

“AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO”



PRODUCTO “MODELO DE INTERVENCIÓN SOCIAL”

Expositor: Manuel Castillo Chota
Jefe- Área de Relaciones Comunitarias

CÍA. MINERA CONDESTABLE S.A.

Grupo Trafigura

Setiembre,



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO



CONGRESO REIVINDICA A LOS INDÍGENAS



CONGRESO. Legislador Eduardo Nayap posa en el interior del Parlamento con los comuneros amaéritos. Ahora ya cuentan con su Ley de Consulta Previa.

Ya tienen voz y voto

113 parlamentarios aprobaron por unanimidad la Ley de Consulta Previa. Proyectos mineros deberán consensuarse con las comunidades nativas Pág. 5

Justificación

Hoy en día los conflictos sociales trascienden la existencia de simple pliegos de reclamos sintomáticos e involucran a más de un actor. Dicho contexto ha motivado a CMC a establecer la siguiente premisa:

Las particularidades de la responsabilidad social que debe emprender una empresa de naturaleza extractiva conduce a considerar la manera en que esta debe intervenir en el desarrollo de la comunidades con las que conviven. En tal sentido, existe la necesidad de innovar en la elaboración de un modelo que surja como sinergia y mejora de los que se vienen aplicando desde distintos enfoques y roles sociales (organizaciones privadas y



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO



▣ **Finalidad:** Convertir la alianza “comunidad, institución pública y empresa privada” en estrategia para el “Desarrollo”, a través de la asimilación de conductas para una gestión efectiva.

▣ **Objetivo Principal:** Construir un modelo de gestión que optimice la intervención social de la empresa en la Comunidad Campesina de Mala, bajo el enfoque “*win to win*”.

▣ **Objetivos Específicos**

- Sistematizar modelos de intervención social aplicados por diversos tipos de organizaciones (empresas, ONG´s y Estado)
- Adaptar el ámbito interno y externo de la empresa y la comunidad con la sistematización de los modelos de intervención existentes.
- Articular el Modelo de Intervención Social con las



ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

- ▮ **Ámbito de intervención:** Comunidad Campesina de Mala (CCM)
- ▮ **Ubicación:** Distrito: Mala/Provincia: Cañete/Departamento: Lima
- ▮ **Cantidad de Población:**



Anexos	N° de habitantes
1. San Marcos de la Aguada	4814
2. San Juan	1742
3. 27 de Diciembre	1201
4. Cerro La Libertad	712
5. Señor de Cachuy	297
6. Buena Vista	131

TOTAL **8897**
Fuente: Censo de Población y Vivienda,



ACTORES INVOLUCRADOS



*Autoridad
es
Estatales
(Munic.,
Minist.,etc.
)*

*Institucion
es
Educativas*

*Organizaciones Sociales de
Base
(Comedores populares, Vasos
de leche, Wawa Wasi)*

*-Asamblea General
-Junta Directiva
- Presidentes de
Anexos*

*Asociaciones o agrupaciones
sociales
(Junta de usuarios, asociación de
jóvenes, de adultos mayores,
Construcción Civil, etc.)*

*Centros
de Salud*

*Empresa
Privada
(CMC,
medios de
com.)*

*ONG´s
(IPES,
CEDRO,
etc.)*



ETAPAS PARA EL DESARROLLO DEL

Primera etapa: Revisión documentaria

- Duración: Noviembre- Diciembre

Segunda etapa: Construcción de Modelo Piloto

- Duración: Enero (1ra mitad del mes)

Tercera etapa: Diagnóstico-Trabajo de Campo

- Duración: Enero (2da mitad del mes)

Cuarta etapa: Ajustes del Modelo Piloto

- Duración: Febrero

Quinta etapa: Alineamiento entre PGS y Modelo

- Duración: Marzo (1ra mitad del mes)

Entrega del producto final

- Fecha: Marzo (2da mitad del mes)

modelos y definición de parámetros que generen un modelo base.

Contextualización del modelo a la realidad de la CCM y CMC.



Levantamiento de información en función a los parámetros

Articular el Modelo propuesto a planes, políticas y lineamientos



PERFIL DEL PARTICIPANTE

Vacantes: 5 estudiantes 8vo, 9no y/o

10mo ciclo-

Habilidades y actitudes

Pro actividad

- Iniciativa
- Liderazgo
- Responsabilidad
- Innovación



Otros aspectos esperados

- Conocimiento vivencial de otras realidades sociales en el País.
- Buena redacción.
- Especialidades afines al sector social: Gestión social, Sociología, Comunicación para el desarrollo, y otros

Conocimientos



Herramientas y metodologías

- Análisis FODA
- Mapeo de Actores
- Diseño de objetivos, estrategias, actividades, metas e indicadores.

Métodos y técnicas

- Entrevistas, Encuestas, grupos focales.
- Análisis de transmisión de mensajes.
- Análisis de redes de





GRACIAS



Expositor: Manuel Castillo Chota
Jefe- Área de Relaciones Comunitarias