andersen Ortiz Pamela A. en Valdivia – Chile Abril – “Análisis De Las Estrategias Comunicacionales De Responsabilidad Social Empresarial. El Caso De Methanex Chile Limited – Punta Arenas” se concluyó que: el análisis e interpretación de las estrategias de comunicación en responsabilidad social, vista desde el punto de asuntos públicos y gubernamentales. Recomendó al respecto la necesidad de fortalecer al Departamento de Asuntos Públicos y Relaciones Gubernamentales:. La idea es mejorar los mecanismos de entrega de información a los medios locales, procurando que el departamento de Asuntos

Públicos no sólo emita información en periodos de crisis o auge, sino regularmente. Concretamente, que se entregue una vez al mes a un medio local un comunicado o reportaje sobre la empresa, de este modo quienes no conocen en qué consiste el proceso productivo del metanol, qué significa una empresa de Conducta Responsable, los beneficios que se realizan en la comunidad, o su compromiso con el medio ambiente, van a estar informados de lo que significa Methanex en la región, el país y el mundo. Es decir, no esperar que sea intención del medio de comunicación realizar la nota informativa o el reportaje, sino una iniciativa de la empresa. Asimismo, utilizar un lenguaje más entendible y claro, dejando los tecnicismos de lado. Es decir, entregar información con un carácter más amigable y cercano, como es el caso de publicaciones internas.

Antecedentes Nacionales

En 2012, Aliaga Zamora Cajamarca. G.Y. sustentó la tesis titulada "Influencia De La Actividad Minera De La Empresa Yanacocha S.R.L. En La Situación Socioeconómica De Los Centros Poblados De Huambocancha Alta Y Huambocancha Baja Del Distrito De Cajamarca 2012" explicó que la región Cajamarca es considerada como una localidad de alta conflictividad socio ambiental-minera se recomienda que el gobierno regional a partir de las gerencias de desarrollo social, económico y de recursos naturales implemente una efectiva estrategia comunicacional, que permita establecer a la población de manera sencilla a la información que puede poner en riesgo o favorecer el definir de los centros poblados de Huambocancha alta y Huambocancha baja.

En 2013, F. Katuska Granda Cornejo Piura, 2013 "Diagnóstico De Las Políticas De Comunicación Externa De La Minera Río Blanco Copper S.A." Señala que: Este estudio confirma la necesidad de toda empresa transnacional de contar con una Política y un Plan de comunicación basado en la cultura, modos de vida e idiosincrasia de la población a la que ingresa. La empresa debe considerar que al ingresar a territorio extranjero se enfrenta dos culturas diferentes a la suya: La del país receptor y la de la comunidad a la que ingresa.

Los planes de comunicación de todas las empresas de minera transnacional deben estar a cargo de profesionales de la comunicación con especialización en comunicación

intercultural, o comunicación para el desarrollo con experiencia en trabajo con comunidades rurales y en especial con las comunidades a las que la empresa ingresará.

Las políticas y planes de comunicación de las empresas mineras transnacionales deben incluir mecanismos que involucren a los diferentes actores del conflicto y que promuevan el dialogo. El conocimiento de los actores involucrados en estos mecanismos será producto de su adecuado mapeo el mismo que debe incluirse también en los planes de comunicación.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. Comunicación Externa

Es necesario ahora diferenciar la comunicación interna de la externa, entendiendo ésta última como el proceso comunicativo que emplea la empresa y sus miembros con un medio externo en el cual están insertos.

Por lo tanto los objetivos de la comunicación externa deben ir orientados a ejercer una sana influencia en quienes toman decisiones que afectan la economía y la empresa, promover los productos en mercados nacionales e internacionales, crear un ambiente social favorable informando de las ventajas para la comunidad y la buena calidad de sus productos, y buena gestión ante los públicos con lo que se relaciona." (Morante, 1999)

La promoción social de la empresa, basada en la comunicación externa de ella, no sólo descansa en la imagen que se proyecta en los medios tradicionales de comunicación, sino en el desarrollo de actividades orientadas hacia aquellos sectores que son claves en el crecimiento del país, tales como jóvenes, intelectuales y políticos.

Las empresas cada día van dedicando parte de sus beneficios a patrocinar o auspiciar iniciativas culturales, educacionales y sociales, procurando un beneficio al ciudadano a cambio de obtener un reconocimiento por parte de la comunidad.

La comunicación externa abarca varias dimensiones: comunicación externa operativa, de los miembros de la empresa con los distintos asociados o interlocutores. Comunicación externa estratégica, que consiste ya en la constitución de una red, ya en una actitud de "vigía". Informaciones externas de notoriedad, (publicidad, promociones, etc.). (Bartoli, 1992)

Según Rafael Pérez (2001), la empresa moderna se plantea en sus políticas externas las siguientes dimensiones: Imagen e Identidad visual, Diálogo con públicos, Motivación a la compra, Aceptación social, Proximidad

Para lo anterior, es necesaria la planificación de las comunicaciones en una empresa, entendiendo que ésta se lleva a cabo con el fin de cumplir determinados objetivos. Por lo tanto, para que se cumpla con los objetivos de la empresa, se debe crear una estrategia comunicativa, que implica planeación y orden. Ésta debe incluir información sobre qué propone la empresa a un determinado público, cómo se debe actuar para lograrlo y qué recursos se deben utilizar.

Comunicación Externa diaria de los Empleados

Si bien implica la posibilidad que tienen los empleados de la empresa de promover a ésta públicamente en la comunidad, tanto hacia contactos personales o profesionales, generalmente es un tipo de comunicación que las empresas a menudo olvidan.

Para que la empresa sea promovida por sus empleados, Bartoli (1992) supone tres condiciones básicas que se deben dar en su interior: Que el empleado sepa: Lo que

remite a la comunicación interna. Que esté convencido: Implica coherencia entre discurso y acciones a ejecutar que tenga ganas de hablar: Lo que supone motivación.

Comunicación Interna Eficaz y Externa Eficaz

Ambos tipos de comunicación, deben ser planeadas cuidadosamente y puestas en marcha sistemáticamente con el fin de “evitar los seis errores fundamentales identificados por el profesor de Harvard, Daniel Quinn Mills” (Black: 2004): La dirección manda demasiado y escucha muy poco; se comprende poco de lo que se comunica; una parte demasiado grande es importante para la dirección pero no para los trabajadores; se comunica demasiada propaganda; hay poca calidez; la comunicación tiene una relación muy pequeña con la posibilidad de cambio.

2.2.2. Comunicación estratégica

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que se redefine cada día según las necesidades y requerimientos de cada empresa, modificado no sólo el rol social de ésta, sino además su ética.

Esta política, que cada vez han adoptado más empresas, se encuentra enmarcada en la Comunicación Estratégica.

El concepto de Comunicación Estratégica suele confundirse con actividades como el marketing, la publicidad, el desarrollo corporativo, las relaciones públicas y el lobby. Por este motivo, definiremos el concepto: “Comunicación Estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social, y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses y objetivos” (Tironi y Cavallo: 2004).

La tarea fundamental de la Comunicación Estratégica es proyectar la imagen basada en la identidad de la empresa, con el fin de crear confianza, nexos y lazos con la comunidad y público objetivo, en conclusión con el medio en el cual se encuentra inserta.

La idea es actuar para generar, de acuerdo a los objetivos y metas de la empresa, prestigio, credibilidad y amplitud para enfrentar posibles crisis comunicacionales que se pueden dar debido al impacto social, medioambiental político que puede generar la empresa en su entorno cercano, en la sociedad.

La comunicación es una forma de acción, de interacción simbólica. El calificativo de estratégica cumple no sólo una función adjetivadora, sino además delimitadora. Al respecto Rafael Pérez (2001) define los rasgos que tipifican la comunicación estratégica: Se produce en una situación en la que intervienen varios interlocutores. Estos interlocutores tienen que tomar decisiones ante la incertidumbre que generan otros interlocutores.

Las tomas de decisiones se dan en determinados contextos sociales, perseverar en el logro de un objetivo asignado, qué se ejecuta, controla y evalúa.

Si bien, uno de los objetivos principales de la comunicación estratégica es la buena proyección de la imagen, además ésta sirve para encauzar el poder de la comunicación, con el fin de incidir en los resultados y orientación de los objetivos de la empresa, a través del control y la organización. "Es necesario controlar y estructurar la comunicación con el fin de que los resultados se acerquen lo más posible a los objetivos" (Pérez, 2001)

Importante es mencionar que la Comunicación Estratégica "se desarrolla en sociedades donde conviven un sistema político democrático y una economía abierta de mercado" (Tironi y Cavallo: 2004), donde es necesario, para que se desarrolle libremente, una economía fomentada por la satisfacción de necesidades de los clientes y no las impuestas por un Estado, es decir la plena libertad de los individuos

y el respeto y libertad de expresión de los medios de comunicación masivos, con el fin de fomentar la diversidad social. Frente a este tipo de economía de libre mercado es necesario que las empresas reorienten sus políticas de gestión pública y social.

2.2.3. Estrategias de Comunicación

En toda comunicación de la empresa, la veracidad, precisión y no manipulación de la información, son deseables en todo comportamiento ético de ésta.

“Una estrategia será comunicativa cuando persiga un objetivo de comunicación, o bien cuando utilice fundamentalmente la comunicación para el logro de ese objetivo” (Vives y Peinado – Vara: 2003). Por lo tanto, la comunicación ya no es sólo un instrumento para el logro de fines y objetivos, sino un proceso vital de todo organismo, que interviene directamente en la percepción y resolución de conflictos, y en la configuración de los valores de la empresa, valores que marcarán su futuro.

Según Vives y Peinado – Vara (2003), la estrategia de comunicación cumple las siguientes funciones: Obliga a una reflexión y análisis sobre la relación de una organización con sus públicos; define una línea directriz de la comunicación; establece los distintos territorios de aplicación; da coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una organización; determina criterios de evaluación de resultados.

Vives y Peinado – Vara (2003), sugiere que “para la realización de una estrategia de comunicación se tome como principio el discurso de filosofía de la organización, entendiendo a este último como la misión, valores y ética de la empresa. Por lo tanto divide el discurso en cuatro etapas: De la soberanía: Digo quien soy, de la actividad: Digo lo que hago y cómo lo hago; de la vocación: Digo para quién lo hago; de la relación: Digo a la vez lo que hago y lo que esto me permite hacer.

2.2.4. Relaciones Corporativas y Asuntos Públicos

Corresponde al departamento, dentro de la organización, encargado de la gestión y planificación estratégica y corporativa. La estrategia corresponde a la planificación empresarial en el mediano y largo plazo.

Es un departamento encargado de controlar, analizar, ejecutar y difundir todas las acciones de comunicación que la empresa necesita en su labor diaria, tanto a nivel periodístico como publicitario, es decir, el transmitir una buena imagen global de su cultura empresarial (Black: 2004).

El objetivo fundamental de este departamento es "establecer un diálogo y conseguir la armonía y el consenso a través de una información, argumentación y discusión de doble vía" (Black: 2004). Atrás quedó el tradicional gabinete de prensa, que únicamente se encargaba de enviar información a los medios.

Hoy, en las empresas, los departamentos de comunicación se preocupan de todos los públicos de la organización y contemplan la comunicación en un sentido global e integral.

Es de suma importancia que la organización tenga un carácter flexible en sus políticas, ya que son las estrategias las que determinarán la dirección de un proyecto y su viabilidad

Debido a que este departamento debe contribuir en la construcción y mantención de la misión y valores de la empresa, es que ésta debe tener una relación coherente entre visión interna y valores, con la posición externa, es decir con la imagen que proyecta.

"Dicho de otro modo, este departamento tiene el papel estratégico de llenar el vacío existente entre la perspectiva interna de una organización y su posición externa" (Black: 2004). La idea es que mediante "el esfuerzo sostenido y planificado (...)

establecer y mantener la buena voluntad y comprensión entre una organización y su público" (Black: 2004).

A pesar de lo anterior, los gabinetes o departamentos de comunicación se encuentran en un proceso de consolidación. Para su fortalecimiento es indispensable la formación especializada de quienes trabajan en ellos y de los dirigentes de las organizaciones.

"En cualquier caso, la evolución es imparable. La comunicación adquiere cada vez mayor relevancia social" (Black: 2004)

2.2.5. Enfoques Teóricos de la Comunicación para el desarrollo.

Teoría de Comunicación para el Desarrollo

La preocupación normativa del 'servicio público' trascendió también a los países del Sur. Era la época de afirmación nacional, como la nacionalización del petróleo en Venezuela (1975). Tal estrategia proviene de gobiernos dispuestos a llevar adelante políticas comunicacionales acordes con las necesidades del país. Se buscaba la comunicación democrática y participativa. La UNESCO en Costa Rica (1976) trató de establecer políticas nacionales y regionales de comunicación queriendo transformar el control y funcionamiento de los sistemas sociales de información desde las cúpulas. Conceptos como "derecho a la comunicación", "democratización de la comunicación", "planificación de la comunicación", "políticas de comunicación" y "flujo equilibrado de noticias" abundan y confluyen hacia el final de la década de los 70 en el proyecto de un "Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación" (NOMIC) y en el "Informe McBride", encargado por la UNESCO y publicado en 1980.

Este Informe se hizo eco de las teorías, que prevalecían en los países menos desarrollados; como la de "Comunicación para el Desarrollo" José Martínez Terrero, en su resumen de Teorías de la Comunicación, Venezuela 2006 cita a (McQuail,

1994), o de "medios y desarrollo". En una primera etapa difusionista, ella estudia cómo los medios pueden difundir información del autollamado Primer Mundo apta para la innovación, la educación y la salud de los países en desarrollo.

La teoría clásica de Comunicación para el desarrollo decía que los medios pueden ayudar a los países subdesarrollados. Pero de hecho han ayudado poco. Por ello se está reevaluando esta teoría. El modelo de influencia de los medios era un modelo mecanicista de transmisión, que no tenía en consideración el contexto social. Rogers (1976) recomendó la participación y la convergencia y el hacer caso a las estructuras de poder local y a los valores tradicionales (McQuail 2000)

- **Comunicación y desarrollo:** la comunicación para el desarrollo implica la creación de mecanismos que amplíen el acceso público a información sobre las reformas; el fortalecimiento de la capacidad de los gobiernos de escuchar a la población y negociar con las partes involucradas; el fortalecimiento de las organizaciones de base para lograr un proceso más participativo; y la realización de actividades de comunicación basadas en estudios de opinión pública. Es la integración de la comunicación estratégica en proyectos de desarrollo.
- **Una comunicación efectiva:** consiste en difundir información a públicos específicos, escuchar sus necesidades e inquietudes y responder apropiadamente. Ya sea que se esté discutiendo un proyecto específico o un programa o desarrollo rural hasta desarrollo del sector privado, o reforma financieramente o judicial – la idea es construir el mayor consenso posible, mejorando para ello el grado de entendimiento público y promoviendo un dialogo informado entre todas las partes involucradas.

Aquellos programas de comunicación que son bien diseñados, y ejecutados de manera profesional, y que integran en programas de desarrollo un buen entendimiento de la realidad política local, así como del contexto y cultural, puede hacer la diferencia entre el fracaso de un proyecto.

Teorías de la Comunicación: Teoría de la Comunicación Comunitaria

La teoría normativa comunitaria según Martínez (2006) en su "Resumen de Teorías de la Comunicación" citando a Christians (1993) afirma que dicha teoría presenta una ética moral comunitaria, que parte de lo que el público espera de los medios, y lo que les pide para mantener su credibilidad (verdad y objetividad). Las normas éticas comunitarias se basan más en los valores del público que en los códigos de ética tradicionales, como la propia conciencia individual.

Además indica que, la comunicación se comprometa a formar 'comunidades culturales'. Se preocupa por hacer presentes en los medios todos los grupos sociales, incluyendo los periféricos y marginales, las mujeres, etc., sea como protagonistas de noticias o como comentaristas del acontecer nacional y local" "La nueva comunicación es más comunitaria, más organizada alrededor de las subculturas del tiempo libre y de la búsqueda de identidad.

El tiempo libre es el tiempo lejos del trabajo, un tiempo que puedo llamar 'mío'. Durante él lo más importante es no 'obedecer órdenes' para aumentar la productividad, sino disfrutar de mi propia identidad y dedicarme a actividades, que revelen y desarrollen mi identidad" (White, 1996, en Martínez, 2006).

Esta teoría toma de los estudios críticos culturales la necesidad de lograr consensos morales y negociaciones en sociedades cada vez más y más conscientemente pluralistas. Pide que se reconozca el derecho de existencia a las diferentes identidades culturales para llegar a un paquete común de significados y a una filosofía pública, donde cada uno puede reconocer algo de su identidad.

2.2.6. Reacción Comunitaria contra Modelos Anteriores.

Surge como Reacción Contra el Proyecto 'Modernizante' (liberal). Se centraba principalmente en unir a todos para formar una sola nación-Estado, José Martínez

Terrero en su resumen de Teorías de la Comunicación, Venezuela 2006, nos menciona esta frase de White, (1996). Al Estado se le consideraba como el instrumento más importante del desarrollo nacional. Los medios públicos eran para informar a la ciudadanía sobre lo que hacía el Estado. Pero esto llevó a identificar lo público con el Estado.

En cambio, el mismo autor señala que: La ética de la comunicación comunitaria plantea que la ciudadanía tiene un derecho humano independiente del Estado. Dice que el fundamento de la nación no es el Estado, sino la infraestructura densa de organizaciones voluntarias construidas a través de la participación directa de la gente a nivel local. Es la sociedad civil. Y establece que los medios de comunicación ciertamente deben informar sobre el Estado, pero asimismo sobre la sociedad civil y sus integrantes, y sobre lo que ellos opinan del actuar del Estado. Está mucho más atenta a las corrientes de insatisfacción e injusticia de los grupos periféricos. El criterio de verdad pública no es la objetividad en abstracto, que ya de suyo es imposible, aunque se la debe buscar siempre, sino que es la justicia. Así se crea el nuevo mito de la sociedad pluralista, en la que el continuo re-nacimiento de la nación viene de abajo, del pueblo y de sus diferentes grupos lingüísticos y étnicos (inmigrantes).

José Martínez Terreno, en el mismo resumen cita a (White, 1996) quien señala que, en la ética comunicacional del 'libre mercado de las ideas' no hay valores en el foro público, pues todos los valores son privados e individuales. En cambio, en la ética comunitaria el criterio es tener valores comunes en el foro público, pero respetando la diversidad de interpretaciones dentro de cada subcultura (campesina, urbana, indígena, regional...). Se trata de reformular lo que esta sociedad considera como verdad pública cultural.

Objetivos de la ética comunitaria.

Uno de los objetivos principales debe ser un mayor sentido de solidaridad social. El punto inicial de una ética comunitaria es entrar en las identidades de los diferentes grupos de la sociedad. La ética comunitaria de la comunicación busca potenciar a los grupos a través de la afirmación y reconocimiento de su identidad, pero sin buscar el controlar y dominar. La afirmación de identidad lleva a la claridad del tratamiento justo o injusto de su grupo. En el momento más impredecible, este sentido de identidad puede llevar a una acción política decisiva. La experiencia indica que los procesos de democratización de la comunicación se han logrado a través de movimientos sociales.

Hoy para la mayoría lo ideal es tener una comunicación más participativa, dialógica, horizontal y creativa. Este cambio comunicacional se da a nivel estudiantil, a nivel de iglesias, a nivel de familia y a nivel de organizaciones informales. También se da en los medios masivos, que ya dejaron de tratar exclusivamente de temas políticos, e informan sobre todos los temas posibles, tratando de captar audiencias. Asimismo la gente lee los periódicos o el Internet individualmente, pero comenta lo leído con los amigos y la familia. José Martínez Terrero, Resumen de Teorías de la Comunicación, Venezuela 2006.

La teoría comunitaria se manifiesta en las experiencias comunicativas, donde uno puede involucrarse más, donde hay más lealtad, más identificación, más comunicación real. Éstas son, por ejemplo, las radios comunitarias (populares, campesinas, mineras, indígenas, educativas. También se manifiesta en los medios más masivos a través de géneros, como la telenovela, la música popular y los deportes. Algunos objetarán que éstos no son foros centrales donde se traten temas serios, sino que tratan temas triviales y marginales. En cambio otros arguyen (Martín-Barbero, 1987; Livingstone, 1990, mencionado en Martínez 2006), que tienen una gran importancia cultural y política, pues se centran alrededor de la identidad y de las subjetividades, que es lo que interesa más a cada persona.

Las normas profesionales de ética comunitaria son el resultado de una negociación entre muchos actores: los líderes morales de la profesión, los ejecutivos de los medios, los educadores universitarios de los futuros profesionales, los líderes políticos, pero sobre todo el gran público (White, 1995; 1996).

2.2.7. Participación Comunitaria

La primera aclaración es que el concepto de participación comunitaria ha sido concebido por diferentes autores bajo distintas denominaciones: participación ciudadana, participación social, participación popular. Nuria Cunill utiliza el término de participación ciudadana y para definirlo retoma de Guimaraes (1987) que la participación significa un acto voluntario de interacción social dirigida a tener parte en alguna actividad pública de modo de intervenir en su curso y beneficiarse de ella. La misma autora reconoce que ésta es una amplia definición y que es posible que conceptos tales como participación popular, comunitaria, social sean equivalentes al de participación ciudadana.

Si analizamos la definición detenidamente lo primero que hay que rescatar es que la participación representa un acto de voluntad individual, por lo tanto no se puede imponer como un acto de coerción, no es posible calificar de participativo a un proceso que no permite a los individuos la decisión de no participar. Sin embargo, la participación trasciende el acto individual, para que sea efectiva hace falta una acción colectiva y organizada que adquiera un sentido de decisión colectiva, y no asistir al resultado acabado de algo para lo cual no contribuyó en absoluto. Finalmente, su práctica supone un sentimiento de pertenencia y, al mismo tiempo, de intervención en igualdad de condiciones con los agentes del gobierno en la toma de decisiones. La participación ciudadana implica una práctica social que supone una interacción expresa entre el Estado y actores de la sociedad civil, a partir de la cual estos últimos penetran en el Estado. La intervención que realizan los individuos en actividades públicas, se sustenta en tanto son portadores de intereses sociales. Este proceso podemos analizarlos desde distintos cortes dimensionales, como:

Medio de fortalecimiento de la sociedad civil, abordaje que "no refiere estrictamente al Estado y, en tal sentido, más que remitir a un «tomar parte en», apunta al desarrollo de la autonomía de los sujetos sociales" (Cunill, N.; 1991: 39).

Medio de socialización de la política, planteo que se refiere a la necesidad de generar espacios y mecanismos de articulación del Estado con los sujetos sociales, como también de posibilitar que las decisiones del gobierno y de la burocracia sean transparentes y ampliar la capacidad de influencia sobre el proceso de toma de decisiones. (Pagani, 1998,1999)

La práctica de la participación ciudadana se torna ambigua, también puede ser analizada, como vía de enormes potencialidades hacia la democratización y el mejoramiento de la sociedad, y como objeto preferido de las manipulaciones políticas. Permite por lo tanto, promover que los sujetos sociales mejoren su capacidad de construir su propio destino, impulsando su autonomía. De lo contrario puede convertirse en un instrumento que acentúe la heteronomía en la sociedad civil, al facilitar la construcción artificial de consensos y legitimar desigualdades, como también transferir responsabilidades a los mismos pobres en la resolución de sus problemas. El primer enfoque concibe a la participación comunitaria como el proceso de intervención de la población en las deliberaciones sobre los temas de su interés. Con la potencialidad de devenir en un método de control del clientelismo, mediante la institucionalización de los poderes paralelos y en un instrumento para aumentar la viabilidad y eficacia de la acción pública. En algunos casos, el objetivo expreso es potenciar la organización social. En el segundo enfoque se concibe a la comunidad como fuente de consultas y recursos, el eje principal es obtener el apoyo de la comunidad en la ejecución de programas gubernamentales a partir del aporte de mano de obra y/o recursos, y sólo circunstancialmente abrir canales de comunicación para comprender sus demandas y opiniones de cómo resolverlas. Además de la manipulación en los espacios oficiales, la apertura del Estado local hacia la participación activa puede ser apropiada de manera diferenciada en la propia base, según los recursos económicos y políticos que posea cada grupo social. Pues en la práctica los sectores que participan en los procesos de concertación son aquellos con recursos, en cambio los sectores pobres no tienen

capacidad de representación para presionar por sus propios intereses y condicionar las decisiones de política pública. La tesis de Sergio Boisier, es que en América Latina se observa el despliegue de un interesante proceso de transferencia de la responsabilidad de "hacer gobierno" desde arriba hacia abajo, mediante procesos de descentralización, sin que al mismo tiempo esto se acompañe con la adecuada difusión y recursos pertinentes. En consecuencia, la transferencia de tal responsabilidad queda basada en el falso supuesto de que ésta cuestión supone solo una operación de reducción a escala, y no a cambios estructurales. En opinión de este autor "la participación radica en la matriz cultural del grupo o de la comunidad que jamás puede ser impuesta desde arriba y algunos intentos conocidos por hacerlo, terminaron en un fracaso rotundo". Citamos a este autor porque nos parece paradigmático entre los que opinan que la participación comunitaria tiene que nacer de la propia comunidad, desde "abajo" y no ser una transferencia de problemáticas desde los niveles centrales. Sobre esta misma temática, la hipótesis que sostiene Marshall Wolfe es que en los procesos políticos en que se estimula la participación siempre existirá una tensión permanente entre los principales protagonistas en especial entre el Estado, los movimientos progresistas y el pueblo, "las tensiones entre los esfuerzos del Estado por promover la participación popular y los esfuerzos para incrementar el control sobre los recursos y las instituciones reguladoras ... de los grupos... hasta entonces excluidos de tal control serán permanentes, por mucho que estén cambiando continuamente." Desde este enfoque, la participación que se promueve hacia la población marginada es vista como mecanismo de integración funcional al orden, como instrumento de control y se ubica por lo general al margen de la toma de decisiones políticas y económicas. Bajo esta concepción, las principales propuestas de participación popular no provienen de sectores generalmente progresistas, sino que provienen del mismo sector dominante que busca una manipulación de la gente y de los proyectos mismos (Spinelli, H.; 1992 mencionado en Pagani 1998). Estas poblaciones mantienen una relación de dependencia con al Estado, en cuanto a la provisión de recursos y servicios, marcando el límite en el alcance de las transformaciones sociales y en el impacto de la participación en la esfera institucional. De esta forma se viabilizan demandas que no atraviesan procesos de

agregación, racionalización y politización; la participación se repliega al barrio y es acotada a solidaridades restringidas. Desde lo institucional, las instancias de representación de la sociedad civil frecuentemente asumen formas ritualistas, se convoca a las organizaciones intermedias con recursos para aportar, y los pobres participan contribuyendo mano de obra para el mejoramiento del barrio. De esta manera se entiende a la participación comunitaria como un problema específico de colaboración en el planeamiento y no como una cuestión de gobierno relacionada con la configuración del poder y la forma de compartirlo. La participación puede analizarse desde dos dimensiones que incluyen en sí misma el tema del poder:

1. En cuanto a su dimensión social, equivale al cambio social, se enfatiza la participación como una forma de intervenir en asuntos públicos y como una acción colectiva necesariamente conflictiva al ampliar los espacios para los sectores populares, lo que supone cambios significativos en las relaciones y distribuciones del poder.

2. En cuanto a su dimensión política, cuyo equivalente es la democracia, se considera la participación como una expresión de los estratos populares para lograr su ciudadanía y constituirse en sujeto de su propio desarrollo, así como una estrategia para cambiar la distribución del poder en la sociedad y como un rechazo al verticalismo del Estado.

Para Cardarelli y Rosenfeld, el alcance de las "participaciones de la pobreza" dependen en general de la voluntad de los gobernantes, que promueven o apoyan objetivos de organización de la población, con fines de propia legitimación o como sustentación de sus orientaciones políticas. Antonio Ugalde en este mismo sentido, agrega que "la participación comunitaria es una actividad política, y no puede ser organizada por gobiernos o agencias internacionales, para satisfacer sus propias necesidades políticas" (Ugalde, A.; 1987 mencionado en Pagani 1998). Nos hemos remitido a diferentes autores para demostrar que la participación comunitaria no tiene un sentido unívoco y no constituye un debate acabado. Las diferentes concepciones que sostienen los autores sobre este término, responden a que la participación de la comunidad ha sido convocada con diferentes objetivos. Coincidimos con Norberto Alayón en que la participación de la gente, puede conducir indistintamente a la integración o al cambio social, según sea el encuadre

teórico que oriente su acción. El problema no es entonces, que la comunidad se organice y participe, lo que varía es para qué y a qué niveles. La participación puede ser convocada para convalidar, tanto para cuestionar" (Alayón, N.; 1998, mencionado en Pagani 1998).

2.2.8. Definición de Impactos Sociales:

En primer término, es preciso establecer lo que teóricamente entendemos por impactos sociales. Denis Sulmont define los impactos sociales como "las consecuencias directas e indirectas, ambientales, urbanas, socioeconómicas y culturales que tiene una actividad en su zona de ejecución y en sus áreas de influencia". Si bien, el estudio de estos impactos puede ser evaluado como unidades separadas, es preciso tener en cuenta el conjunto de interrelaciones e interdependencias que se dan entre ellos, puesto que se impone la evidencia de que los cambios ambientales o espaciales repercuten en las esferas social, económica, cultural y política.

2.2.9. La percepción Social-Comunicacional

"La percepción es el proceso mediante el cual un individuo adquiere una sensación interior que resulta de una impresión material hecha en los sentidos. Esta sensación puede ser consciente o inconsciente. A la percepción inconsciente, por estar bajo el límite de la consciencia, o subconsciente, le llamamos percepción subliminal. Los ojos, los oídos, las terminaciones nerviosas de la piel son el primer medio de contacto con el medio ambiente. Estos y otros órganos de los sentidos son los instrumentos de la percepción que recogen la información para el sistema nervioso; el sistema nervioso la convierte en impulsos eléctricos que trasmite al cerebro donde producen cadenas de reacciones eléctricas y químicas. El resultado es la conciencia interna de un objeto o de un suceso. La percepción precede a la comunicación y ésta deberá conducir al aprendizaje.

Hay dos principios de la percepción especialmente importantes. Primero, el fenómeno de la percepción está constituido por muchos mensajes sensoriales que no se dan separadamente sino estructurados en patrones complejos. Estos llegan a formar la base del conocimiento que la persona adquiere sobre el mundo que le rodea. Segundo, un individuo reacciona solamente a una pequeña parte de los estímulos del medio en un momento dado. Elige aquella parte del universo que quiere experimentar, o que atrae su atención en ese momento (por esto, debemos diseñar materiales que atraigan y conserven la atención del alumno). La percepción es una experiencia personal y única. No es exactamente igual para dos personas. Un hecho puede percibirse en forma de experiencias pasadas, de motivación presente y de vivencias actuales.

De lo anterior se puede concluir que mientras que cada percepción es única e individual; las series de percepciones realizadas en común por diferentes personas pueden relacionarse hasta llegar casi a identificarse. Si se rodea una escultura, los ángulos de visión cambiarán a medida que se cambie de posición; si después otra persona camina alrededor de la misma escultura y la mira desde los mismos ángulos obtendrá sin duda diferentes percepciones individuales; pero la serie en su totalidad será para las dos personas más o menos la misma. Por lo tanto, una serie de percepciones individuales nos capacita para ponernos de acuerdo con los demás sobre lo experimentado, aunque las experiencias individuales sean ligeramente diferentes.

La producción de imágenes, tanto fijas como móviles, el lenguaje icónico, oral o gestual, descansan sobre el principio de que se aprende fundamentalmente de lo que se percibe y que series de experiencias auditivas y visuales cuidadosamente diseñadas, pueden ser experiencias comunes que modifiquen favorablemente el comportamiento. No obstante, muchas conductas surgen de experiencias del inconsciente. Los comportamientos son conscientes o no, pero la raíz proviene de percepciones subliminales.

Así pues, cuando se diseñan materiales icónicos o audiovisuales es muy importante procurar percepciones que estén de acuerdo con la experiencia anterior del alumno y con su situación presente. Tanto los elementos componentes como la forma de tratar el tema (narración, dramatización, interrogación, etc.) o el nivel del

vocabulario, la calidad y el número de ejemplos, la combinación de la narración con la imagen, la técnica de dibujo y otros factores pueden, todos y cada uno, contribuir a obtener éxito en la percepción; y así lograr una comunicación más efectiva que lleve a la realización del aprendizaje.

La Comunicación

La percepción lleva a la comunicación. En toda comunicación, simple o compleja se realiza una secuencia semejante a esta.

El mensaje (al nivel mental), generalmente de tipo informativo, originado por una fuente o comunicador (el cerebro del individuo) es codificado, puesto en una forma transmisible (un pensamiento se verbaliza al ser convertido en ondas sonoras, o signos escritos). El mensaje codificado pasa a través de un transmisor (impresión, grabación, película, televisión) camino apto, canal (aire, onda, papel, luz, etc.) a un receptor (los sentidos de una persona, ojos, oídos, nervios táctiles) donde el mensaje es descodificado (convertido por el sistema nervioso en símbolos mentales) a su destino final (cerebro del receptor).

Para que la comunicación sea eficaz se necesita la actividad del receptor; que reacciona contestando, preguntando o actuando mental o físicamente. Hay una respuesta del receptor al comunicador que completa el ciclo, es la retroalimentación (feedback).

La retroalimentación permite al comunicador, que dio origen al mensaje, corregir las posibles omisiones o errores en la transmisión del mensaje, o mejorar la codificación y el procedimiento de transmisión e incluso, ayudar al receptor en la descodificación del mensaje.

Hay otro elemento adicional que debe incluirse en este esquema de comunicación: El ruido, que es toda perturbación que interfiere o causa distorsión en la transmisión del mensaje. El ruido puede producir un impacto muy serio en la comunicación al grado de determinar su fracaso. La estática en una emisión radiofónica es un ejemplo simple de ruido. Un relámpago puede ser un ruido perturbador para una persona que esté leyendo un libro. Imágenes imprecisas o erróneas en una película

pueden constituir un ruido fatal. El ruido también puede ser producido en la intimidad del receptor, y destruir así un proceso de comunicación que había tenido una transmisión satisfactoria, por ejemplo, la falta de atención. Incluso experiencias conflictivas del pasado pueden actuar como una fuente de ruido inhibitorio; recuérdese la importancia del pasado individual para influir sobre la percepción. Los ruidos y barreras nebulosas de cualquier grado deben ser tenidos en cuenta como obstáculos que hay que vencer.

En ocasiones no puede evitarse en la planificación el factor redundancia que se usa frecuentemente para vencer ruidos evidentes o previsibles. La redundancia se refiere a la repetición de la transmisión de un mensaje a través de diferentes canales para superar o evitar la interferencia del ruido. Ejemplos de redundancia se pueden dar en la actividad, cuando se proyecta un material visual y al mismo tiempo se distribuyen copias impresas del mismo para estudio o cuando se presentan múltiples aplicaciones de un mismo principio en diferentes contextos.

Por la práctica en el uso de materiales audiovisuales se llega a entender dónde y cuándo son adecuados como canales de comunicación dentro del proceso de movimiento del mensaje del emisor al receptor; y cómo deben relacionarse los diferentes elementos de la comunicación con los factores de ruido y redundancia, para conseguir éxito en los esfuerzos por comunicarse efectivamente." (Enrique Martínez-Salanova "Aprendizaje, Percepción y Comunicación" 1998)

2.3. Hipótesis

2.3.1. Formulación de la hipótesis

H1

Las ESTRATEGIAS comunicacionales del Plan de Comunicación Externo de la Compañía Minera Coimolache han ejercido un impacto significativamente favorable en la percepción de la Comunidad Campesina El Tingo.

H2

Las ESTRATEGIAS comunicacionales del Plan de Comunicación Externo de la Compañía Minera Coimolache han ejercido un impacto parcialmente favorable en la percepción de la Comunidad Campesina El Tingo.

Ho

Las actividades estratégicas comunicacionales del Plan de Comunicación Externo de la Compañía Minera Coimolache no han ejercido un impacto en la percepción de la Comunidad Campesina El Tingo.

2.3.2. Variables

Variable A

Estrategias comunicacionales del plan de comunicación externa de cía. minera Coimolache.

Variable B

La percepción en la comunidad campesina El Tingo.

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
VARIABLE A: ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE CÍA. MINERA COIMOLACHE.	Esta variable se mide a través del análisis y observación directo del plan de comunicación y sus resultados obtenidos.	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de estrategias desarrolladas. Talleres participativos Experiencias de carácter vivencial Documentos de gestión
		<ul style="list-style-type: none"> Canales 	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de canales Efectividad del canal
		<ul style="list-style-type: none"> Mensajes 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de comprensión Nivel de comunicación Numero de mensajes emitidos Tipo de mensaje
		<ul style="list-style-type: none"> Herramientas 	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de herramientas Número de herramientas implementadas Efectividad de las herramientas
VARIABLE B: PERCEPCIÓN DE LA C.C EL TINGO.	Esta variable se mide a través de encuestas para analizar la percepción que tiene la comunidad C.C. Tingo en relación a Cía. Minera Coimolache.	<ul style="list-style-type: none"> Percepción Personal 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de aceptación Variación socioeconómico
		<ul style="list-style-type: none"> Percepción Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de conocimiento sobre actividad extractiva. Nivel de participación en actividades. Grado de accesibilidad de la información.
		<ul style="list-style-type: none"> Percepción del entorno físico. 	<ul style="list-style-type: none"> Grado de participación minera en la comunidad. Impacto de las actividades mineras

3.2. Diseño de investigación

Descriptiva: Su principal objetivo será evaluar todas sus actividades del Plan de Comunicación Externo.

No experimental: Porque la investigación evaluará las consecuencias de las actividades del Plan de Comunicación Externo.

M → O

Donde:

M= Numero de población conocida

O= Análisis de la relación existente entre el plan de Comunicación Externo y la percepción de la Comunidad Campesina "El Tingo".

3.3. Unidad de estudio

Campesino empadronado de en la Comunidad Campesina "El Tingo"

3.4. Distrito, Provincia, Región.

Chugur – Bambamarca – Hualgayoc - Cajamarca

3.5. Población

Los beneficiados con esta investigación serán un grupo de personas que se encuentren directamente relacionadas con la zona de influencia de Cía. Minera Coimolache, en este caso de la Comunidad Campesina "EL Tingo" con una población **aproximada de 1560** campesinos empadronados. Esta información fue obtenida a través de la casa comunal.

3.6. Muestra

Para hallar la muestra de la población compuesta por un grupo de personas que conforman la Comunidad Campesina "El Tingo", estará dada por la siguiente fórmula para población finita con variables cualitativas:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde

N = tamaño de la población = 1560

Z = nivel de confianza = 95% = 1.96

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0.5

Q = probabilidad de fracaso = 0.5

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) = 3% = 0.03

N= 255

3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

- **Gráficas Circulares:**

Herramientas informáticas

Software(s) utilizado para el análisis de datos, desarrollo y planificación de la implementación de las estrategias de comunicación.

- **Microsoft Office Excel**

Esta herramienta permite ingresar datos y representarlos en forma gráfica para un mejor análisis de los resultados obtenidos por la encuesta aplicada.

CAPITULO IV: RESULTADOS

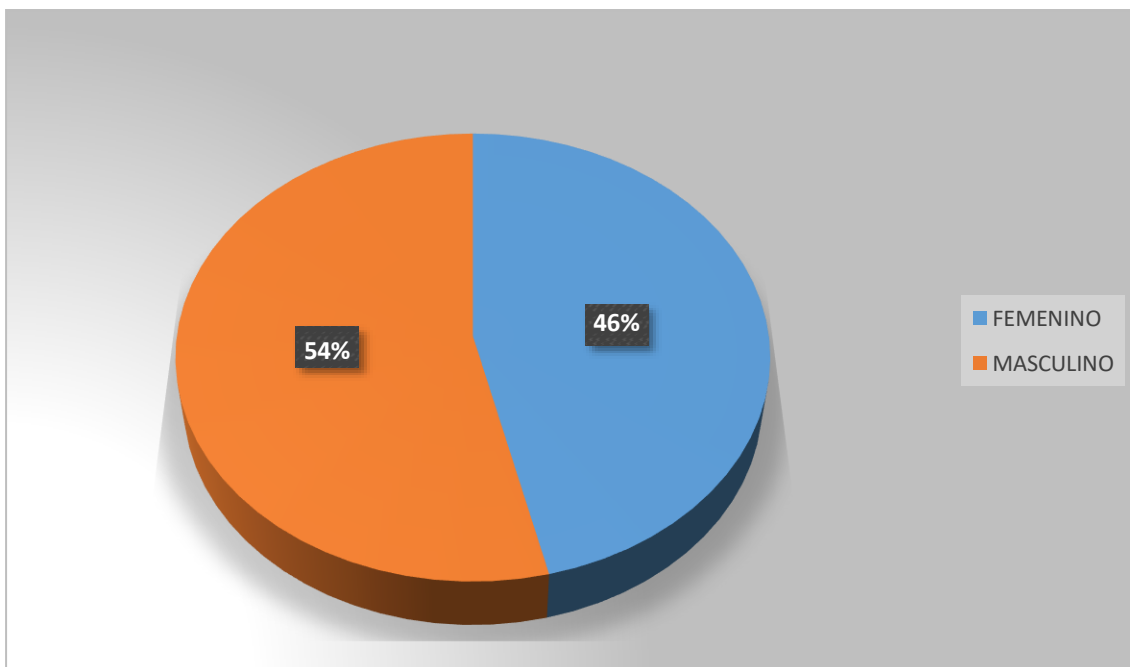
ENCUESTA

La siguiente encuesta se realiza con el propósito de recabar información de la población de la Comunidad Campesina "El Tingo" con una finalidad académica.

Datos personales:

Edad:..... Sexo:.....

FIGURA N° 1



Lectura: La mayoría de los encuestados son hombres.

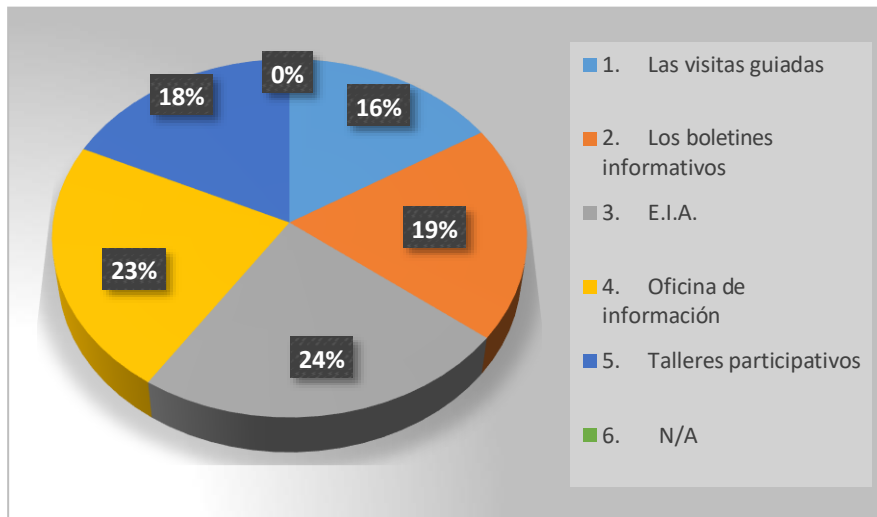
TABLA N° 1

	RPTAS	%
Femenino	117	46%
Masculino	138	54%
	255	100%

Fuente: Encuesta

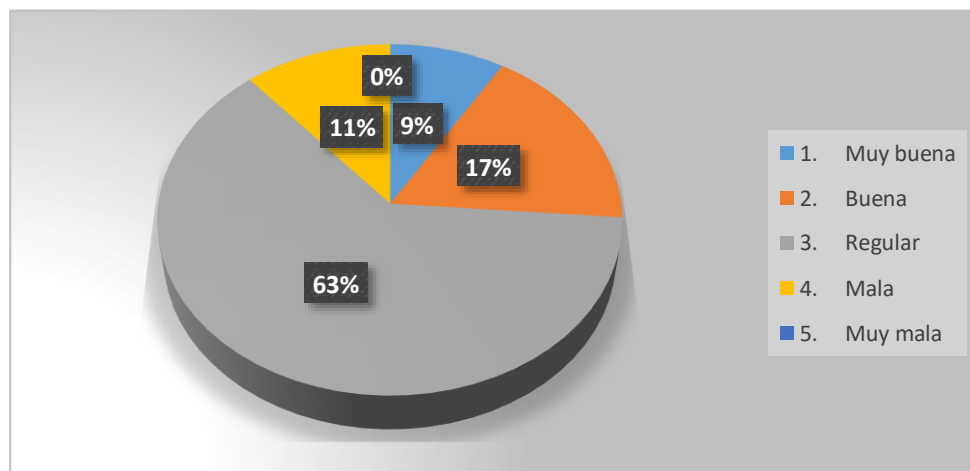
PERCEPCION SEGÚN VARIABLE A: ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

FIGURA N° 2: CONOCIMIENTO SOBRE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CIA MINERA COIMOLACHE



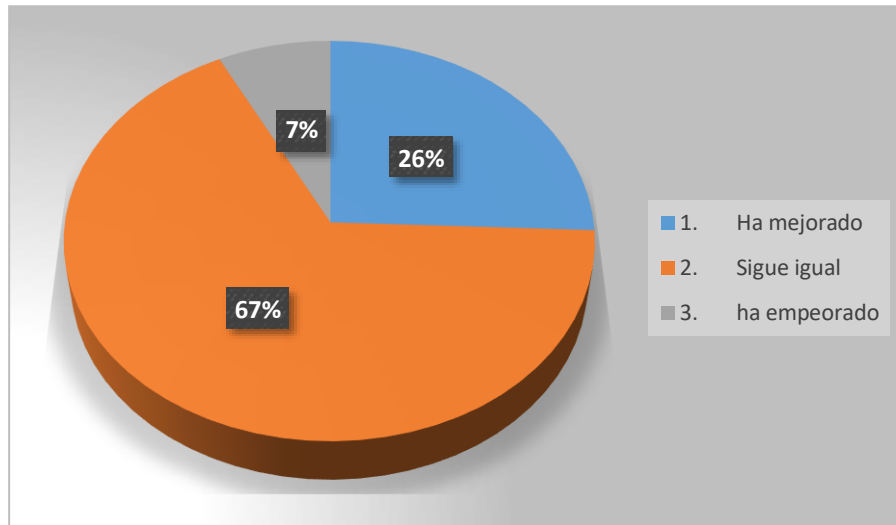
Nota: Las actividades más conocidas por los pobladores de "El Tingo" son el Estudio de Impacto Ambiental (E.I.A.) con un 24 %, así como las oficinas de información con un 23 %.

FIGURA N° 6 CALIFICACIÓN SOBRE LA MANERA DE INFORMAR DE CIA MINERA COIMOLACHE



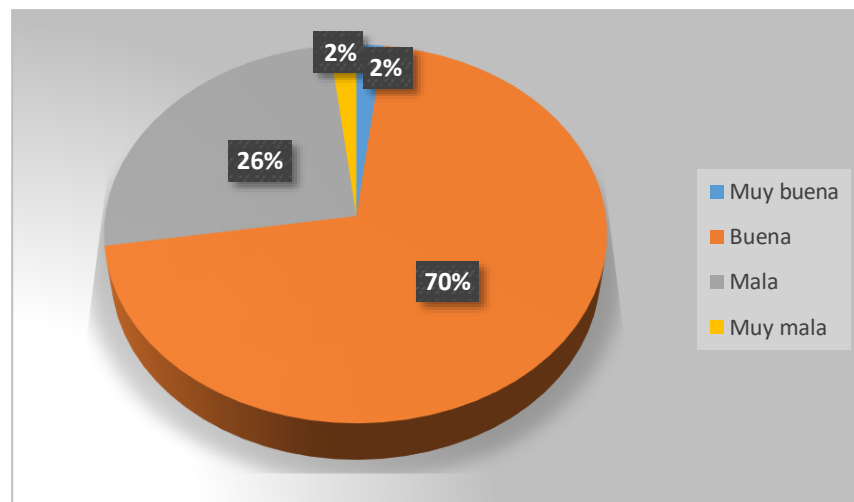
Nota: el 63% de la población de la Comunidad campesina de "El Tingo" afirma Cía. minera Coimolache les informa de manera regular.

FIGURA N° 18
ACCESO A LA INFORMACIÓN



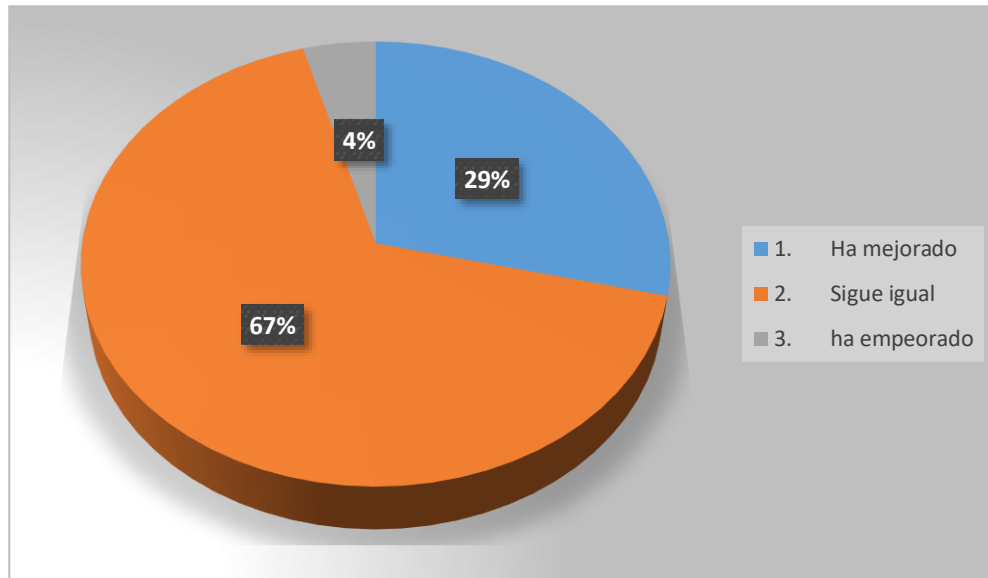
Nota: El 67% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica que el acceso a la información sigue igual.

FIGURA N° 8
**CALIFICACIÓN SOBRE LA INFORMACION EMITIDA POR CIA MINERA
COIMOLACHE**



Nota: El 70% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica la información alcanzada por Cía. minera Coimolache como Buena.

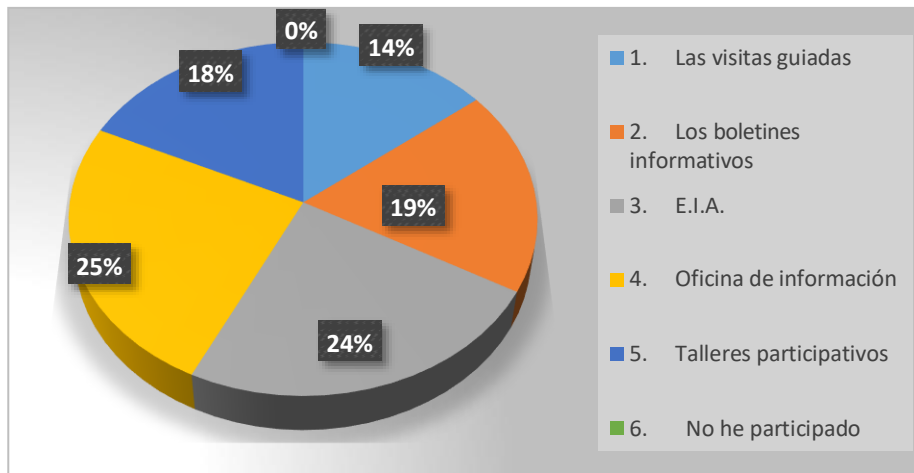
FIGURA N° 17
NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE ACTIVIDAD EXTRACTIVA



Nota: El 67% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica que su nivel de conocimiento sobre la actividad extractiva sigue igual.

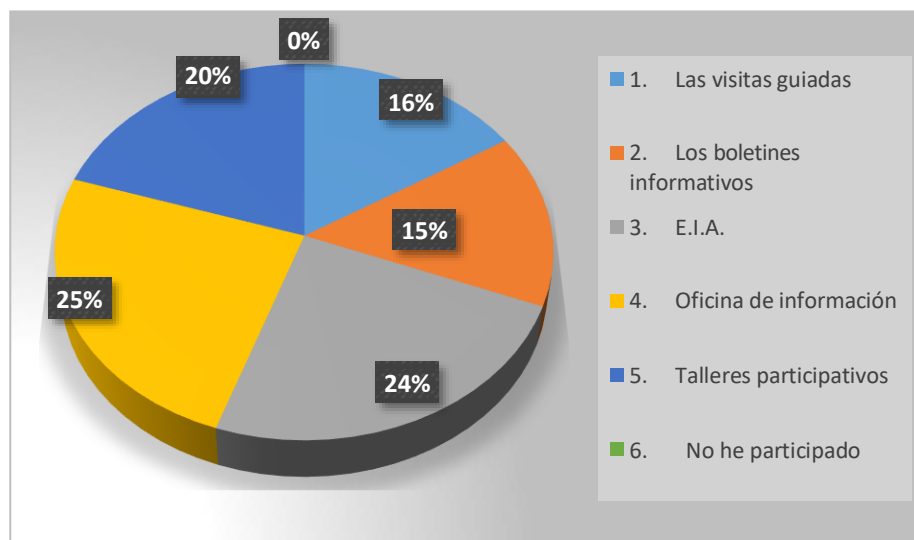
PERCEPCION SEGÚN VARIABLE A: PERCEPCION

FIGURA N° 3 ACTIVIDADES EN LAS QUE HA PARTICIPADO LA POBLACIÓN



Nota: Las actividades en las que más ha participado la población de la comunidad Campesina "El Tingo" son la Oficina de Información y el Estudio De Impacto Ambiental E.I.A.

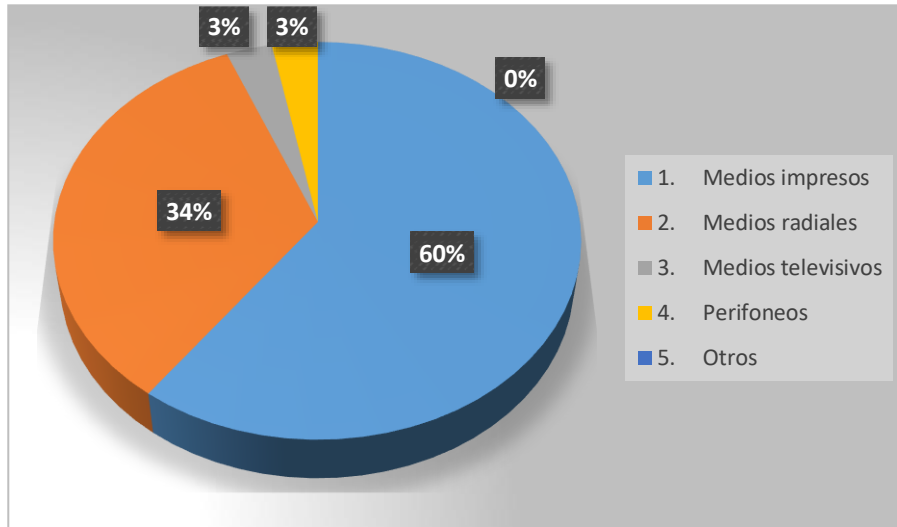
FIGURA N° 4 ACTIVIDAD QUE HA GENERADO MAYOR IMPACTO



Nota: Para la población de la comunidad campesina de "El Tingo" la actividad que más impacto ha generado son el Estudio de Impacto Ambiental (E.I.A.) y la Oficina de información.

FIGURA N° 5

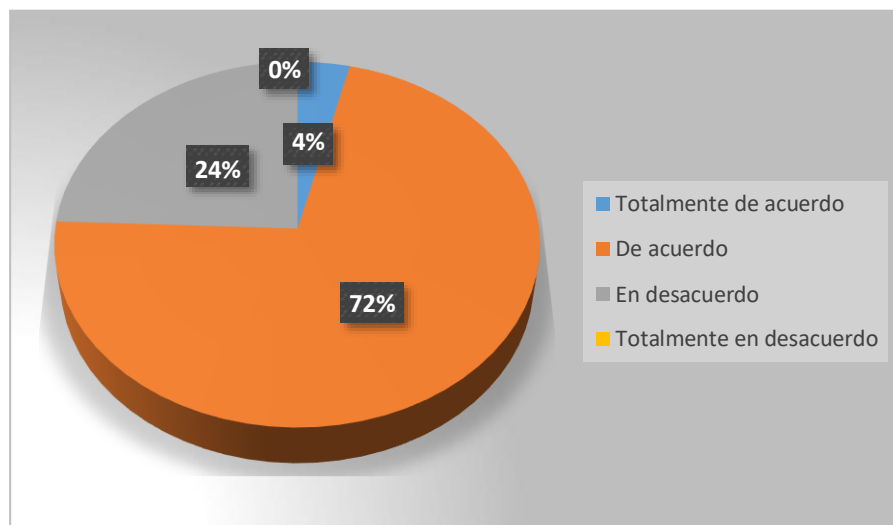
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MAYOR PREFERENCIA



Nota: El 60% de la población de la comunidad campesina "El Tingo" prefiere que Cía. Minera Coimolache se comunique con ellos a través de los medios impresos.

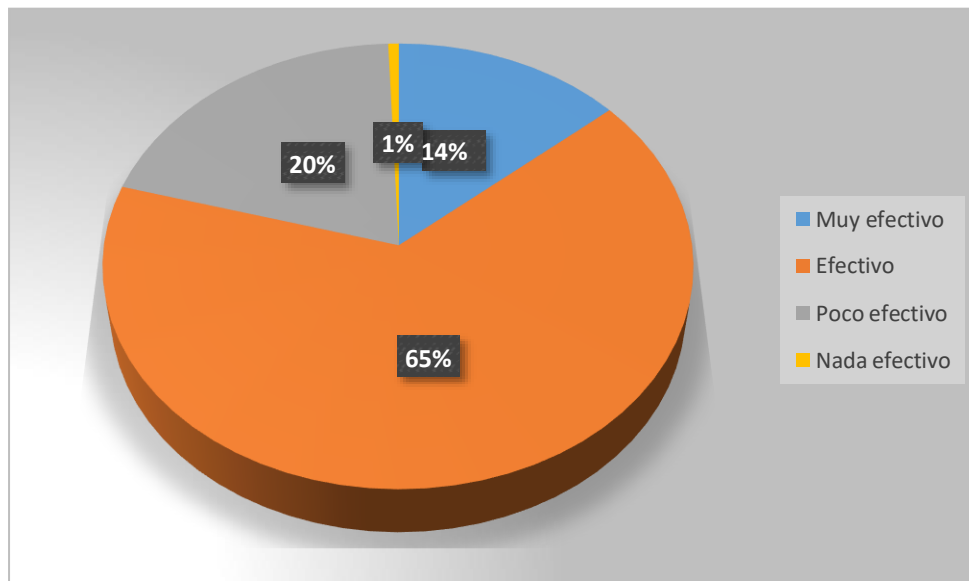
FIGURA N° 7

GRADO DE CONFORMIDAD SOBRE LOS MENSAJES EMITIDOS POR LA CIA MINERA COIMOLACHE



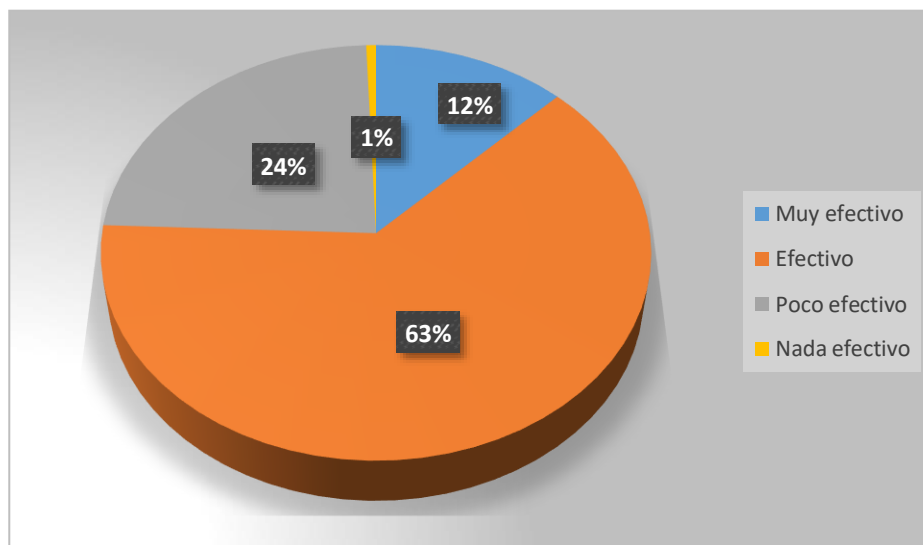
Nota: El 76% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" está de acuerdo que los mensajes de Cía. minera Coimolache han sido los adecuados.

FIGURA N° 9
CALIFICACIONES DE LA ACTIVIDAD: VISITAS GUIADAS



Nota: El 65% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica de efectiva las visitas guiadas.

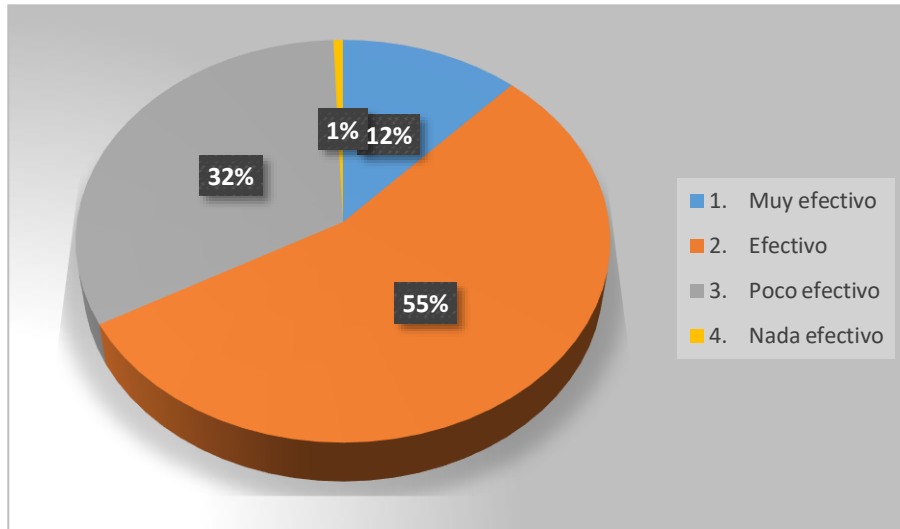
FIGURA N° 10
CALIFICACIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD: BOLETINES INFORMATIVOS



Nota: el 83 % de los encuestados afirma que los boletines informativos son efectivo.

FIGURA N° 11

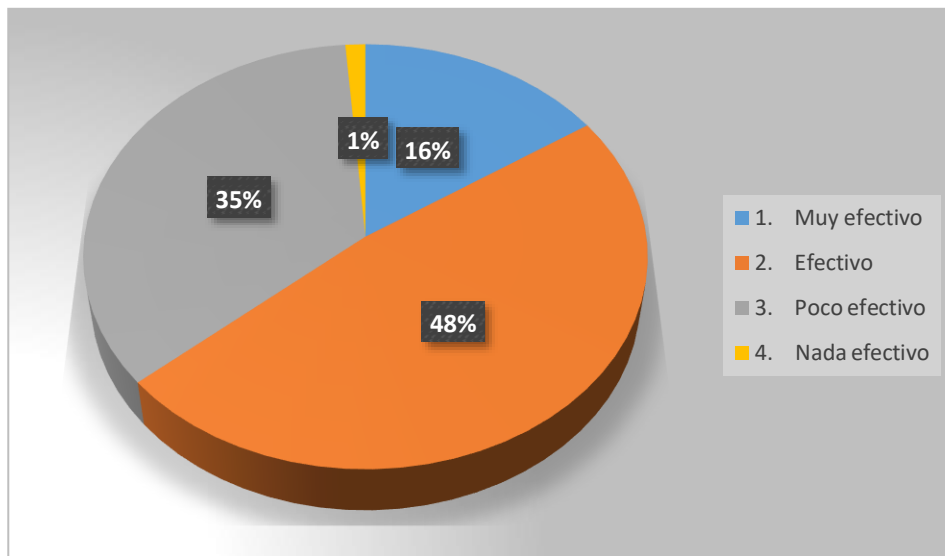
CALIFICACION SOBRE LA ACTIVIDAD: ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL (E.I.A.)



Nota: El 55% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica de efectivo el Estudio de Impacto Ambiental E.I.A.

FIGURA N° 12:

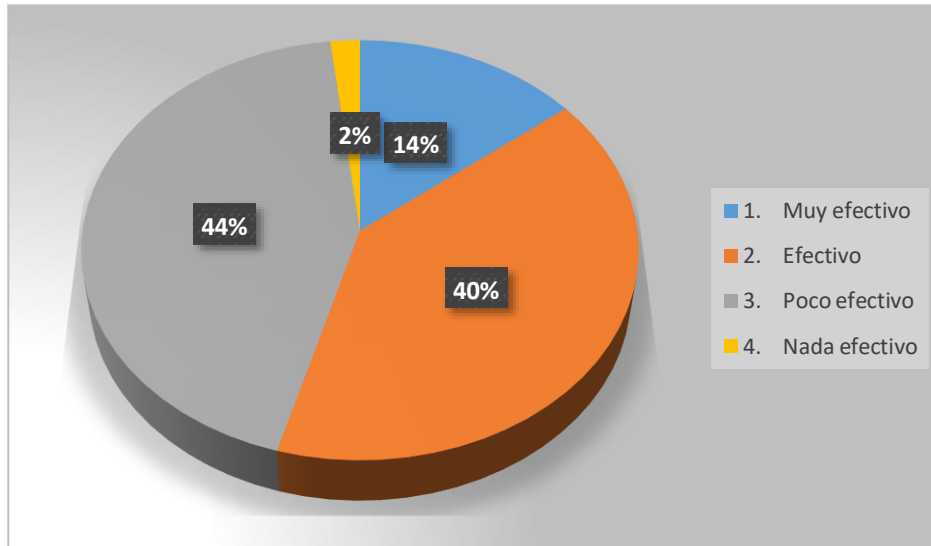
CALIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD: OFICINA DE INFORMACIÓN



Nota: el 38% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica de efectiva la oficina de información.

FIGURA N° 13

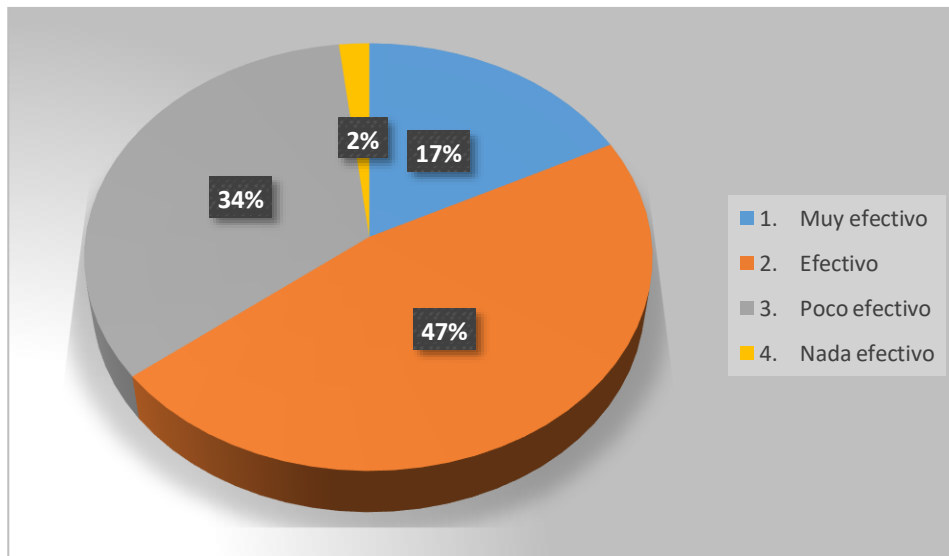
CALIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD: TALLERES PARTICIPATIVOS



Nota: el 54% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica de efectiva los talleres participativos.

FIGURA N° 14

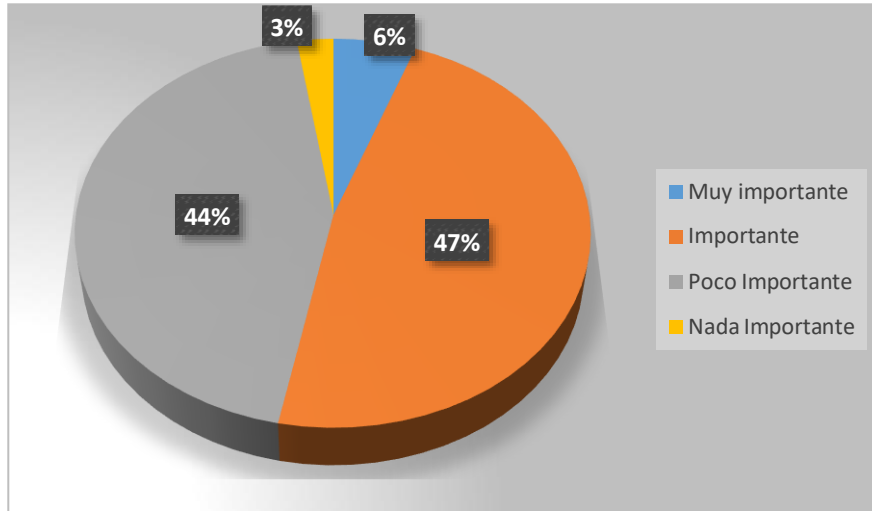
CALIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD: RESERVOIRIO DE AGUA "MANUEL VASQUEZ"



Nota: El 64% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica de efectiva el reservorio de agua "Manuel Vásquez"

FIGURA N° 15

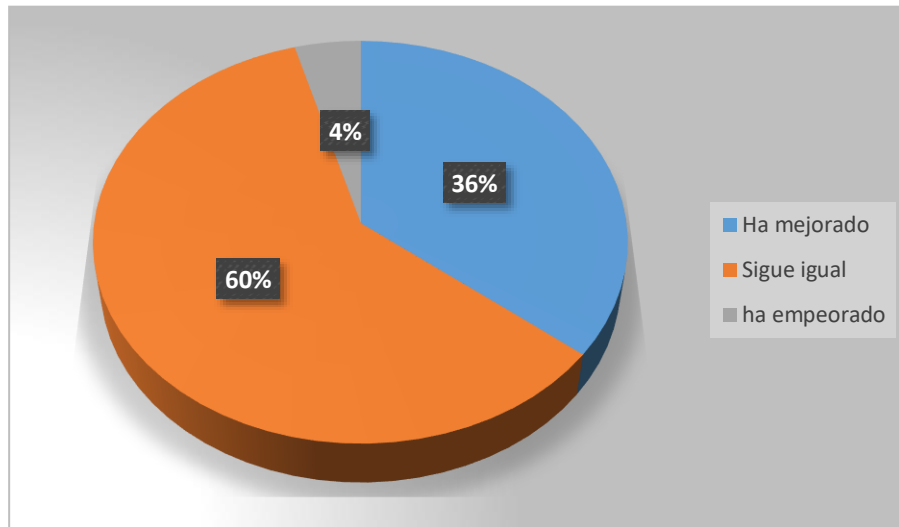
IMPORTANCIA DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR CÍA. MINERA COIMOLACHE



Nota: El 53% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica de importante las actividades de Cía. minera Coimolache.

FIGURA N° 16

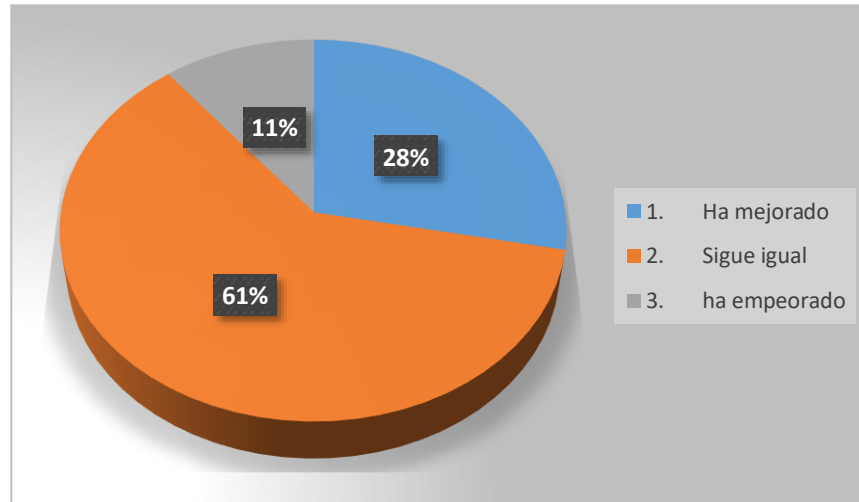
EL ESTILO DE VIDA DESDE QUE CÍA. MINERA COIMOLACHE INICIO SUS ACTIVIDADES



Nota: el 60% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica que su estilo de vida sigue igual.

FIGURA N° 19

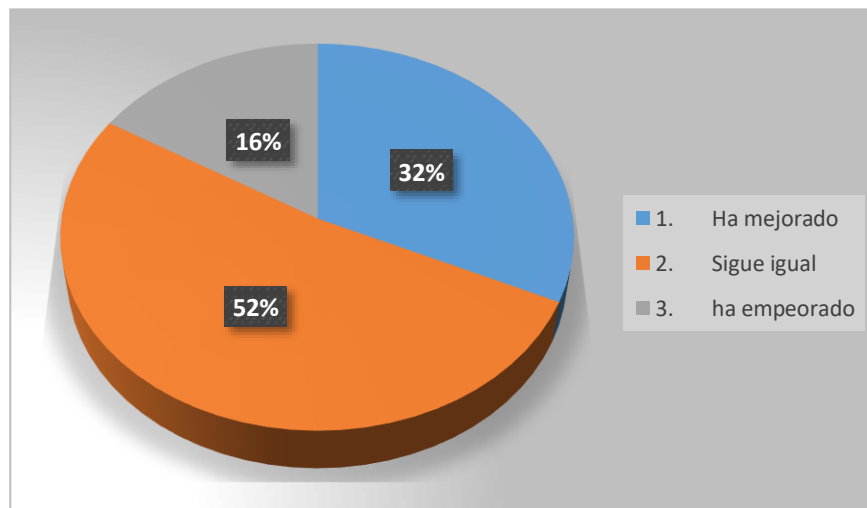
GRADO DE PARTICIPACIÓN MINERA EN LA COMUNIDAD



Nota: El 61% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica que el grado de participación minera en su comunidad sigue igual.

FIGURA N° 20

EL IMPACTO QUE CÍA. MINERA COIMOLACHE HA GENERADO CON LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN



Nota: El 52% de la población de la comunidad campesina de "El Tingo" califica que el impacto de las actividades del plan de comunicación sigue igual.

TABLA DE RESULTADOS DE ENTREVISTAS

RESULTADOS SEGÚN VARIABLE A					
	JUAN CABALLERO INFANTE	FRANKLIN BAZÁN CHUQUILIN	AMALIA BANDA MEJIA	MARIELA AGUIRRE CRUZADO	NICOLAS HERNANDEZ MENDOZA
¿Cree usted que su nivel de conocimiento sobre actividad extractiva ha mejorado?	Manifiesta que su conocimiento ha mejorado, gracias a la información recibida.	Un 80 % en temas de minería	No tiene conocimiento	No ha mejorado.	Solo conoce la actividad del reservorio Manuel Vásquez.
¿Conoce usted alguna actividad desarrollada por Cía. Minera Coimolache?	Conoce actividades pero no están relacionadas con el Plan de Comunicación.	Solo el programa de desarrollo sostenible minería informa pocas cosas que se hacen en comunidad.	No tiene conocimiento	Conozco solo conocimiento del plan de desarrollo sostenible	Algunos trabajos de pasturas y nada más.

RESULTADOS SEGÚN VARIABLE B

	JUAN CABALLERO INFANTE	FRANKLIN BAZÁN CHUQUILIN	AMALIA BANDA MEJIA	MARIELA AGUIRRE CRUZADO	NICOLAS HERNANDEZ MENDOZA
¿Desde qué Cía. minera Coimolache inicio sus actividades en qué cambio su estilo de vida?	Pocas personas han cambiado su estilo de vida, solo han cambiado los directamente beneficiados	No cambió en un 100% sino a un 30 % de mejora para algunos comuneros	Desde que estoy en el Tingo han mejorado los pastos y el tema de la contaminación ha incrementado.	Su estilo de vida no ha mejorado por escasez de agua.	No ha mejorado su estilo de vida, el poco trabajo que existe se lo brindan a los más allegados.
¿Cree usted que el acceso a la información ha mejorado?	Sigue igual	Los talleres son los que más funcionan en la comunidad y el tema de desarrollo sostenible.	No sabe leer ni escribir, razón suficiente para no pedir información.	El acceso de información es complicado	Poco porque la información elaborada la hicieron sin la participación de la comunidad.
¿Cuál es el grado de participación minera en la comunidad?	Solo visitan la comunidad una vez al año	No siente la participación de la minería en la comunidad	No tiene mayor razón.	No cumplen con la comunidad y su nivel de participación es bajo	Mínima, Cia. Minera Coimolache solo trabaja a puertas cerradas y no le importa la comunidad.
¿Cía. Minera Coimolache se comunica de una manera adecuada con Ud.?	Informa de una manera inadecuada ya que desconoce las actividades realizadas.	Su forma de ver la cosas son negativas, de una escala de 1 a 10 el califica 3.	Solo se comunica con algunos comuneros empadronados.	No, porque a la minería la sentimos muy alejada.	No. La oficina de información paraba cerrada y los materiales que brindaban eran escasos.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Dentro de nuestra dimensión de estrategias comunicacionales nuestros resultados indican que Las actividades más conocidas por los pobladores de "El Tingo" son el Estudio de Impacto Ambiental (E.I.A.) con un 24 %, así como las oficinas de información con un 23 % coincide con el análisis realizado por Gabriela Yaneth Aliaga Zamora Cajamarca – Perú – 2012 en su tesis con título "influencia de la actividad minera de la empresa Yanacocha S.R.L. en la situación socioeconómica de los centros poblados de Huambocancha alta y Huambocancha baja del distrito de Cajamarca concluyen que la región Cajamarca es considerada como una localidad de alta conflictividad socio ambiental-minera, en donde recomienda que el gobierno regional a partir de las gerencias de desarrollo social, económico y de recursos naturales implemente una efectiva estrategia comunicacional, en nuestro caso sería la Oficina de Información y El Estudio de Impacto Ambiental, que permita acceder a la población de manera sencilla a la información que puede poner en riesgo o favorecer el definir de la Comunidad campesina el Tingo.

En lo que respecta a las dimensiones de percepción social, cultural y espacio físico, nuestros resultados indican que el 52% de la población de la comunidad campesina de "El tingo" califica que el impacto de las actividades del plan de comunicación sigue igual, posiblemente debido al alto grado de analfabetismo de los comuneros de la Comunidad Campesina el Tingo incapaces de comprender términos técnicos científicos, contrastando directamente con la investigación de KATIUSKA GRANDA CORNEJO Piura, 2013 "DIAGNÓSTICO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA MINERA RÍO BLANCO COPPER S.A." en donde señala la necesidad de toda empresa transnacional de contar con una Política y un Plan de comunicación basado en la cultura, modos de vida e idiosincrasia de la población a la que ingresa. La empresa

debe considerar que al ingresar a territorio extranjero se enfrenta dos culturas diferentes a la suya: La del país receptor y la de la comunidad a la que ingresa.

Los planes de comunicación de todas las empresas de minera transnacional deben estar a cargo de profesionales de la comunicación con especialización en comunicación intercultural, o comunicación para el desarrollo con experiencia en trabajo con comunidades rurales y en especial con las comunidades a las que la empresa ingresará. Nos indica también coincidiendo con nuestra investigación que las políticas y planes de comunicación de las empresas mineras transnacionales deben incluir mecanismos que involucren a los diferentes actores del conflicto y que promuevan el dialogo. El conocimiento de los actores involucrados en estos mecanismos será producto de su adecuado mapeo el mismo que debe incluirse también en los planes de comunicación, por lo tanto estamos de acuerdo con que es necesario la implementación de un plan de comunicación basado en la cultura y con un respectivo mapeo de la población, ya que en nuestra investigación de la oficina de información tiene una aceptación del el 23% por parte de la población y es ahí en donde se realiza y actualiza el mapeo de la población.

En la dimensión herramientas y mensajes, el 63% de la población de la Comunidad campesina de "El Tingo" afirma que Cía. minera Coimolache les informa de manera regular y que la información recibida de buena calidad, vemos que esto también está presente en la investigación de Francis Annabella Urbina Álvarez Catie – Guatemala (2004) Universidad De San Carlos de Guatemala escuela de Ciencias de la Comunicación" en su tesis con título "diagnóstico y propuesta de comunicación externa del centro agronómico tropical de investigación y enseñanza" es importante señalar que El diagnóstico de Comunicación Externa realizado, demostró que el público externo específico encuestado, desconocía el quehacer del CATIE. Con base en las necesidades de información del público específico externo, se determinó que son personas con

interés y necesidad de conocer el quehacer institucional del CATIE Guatemala. Esta propuesta de comunicación externa, se realizó con base en los resultados obtenidos del diagnóstico y la Propuesta de Comunicación Externa que se desarrollará, ya que dicho personal es quien proporciona la información técnica que se ha de redactar, editar y finalmente publicar. También mencionan que promocionar la literatura publicada por el CATIE, en las Facultades de Agronomía, Ciencias Forestales, Ciencias Agrícolas de las universidades del país; así como en la Escuela Nacional Central de Agricultura (ENCA). Vemos como el contexto internacional no está exento de los problemas que acarrea la falta de información de las actividades que realiza la compañía como parte de la sociedad y su medio ambiente por lo tanto estamos de acuerdo en que se deben implementar políticas de información a la sociedad.

Y por último pero no menos importante es la dimensión Canal, en nuestro estudio el 60% de la población de la comunidad campesina "El Tingo" prefiere que Cía. Minera Coimolache se comunique con ellos a través de los medios impresos como lo indica también Pamela Andrea Andersen Ortiz Valdivia – Chile abril – 2007 en su tesis con título "Análisis de las estrategias comunicacionales de responsabilidad social empresarial en el caso de Methanex Chile Limited – punta arenas". La idea es mejorar los mecanismos de entrega de información a los medios locales, procurando que el departamento de Asuntos Públicos no sólo emita información en periodos de crisis o auge, sino regularmente. Concretamente, que se entregue una vez al mes a un medio local un comunicado o reportaje sobre la empresa, de este modo quienes no conocen en qué consiste el proceso productivo del metanol, qué significa una empresa de Conducta Responsable, los beneficios que se realizan en la comunidad, o su compromiso con el medio ambiente, van a estar informados de lo que significa Methanex en la región, el país y el mundo. Es decir, no esperar que sea intención del medio de comunicación realizar la nota informativa o

el reportaje, sino una iniciativa de la empresa. Asimismo, utilizar un lenguaje más entendible y claro, dejando los tecnicismos de lado. Es decir, entregar información con un carácter más amigable y cercano, como es el caso de publicaciones internas coincidentemente en nuestra investigación sucede algo similar con el caso del Estudio de Impacto Ambiental que se ejecutó en la Comunidad Campesina El Tingo, en donde igual que en el caso anterior se ha presentado la información técnica de una forma más amigable para que el poblador pueda entenderlo teniendo una aceptación del 23%. Vemos en ambos casos la necesidad de transformar la información para que pueda ser leída y aceptada por todos.

CONCLUSIONES

En el análisis de las estrategias comunicacionales del plan de comunicación externa de Cia. Minera Coimolache se concluye que el impacto que estas estrategias han tenido para con la población en su percepción han sido parcialmente favorables, debido a que se ha encontrado que el 70% la población indica que la información alcanzada es de buena calidad, pero el 63% de los encuestados afirma que la frecuencia con la que informa la compañía de estas actividades no es constante, lo que conlleva al rápido olvido de las estrategias por parte de la población y acarreado como consecuencia que el comunero sienta que su estilo de vida no ha cambiado que sigue igual (52%).

Asimismo en la investigación se ha identificado en el Plan de Comunicación Externo existe una media porcentual del 20% entre las actividades de comunicación, destacándose entre estas actividades una mayor identificación a lo que refiere al Estudio de Impacto Ambiental (E.I.A) con un 24%, y la oficina de comunicaciones con un 23%, este grado de reconocimiento es debido a que ambas estrategias se trabajan a la par desde la misma oficina, anexándose con la información recopilada en la encuesta que nos dice que el 60% de la población prefiere el canal impreso.

Se concluye que a pesar de que tenemos dos estrategias comunicacionales de mayor reconocimiento (E.I.A. y oficina de información) no son las que han causado mayor impacto, en cambio vemos que resaltan más las visitas guiadas (65%), los boletines informativos (63%) y en menor incidencia el E.I.A. (55%), se destaca que el común denominador entre estas estrategias comunicacionales es el carácter vivencial de las mismas, pues involucran directamente la participación de la comunidad lo que conlleva directamente a que el poblador asegure que esas son las de mayor impacto.

RECOMENDACIONES

Recomendamos que dentro del plan de comunicación externa contemplen acciones vivenciales utilizando técnicas adecuadas de fácil comprensión manejando un lenguaje apropiado y prioritario para la población, priorizando los programas de desarrollo; así como, garantizar su realización, con resultados y obteniendo así un impacto positivo socioeconómico y cultural en la comunidad; lo que generará confianza y paz con desarrollo.

Dar a conocer que el Estudio De Impacto Ambiental es un documento preventivo y generador de activos ambientales o programas de desarrollo, basados en sus reades socioeconómicas culturales y ambientales y partiendo de este estudio crear actividades comunicacionales efectivas.

La oficina de información deberá contar con un personal permanente y capacitado para poder resolver, atender y recibir todas las inquietudes e incertidumbres que genera la actividad de Cía. Minera Coimolache, la cual deberá atender permanentemente en horario de oficina dado que es la primera cara que presenta la compañía a la población.

Es necesaria también que en el plan de comunicación externo se integre al estado-empresa ya que es un factor que se ha dejado de lado y que no se ha plasmado en ninguna acción y que deberá integrarse de una manera armónica con actividades de desarrollo conjuntas, generando resultados en la mejora de calidad de vida de la comunidad campesina El Tingo.

Igualmente es necesario una reformulación de las actividades que tienen poco impacto en la población, analizando la forma en cómo se podrían repotenciar debido a que son actividades de mucha importancia pero de poco impacto.

También se ve la necesidad de mejorar la estrategia E.I.A (Estudio de Impacto Ambiental) que persigan objetivos comunicacionales, que sea adaptable a diferentes canales no solo a los impresos, y que responda a necesidades socioculturales.

REFERENCIAS

Aprendizaje, percepción y comunicación Enrique Martínez-Salanova Sánchez, José Ignacio Aguaded y Enrique Martínez-Salanova y publicado en 1998

Comunicación Estratégica e Ingeniería en Comunicación Social. Apunte analítico crítico sobre el libro Estrategias de Comunicación (Rafael Alberto Pérez, Ariel Comunicación, Barcelona, 2001.

Comunicación Estratégica. Tironi, E y Cavallo, A Santiago, Chile: Taurus publicado en 2001

De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía. Jesús Martín Barbero y Carlos F. Baca Feldman publicado en 1987

El empresario y la comunicación MORANTE, Jesús Monroy. España publicado en 1999.

Introducción a la Psicología Comunitaria: Desarrollo, conceptos y procesos, Montero, M. . Buenos Aires: Paidós publicado en el 2004

Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Denis McQuail, Paidós, 2000, tercera edición.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA EN AMÉRICA LATINA, Antonio Vives y Estrella Peinado-Vara Editores. 2001

Participación Comunitaria y Políticas Públicas. Estudio sobre las Juntas Comunales en el presupuesto participativo de la Ciudad de La Plata (1998-1999) Pagani, María Laura

Teorías De Comunicación, Universidad Católica Andrés Bello, José Martínez Terrero. Venezuela publicado en 2006

ANEXOS

ENCUESTA

La siguiente encuesta se realiza con el propósito de recabar información de la población de la Comunidad Campesina "El Tingo" con una finalidad académica.

VARIABLE A "ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE CÍA. MINERA COIMOLACHE"

Datos personales:

Edad:..... Sexo:.....

1. Conoce usted alguna de estas actividades desarrolladas por Cía. Minera Coimolache? Marca con X las que conozcas.

- Las visitas guiadas ()
- Los boletines informativos ()
- E.I.A. ()
- Oficina de información ()
- Talleres participativos ()
- N/A ()

2. Ha participado en alguna de estas actividades.

- Las visitas guiadas ()
- Los boletines informativos ()
- E.I.A. ()
- Oficina de información ()
- Talleres participativos ()
- No he participado. ()

3. ¿Cuál crees que para ti ha sido la que mayor impacto te ha generado?

- Las visitas guiadas ()
- Los boletines informativos ()
- E.I.A. ()
- Oficina de información ()
- Talleres participativos ()
- No he participado. ()

4. ¿A través de qué medios prefieres que Cía. minera Coimolache se comunique con usted?

- Medios impresos ()
- Medios radiales ()
- Medios televisivos ()
- Perifoneos ()
- Otros.....

5. ¿Cómo califica usted la forma en que Cía. minera Coimolache lo informa?

Muy buena - buena – regular – mala - muy mala

6. ¿Los mensajes emitidos por Cía. minera Coimolache han sido los adecuados?

Totalmente De acuerdo – de acuerdo - en desacuerdo – totalmente en desacuerdo

7. Cómo calificaría usted la información alcanzada por Cía. minera Coimolache

Muy buena – buena – mala - muy mala

8. Cómo calificaría usted las siguientes actividades:

	<i>Muy efectivo</i>	<i>Efectivo</i>	<i>Poco efectivo</i>	<i>Nada efectivo</i>
Las visitas guiadas				
Los boletines informativos				
E.I.A.				
Oficina de información				
Talleres participativos				
Manuel Vásquez				

VARIABLE B “PERCEPCIÓN DE LA C.C EL TINGO”

9. Te parece importante las actividades realizadas por Cía. Minera Coimolache.

Muy importante – Importante – Poco Importante – Nada importante

	Mejorado	Sigue igual	Ha empeorado
10. Desde que Cía. minera Coimolache inicio sus actividades mi estilo de vida ha			
11. Cree usted que su nivel de conocimiento sobre actividad extractiva ha			
12. Cree usted que el acceso a la información ha			
13. Grado de participación minera en la comunidad.			
14. El impacto que Cía. minera Coimolache ha generado con las actividades del plan de comunicación en mi comunidad.			

TABLA DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. Conoce usted alguna de estas actividades desarrolladas por Cía. Minera Coimolache? Marca con X las que conozcas.

TABLA N° 02

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Las visitas guiadas	41	16%
2. Los boletines informativos	48	19%
3. E.I.A.	61	24%
4. Oficina de información	59	23%
5. Talleres participativos	46	18%
6. N/A	0	0%
	255	100%

2. Ha participado en alguna de estas actividades.

TABLA N° 03

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Las visitas guiadas	36	14%
2. Los boletines informativos	48	19%
3. E.I.A.	61	24%
4. Oficina de información	64	25%
5. Talleres participativos	46	18%
6. No he participado	0	0%
	255	100%

3. ¿Cuál crees que para ti ha sido la que mayor impacto te ha generado?

TABLA N° 04

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Las visitas guiadas	41	16%
2. Los boletines informativos	38	15%
3. E.I.A.	61	24%
4. Oficina de información	64	25%
5. Talleres participativos	51	20%
6. No he participado	0	0%
	255	100%

4. ¿A través de qué medios prefieres que Cía. minera Coimolache se comunique con usted?

TABLA N° 05

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Medios impresos	153	60%
2. Medios radiales	86	34%
3. Medios televisivos	8	3%
4. Perifoneos	8	3%
5. Otros	0	0%
	255	100%

5. ¿Cómo califica usted la forma en que Cía. minera Coimolache lo informa?

TABLA N° 06

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy buena	23	9%
2. Buena	43	17%
3. Regular	160	63%
4. Mala	29	11%
5. Muy mala	0	0%
	255	100%

6. Los mensajes emitidos por Cía. minera Coimolache han sido los adecuados?

TABLA N° 07

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Totalmente de acuerdo	10	4%
2. De acuerdo	184	72%
3. En desacuerdo	61	24%
4. Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTAL	255	100%

7. ¿Cómo calificaría usted la información alcanzada por Cía. minera Coimolache?

TABLA N° 08

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy buena	5	2%
2. Buena	179	70%
3. Mala	66	26%
4. Muy mala	5	2%
TOTAL	255	100%

8. Cómo calificaría usted las siguientes actividades:

VISITAS GUIADAS

TABLA N° 09

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy efectivo	36	14%
2. Efectivo	166	65%
3. Poco efectivo	50	20%
4. Nada efectivo	3	1%
TOTAL	255	100%

BOLETINES INFORMATIVOS

TABLA N° 10

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy efectivo	30	12%
2. Efectivo	160	63%
3. Poco efectivo	62	24%
4. Nada efectivo	3	1%
TOTAL	255	100%

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL (E.I.A.)

TABLA N° 11

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy efectivo	30	12%
2. Efectivo	140	55%
3. Poco efectivo	82	32%
4. Nada efectivo	3	1%
TOTAL	255	100%

OFICINA DE INFORMACION

TABLA N° 12

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy efectivo	41	16%
2. Efectivo	122	48%
3. Poco efectivo	89	35%
4. Nada efectivo	3	1%
TOTAL	255	100%

TALLERES PARTICIPATIVOS

TABLA N° 13

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy efectivo	36	14%
2. Efectivo	102	40%
3. Poco efectivo	112	44%
4. Nada efectivo	5	2%
TOTAL	255	100%

RESERVORIO DE AGUA "MANUEL VASQUEZ"

TABLA N° 14

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy efectivo	44	17%
2. Efectivo	119	47%
3. Poco efectivo	87	34%
4. Nada efectivo	5	2%
TOTAL	255	100%

9. Te parece importante las actividades realizadas por Cía. Minera Coimolache.

TABLA N° 15

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Muy importante	15	6%
2. Importante	120	47%
3. Poco Importante	112	44%
4. Nada Importante	8	3%
TOTAL	255	100%

10. Desde que Cía. minera Coimolache inicio sus actividades mi estilo de vida ha:

TABLA N° 16

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Ha mejorado	92	36%
2. Sigue igual	153	60%
3. ha empeorado	10	4%
	255	100%

11. Cree usted que su nivel de conocimiento sobre actividad extractiva ha:

TABLA N° 17

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Ha mejorado	74	29%
2. Sigue igual	171	67%
3. ha empeorado	10	4%
	160	100%

12. Cree usted que el acceso a la información ha:

TABLA N° 19

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Ha mejorado	66	26%
2. Sigue igual	171	67%
3. ha empeorado	18	7%
	255	100%

13. Grado de participación minera en la comunidad ha:

TABLA N° 19

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Ha mejorado	71	28%
2. Sigue igual	156	61%
3. ha empeorado	28	11%
	255	100%

14. El impacto que Cía. minera Coimolache ha generado con las actividades del plan de comunicación en mi comunidad ha:

TABLA N° 20

ALTERNATIVAS	RPTAS	%
1. Ha mejorado	82	32%
2. Sigue igual	133	52%
3. ha empeorado	40	16%
	255	100%

ENTREVISTA

La siguiente entrevista se realiza con el propósito de recabar información a profundidad de la población de la Comunidad Campesina "El Tingo" con una finalidad académica.

1. ¿Cree usted que su nivel de conocimiento sobre actividad extractiva ha mejorado?
2. ¿Conoce usted alguna actividad desarrollada por Cía. Minera Coimolache?
3. ¿Desde qué Cía. minera Coimolache inicio sus actividades en qué cambio su estilo de vida?
4. ¿Cree usted que el acceso a la información ha mejorado?
5. ¿Cuál es el grado de participación minera en la comunidad?
6. ¿Cía. Minera Coimolache se comunica de una manera adecuada con Ud.?

CRONOGRAMA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE CÍA. MINERA COIMOLACHE

OBJETIVO	ACTIVIDAD	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Reforzar el conocimiento de las comunidades acerca de las políticas de responsabilidad de la empresa así como de la gestión de recursos dentro del proyecto.	Plan de Visitas																								
	Productos Com. informativos																								
	- Manual de EIA																								
	- Boletín de Comunicación Externa																								
2 Optimizar la comunicación entre la empresa y los pobladores, a través de medios y formas adecuadas y oportunas para ambos.	- Manual de Responsabilidad Social y Ambiental																								
	Oficinas de Información El Tingo y Chugur																								
	Plan de Efemérides e Inserción Social																								
	Reportaje sobre el Sistema de Aguas “Manuel Vásquez Díaz” de Bambamarca																								
3 Promover la participación de las comunidades en el Programa de Desarrollo Sostenible impulsado por DAAREH	Mapeo de Medios locales, departamentales y nacionales																								
	Talleres Participativos																								
	Feria Empresarial																								
	Spots Radiales																								
Distribución del Boletín “Desarrollo en El Tingo”																									

FOTOS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA EL TINGO



Paisaje de la C.C. El Tingo



Paisaje de la C.C. El Tingo



Paisaje de la C.C. El Tingo:
Esta imagen muestra los accesos de herradura sin afirmar y los
hogares de la comunidad

BOLETINES INFORMATIVOS

Boletín Informativo 4



Mejoramiento de las queserías de EL TINGO.

A fin de lograr un producto de calidad de los quesos que se producen en la comunidad, se viene capacitando y se implementará con equipos la quesería del señor Ramilberto Gacoochea Uriarte, cuyo objetivo es que con una buena calidad de producto se tenga una alta demanda en el mercado; al mismo tiempo que se produce queso en mayores cantidades, los productores ganaderos tendrán la oportunidad de vender leche a un mejor precio; teniendo en cuenta que las queserías de la localidad pagan un nuevo sol por litro de leche.

Capacitación de productores ganaderos.

Con la finalidad de fortalecer el conocimiento de los productores ganaderos de EL TINGO y sean ellos quienes puedan solucionar los problemas inmediatos que se presentan en su ganadería, se han realizado talleres de capacitación entre ganaderos como:

- Instalación de pasturas.
- Conservación de pasturas.
- Manejo y alimentación animal.
- Sanidad animal y calendario sanitario.
- Mejoramiento genético.



Asistencia técnica y servicio veterinario.

En forma permanente a través del personal técnico y profesional se viene dando atención veterinaria en:

- Aplicación de golpes vitamínicos.
- Control de mastitis.
- Tratamiento y control de enfermedades que se presentan en el ganado y son requeridos por los productores.

Así como algunas orientaciones ganaderas cuando son solicitados por los productores.

Con el equipo editorial:

- Dr. Gilberto Fernández Kirogo
- Dr. José Nilo Ramos
- Ing. Roberto Zamora Cazaña
- Ing. Abdes Cortina Siza
- Dra. Jhara Ramirez Aguirre

DAAREH
Desarrollo Agropecuario Sostenible

Boletín Informativo
A la Comunidad Campesina
"EL TINGO"

PRESENTACIÓN

A través del presente boletín, la consultora DAAREH informa a la comunidad "EL TINGO" las actividades y avances del Proyecto de Desarrollo Sostenible Agropecuario como parte del cumplimiento del convenio social entre C.M.C y la Comunidad Campesina El Tingo.

Proyecto de Desarrollo Sostenible Agropecuario.

Se elaboró la propuesta del proyecto: "Desarrollo Sostenible Agropecuario" para la comunidad campesina EL TINGO, tomando como base el cumplimiento del convenio social suscrito entre la comunidad y la Compañía Minera Coimolache, en el que se planeó las siguientes actividades:

- Siembra de pastos.
- Recuperación de pasturas.
- Cultivo de avena+ vicia para ensilado.
- Suplemento alimenticio en base a concentrado.
- Campañas de dosificación para el ganado.
- Posta de inseminación artificial.
- Mejoramiento de queserías.
- Capacitación de promotores en inseminación artificial y sanidad animal.
- Capacitación de productores.
- Asistencia técnica ganadera.

Siembra de Pastos:

Con la finalidad de tener mayor cantidad y calidad de forraje para el ganado:

- Se identificaron las parcelas mediante coordenadas UTM.
- Se tomaron muestras para análisis de suelo.
- Se gestionaron los insumos a CMC.
- Se distribuyeron los insumos según el área preparada por cada productor.

Para una hectárea corresponde:

- 20 sacos de calagnicola.
- 10 sacos de ferti-abono.
- 2 sacos de superfosfato triple.
- 40 Kg entre ryegrass cajamarquino y mejorado.
- 3 Kilos de Trébol Rojo.

Posta de Inseminación Artificial y Sanidad Animal.

Con la finalidad de mejorar genéticamente la ganadería lechera de la comunidad EL TINGO así como cuidar la salud de los animales frente a las enfermedades, se tiene el botiquín veterinario que ya viene funcionando y los tanques de nitrógeno y las pajuelas para la inseminación artificial de las vacas que se encuentra en proceso de compra por CMC.

Campañas de dosificación.

Se lleva a cabo la dosificación para el control de la aliuaya y parásitos gastrointestinales, estando a la actualidad en plena ejecución la tercera campaña de dosificaciones en la cual participan 2 técnicos y un médico veterinario quienes mediante visita a las respectivas unidades familiares realizan la dosificación del ganado; habiéndose dosificado la primera campaña 960 animales, segunda campaña 930 animales y la tercera campaña que se viene ejecutando 338 cabezas a la actualidad.

Capacitación de promotores en inseminación artificial y sanidad animal.

Nueve productores de la comunidad campesina EL TINGO vienen siendo capacitados para que en el futuro asuman el manejo y servicio de inseminación artificial y sanidad animal, ellos son:

1. Rosita Burga Paisig
2. Helio Gil Bazán
3. Rosa Margarita Muñoz Rodas
4. Segundo Huamán Infiante
5. César Huamán Infiante
6. Mitagros Fuchagun Estela
7. Telesforo Aouña Campos
8. Rigoberto Aouña Campos
9. Yeyson Copca Estela

Estos promotores vienen participando activamente en la tercera campaña de dosificación.

DAAREH

Comunidad Campesina "EL TINGO"

Boletín Informativo 2



Recuperación de pasturas.

La actividad consiste en un sistema de aireación, fertilización y siembra.

Para una hectárea corresponde:

- 1 Punta aireadora.
- 8 sacos de Ferti-abono.
- 2 sacos de superfosfato triple.
- 16 Kilos de Semilla de ryegrass + 1 Kg de trébol blanco + 2 Kg de trébol rojo.

La cantidad de insumos son entregados de acuerdo al tamaño al área que se va a recuperar.

Siembra de avena+ vicia.

Este cultivo será destinado a la elaboración de ensilado y heno, con la finalidad de tener forraje para el ganado durante la época seca.

Se entrega a cada productor de acuerdo al área que desea sembrar:

Para una hectárea corresponde:

- 10 sacos de cal.
- 8 sacos de ferti-abono.
- 2 sacos de superfosfato triple.
- 60 Kilos de avena.
- 30 Kilos de vicia.

Alimento concentrado para el ganado.

Debido a la fuerte helada que se presentó en el 2012, la disponibilidad de pasto fue muy escasa para el ganado, por lo que se tuvo en la necesidad de gestionar la adquisición de alimento concentrado, adquiriéndose 135 toneladas que fueron traídas en 2 lotes, una de 80 toneladas procedente de Chiclayo y otra de 75 toneladas procedentes de Tujillo y por acuerdo de la comunidad este alimento fue distribuido según el número de cabezas de ganado que tiene cada productor; habiéndose distribuido a un total de 181 productores ganaderos.

DAAREH
Desarrollo Agropecuario Sostenible

Boletín Informativo
A la Comunidad Campesina
"EL TINGO"

Recuperación de pasturas.

La actividad consiste en un sistema de aireación, fertilización y siembra.

Para una hectárea corresponde:

- 1 Punta aireadora.
- 8 sacos de Ferti-abono.
- 2 sacos de superfosfato triple.
- 16 Kilos de Semilla de ryegrass + 1 Kg de trébol blanco + 2 Kg de trébol rojo.

La cantidad de insumos son entregados de acuerdo al tamaño al área que se va a recuperar.

Siembra de avena+ vicia.

Este cultivo será destinado a la elaboración de ensilado y heno, con la finalidad de tener forraje para el ganado durante la época seca.

Se entrega a cada productor de acuerdo al área que desea sembrar:

Para una hectárea corresponde:

- 10 sacos de cal.
- 8 sacos de ferti-abono.
- 2 sacos de superfosfato triple.
- 60 Kilos de avena.
- 30 Kilos de vicia.

Alimento concentrado para el ganado.

Debido a la fuerte helada que se presentó en el 2012, la disponibilidad de pasto fue muy escasa para el ganado, por lo que se tuvo en la necesidad de gestionar la adquisición de alimento concentrado, adquiriéndose 135 toneladas que fueron traídas en 2 lotes, una de 80 toneladas procedente de Chiclayo y otra de 75 toneladas procedentes de Tujillo y por acuerdo de la comunidad este alimento fue distribuido según el número de cabezas de ganado que tiene cada productor; habiéndose distribuido a un total de 181 productores ganaderos.

DAAREH

Comunidad Campesina "EL TINGO"



COIMOLACHE Y EL ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

UNIDAD PRODUCTIVA TANTAHUATAY
AMPLIACIÓN CIÉNAGA NORTE



CIA MINERA COIMOLACHE S.A.
U.P. TANTAHUATAY

¡COIMOLACHE, RESPONSABILIDAD Y DESARROLLO PARA TODOS!

¿Qué es el Estudio de Impacto Ambiental?

El Estudio de Impacto Ambiental es una investigación sobre qué cosas hay en el Medio Ambiente del lugar donde una empresa minera quisiera trabajar. Esta investigación es obligatoria para todas las empresas y para tener el permiso del Estado.

¿Para qué sirve el Estudio de Impacto Ambiental?

Sirve para conocer el tipo de tierra, la cantidad y la calidad de las fuentes de agua, los tipos de plantas y de animales, la calidad del aire, el tipo de clima y también para conocer a las poblaciones cercanas al lugar.

¿Qué contiene el Estudio de Impacto Ambiental?

Contiene la descripción del Medio Ambiente del lugar donde la empresa minera quiere trabajar. También contiene el proceso minero que usará la empresa para extraer los minerales encontrados, los planes para evitar impactos negativos en la zona, los planes para trabajar con las poblaciones y los planes para cerrar la operación y dejar el medioambiente en buenas condiciones para las personas y los animales.

¿Coimolache tiene Estudio de Impacto Ambiental?

Si, lo tiene. La Compañía Minera Coimolache S.A. tiene el Estudio de Impacto Ambiental de la Unidad Productiva Tantahuatay y su Ampliación de Estudio de Ciénaga Norte. A continuación, te los presentamos para que los conozcas.



Tajo Tantathuatay 2



Ampliación Ciénaga Norte



COIMOLACHE ES...

¿Qué es la Compañía Minera Coimolache?

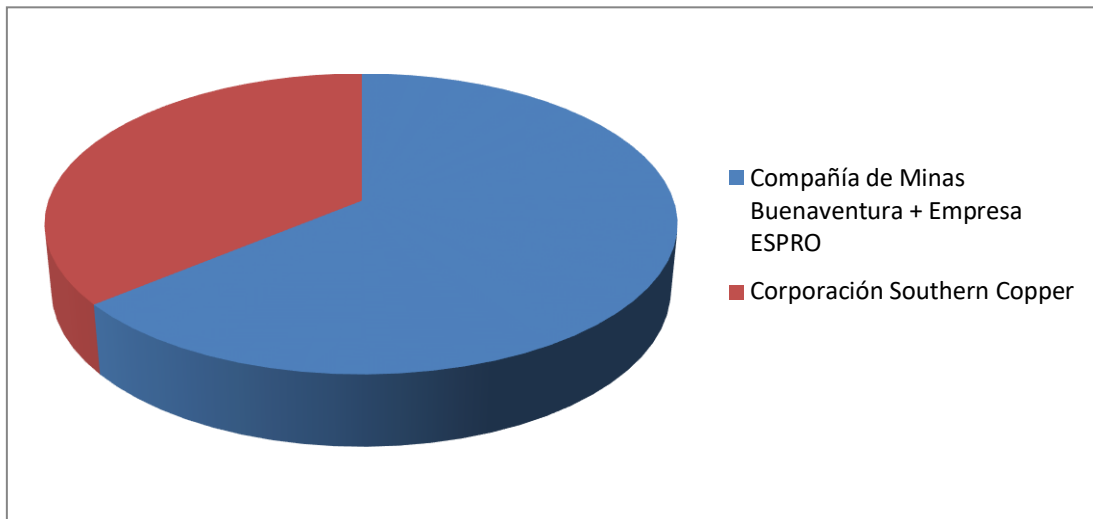
La Cía. Minera Coimolache S.A. es una empresa minera dedicada a la extracción de los minerales oro y plata.



¿A quién le pertenece la Cía. Minera Coimolache?



La Cía. Minera Coimolache le pertenece en su mayor parte a la Compañía de Minas Buenaventura y la empresa ESPRO desde el año 1999. La Corporación Southern Copper también es accionista en la Cía. Minera Coimolache.



¿Qué proyectos tiene la Compañía Minera Coimolache?

La Cía. Minera Coimolache tiene una Unidad Productiva: Tantahuatay y un proyecto de ampliación minera: Ciénaga Norte. Ambos proyectos son de extracción de oro y de plata mediante el método de Tajo Abierto y Minado.

La Unidad Productiva Tantahuatay está en la etapa de Producción desde el 2011 y tendrá un tiempo de Producción de 4 años.

La Ampliación Ciénaga Norte está en la etapa de Evaluación Técnica y Económica de Resultados desde el 2010 y tendrá un tiempo de Producción de 5 años aproximadamente.

CICLO MINERO



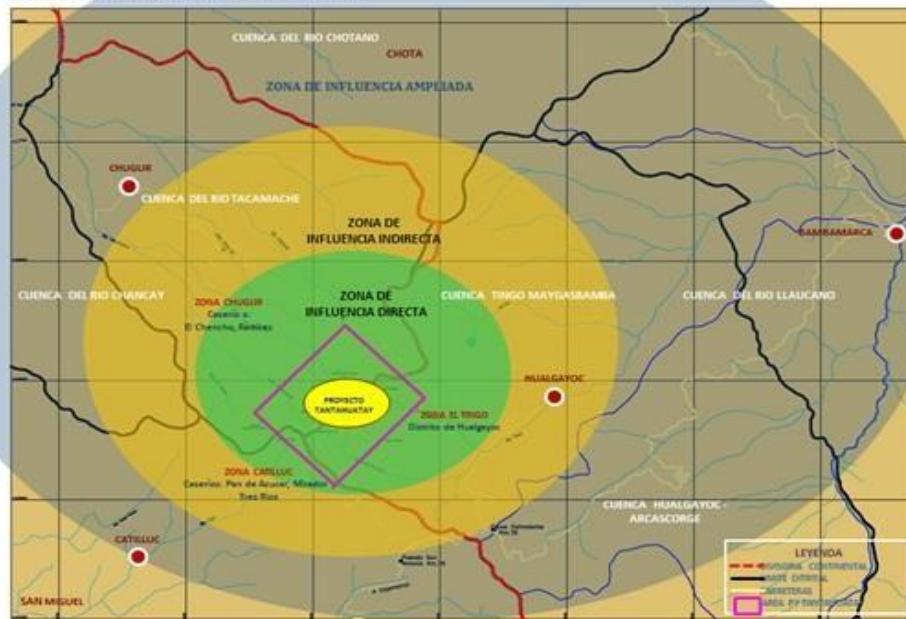
¿En dónde se encuentra trabajando la Cía. Minera Coimolache?

La Cía. Minera Coimolache se encuentra trabajando en la provincia de Hualgayoc, departamento de Cajamarca. La Unidad Productiva Tantahuatay se encuentra al distrito de Hualgayoc, mientras que el proyecto de Ampliación Ciénaga Norte se encuentra en el distrito de Chugur.

Las Áreas de Influencia Directa y Áreas de Influencia Indirecta de cada proyecto son:

CIA MINERA COIMOLACHE S.A.
PROYECTO TANTAHUATAY

AREAS DE INFLUENCIA AL PROYECTO



UNIDAD PRODUCTIVA TANTAHUATAY	PROYECTO DE AMPLIACIÓN CIÉNAGA NORTE
<p>Área de Influencia Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunidad El Tingo - Catilluc 	<p>Área de Influencia Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caserío Chencho - Caserío Ramírez - Centro Poblado Chugur
<p>Área de Influencia Indirecta</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Jalca - Centro Poblado Chugur - Asociación de Usuarios del Sistema de Aguas "Manuel Vásquez Díaz" - Junta de Usuarios de la Cuenca Tingo Maygasbamba - Ciudad de Bambamarca - Ciudad de Hualgayoc - Ciudad de Cajamarca - Región de Cajamarca 	<p>Área de Influencia Indirecta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ciudad de Hualgayoc - Ciudad de Cajamarca - Región de Cajamarca

Cía. Minera Coimolache es una empresa que cuenta con las mejores prácticas y tecnologías para prevenir cualquier impacto negativo en el medioambiente y que está comprometida con el Desarrollo Sostenible de las comunidades.

También cuenta con políticas de seguridad de nivel internacional, cumple con la legislación nacional actual y trabaja respetando las costumbres locales.

La persona humana es el eje principal, por lo que la empresa se preocupa por el bienestar de sus propios colaboradores y contratistas así como por los pobladores de las áreas cercanas.

Nuestros valores son: Integridad, Laboriosidad, Honestidad, Lealtad, Respeto y Transparencia, y siempre nos encontramos en busca de una mejora continua.



¡COIMOLACHE, RESPONSABILIDAD Y DESARROLLO PARA TODOS!



¿Qué proceso utiliza la Cía. Minera Coimolache en sus operaciones para extraer mineral?

GRÁFICO DE LIXIVIACIÓN DISEÑADO

El proceso utilizado en las operaciones de la Unidad Productiva Tantahuatay es el proceso de **Lixiviación**. En este proceso se realiza un Tajo (corte) en el lugar donde se encuentra el mineral y se construye una Plataforma de Lixiviación o Pad.

Este proceso es cuidadosamente realizado, evitando filtraciones que puedan afectar al suelo o al agua en la zona. Para ello se construyen pozas de operación especiales para aguas con sedimentos y aguas ácidas alrededor del Pad. Luego, estas aguas son recaudadas y llevadas a través de sistemas controlados que están debajo de la tierra.

¿Qué cuidados ambientales tiene la Lixiviación en la Cía. Minera Coimolache?

En la Compañía Minera Coimolache nos guiamos por lineamientos que día a día cumplimos gracias a un trabajo responsable con el Medio Ambiente.

Nuestra Visión Ambiental es: Estar plenamente comprometidos con un manejo responsable del Medio Ambiente y con el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos.

Nuestra Misión Ambiental es: Llevar a cabo operaciones minero-metalúrgicas de manera segura y eficiente aplicando los más altos estándares de la industria, logrando la excelencia ambiental en nuestras operaciones y manteniendo el contacto y la transparencia con nuestros accionistas, las autoridades y comunidades.

Nuestra Política Ambiental es:

- Cumplir la legislación aplicable y estándares internacionales relacionados con la seguridad y la salud además de los aspectos de calidad, los ambientales y sociales.
- Prevenir accidentes así como los impactos ambientales y sociales adversos que pudieran ser generados por nuestras actividades y productos.
- Desarrollar un proceso permanente de mejora continua de nuestros sistemas de gestión
- Utilizar las mejores prácticas y tecnologías para asegurar la calidad de nuestras actividades, procesos y productos.



¿Cómo es el manejo de recursos naturales, materiales y residuos en Cía. Minera Coimolache?

Cuidado y Uso Eficiente del Agua

La Unidad Productiva Tantahuatay involucra las cuencas del Río Llaucano y Chancay Lambayeque. La fuente de agua para consumo industrial y doméstico de la operación proviene de ambas cuencas. La Autoridad Local del Agua de Cajamarca y Chancay – Lambayeque nos han otorgado licencias y autorizaciones de uso de agua para un caudal total de 9.05 L/seg.

A través de la Recirculación del Agua en los procesos que se desarrollan en la U.P. Tantahuatay se ha logrado reducir el consumo anual de agua en época seca hasta en un 80% con referencia al consumo total otorgado por la Autoridad Local del Agua (en promedio anual, hasta la fecha hemos consumido un caudal de 1.78 L/seg).

El agua que se recirculó fueron los siguientes:

- El Agua Residual Doméstica Tratada se reusa para riego de vías.
- El Agua Residual Industrial Tratada se recircula al Pad de Lixiviación.

La calidad de las aguas tratadas que se van a descargar al Medio Ambiente deberán cumplir con los estándares de Calidad Ambiental; es decir, el agua debe ser apta para

riego de vegetales y bebida de animales y permitirá mejorar la calidad del agua ácida natural existente en la zona.

La Unidad Tantahuatay ha invertido cerca de 3'000,000 de dólares en la instalación de modernas plantas:

- Planta de Tratamiento de Agua Ácida



- Planta de Tratamiento de Agua Residual Industrial



- Planta de Tratamiento de Agua Residual Doméstica.



A continuación te presentamos otros tipos de cuidados del Agua en la Cía. Minera Coimolache:

Tratamiento del Agua en época de lluvia

Cuando llega la época de lluvia, la cantidad de agua aumenta en las operaciones de la Cía. Minera Coimolache, produciéndose así Agua en Exceso. Este tipo de agua también es tratada a través del Almacenamiento de Agua en Pozas y a través de llevarla a la Planta de Tratamiento de Efluentes de Proceso.

El agua que va a Almacenamiento se la lleva a la Poza Gaviota para guardarla y usarla en la época seca. De esta forma Cía. Minera Coimolache recicla y ahorra el agua. Próximamente estará lista una nueva Poza para poder guardar más agua para el futuro.

El agua que va a la Planta de Tratamiento de Efluentes de Proceso es tratada para destruir posibles cantidades de Cianuro, otros metales y sedimentos que puedan afectar el medio ambiente. Actualmente, Cía. Minera Coimolache está construyendo una nueva Planta para tratar el agua: la Planta de Osmosis Inversa, la cual se encargará de destilar el Agua en Exceso, garantizando que el agua tratada tenga buenas condiciones y pueda ser vertida en las zonas cercanas. La autorización para el vertimiento se la está tramitando con DIGESA y con la Autoridad Nacional del Agua.



Manejo y Reciclaje de Residuos Sólidos

En las operaciones y proceso de extracción del mineral se producen tres tipos de materiales:

Residuos Sólidos Mineros

- Material Estéril proveniente del Tajo.
- Material Inadecuado proveniente de las excavaciones para construcción de depósitos, campamentos, accesos y Pad de Lixiviación.
- Desechos de Construcción provenientes de obras civiles.

Al momento de disponer estos materiales dentro del proyecto nos aseguramos de su estabilidad física y química; es decir, que estos depósitos no se derrumben, tampoco generen sustancias químicas que afecten la salud, seguridad y calidad del ambiente.

El material o suelo orgánico (Top Soil) también es recolectado y guardado en el Depósito de Suelo Orgánico, pues luego este suelo servirá para los procesos de revegetación cuando la Unidad Productiva Tantahuatay termine sus operaciones.



Depósito de Material Estéril



Depósito de Material Inadecuado

Residuos Sólidos Industriales

Para no mezclar los residuos, estas se clasifican en:

- Residuos Peligrosos
- Residuos No Peligrosos

Posteriormente, en el área de transferencia se separan los residuos en:

- Residuos con Valor
- Residuos Sin Valor

La finalidad de esta separación es seleccionar los residuos para canalizar hacia la forma apropiada de reciclaje o eliminación.

De esta manera, los residuos sólidos con valor (papel, cartón, vidrio, plástico, madera, chatarra, etc.) y que no se incorporan al ciclo productivo son transferidos mediante donación a la Asociación de Recicladores de Cajamarca agrupados dentro del Plan Integral de Gestión Ambiental de Residuos Sólidos (PIGARS), integrándonos de esta manera al esfuerzo que realiza la Municipalidad de Cajamarca en facilitar la generación de empleo e ingresos a madres solteras que se dedican a esta actividad.

Los residuos sin valor se transfieren fuera de la Unidad a rellenos autorizados por DIGESA para su disposición final y segura.



¡COIMOLACHE, RESPONSABILIDAD Y DESARROLLO PARA TODOS!



¿Cómo se cuida el Medio Ambiente en la Cía. Minera Coimolache?

La Compañía Minera Coimolache cuenta con un Plan de Manejo Ambiental para prevenir, controlar y mitigar cualquier efecto que pueda ocasionar en el Medio Ambiente. En este plan, se toma en principal consideración a los elementos agua, aire y suelo.

Cuidado del Aire y Control de Ruido y Vibraciones

Se han establecido 5 estaciones de monitoreo de calidad de aire ubicados dentro del área de influencia directa del proyecto. El monitoreo de calidad de aire se viene realizando con una frecuencia trimestral de acuerdo al cronograma establecido en el Estudio de Impacto Ambiental.

Todos los valores se encuentran por debajo de los LMP establecidos en el Reglamento de Estándares Nacionales de Calidad Ambiental del Aire, D.S. N° 074- 2001- PCM.

Para cumplir con los Estándares de Calidad Ambiental de Aire se han implementado:

- Control de Voladura para minimizar la vibración dentro de los límites internacionales establecidos.
- Sistema de Extracción de Gases tanto en Laboratorio como en Planta de Procesos.

- Riego de vías con cisternas autorizadas que re usan el Agua Residual Doméstica





Monitoreo Ambiental

Tantahuatay realiza monitoreos diarios, semanales, quincenales, mensuales, trimestrales y semestrales de la calidad de agua, aire, ruido, vibraciones, flora, fauna y vida acuática; con la finalidad de evaluar constantemente las condiciones ambientales y corregir en caso de alguna no conformidad de manera inmediata.

Por otro lado, la Autoridad Nacional de Agua realiza monitoreos participativos Chancay Lambayeque en forma trimestral con el acompañamiento de autoridades regionales y locales así como representantes de comunidades.



Conservación del Ambiente

Protección de las Lagunas Vira Vira que representa la fuente del sistema de agua potable Manuel Vásquez Vásquez, el cual provee de agua a más de 12,000 habitantes de la parte alta y baja de la Provincia de Bambamarca.

Se han revegetado 13 Has dentro de las instalaciones del proyecto con semillas mixtas (nativas y exóticas).



¿Qué pasará con el Medio Ambiente de la zona cuando cierren las operaciones de Cía. Minera Coimolache?

La Cía. Minera Coimolache tiene un plan detallado para cuando terminen sus operaciones. El Plan de Cierre consiste en terminar con las operaciones, restaurar el medioambiente de la zona y trabajar con la comunidad para conseguir el desarrollo sostenible de sus propias actividades. Este proceso se realizará progresivamente, es decir, paso a paso. Se empezará por recuperar los recursos principalmente el agua, el aire y la vegetación.

El Plan de Cierre consiste en:

- Desmontaje y desmantelamiento, es decir retirar las instalaciones que ya no sean útiles para la empresa ni para la comunidad. Los materiales aún se puedan usar se llevarán a otros proyectos o se darán a las comunidades.
- Recuperación y aumento de fuentes de Agua, a través de la inundación con agua de los Tajos, el tratamiento de aguas para asegurar su calidad y cantidad, el aumento de infiltración de aguas y aumento de las recargas de las fuentes de agua.

- Cobertura y revegetación de terrenos para las especies de plantas y animales originales.

- Plan de Cierre Socioeconómico, que es el compromiso de la Cía. Minera Coimolache de mantener los controles de cierre ambiental. Además se buscará garantizar que el programa de Responsabilidad Social cumpla con la planificación de sostenibilidad de los proyectos

que se hayan realizado con las comunidades y minimicen impactos negativos. Habrá también programas de reconversión laboral, reconversión productiva y de consulta de las actividades de cierre, entrega efectiva de infraestructura y resolución de disputas.

La Cía. Minera Coimolache controlará los procedimientos de cierre para corregir o mejorar procesos, realizar el cierre final y garantizar actividades post-cierre. Se comunicarán las actividades del Plan de Cierre de manera oportuna, con talleres de capacitación y actas de compromisos.



¡COIMOLACHE, RESPONSABILIDAD Y DESARROLLO PARA TODOS!



COIMOLACHE CONTRIBUYE...

¿Qué beneficios trae la Minería a las comunidades?

La Minería, como otras actividades productivas, genera beneficios no sólo para la empresa sino que también genera oportunidades de desarrollo para hombres y mujeres a nivel local y nacional.

Gracias a ello se puede invertir en proyectos públicos para todos. Los gobiernos que estén en turno tienen el deber de utilizar estos fondos para garantizar los servicios básicos de la población y mejorar la calidad de vida mujeres y hombres del país.

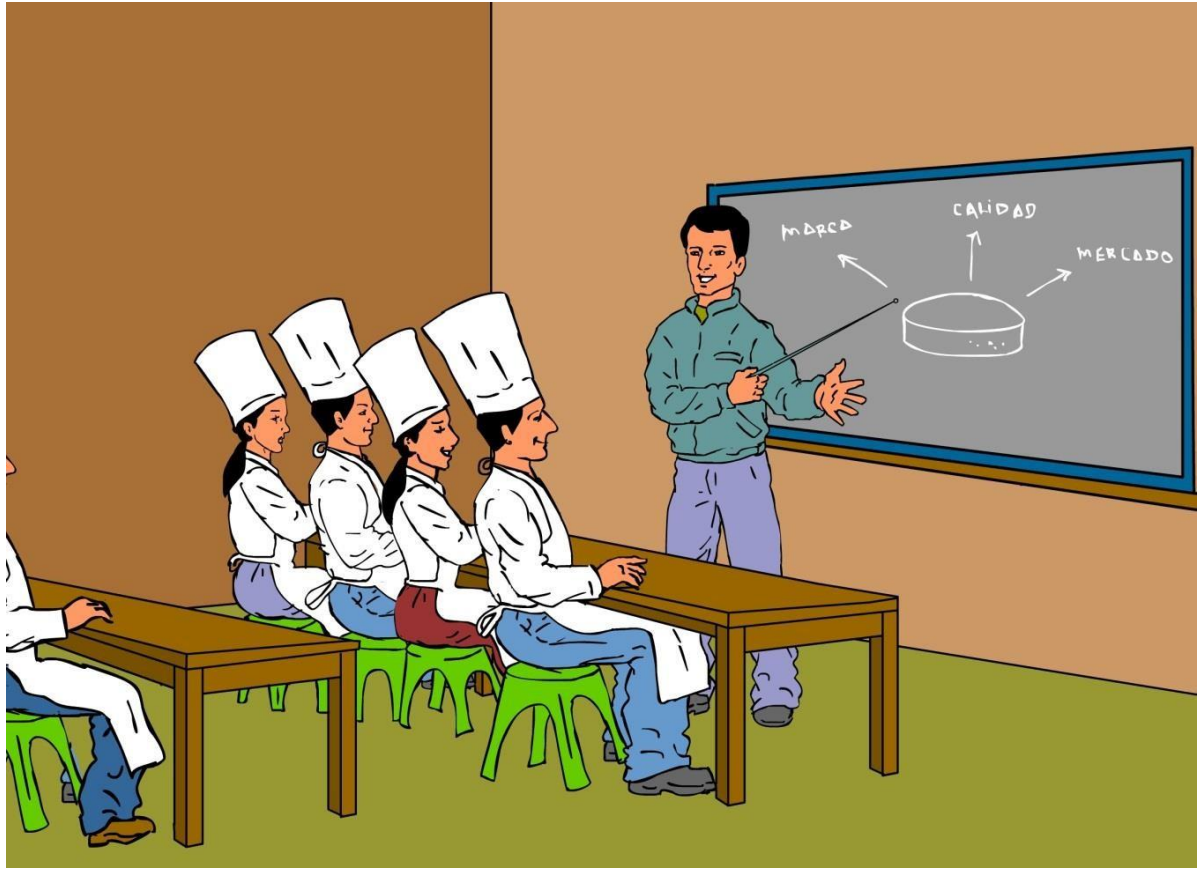
¿Qué beneficios trae la Cía. Minera Coimolache a la comunidad y cómo garantiza que esto suceda?

La Compañía Minera Coimolache apoya a las comunidades:

- Pago de impuesto y generación de rentas al gobierno Central, Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales para su uso en mejorar la calidad de vida las poblaciones



- Educación y el Fortalecimiento Institucional Para mejorar las capacidades de los pobladores y asegurar su desarrollo sostenible.

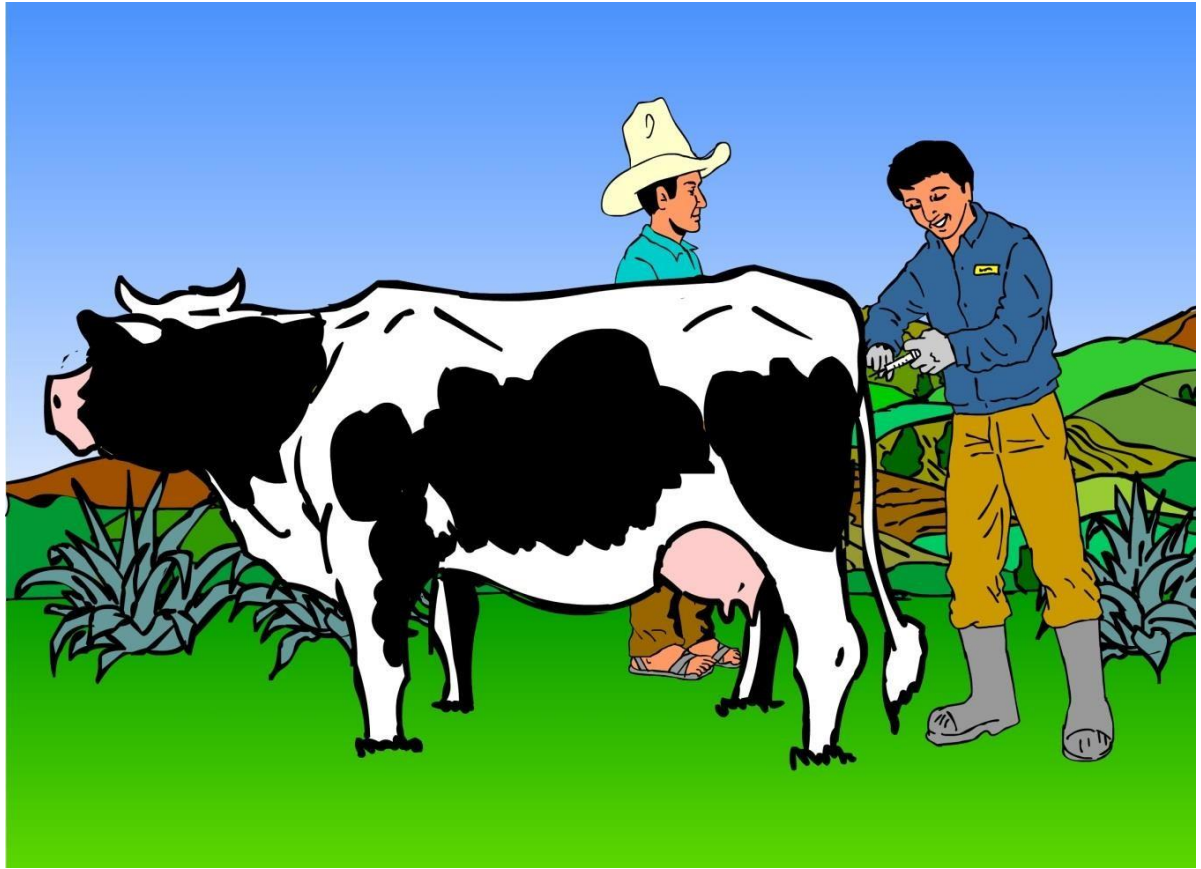


- Genera oportunidades de empleo, promoción empresarial e incremento de ingresos en las familias de los colaboradores de la empresa.
- Asegura el desarrollo sostenible de las comunidades por medio de proyecto de desarrollo que fortalezcan las actividades económicas de la zona.

- }



- Apoyo al acceso de servicios básicos y manejo de recursos naturales a través de infraestructura, acompañamiento y capacitación a los pobladores.



Cía Minera Coimolache asegura el cumplimiento de estos beneficios y la participación de todos los pobladores bajo el Plan de Relaciones Comunitarias:

- Programa de Cumplimiento de Compromisos Sociales
- Programa de Promoción de Empleo Local
- Programa de Desarrollo Sostenible
- Programa de Inversión Social

Para la Compañía Minera Coimolache es importante manejar los impactos sociales manteniendo una relación transparente y franca; por ello se invita a todos a participar en los proyectos que apoye la empresa.

¿Existe algún plan de relacionamiento entre la Cía. Minera Coimolache y las comunidades?

Sí, este es el Plan de Participación Ciudadana, que tiene como objetivo establecer las formas de participación y de relacionamiento entre la empresa y la comunidad. También busca informar adecuadamente sobre los temas de interés por parte de los pobladores y sus percepciones.

La comunicación es el eje transversal en todos los trabajos de la Cía. Minera Coimolache. Se busca compartir información de manera oportuna, consciente y transparente así como el constante diálogo con los pobladores para resolver cualquier inquietud.

En la Cía. Minera Coimolache se cuenta con programas como:

- Protocolo de Relacionamiento, establecido junto con la población.
- Programa de Resolución de Quejas y Disputas, para evitar conflictos.
- Programa de Monitoreo Socio Ambiental Participativo, para que todos estén informados y fiscalicen los impactos de la operación.
- Programa de Sensibilización Ambiental, para que empresa y comunidad juntos cuiden el medioambiente.

