

























































































































































## CONCLUSIONES

La comunicación en la minera Milpo es un tema muy importante y es abordado con mucha responsabilidad. La empresa se preocupa en comunicar todo y en ser transparente en todas sus relaciones, pues sabe que de esta manera puede evitar que exista algún tipo de problema o conflicto entre ellos. La comunicación con las comunidades de su zona de exploración es algo trabajado día a día, pues la empresa busca a través de esto mejorar su comunicación y ser más eficiente. La empresa ha tenido problemas en su comunicación, pero, como en todo proceso, buscó a través de los errores que ha tenido otras alternativas para lograr una mejor comunicación. Dentro de la comunicación de la empresa, la comunicación para el desarrollo es un tema que la empresa trabaja con mucho énfasis, pues cree que esta es una vía esencial para el crecimiento y el desarrollo de las personas.

A pesar de la gran cantidad de conflictos que surgen en las regiones donde hay minería, lo que se percibe es que en las regiones de exploración de Milpo, y en especial en de Cerro Lindo, los conflictos no son muy recurrentes. En 3 años de trabajo de exploración en Cerro Lindo, no fue registrado ningún conflicto de mayores proporciones. En la fase temprana del conflicto la empresa ya busca soluciones para que este no llegue a fases más críticas, donde se pueda causar daños tanto para la empresa, como para los pobladores. Como parte de política de la empresa está siempre hablar con claridad, para evitar males entendidos que puedan generar conflictos. El bajo registro de conflictos y la inexistencia de conflictos de grandes proporciones también se debe a la práctica de la Responsabilidad Social dentro la empresa, pues es percibido que en las empresas dónde se practica la Responsabilidad Social el número de conflictos con sus *stakeholders* es menor.

Milpo siempre tuvo como estrategia tener una comunicación clara y eficiente, tanto dentro de la empresa, como con sus grupos de interés. En algunos casos fue necesario replantear las estrategias y actualmente Milpo da una

importancia mayor a su relación con las comunidades. La empresa busca tener una relación muy cercana con los pobladores y se muestra como un aliado estratégico de ellos para el desarrollo de las comunidades. La empresa tiene como estrategia no regalar todo para satisfacer a las necesidades de los pobladores, sino enseñarlos como hacer las cosas para satisfacer sus necesidades. Enseña como crear proyectos sostenibles para el desarrollo personal de los pobladores y de sus comunidades. De esta manera, la empresa gana la confianza de los pobladores, que la ve como un aliado y no como un peligro.

Mi propuesta estratégica en la presente investigación fue, a partir de los conflictos que han ocurrido en la relación empresa- comunidad, basados en problemas de comunicación entre las partes, plantear estrategias de comunicación y sus actividades que puedan solucionar los problemas encontrados y consecuentemente los conflictos que fueron resultados de estos problemas. Dentro de esta propuesta, relacionar las estrategias y sus actividades con los objetivos de la comunicación, los públicos, el mensaje que quiere comunicar y que materiales van a utilizar.

A partir de lo que fue analizado, es posible concluir en este caso que la comunicación para el desarrollo y para el cambio social ejerce un papel fundamental en las relaciones sociales. La comunicación es un proceso esencial en las interacciones humanas, creando el diálogo en todos los contextos en que ella se desarrolla. En base a esto las sociedades se constituyen en un permanente diálogo y, de esa manera, se benefician de la diversidad generada por esas relaciones.

La comunicación, a pesar de continuar con su función principal de emisora y receptora de mensajes, actualmente tiene una gran función social, buscando a través de diálogo y de una mayor participación, generar el desarrollo y el cambio social en las comunidades marginadas. Con una mayor y mejor comunicación las comunidades marginadas pueden avanzar en el desarrollo local. La comunicación, también en los tiempos actuales, es la acción de quienes buscan un buen posicionamiento en el presente y, principalmente, en

el futuro, pues a través de la buena comunicación con su entorno es que va a lograr sus objetivos.

Como resultado de esa diversidad en las relaciones humanas inevitablemente aparecen los conflictos, debido a que este es un hecho social presente en todos los ámbitos de la sociedad. El conflicto es consecuencia de la manera como los hechos son percibidos por cada uno, que al ver los hechos de manera distinta de la otra persona, busca imponer su percepción.

En caso de conflictos lo que busca la comunicación es contribuir al reconocimientos de los diversos grupos culturales, creando un diálogo común, en que los patrones negativos y destructivos puedan ser cambiados a patrones positivos, y que las diferencias puedan generar una oportunidad de crecimiento para ambos. Sin embargo, la comunicación en los conflictos puede ejercer un doble papel, pues la comunicación, fomentando el diálogo, es fundamental para su solución, pero también una comunicación ineficiente entre los distintos grupos puede generar un conflicto entre ellos. La comunicación ineficiente genera malos entendidos, que

En un contexto de conflictos sociales, la comunicación entre los actores involucrados es la mejor manera de facilitar acuerdos y de llegar a una negociación para superar el conflicto. Además de que una comunicación eficiente entre los actores propiciará el desarrollo de las mismas.

Para superar los conflictos o para evitarlos, el diseño de estrategias de comunicación puede ser un elemento de grande importancia dentro de las empresas, en lo que se refiere a las relaciones con su entorno o sus grupos de interés, ya que el diseño de las estrategias de comunicación es la planificación de los objetivos de la empresa. Una empresa que tiene buenas relaciones con sus grupos de interés es una empresa que no tiene conflictos.

Los puntos principales de los conflictos, analizados a partir de todo que lo rodea, es el elemento clave para el diseño de las estrategias de comunicación y la mejor estrategia es aquella que consigue responder a los intereses y









## MILPO

2010. Información Institucional Milpo S.A.A. “Mineros con optimismo”

2009. -Cerro Lindo – Tierra de Colores en  
<[http://www.milpo.com.pe/p08\\_06.htm](http://www.milpo.com.pe/p08_06.htm)>

## MOORE, Christopher

1995. El proceso de mediación: Métodos prácticos para la resolución de conflictos, Buenos Aires, Ediciones Granica S.A.

## MUNDUARTE Jaca, Lourdes &amp; MEDINA Díaz, Francisco José COORD.

2005. Gestión del conflicto, negociación y mediación, Madrid, Ediciones Pirámide

## PASQUALI, Antonio

1978. Comprender la comunicación, Caracas, Monte Avila Editores

## Presidencia del Consejo de Ministros:

[http://www.pcm.gob.pe/InformacionGral/ogcs/Confl\\_Jul10.pdf](http://www.pcm.gob.pe/InformacionGral/ogcs/Confl_Jul10.pdf)

## ProDiálogo

[www.prodialogo.org](http://www.prodialogo.org)

## Programa Pro Descentralización

[www.prodes.org.pe/pdf/Modulo\\_3\\_Manejo\\_de\\_conflictos.pdf](http://www.prodes.org.pe/pdf/Modulo_3_Manejo_de_conflictos.pdf)

## RAMIRO BELTRÁN, Luis

2008. Las comunicaciones: instrumento olvidado del desarrollo nacional, en Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas, La Paz, La prensa.

## ROZEMBLUM DE HOROWITZ, Sara

2007. Mediación: Convivencia y resolución de conflictos en la comunidad, Barcelona, GRAÓ

