



La minería:

Tarea pendiente

Karina Miranda

Gerente de Proyectos - Ipsos Public Affairs Perú

Karina.Miranda@ipsos.com

Almendra Piedra

Asistente Senior de Investigación – Ipsos Public Affairs Perú

Almendra.Piedra@ipsos.com

La minería es una actividad que está presente en buena parte del territorio nacional, aproximadamente en 17 de las 25 regiones del Perú. Representa más del 50% de las divisas, el 20% de la recaudación fiscal y el 11% del Producto Bruto Interno¹. Con estas estadísticas, no cabe duda del gran impacto que tiene en la economía de nuestro país.

Pese a ello, se trata de una de las actividades económicas que peor imagen tiene entre la opinión pública. Y no nos referimos solo al Perú, se trata de algo extendido que sobrepasa nuestras fronteras. ¿Qué imagen tienen las empresas mineras en el mundo? Según un estudio que realiza Ipsos en 24 países², solo el 36% de encuestados tiene una imagen positiva de las mineras. Si bien es un porcentaje que las ubica en el rango inferior de favorabilidad, no se encuentran al final de la tabla, posición destinada para las tabacaleras, que son la actividad económica con peor imagen a nivel internacional.

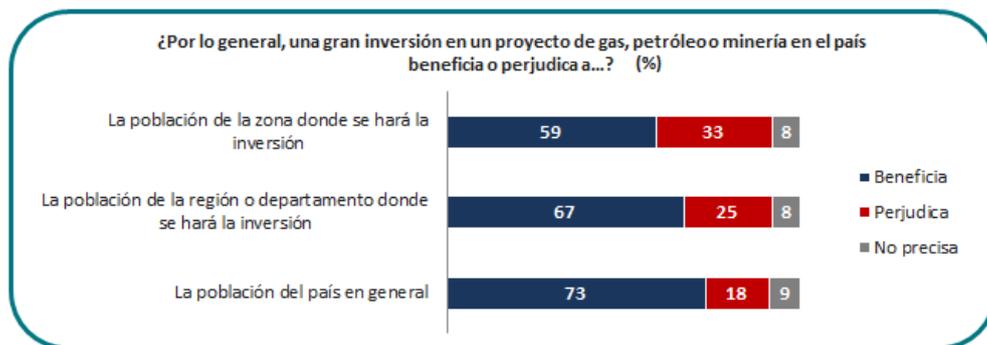
En cuanto al ámbito nacional, si bien la opinión sobre la actividad minera es negativa, tiene matices interesantes. Por ejemplo, a nivel regional, entre arequipeños y cajamarquinos. Un estudio realizado por Ipsos hace tres años, reveló que el 50% de encuestados de la zona de influencia de un proyecto minero en Arequipa, tenía una imagen positiva sobre la minería debido, en gran parte, a la contribución percibida a la economía regional, estando por encima de la agricultura, industria o turismo. Sin embargo, ese mismo año en Cajamarca, el 70% de los entrevistados reconocía que, si bien la minería generaba empleo, este era para personas fuera de la región y por ende ellos no se sentían beneficiados. Entre los cajamarquinos residentes en zonas rurales, el 90% consideraba que la minería traía más perjuicios que beneficios.

En general, podríamos decir que los pobladores residentes en zonas mineras, tienden a mostrar opiniones más ácidas, al tener más proximidad física y mayor nivel de conocimiento sobre el proyecto. Y de alguna manera es así, sin embargo, a la opinión pública nacional, también le cuesta percibir la contribución de la minería en el país³.

¹ <http://elcomercio.pe/economia/peru/que-tan-importante-mineria-peru-noticia-1818701>

² Ipsos Global Advisor, encuesta en 24 países, setiembre 2015

³ Ipsos, Encuesta Nacional de Opinión Pública, abril 2015



Hay más de un tercio de peruanos que piensa que un gran proyecto extractivo perjudica a las poblaciones que viven en las zonas donde se hará la inversión. Esa misma proporción considera que el Estado debe intervenir todo lo que sea necesario en las actividades económicas⁴, pero a pesar de ese reclamo, existe la percepción de inacción y abandono por parte del Estado, lo que muchas veces ha llevado, entre otros factores, a la erupción de los conflictos sociales.

En este contexto donde tenemos un Estado ausente y sin la capacidad técnica ni institucional para atender a toda la población, es que la empresa privada empieza a tener un papel cada vez más activo, desarrollando un “*new business model*” que implica que las empresas no solo velan por su rentabilidad sino también por contribuir y generar un impacto positivo en la sociedad. Sin embargo, pese a estos esfuerzos, la minería es percibida de manera negativa. Creemos que el inicio de esta relación distante, puede deberse en parte a la falta de comunicación, pero comunicación oportuna y efectiva. Una comunicación que demuestre conocimiento acerca de lo que quieren y necesitan, y que les dé la confianza suficiente para, al ser vecinos, ambos minera y comunidad, beneficiarse mutuamente.

Para llegar a ese nivel de conocimiento, el primer punto de partida es la investigación. La experiencia, nos ha enseñado que aquellas empresas que pueden considerarse exitosas, son quienes han priorizado la investigación y de manera temprana. No solo para conocer a la comunidad y su problemática, sino también para identificar y relacionarse con los *stakeholders* clave. Si bien es cierto que en todas las industrias es clave contar con el respaldo de sus públicos de interés, en la minería es un deber, porque además hay que hacerlo en el momento oportuno. Investigar y conocer a la población nos va a permitir generar el vínculo necesario entre empresa y comunidad, que nos otorgará la licencia social necesaria para que ambas partes trabajen de la mano.

Partiendo de la investigación temprana y la comunicación oportuna y efectiva, una gran tarea pendiente de la minería es darse a conocer. Un estudio hecho a nivel nacional⁵, reportó que la minería junto con las empresas de hidrocarburos, se ubican en el penúltimo lugar de conocimiento (con solo un 9% que refiere que las conoce bien o muy bien). Según el *expertise* de Ipsos, la base de una buena reputación empieza por el conocimiento. Para tener una reputación sólida, una empresa debe ser conocida y reconocida. Aquí hay una gran oportunidad para la minería. Palabras como canon, regalías, exploración, explotación, subsuelo, tajo abierto, socavón, obras por impuestos, estudios de impacto ambiental, mesas de diálogo, licencia social, etc.; no deben ser

⁴ Ipsos, Encuesta Nacional de Opinión Pública, abril 2015

⁵ Ipsos, Encuesta Imagen Corporativa Opinión Pública, abril 2016

ajenas a la opinión pública y menos en un país con tanta presencia minera, como el Perú. Todos deberíamos comprender a cabalidad lo que implica la actividad extractiva, lo positivo y lo negativo que trae. La opinión pública en general, debería ser el principal aliado de las empresas mineras y los primeros en valorar el aporte que le otorgan al país. Pero hasta ahora, sigue siendo una tarea pendiente.