

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

**Comunicación interna: El camino hacia una minería responsable
en Santa Rosa**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORAS:

Castillo Manchay, Nicolle Fiorella (orcid.org/0000-0002-2287-7546)

Vasquez Talledo, Lidia Tatiana (orcid.org/0000-0002-4142-3961)

ASESORA:

Mg. Lisboa Echeverre, Gilsa Carolina (orcid.org/0000-0001-8089-0928)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis abuelos, quienes desde pequeña han sabido criarme y sacarme adelante, enseñándome buenos valores.

Especialmente a mi papá , a mi abuela y mi abuelo , que sé que desde el cielo está orgulloso de mi por todo lo que poco a poco estoy logrando.

A Dios por ser mi soporte y guía , Noe y Sentula mis amados abuelos que han sido mi orgullo y motivación por toda una vida , a Ali mi hermana querida que siempre será un pilar fundamental para jamás rendirme.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a la Virgen de la Puerta por siempre bendecirme en todo lo largo de mi carrera y brindarme la fuerza para culminar con la elaboración de esta tesis. También, a mi asesora Gilsa Lisboa, y a mis profesores Felipe y Carlos, que gracias a su constante seguimiento y paciencia he podido llegar a esta última fase de mi carrera.

Agradezco a mis padres por su confianza y ayuda en mis metas, a mis docentes y compañeros de mi escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la sede Trujillo, por siempre brindarme su apoyo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. MARCO TEÓRICO.....	13
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1.1 Tipo de investigación.....	21
3.1.2 Diseño de investigación.....	21
3.2 Categorías, subcategorías, matriz de categorización.....	21
3.3 Escenario de estudio.....	22
3.4 Participantes.....	22
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.5.2 Técnica: Focus Group:.....	23
3.6 Procedimiento.....	23
3.7 Rigor científico.....	24
3.8 Método de análisis de la información.....	24
3.9 Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
V. CONCLUSIONES.....	29
VI. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS.....	37

Índice de Tabla

Tabla 1. MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN.....	37
Tabla 2. ENTREVISTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO	39
Tabla 3. FOCUS GROUP	41

Índice de Imagen

Imagen 1. CONSENTIMIENTO DE LA MINERA CASA BLANCA	42
Imagen 2. RESULTADO DE TURNITIN.....	42



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LISBOA ECHEVERRE GILSA CAROLINA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Comunicación interna : El camino hacia una minería responsable

en Santa Rosa", cuyos autores son CASTILLO MANCHAY NICOLLE FIORELLA, VASQUEZ TALLEDO LIDIA TATIANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 21 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LISBOA ECHEVERRE GILSA CAROLINA DNI: 43767281 ORCID: 0000-0001-8089-0928	Firmado electrónicamente por: GLISBOA el 21-11- 2023 11:03:35

Código documento Trilce: TRI - 0657451



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CASTILLO MANCHAY NICOLLE FIORELLA, VASQUEZ TALLEDO LIDIA TATIANA estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Comunicación interna : El camino hacia una minería responsable

en Santa Rosa", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
LIDIA TATIANA VASQUEZ TALLEDO DNI: 73148853 ORCID: 0000-0002-4142-3961	Firmado electrónicamente por: LVASQUEZTA el 21-11-2023 19:57:37
NICOLLE FIORELLA CASTILLO MANCHAY DNI: 70374292 ORCID: 0000-0002-2287-7546	Firmado electrónicamente por: NCASTILLOMA el 21-11-2023 09:50:29

Código documento Trilce: TRI - 0657450

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy en relación con su responsabilidad social y ambiental. En cuanto a la metodología empleada se tuvo un enfoque cualitativo, de tipo básica con un diseño fenomenológico – hermenéutico. Se obtuvo una muestra de 10 personas pertenecientes a la Minera La Casa Blanca de Santa Rosa, aplicándose la técnica de la entrevista y focus group. Los resultados obtenidos mostraron que, los canales de comunicación interna en la empresa son las reuniones presenciales, telefónicas y el correo electrónico como elementos fundamentales para construir un entorno laboral colaborativo y eficiente. En relación con la responsabilidad social y ambiental, los mensajes clave identificados se alinean estratégicamente con la visión y valores de la empresa, posicionando la comunicación interna como un instrumento estratégico para fomentar la participación activa en iniciativas responsables. Finalmente, la percepción de los trabajadores en cuanto a la claridad y pertinencia relacionados con la responsabilidad social permiten la claridad en la comunicación interna para la eficacia operativa, la resolución de conflictos y la creación de un clima laboral seguro.

Palabras clave: Comunicación interna, minería, canales de comunicación

ABSTRACT

The present research aimed to determine the perception of internal communication among the employees of the Mining Company "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy in relation to its social and environmental responsibility. Regarding the methodology employed, a qualitative approach was utilized, of a basic type with a phenomenological-hermeneutic design. A sample of 10 individuals from Casa Blanca de Santa Rosa Mining Company was obtained, applying the interview and focus group techniques. The results showed that the internal communication channels in the company are face-to-face meetings, telephone communications, and email, serving as fundamental elements for building a collaborative and efficient work environment. Regarding social and environmental responsibility, the identified key messages strategically align with the company's vision and values, positioning internal communication as a strategic tool to encourage active participation in responsible initiatives. Finally, employees' perception regarding the clarity and relevance related to social responsibility allows for clear internal communication, promoting operational efficiency, conflict resolution, and the creation of a safe working environment.

Keywords: Internal communication, mining, communication channel

I. INTRODUCCIÓN

Julca (2022) precisa que históricamente, la minería se ha señalado como una de las industrias más contaminantes, impactando negativamente el medio ambiente y las comunidades cercanas a sus operaciones. Por lo tanto, es cada vez más importante que las empresas mineras adopten un enfoque social y ambientalmente responsable en su gestión y operaciones.

Sin embargo, los enfoques de responsabilidad social y ambiental en las empresas mineras es un gran desafío, ya que se necesita la colaboración activa de todos los implicados, incluidos los colaboradores de la empresa. La comunicación interna es un aspecto fundamental, ya que es la principal vía para comunicar a los empleados el compromiso a actuar de manera responsable en el ámbito social y ambiental, y ha establecido objetivos claros para lograrlo y animarles a participar activamente en la gestión de estos aspectos.

Tengamos en cuenta que el área de comunicación interna en estas empresas debe ser necesarias, sobre todo al desempeñar diversas actividades, las cuales generan un impacto a la comunidad local, pues tanto empleados como administrativos deben trabajar de la mano con la sostenibilidad, mostrando así compromiso e importancia al enfocarse a la responsabilidad social y ambiental.

Por consiguiente, Samanez (2018) nos comenta; que para poder solucionar cualquier contratiempo que se presente, debemos tomar en cuenta la importancia que tiene la comunicación interna entre el público y la organización, siendo este el objetivo principal de la comunicación interna.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2016) señaló que, en el ámbito internacional, el 60% de las personas consideran que la comunicación se produce a través de la interacción, y según la OIT (2019), 120 millones de

trabajadores que trabajan en equipo afirman que la planificación efectiva depende de una buena comunicación.

En el contexto nacional de Perú, una encuesta realizada por el Diario Gestión (2020) reveló que el 19% de los colaboradores siente satisfacción, confianza y motivación en relación a la comunicación interna, mientras que el 18% considera que la interacción y el intercambio de información son elementos clave para lograr una buena comunicación interna. Además, el 13% de los colaboradores mencionó que el desempeño laboral mejora cuando se toma en cuenta el desarrollo de habilidades blandas en la organización. La Agencia Peruana de Noticias (2021) también enfatizó lo fundamental que es la comunicación efectiva en cualquier empresa, ya que fortalece y valora el trabajo en equipo y ayuda a lograr los objetivos establecidos, además de solucionar los conflictos de manera eficaz.

Stakeholders (2013) señala que las mineras tales como Marsa, Consorcio Minero Horizonte (CMH) y Poderosa, fueron centro de atención al cumplir con la normativa del buen cuidado del medio ambiente, tal es así que su compromiso se vio reflejado también con la población, dando valor al tema de la sostenibilidad y respetando la RSE.

La minera Casa Blanca de Santa Rosa en el año 2020, da inicio a sus labores en el pueblo de Parcoy - Pataz, desde entonces no ha contado con el área de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) , la cual se enfoca en trabajar de manera ética en lo social, ambiental y económico. Así mismo no cuenta con una buena comunicación ,la cual hace que el personal administrativo que se desempeña en la ciudad de Trujillo opte por viajar ocasionalmente a supervisar las labores de sus empleados y obreros, los cuales informan hechos que se suscitan dentro y fuera del área de trabajo, causando diferentes impactos que pueden desfavorecer a la compañía.

Por ello, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?

Asimismo, el presente informe de investigación logra evidenciar conceptos inéditos que ayudarán al desarrollo e incremento de información para poder dar como

resultado una justificación teórica con el fin de recolectar información sobre la comunicación interna en la Minera La Casa Blanca de Santa Rosa- Parcoy, siendo este un ambiente radical donde se adquiere el interés laboral, ya que influye el sector social y ambiental de una organización sosteniendo una comunicación activa.

Por consiguiente, permitirá recolectar nuevos aportes para la investigación, sirviendo estos como antecedentes, asimismo se dará a conocer si existe una comunicación eficiente o ineficiente que esté influyendo en el clima laboral, para así poder contrastar la información que facilitará a futuros indagadores que deseen relacionarse con esta línea de investigación.

La presente investigación se justifica teóricamente, ya que, aportó conceptos sobre la comunicación interna y la responsabilidad social ambiental de las empresas, como esta es empleada por diferentes países de Latinoamérica desde puntos de vista de diversos autores que han investigado en relación al tema. Así mismo, se justifica metodológicamente, ya que, desde un enfoque cualitativo se elaboró y aplicó los instrumentos; guía de entrevista y la guía del focus group posteriormente se utilizó el método de triangulación que permitió medir los resultados obtenidos, además tuvo instrumentos validados por juicio de expertos, que hicieron más seguro y confiables nuestra investigación.

Por tanto, en este presente informe de investigación se logró plantear como objetivo general determinar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy en relación con su responsabilidad social y ambiental. Asimismo, los objetivos específicos son : Identificar los canales de comunicación interna utilizados en la Empresa Minera "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental , también analizar el contenido de los mensajes clave y los temas recurrentes de la comunicación interna en la empresa, específicamente aquellos vinculados con la responsabilidad social y ambiental, para determinar su alcance y relevancia. y por último evaluar la percepción de los trabajadores en cuanto a la claridad y pertinencia de la comunicación interna relacionada con la responsabilidad social y ambiental.

II. MARCO TEÓRICO

Medina (2020) nos comenta que tuvo como objetivo principal en su investigación identificar la percepción que tiene la población del Municipio de Segovia sobre una empresa minera colombiana tomando en cuenta las iniciativas de responsabilidad social empresarial. Es por ello que se planteó un estudio cualitativo con enfoque fenomenológico - hermenéutico, donde se contó con la muestra de 18 personas voluntarias , las cuales debieron cumplir con los siguientes requisitos : habitar por más de cinco años en el Municipio de Segovia, Antioquia y ser mayor de 18 años , para así dar pase a la recolección de información mediante una entrevista semiestructurada la cual ayudó a concluir que la población identificó: la valoración de iniciativas de RSE en el municipio, percepción de impacto y relacionamiento con los grupos de interés y por último la percepción de los habitantes beneficiados sobre la empresa Gran Colombia Gold a través de sus iniciativas de RSE.

Mendoza (2020) se propuso destacar la importancia de una gestión adecuada de la comunicación interna, especialmente durante un proceso de transición del sector público al privado. En la encuesta realizada a los 182 trabajadores de la Línea 1 del Metro de Lima, se plantearon 13 preguntas con el objetivo de conocer su opinión sobre el cambio de administración del sector público al sector privado. La conclusión a la que se llegó fue que la comunicación interna tiene un impacto significativo en los procesos de cambio, pero cuando se gestiona de manera inadecuada, la información puede ser abundante pero no necesariamente correcta y confiable. En el caso analizado, se mantuvieron las comunicaciones unidireccionales debido a la falta de una oficina de comunicaciones implementada con un equipo especializado para asesorar en dicho proceso. Además, el líder no se involucró en el proceso de transición hacia la nueva gestión.

Para Sánchez Soto, M. M., & Gamarra Huallullo, I. J. (2022). El objetivo principal de su estudio de investigación fue analizar la relación que existe entre la Responsabilidad Social y la Comunicación Interna según el personal administrativo

de los colegios profesionales de Junín. Se empleó una encuesta como técnica de investigación a 74 trabajadores administrativos. Para analizar la relación entre estas variables, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman. Los resultados indicaron una relación directa y moderada entre la responsabilidad social y la comunicación interna según el personal administrativo de los colegios profesionales de Junín en el año 2021. Sin duda estos resultados confirman la conclusión de que a medida que aumenta el cumplimiento de la responsabilidad social, la comunicación interna progresa en los colegios profesionales de Junín.

Devletian (2018) realizó una investigación con el objetivo de examinar cómo se gestiona la Responsabilidad Social Ambiental en dos empresas peruanas: IBM del Perú y SHOHIN SA. Para ello, se utilizaron entrevistas a profundidad y se seleccionaron dos trabajadores por empresa para ser entrevistados. En el caso de IBM del Perú, se entrevistó a la Gerente de Ciudadanía Corporativa, quien tiene experiencia en el rubro de Responsabilidad Social, y a la encargada del área de Comunicaciones Internas, quien lideró la campaña medioambiental Green IBMer. La investigación buscó conocer los motivos detrás de la campaña y los incentivos que impulsaron a la empresa a llevarla a cabo. Los resultados de la investigación indican que tanto IBM del Perú como SHOHIN SA consideran la protección del medio ambiente como un tema importante. Ambas empresas han desarrollado planes para fomentar la Responsabilidad Social Ambiental dentro de sus organizaciones y los empleados encuestados demuestran ser conscientes de la situación actual. Sin embargo, a pesar de la buena intención de transmitir mensajes sobre la Responsabilidad Social Ambiental, estas empresas mencionan estos temas muy pocas veces en los años analizados.

Asencios y Espejo (2019) en su estudio de investigación , realizaron un plan de comunicación interna para la I.E Casa Grande; tomando como principal finalidad el determinar de qué manera el plan de comunicación interna mejoró el clima laboral en su personal pedagógico, por ello se da a conocer como población y muestra la cantidad de 70 docentes que forman parte de dicha institución educativa , así mismo se efectuó un cuestionario de 15 interrogantes cerradas , el cual ayudo a concluir que el plan de comunicación interna progresa de manera significativa en el ambiente de trabajo de la mencionada institución educativa nacional.

Pérez (2022) tuvo como fin determinar si existe o no un vínculo entre la Responsabilidad Social Empresarial de una empresa minera y el Desarrollo Sostenible de los pobladores de un distrito perteneciente a la provincia de Sánchez Carrión. Por consiguiente, se planteó un cuestionario, conformado por 32 ítems que fue derivado a 50 ciudadanos pertenecientes al distrito de Huamachuco, siendo esta validada por cuatro especialistas en el tema y tuvo confiabilidad del alfa de Cron Bach, gracias a ello se logró obtener los resultados en el que se concluye que hay una relación entre la responsabilidad social empresarial de una empresa minera tanto como en el desarrollo sostenible de la población Huamachuquina.

Benites y Valverde (2021) en su investigación tuvieron como objetivo general: determinar el impacto de comunicación interna en el rendimiento laboral de los trabajadores de una empresa dedicada a la venta de vehículos automotores en la ciudad de Trujillo, de manera que trabajó con una población de 40 colaboradores, los cuales mediante un cuestionario se trabajó la variable de comunicación interna y por medio de la matriz de evaluación para la variable desempeño laboral. Cabe señalar que dichos instrumentos tuvieron la validación de tres profesionales y calculo su confiabilidad mediante el Alfa de Cron Bach, tras procesar los datos mediante un programa estadístico se obtuvieron los resultados de manera infalible concluyendo que la comunicación interna si influye impacta en el desempeño laboral de los trabajadores de dicha empresa trujillana.

El gran valor que se le da a las investigaciones pasadas para ayudar en el crecimiento y fortalecimiento de una nueva exploración es muy importante, sobre todo el informarse de nuevos conocimientos. Todo trabajador profesional o no profesional tienen derecho a conocer su compromiso social, ambiental y económico, de igual modo ser respetados por el empleador en su relación laboral, por ello es fundamental la comunicación entre ambas partes.

Es por ello que, López (2019) plantea que la claridad en la comunicación empresarial debe ser necesaria, ya que así se sostiene resolver conflictos y apoyo entre los trabajadores, por ello se debe motivar al colaborador de diferentes formas para que este tipo de comunicación se flexible y no dependa de sola una decisión.

En su artículo, Lizcano-Prada y Lombana (2018) explican que la Responsabilidad Social Ambiental (RSA) ha ganado una importante aprobación tras la implementación de prácticas responsables que comprende la economía, la sociedad, el medio ambiente y los aspectos legales como culturales. Dado que se enfoca en maximizar proyectos que beneficien a la ciudadanía, como la adaptación de áreas verdes, la protección del medio ambiente y la contribución con ayudas sociales. Para lograr estos objetivos, se utilizan procedimientos de gestión que involucran a todos los componentes de la empresa, incluyendo el personal administrativo, los colaboradores, los consumidores y el entorno registrado.

Las empresas que llevan a cabo estas actividades buscan integrarse con la comunidad a través de la RSE, con el propósito de implantar responsabilidades, obligaciones y retribuciones en relación con una organización y la sociedad (Valentika, Nursyirwan y Ardaninggar, 2021).

De acuerdo a Padilla (2017), la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una herramienta que las empresas utilizan para lograr una relación armoniosa con los grupos de interés asociados, con el fin de alcanzar beneficios mutuos. Esto implica que las empresas deben equilibrar su búsqueda de rentabilidad y estabilidad financiera con el respeto por los derechos humanos y laborales, el bienestar social y la protección ambiental.

Tomemos en cuenta que tanto empresas como organizaciones pueden ayudar al desarrollo sostenible de las comunidades en las que operan, generando empleo y promoviendo la equidad social y el resguardo hacia el medio ambiente.

Así mismo, la responsabilidad social y ambiental es un concepto clave en la gestión empresarial moderna, y se ha convertido en una expectativa cada vez más importante de los consumidores, inversores y otras partes interesadas. Las empresas responsables deben adoptar prácticas sostenibles y éticas para minimizar los impactos negativos de sus actividades y contribuir al desarrollo sostenible.

Por otro lado, Latinoamérica, se reportan entre un 80 y 100% de problemas en la gestión de empresas por una comunicación interna deficiente, esto se manifiesta en gran medida en los países de México, Argentina, Chile, El Salvador, Venezuela y Colombia. (Aguilera 2020). Básicamente la comunicación interna aún no es un tema dominado en las empresas u organizaciones, la importancia que le dan a esta área de la comunicación llega a ser tan mínima que las malas prácticas entre colaboradores se hacen más frecuentes.

Para Garrido (2019) existen tres estrategias principales que aseguran una buena comunicación interna, que consiste en primer lugar de humanizar la empresa, que se basa en poner como prioridad al colaborador, considerando sus opiniones en la toma de decisiones dentro de la empresa, esto se puede hacer mediante espacios de diálogo. En segundo lugar, está la innovación y la digitalización de los procesos y recursos de la empresa. Y por último estas estrategias de comunicación interna deben estar alineadas a los propósitos que tiene la empresa, orientar estos procesos internos a lograr la realización de los objetivos, para lo cual se necesita comunicarnos constantemente.

Tengamos en cuenta que el área de comunicación interna en estas empresas debe ser necesarias, sobre todo al desempeñar diversas actividades, las cuales generan un impacto a la comunidad local, pues tanto empleados como administrativos deben trabajar de la mano con la sostenibilidad, mostrando así compromiso e importancia al enfocarse a la responsabilidad social y ambiental.

No obstante, se requiere de un conocimiento organizacional de la empresa, por parte del colaborador; para que este mismo sea consciente de la relación indispensable que debe tener con cada uno de los que la conforman.

En el contexto de la industria minera, la comunicación interna formal se convierte en el motor que impulsa la eficiencia y el éxito operativo. Ya que establece canales formales de comunicación que aportan en cuanto establecer objetivos, resolver conflictos de manera efectiva y optimizar la toma de decisiones en todos los niveles jerárquicos. La comunicación interna formal también desempeña un papel fundamental en la gestión de crisis y situaciones de emergencia, permitiendo una

respuesta rápida y coordinada, siendo así un componente clave para el funcionamiento sinérgico de una operación minera. Rodríguez, (2022)

Es por ello, que la comunicación formal en este tipo de empresas, no solo transmite información, sino crea un ambiente de trabajo participativo y motivador, es por ello que, al establecer canales formales de comunicación, las organizaciones mineras fomentan la participación activa de los empleados, promoviendo compromiso y productividad laboral. (2021)

Rodríguez (2020) nos dice que, en el entorno minero, caracterizado por su complejidad y exigencias operativas, la comunicación descendente se convierte en una herramienta esencial para mantener altos estándares de seguridad y productividad. A través de una comunicación efectiva desde los líderes hacia los trabajadores de campo, se transmiten las políticas y procedimientos de seguridad, se brinda orientación sobre las mejores prácticas y se comparten lecciones aprendidas. Esta comunicación posterior contribuye a crear una cultura de seguridad sólida y promover comportamientos seguros en todas las actividades mineras.

La comunicación descendente en las empresas mineras va más allá de la simple transmisión de información. Es un proceso estratégico que busca involucrar a los empleados, generar confianza y fomentar un sentido de pertenencia. A través de la comunicación clara y regular desde los líderes hacia los equipos, se fortalece la cultura organizacional, se comparten los valores corporativos y se constata los logros individuales y colectivos. Esta comunicación ascendente promueve la motivación, el compromiso y la lealtad de los empleados, contribuyendo así al éxito sostenible de la empresa minera. González, (2023)

La comunicación horizontal desempeña un papel fundamental en la creación de un entorno colaborativo y en el fomento de la innovación. Al promover el intercambio de ideas y conocimientos entre los diferentes departamentos y equipos, se generan sinergias que impulsan la eficiencia operativa y la resolución conjunta de problemas. Además, al fortalecer las relaciones entre los colegas, se crea un ambiente laboral positivo y cohesionado, lo que contribuye al bienestar y la satisfacción de los empleados. La comunicación horizontal, cuando se lleva a cabo

de manera efectiva, establece una base sólida para la toma de decisiones informada y ágil, y permite a las organizaciones mineras adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y aprovechar las oportunidades emergentes. Sánchez, (2020)

La comunicación horizontal en el entorno de las empresas mineras es de gran importancia para captar objetivos organizacionales. Al romper las barreras jerárquicas y fomentar la interacción directa entre diferentes áreas de cualquier empresa, se propicia un ambiente de trabajo colaborativo, en el cual los empleados se sienten valorados y escuchados. Esta comunicación horizontal facilita el intercambio de experiencias, el aprendizaje compartido y la resolución de problemas de manera conjunta, lo que ayuda a la optimización de los procesos, la adaptabilidad a los cambios y la promoción de una cultura de mejora continua. Por ende, la comunicación horizontal no solo es una herramienta clave para la eficacia organizacional, sino también para el desarrollo y bienestar de los profesionales en el sector minero. Fernández, (2019).

En un entorno altamente dinámico y desafiante como el de las empresas mineras, la comunicación horizontal se erige como un pilar fundamental para el logro de resultados exitosos. Al promover el intercambio fluido de información, ideas y perspectivas entre los diferentes miembros de la organización, se crea un ambiente propicio para la innovación, la resolución creativa de problemas y la toma de decisiones más acertadas; así mismo fomenta la transparencia, la confianza y el trabajo en equipo. Sin embargo, la comunicación horizontal en el contexto minero se convierte en el motor que impulsa la colaboración y la excelencia organizacional, permitiendo afrontar con éxito los retos presentes y futuros de la industria". Torres, (2018)

Al explorar la comunicación interna en este estudio, resulta pertinente hacer referencia a la teoría de las relaciones humanas propuesta por Elton Mayo. Según esta teoría, la fuerza de una organización reside en su estructura organizativa, compuesta por elementos interrelacionados que requieren colaboración y dedicación para alcanzar metas. La comunicación desempeña un papel vital en este contexto, siendo uno de sus objetivos principales mejorar la relación con el público objetivo, en este caso, los empleados que necesitan capacitación. Asimismo, la interacción

interpersonal juega un papel fundamental en este proceso comunicativo (Chiavenato, 2017).

III. METODOLOGÍA

III.1. Tipo y Diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

En el presente informe sostuvo una Investigación aplicada y de enfoque cualitativo. Según Álvarez (2021) la investigación aplicada, consiste en mantener conocimientos como medio necesario, para comprender la realidad a partir de la propia evidencia, pretende adquirir nuevos conocimientos orientados a la solución de problemas prácticos. Así mismo Rodríguez (2020) afirma que dicha investigación es conocida como empírica y se enfoca en analizar y solucionar temas de carácter social.

3.1.2 Diseño de investigación

Se fundamentó bajo el diseño fenomenológico – hermenéutico. Para Fuster (2019) la interpretación a profundidad y la esencia de las experiencias previas y prácticas de la vida cotidiana son base de este diseño, siendo así esencial para las personas por su importancia y significado. Se sabe también que la fenomenología hermenéutica está formada por procesos los cuales día a día se experimenta lo cual normalmente no se ven en otros métodos.

3.2 Categorías, subcategorías, matriz de categorización

Con el fin de identificar y distinguir claramente las diferentes categorías y subcategorías, se establecieron temas que sirvieron como punto de partida. Estos ayudaron a los investigadores a diferenciar las categorías y subcategorías entre sí, lo que permitió una mayor precisión en la descripción y el detalle de cada una de ellas. Las categorías y subcategorías identificadas en el estudio fueron consideradas apriorísticas, ya que fueron definidas antes de la recopilación de

datos y surgieron como resultado de la exploración y la investigación previa. En la primera categoría tenemos la comunicación interna y como subcategoría los tipos de canales de comunicación interna, en la segunda categoría tenemos la Responsabilidad Social y Ambiental y como subcategorías tenemos: mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna y percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones

3.3 Escenario de estudio

El sector extractivo de la minería en la región La Libertad destaca a Pataz como la principal provincia donde se ejecuta dicha actividad económica primaria, sin embargo en este caso nos enfocaremos en el distrito de Parcoy donde se establece la Minera La Casa Blanca de Santa Rosa , la cual se dedica minuciosamente al trabajo de extracción de minerales metalíferos no ferrosos dicha empresa fundada en el año 2020 tiene como principal socio y gerente general al Sr. Sergio Calderón Cruz ,tomemos en cuenta que dicha empresa está ubicada dentro del área perteneciente a la empresa MARSA.

3.4 Participantes

En la investigación se trabajó con un total de 10 personas pertenecientes a la Minera La Casa Blanca de Santa Rosa contando con un total de cuatro trabajadores, del plan administrativo como con un pequeño grupo de seis personas que conforman el personal obrero, cabe resaltar que nuestros participantes pertenecen a la ciudad de Trujillo y Pataz.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnica: Entrevista a profundidad

Según Taylor y Bogdan (2018), las entrevistas a profundidad no siguen un formato estructurado de preguntas y respuestas, sino más bien son una conversación entre dos personas en igualdad de condiciones. En este tipo de entrevistas, los investigadores no actúan como meros recopiladores de datos, sino como herramientas de investigación. Por lo tanto, no se utiliza un protocolo

o un cuestionario preestablecido, sino que la entrevista se debe desarrollar de manera natural en el momento. Además, se busca establecer una buena relación de conversación con el entrevistado desde el inicio de la interacción, en la que se le hacen preguntas simples y no estructuradas sobre lo que es importante para él o ella y para la investigación en cuestión.

3.5.2 Técnica: Focus Group:

Para Peiró (2020) Es una técnica de investigación cualitativa que consiste en reunir a un pequeño grupo de personas (generalmente entre 6 y 10) para discutir y debatir sobre un tema o problema específico bajo la moderación de un facilitador. Durante la sesión, los participantes pueden intercambiar ideas, opiniones, percepciones y experiencias sobre el tema en cuestión. A menudo se utilizan para obtener información detallada sobre las actitudes, motivaciones y comportamientos de los consumidores o usuarios de un producto o servicio. Los focus groups suelen ser grabados en video o audio para posteriormente ser analizados y sintetizados en un informe de investigación.

3.6 Procedimiento

Para el procedimiento de recolección de datos se identifican en las fases por las que ha venido atravesando el proyecto hasta llegar a la actual investigación.

Primera fase: Se utilizó el instrumento de la encuesta, que consta de 5 preguntas que permiten describir la estructura y características de los canales de comunicación interna en la empresa "Minera Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy en la cual se realizó una entrevista al personal administrativo de la empresa para contrarrestar la problemática encontrada.

Segunda fase: Para la segunda fase también se utilizó el instrumento de la entrevista para identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental, donde se contó con el personal administrativo para la debida entrevista, ya que la comunicación interna es un punto clave para ellos, para una buena relación personal.

Tercera fase: En nuestra tercera fase se utilizó la técnica de instrumento del focus

group para develar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental donde se armó un zoom para poder debatir ideas con el personal obrero

3.7 Rigor científico

El rigor científico se refiere a la calidad de la investigación y de las personas involucradas en ella, que se basa en el uso de métodos científicos precisos y una lógica coherente. Esto se enmarca en una cultura de investigación que enfatiza la disciplina y la firmeza lógica. En el caso de esta investigación en particular, se consideró que posee rigor científico porque se recopiló información de fuentes especializadas y se tuvieron en cuenta criterios de credibilidad y transferibilidad para garantizar la validez externa y la utilidad del estudio para otros investigadores interesados en el tema. Guillén & Sanz (2021).

3.8 Método de análisis de la información

Para obtener información relevante y analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental. En la investigación cualitativa, el enfoque de triangulación implica emplear diversas estrategias para abordar un mismo fenómeno. Algunas de estas estrategias pueden incluir entrevistas individuales, grupos focales y otras técnicas similares. Al aplicar este enfoque, se pretende que los puntos débiles de cada estrategia no se superponen, mientras que sus fortalezas se complementen entre sí. Es importante destacar que el uso de una sola estrategia puede conducir a errores metodológicos, por lo que la triangulación permite abordar los inconvenientes desde diferentes perspectivas y lograr resultados más precisos y fiables (Okuda y Gómez, 2005)

3.9 Aspectos éticos

En este estudio, se destacó la importancia de la honestidad como un principio ético fundamental para los comunicadores. Se mantuvo la integridad de cada contenido encontrado, preservando la esencia del mensaje original de cada autor citado en las referencias, lo que demostrará un enfoque riguroso y responsable en la

investigación. Además, se garantizará la originalidad en todo momento, sin incurrir en plagio en relación a los recursos utilizados. Los instrumentos que se utilizarán se aplicarán con la ayuda de la tecnología y se respetarán los resultados obtenidos para lograr una respuesta objetiva a la pregunta de investigación planteada. Por último, se verificará la integridad del trabajo mediante el uso de Turnitin y el porcentaje obtenido demostrará la fiabilidad del estudio.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En relación al primer objetivo de describir los tipos de canales de comunicación interna, se identificaron como principales canales las reuniones presenciales, las reuniones telefónicas y el correo electrónico. Estos canales son fundamentales para la evaluación de necesidades, la resolución de inquietudes y la creación de un ambiente laboral propicio. Este hallazgo se alinea con la perspectiva de Mendoza (2019), quien destaca la importancia de una gestión efectiva de la comunicación interna, argumentando que la implementación de reuniones presenciales y telefónicas según un cronograma establecido es crucial para generar cambios significativos y mejoras sustanciales en las empresas.

Además, se valida la consistencia de los resultados obtenidos en este estudio con la investigación de Mendoza (2019), lo cual refuerza la relevancia de las reuniones presenciales y telefónicas como canales esenciales para la comunicación interna, sin embargo, es importante señalar que, a pesar de la predominancia de estos canales, se identificó una percepción diferente entre los encuestados. Un colaborador expresó que la empresa recurre a los canales de comunicación interna únicamente cuando surgen problemas o malentendidos. Aunque esta perspectiva no fue respaldada por la mayoría de los colaboradores, quienes afirmaron sentir la libertad de expresarse en cualquier momento y experimentar una pronta resolución de problemas, se considera valiosa para futuras mejoras organizacionales. En este contexto, se toma en cuenta la perspectiva de Garrido (2019), quien sostiene que una comunicación interna efectiva inicia cuando el empleador reconoce la primacía del colaborador, comprende sus necesidades y reconoce la importancia de proporcionar soluciones de manera oportuna. El autor aboga por la aplicación constante de los canales de comunicación, no sólo en respuesta a problemas o insatisfacciones puntuales. Esta visión destaca la necesidad de establecer una comunicación proactiva y continua, asegurando que la empresa esté en sintonía con las necesidades y expectativas de sus colaboradores más allá de situaciones problemáticas.

En relación al segundo objetivo específico, orientado a la identificación de mensajes claves y temas recurrentes de comunicación interna relacionados con la responsabilidad social y ambiental de la empresa, se constató la presencia de

mensajes centrales propuestos por la compañía, como la promoción de una comunicación efectiva, la transparencia y la resolución de problemas. Estos mensajes, según los hallazgos de los autores Sánchez y Gamarra (2022), establecen una conexión directa con la implementación de prácticas de responsabilidad social. Su investigación resalta que una comunicación efectiva y transparente facilita la participación activa de los trabajadores en las actividades y acciones relacionadas con la responsabilidad social de la empresa. La percepción de los trabajadores encuestados respalda esta conclusión, ya que la mayoría destacó la existencia de un diálogo respetuoso y abierto en la empresa a través de estos mensajes claves, demostrando el interés genuino de la organización hacia sus empleados y la importancia de que estos estén al tanto de las iniciativas de responsabilidad social y ambiental pero falta reforzar un poco más.

En este contexto, los estudios de Medina (2020) convergen con los resultados obtenidos, ya que los trabajadores también señalaron que la responsabilidad social y ambiental son temas recurrentes en la empresa, más si es una empresa minera. El autor antes mencionado resalta la importancia de comunicar a los colaboradores la relevancia de la responsabilidad social y ambiental, destacando que esta no solo genera un impacto positivo en la forma en que los empleados llevan a cabo sus actividades, sino también en el cuidado del medio ambiente y la atención a cada una de las operaciones que realizan. La perspectiva de Medina refuerza la idea de que la responsabilidad social y ambiental no debería ser solo un aspecto más de la comunicación interna, sino más bien el tema central de mayor importancia dentro de la empresa minera Casa Blanca.

Finalmente, el tercer objetivo se centró en la evaluación de la percepción de los trabajadores respecto a la claridad y pertinencia de la comunicación interna. La abrumadora mayoría de los colaboradores del sector obrero expresó una comprensión clara de la necesidad e importancia de la comunicación interna en el entorno laboral. Las respuestas más frecuentes indicaron que, desde la perspectiva de los colaboradores obreros, la comunicación interna es fundamental ante cualquier problema que pueda surgir. Además, destacaron su importancia crucial para la eficiencia operativa, la toma de decisiones acertadas y la cimentación del éxito organizacional. Estas percepciones reflejan el entendimiento de los trabajadores sobre la función integral de la comunicación interna en el entorno empresarial.

La perspectiva presentada por López (2019) coincide con las conclusiones obtenidas en este estudio, ya que sostiene que la claridad por parte de los empleados en la comunicación interna es imperativa en cualquier organización. Según el autor antes mencionado, esta claridad no solo facilita la resolución eficiente de conflictos, sino que también contribuye a la toma de decisiones acertadas, fomentando un clima laboral seguro y fortaleciendo los lazos de compañerismo. El presente estudio valida las respuestas recabadas en la encuesta a los trabajadores, al alinearse con la importancia y claridad señaladas por López en el contexto de la comunicación interna.

Para finalizar, los resultados de la evaluación de la percepción de los trabajadores confirman que la comunicación interna es reconocida como un pilar esencial para la eficiencia y el éxito organizacional. La convergencia entre las respuestas de los empleados y las ideas de López refuerza la importancia de la claridad en la comunicación interna como factor determinante para la resolución efectiva de conflictos. Por tanto, la teoría de las relaciones humanas, propuesta por Elton Mayo, se entrelaza de manera significativa con estos hallazgos. Esta teoría destaca que la fortaleza de una organización radica en su estructura organizativa, compuesta por elementos interrelacionados que requieren colaboración y dedicación para alcanzar metas. En este contexto, la comunicación desempeña un papel vital, siendo uno de sus objetivos principales mejorar la relación con el público objetivo, en este caso, los empleados que necesitan capacitación. Además, la teoría resalta la importancia de la interacción interpersonal en este proceso comunicativo, convergiéndose así en un aspecto central para el desarrollo organizacional y la efectiva resolución de conflictos (Chiavenato, 2017).

V. CONCLUSIONES

Después de analizar el contenido de la comunicación interna: El camino hacia una minería responsable en Santa Rosa, se llegó a las siguientes conclusiones:

En base al primer objetivo específico que es describir los tipos de canales de comunicación interna, se concluyó que los principales tipos de comunicación que utiliza la empresa con sus colaboradores son las reuniones telefónicas, reuniones presenciales de forma semanal y charlas, estas permiten llevar a cabo la evaluación de necesidades, resolución de inquietudes y que se forme un mejor ambiente laboral. Así mismo, estos tipos de canales ayudan a que se evalúen las necesidades de la empresa para que se le de solución prioritaria a los problemas o inquietudes que presenten los colaboradores.

Respecto al segundo objetivo específico, se concluyó que los mensajes claves que utiliza la empresa para brindar una mejor comunicación y clima laboral son la transparencia, resolución de conflictos, diálogo y desempeño laboral. Por otro lado, se determinó que los temas recurrentes que se utilizan en relación a la responsabilidad social y ambiental son los canales de comunicación y entorno respetuoso, promoviendo una conciencia ética de responsabilidad social en los trabajadores.

Finalmente, en relación al último objetivo específico sobre la percepción de los trabajadores en la comunicación interna y responsabilidad social, se concluyó que los colaboradores consideran que la comunicación es base fundamental en la toma de decisiones de una organización y esta ayuda a mejorar la eficiencia en los puestos de trabajo, además la comunicación interna y la responsabilidad permiten que la empresa concientice a los colaboradores sobre el cuidado e impacto del medio ambiente en la industria en la cual se desenvuelven y así minimizar los efectos negativos en la comunidad.

El análisis sobre la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la empresa minera "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy ha permitido conocer y comprender cómo está implantada la responsabilidad social y ambiental en la empresa. A través de la investigación, se ha conseguido conocer cómo los trabajadores ponen en práctica los canales de comunicación interna con la

responsabilidad social y ambiental de la empresa minera por eso en este estudio destaca la relevancia de la teoría de las relaciones humanas al enfocarse en la importancia de la interacción interpersonal y la comunicación eficaz para el funcionamiento armonioso de la empresa. En el contexto de la responsabilidad social y ambiental, la comunicación interna emerge como un medio vital para promover valores éticos y sostenibles, respaldando la participación activa de los empleados en decisiones y prácticas responsables. La aplicación de esta teoría refuerza la comprensión de cómo la comunicación interna influye en la integración exitosa de responsabilidades éticas y ambientales en la cultura organizacional.

VI. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones de la investigación, las recomendaciones propuestas para las diferentes áreas son:

Al departamento de Recursos Humanos y Comunicaciones Internas de "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C – Parcoy, implementar programas de capacitación para los empleados sobre los temas clave identificados como transparencia, resolución de conflictos, diálogo y responsabilidad social.

Así mismo, al departamento de Capacitación y Desarrollo de "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C – Parcoy, reforzar con charlas o talleres la integración de mensajes relacionados con la responsabilidad social y ambiental en los canales de comunicación interna, enfocándose en la promoción de un entorno respetuoso y conciencia ética.

Por otro lado, al departamento de Responsabilidad Social y Ambiental de "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C – Parcoy, incentivar la participación activa de los empleados con actividades y capacitaciones en los procesos de toma de decisiones y cuidados del medio ambiente a través de la comunicación interna, promoviendo la retroalimentación y la colaboración.

Finalmente, al equipo de Evaluación y Mejora Continua de "Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy, establecer un sistema de monitoreo continuo para evaluar la eficacia de los canales de comunicación interna y la percepción de los empleados, realizando ajustes según sea necesario.

REFERENCIAS

- Aguilera (2020) Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, 315-330. Recuperado de:
<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/DialnetTresCasosDeEmpresasInternacionalesConExito-5974552.pdf>
- Álvarez Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Recuperado de <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4>
- Asencios Rodríguez, S., Espejo Angulo, D. (2019). Plan de Comunicación interna para mejorar el clima laboral de la plana docente de la IE “Casa Grande”-Casa Grande 2018-2019. Recuperado de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36751/Asencios_R_S-Espejo_AD-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Ávalos-Torres, M. B., & Culqui-Medina, A. M. (2020). Gestión De Medios Comunitarios Y Populares: Caso Radio Comunitaria De La Nacionalidad Awá Del Ecuador. Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas, 3(4), 27-35.
- Barrientos De la Cuadra, F. A., Flores Díaz, D. A., González Salas, I. A., & Moyla Urbina, R. A. (2023). Consultoría de recursos humanos en comunicación interna en centros de salud de la Universidad de los Ande. Recuperado de:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77302/Benites_D_NS-Va

Cepeda Gómez, I., Galindo González, M. S., & Torres García, M. M. (2022). Caracterización del clima organizacional, en el talento humano de la IPS Servicios Médicos San Ignacio, sede Medellín. Recuperado de: <https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/2491/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chiavenato, I. (2018a). Administración de Recursos Humanos (10.a ed.). Editorial McGraw-Hill.

Delgado Delgado, S. B. (2022). Comunicación eficaz y trabajo en equipo entre los docentes de una Institución Superior Tecnológica de Turismo, Arequipa-2022. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97797/Delgado_DS_B-SD.pdf?sequence=4

Devletian Eguren, J. S. (2020). La comunicación en la gestión de la responsabilidad social dentro de una organización: los casos de IBM Perú y SHOHIN S.A. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional Ulima. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12724/11761>

Garrido. (2019). Comunicación interna y fusión de empresas: La necesidad de una planificación. Revista de Comunicación Vivat Academia, 17, 1018-1034. Recuperado de: <https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/106>

Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico.

Propósitos y Representaciones, 7(1), 201-229. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

Valentika, Nursyirwan, & Ardaninggar. (2021). Identifying Factors that Affect Entrepreneurial Intention: Partial Least Square. *Electronic Proceedings in Technology*, 10, 4108/eai.17-7-2020.2303082. Recuperado de <https://eudl.eu/pdf/10.4108/eai.17-7-2020.2303082>

Lizcano-Prada, L. D., & Lombana, J. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR): revisiting concepts and approaches. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 34(1), 85-98. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=100258345010>

Peiro, R. (2020, marzo 5). Focus Group. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/focus-group.html>

Guillén Díaz, C. (2021). El rigor científico en la investigación. Consideraciones desde el área de Didáctica de la Lengua y la Literatura. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10553/110254>

Perez Tantaquispe, B. (2022). La responsabilidad social empresarial de una empresa minera y el desarrollo sostenible del distrito de Huamachuco en el año 2021. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32471/Perez%20Tantaquispe%20Bryan%20Barry-Parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Julca Zuloeta, D. (2022). La economía circular en la minería peruana. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47895/1/S2200222_es.pdf

Medina Niño, J. M. (2020). Estrategias de supervivencia de personas en situación de pobreza en la localidad de Bosa. Una perspectiva de desarrollo humano.

Medina Agudelo C.A.(2020) Percepción de la responsabilidad social empresarial de la minera Gran Colombia Gold en el municipio de Segovia, Antioquia. Recuperado

de:[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/17515/CesarAugusto_Medi naAgudelo_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/17515/CesarAugusto_Medi%20naAgudelo_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Medrano Rodríguez, C. (2020). Evaluación de seguridad, salud ocupacional y medio ambiente de la contrata minera Consedi Ich-Unidad Minera San Rafael-Minsur-Puno. Recuperado de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2685850>

Mendoza Salirrosas, D. V. (2020). Diseño de un plan de comunicación interna para una empresa privada que asume trabajadores del Estado después de una concesión pública-privada: el caso de Concar en la operación de la Línea 1 del Metro de Lima. Recuperado de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4669>

Miranda Valverde, H. C. (2015). Ley de promoción del Sector Agrario N° 27360 y su incidencia en el desarrollo económico de las empresas dedicadas al cultivo en el distrito de Trujillo. RECUPERADO DE http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-81962021000300067

Muñoz Gutiérrez, S. A. (2020). Estrategia e implementación de la comunicación interna de crisis: la visión de los comunicadores organizacionales. Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653867?show=full&locale-es>

Núñez Guevara, L. E. (2022). Responsabilidad social e imagen corporativa de la empresa Coansa del Peru Ingenieros SAC en la ciudad de Cajamarca en el año 2021. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30354>

Ortega, C. (2023). Guías de discusión. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/grupos-de-discusion/>

Rodríguez, O. J. R. (2022). Análisis de la gobernanza en la minería de carbón en el municipio de Guachetá–Cundinamarca-Colombia. *Punto de vista*, 13(20), 108-115.

Revista Stakeholders (2013) Empresas mineras en la Libertad comprometidas con el desarrollo vial de Pataz y el cuidado del medio ambiente <https://stakeholders.com.pe/noticias-sh/empresas-mineras-en-la-libertad-comprometidas-con-el-desarrollo-vial-de-pataz-y-el-cuidado-del-medio-ambiente/>

Sánchez Bringas, E. S. S., & Laboriano Solis, S. R. (2019). Evaluación de la Comunicación Organizacional en los Trabajadores de la Compañía Minera Coimolache sa 2018. Recuperado de <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1001>

Sánchez Soto, M. M., & Gamarra Huallullo, I. J. (2022). Responsabilidad social y comunicación interna según el personal administrativo de los Colegio Profesionales de Junín. Recuperado de: <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/8471>

Smith. (2023). Habilidades blandas y desempeño laboral en un área administrativa de una empresa del sector minero de la ciudad de Cajamarca, 2022. Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/33483>

Vilanova. (2018) Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo y público. Estudio comparativo. *Palabra Clave*, 15(1), 128 Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-82852012000100007&script=sci_abstract&tlng=es

ANEXOS

ANEXO 1 : MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

Tabla 1. MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN							
ÁMBITO TEMÁTICO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES
Comunicación interna y Responsabilidad Social y Ambiental	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?	Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad	¿Cuáles son los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C - Parcoy?	<ul style="list-style-type: none"> • Describir los tipos de canales de comunicación interna 	Comunicación interna	Tipos de canales de comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación Formal - Comunicación descendente - Comunicación ascendente - Comunicación horizontal - Comunicación informal

		social y ambiental	¿Cuáles son los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental?	Identificar los mensajes claves y temas recurrentes de comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental	Responsabilidad Social y Ambiental	Mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna con relación a la responsabilidad social y ambiental	-Compromiso con la responsabilidad -Programa de responsabilidad social y ambiental -Informe de sostenibilidad -Participación de los colaboradores
			¿Cuál es la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental?	Devaluar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de la comunicación interna relacionado con la responsabilidad social y ambiental		Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones	-Conocimiento sobre responsabilidad social y ambiental -Importancia -Canales de comunicación

Fuente Elaboración Propia

ANEXO 2 : INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INSTRUMENTO: ENTREVISTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Tabla 2. ENTREVISTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

DATOS	
NOMBRE	
EDAD	
CARGO	
Describir los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy.	
¿Cómo se llevan a cabo las reuniones de equipo en Minera Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy? ¿Con qué frecuencia se realizan y cuál es su propósito principal?	Respuesta:
¿De qué manera se transmiten los comunicados internos en la empresa? ¿Existen canales específicos para ello, como trípticos o medios digitales como un portal web?	Respuesta:
¿Cómo se fomenta la transparencia y la claridad en la comunicación interna? ¿Existen canales específicos para compartir información relevante con todos los empleados?	Respuesta:
¿Cómo crees que podrían mejorar los canales de comunicación interna en Minera Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy? ¿Tiene alguna sugerencia o idea para fortalecer la	Respuesta:

comunicación en la organización?	
Identificar los mensajes claves y temas recurrentes de comunicación interna en la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental	
¿Cuáles son los mensajes clave que hacen llegar continuamente al trabajador para que tengan una buena comunicación ?	Respuesta:
¿Cómo se transmiten estos mensajes y temas de comunicación interna dentro de la organización?	Respuesta:
¿Qué canales de comunicación se utilizan para promover la conciencia sobre la responsabilidad social y ambiental entre los empleados?	Respuesta:
¿Cuentan con algún programa específico que ayude internamente al conocimiento de la responsabilidad social y ambiental?	Respuesta:
¿Cómo se fomenta la participación y el compromiso de los empleados en los temas de responsabilidad social y ambiental a través de la comunicación interna?	Respuesta:
¿Qué herramientas o recursos se utilizan para educar y concienciar a los empleados sobre la importancia de la responsabilidad social y ambiental?	Respuesta:

INSTRUMENTO: FOCUS GROUP

Tabla 3. FOCUS GROUP

GUÍA FOCUS GROUP - VIRTUAL	
FECHA	
PARTICIPANTES	
MODERADOR	
SOPORTE GRABACIÓN	
DURACIÓN	

Fuente Elaboración Propia

I. Calentamiento

- A. Explicación sobre las reglas de la dinámica.
- B. Presencia de cámara y micrófono
- C. Presentación de Moderador y Participantes.

II. Discusión del Tema

- A. Breve descripción del tema a tocar
- B. Preguntas planteadas por el moderador
- C. Respuestas de los participantes (1 minuto por participante)

III. Cierre/ Establecer conclusión grupal

- A. Dudas o sugerencias extras que tenga algún participante
- B. Breve Conclusión de las respuestas obtenidas.
- C. Agradecimiento por parte del moderador

COMUNICACIÓN	¿Qué tan importante crees que es la comunicación en una empresa?
	¿De qué maneras te comunicas o haces saber tus opiniones en la empresa?
CONOCIMIENTO	¿Tienes conocimiento sobre responsabilidad social y ambiental en una empresa? ¿Qué crees que es?
	¿Qué problemas has visto dentro de la empresa que no has podido comunicar?

IMPORTANCIA	ambiental dentro de la empresa?
	¿Crees que los problemas que se han suscitado dentro de tu centro de trabajo se han terminado resolviendo? ¿Debido a que?

ANEXO 3: CONSENTIMIENTO DE LA MINERA CASA BLANCA

Imagen 1. CONSENTIMIENTO DE LA MINERA CASA BLANCA

**M e B**
MINERA CASA BLANCA
DE SANTA ROSA

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”

Sr: Mg. Lino Ojeda Díaz

-Presente

Reciba mi cordial saludo, mediante este documento adjunto me complace informarle que la gerencia y el área administrativa de la Minera La Casa Blanca de Santa Rosa S.A ha optado por brindar información necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación que realizan las alumnas; CASTILLO MANCHAY NICOLLE FIORELLA, Identificada con el DNI 70374292 y VASQUEZ TALLEDO LIDIA TATIANA.

Creemos que su proyecto tiene un fin educativo y profesional, es por ello que estamos a gusto con su creatividad y ayuda para con nuestra empresa, desde ya aceptamos los términos y condiciones establecidos por la Universidad.

Atentamente.


MINERA CASA BLANCA
Sergio Calderón Cruz
GERENTE GENERAL
DE SANTA ROSA


MINERA CASA BLANCA DE SANTA ROSA
Sergio Calderón Cruz
GERENTE GENERAL
Sergio Calderón Cruz
40864566

MINERA LA CASA BLANCA DE SANTA ROSA S.A.C.
Guzmán Barrón 482 Urb. Santo Dominguito Trujillo,
Perú
T (511) 973 459 023 - (511) 998 686 519
C mineralacasablanca@gmail.com

ANEXO 5: EVALUACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster: **OSCAR EDUARDO VELIZ LLUNCOR**

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es grato comunicarme con usted y expresarle mis cordiales saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de pregrado en la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV - TRUJILLO, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar mi investigación y con la cual obtendré el grado universitario de bachiller en Ciencias de la Comunicación.

El título de mi investigación es: Importancia de la comunicación interna: La ruta hacia una minería responsable según los trabajadores de "La Casa Blanca de Santa Rosa" - Pataz

Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de categorización.
- Certificado de validez de contenido del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Castillo Manchay, Fiorella **70374292**

Vásquez Talledo, Tatiana **73148853**

MATRIZ DE CATEGORIZACION

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
<p>COMUNICACIÓN INTERNA Y RESPONSABILIDAD</p> <p>SOCIAL AMBIENTAL</p>	<p>¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa</p> <p>Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Analizar la percepción de la comunicación</p> <p>interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C - Parcoy?</p>	<p>Describir los tipos de canales de comunicación interna</p>	<p>Comunicación Interna</p>	<p>Tipos de canales de comunicación interna</p>

			<p>¿Cuáles son los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>Responsabilidad Social y Ambiental</p>	<p>Mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna</p>
			<p>¿Cuál es la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Devaluar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental</p>		<p>Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones</p>

Fuente Elaboración Propia

CATEGORÍA NÚMERO 1: COMUNICACIÓN INTERNA

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
<p>Comunicación Interna Y Responsabilidad Social</p> <p>Ambiental</p>	<p>¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy?</p>	<p>Describir los tipos de canales de comunicación interna</p>	<p>Comunicación Interna</p>	<p>Tipos de canales de comunicación interna</p>

ENTREVISTA A DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

CATEGORIA: COMUNICACIÓN INTERNA		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
SUBCATEGORIA: Describir los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy.								
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cuáles son los canales de comunicación interna más utilizados en la empresa Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy?	x		x		x		
2	¿Qué herramientas tecnológicas se utilizan para facilitar la comunicación interna en la empresa? ¿Cuál es su utilidad y cómo se utilizan en el día a día?	x		x		x		
3	¿Cómo se fomenta la transparencia y la claridad en la comunicación interna? ¿Existen canales específicos para compartir información relevante con todos	x		x		x		

	los empleados?							
4	<p>¿Cómo crees que podrían mejorar los canales de comunicación interna en Minera Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy?</p> <p>¿Tiene alguna sugerencia o idea para fortalecer la comunicación en la organización?</p>	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Siendo un proyecto de investigación sobre RS deberían vincular más los componentes de comunicación y la implementación del proyecto

Opinión de aplicabilidad:
aplicable []

Aplicable [x]

Aplicable después de corregir []

No

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR :

NOMBRE: OSCAR EDUARDO

VELIZ LLUNCOR DNI: 45841580

ESPECIALIDAD: COMUNICADOR SOCIAL



FIRMA DEL EXPERTO

1 Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Fecha 17/07/2

3 2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

CATEGORÍA NÚMERO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
COMUNICACIÓN INTERNA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Patate la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?.	<p>Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa</p> <p>Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Paracay, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa</p> <p>relacionados con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa</p> <p>relacionados con la responsabilidad social y ambiental</p>	Responsabilidad Social y Ambiental	Mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Categoría 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL		Pertinencia¹		Relevancia²		Claridad³		Sugerencias
Subcategoría 1 : Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental		Si	N o	Si	No	Si	No	
1	¿Cuáles son los mensajes clave que hacen llegar continuamente al trabajador para que tengan una buena comunicación ?	X		X		X		
2	¿Cómo se transmiten estos mensajes y temas en la comunicación interna en la organización?	X		X		X		
.	¿Qué canales de comunicación se utilizan para promover la conciencia sobre la responsabilidad social y ambiental entre los empleados?	X		X		X		

4	¿Cuentan con algún programa específico que ayude internamente al conocimiento de la responsabilidad social y ambiental?	X		X		X		
5	¿Cómo se fomenta la participación y el compromiso de los empleados en los temas de responsabilidad social y ambiental a través de la comunicación interna?	X		X		X		
6	¿Qué herramientas o recursos se utilizan para educar y concienciar a los empleados sobre la importancia de la responsabilidad social y ambiental?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Siendo un proyecto de investigación sobre RS deberían vincular más los componentes de comunicación y la implementación del proyecto

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]**
aplicable []

Aplicable después de corregir [] **No**

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR :

NOMBRE: OSCAR EDUARDO

VELIZ LLUNCOR DNI: 45841580

ESPECIALIDAD: COMUNICADOR SOCIAL



IRMA DEL EXPERTO

1 Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Fecha 17/07/2

3 2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster: **OSCAR EDUARDO VELIZ LLUNCOR**

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE
JUICIO DE EXPERTO.

Me es grato comunicarme con usted y expresarle mis cordiales saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de pregrado en la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV - TRUJILLO, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar mi investigación y con la cual obtendré el grado universitario de bachiller en Ciencias de la Comunicación.

El título de mi investigación es: Importancia de la comunicación interna: La ruta hacia una minería responsable según los trabajadores de "La Casa Blanca de Santa Rosa" - Pataz

Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de categorización.
- Certificado de validez de contenido del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Castillo Manchay, Fiorella

70374292

Vásquez Talledo , Tatiana

73148853

DNI

CATEGORÍA NÚMERO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Comunicación Interna Y Responsabilidad Social Ambiental	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?.	Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental	¿Cuál es la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental?	Devaluar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental	RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL	Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones

GUIA DE FOCUS GROUP PARA PERSONAL OBRERO

CATEGORÍA 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias	
SUBCATEGORÍA: Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones									
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	¿Qué tan importante crees que es la comunicación en una empresa?	X		X		X			
2	¿De qué maneras te comunicas o haces saber tus opiniones a la empresa?	X		X		X			
3	¿Tienes conocimiento sobre responsabilidad social y ambiental en una empresa? ¿Qué crees que	X		X		X			

	es ¿							
4	¿Qué problemas has visto dentro de la empresa que no has podido comunicar?	X		X		X		
5	¿Crees que es importante tener una área de responsabilidad social y ambiental dentro de la empresa?	X		X		X		
6	¿Crees que los problemas que se han suscitado dentro de tu centro de trabajo se han terminado resolviendo? ¿Debido a que?	X		X		X		

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster: **Alcántara Henríquez , Lorena**

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es grato comunicarme con usted y expresarle mis cordiales saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de pregrado en la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV - TRUJILLO, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar mi investigación y con la cual obtendré el grado universitario de bachiller en Ciencias de la Comunicación.

El título de mi investigación es: Importancia de la comunicación interna: La ruta hacia una minería responsable según los trabajadores de "La Casa Blanca de Santa Rosa" - Pataz

Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de categorización.
- Certificado de validez de contenido del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Castillo Manchay, Fiorella **70374292**

Vásquez Talledo, Tatiana **73148853**

MATRIZ DE CATEGORIZACION

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
COMUNICACIÓN INTERNA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?	Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental	¿Cuáles son los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy?	Describir los tipos de canales de comunicación interna	Comunicación Interna	Tipos de canales de comunicación interna

			<p>¿Cuáles son los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>Responsabilidad Social y Ambiental</p>	<p>Mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna</p>
			<p>¿Cuál es la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Devaluar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental</p>		<p>Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones</p>

CATEGORÍA NÚMERO 1: COMUNICACIÓN INTERNA

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
<p>Comunicación Interna Y Responsabilidad Social</p> <p>Ambiental</p>	<p>¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa” S?A.C - Parcoy?</p>	<p>Describir los tipos de canales de comunicación interna</p>	<p>Comunicación Interna</p>	<p>Tipos de canales de comunicación interna</p>

ENTREVISTA A DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

CATEGORIA: COMUNICACIÓN INTERNA		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	S	No	
1	¿Cuáles son los canales de comunicación interna más utilizados en la empresa Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy?	X						
2	¿Qué herramientas tecnológicas se utilizan para facilitar la comunicación interna en la empresa? ¿Cuál es su utilidad y cómo se utilizan en el día a día?	X						
3	¿Cómo se fomenta la transparencia y la claridad en la comunicación interna? ¿Existen canales específicos para compartir información relevante con todos	X						

	los empleados?							
4	<p>¿Cómo crees que podrían mejorar los canales de comunicación interna en Minera Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy?</p> <p>¿Tiene alguna sugerencia o idea para fortalecer la comunicación en la organización?</p>	X						

CATEGORÍA NÚMERO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
COMUNICACIÓN INTERNA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?.	<p>Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa</p> <p>Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa</p> <p>relacionados con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa</p> <p>relacionados con la responsabilidad social y ambiental</p>	Responsabilidad Social y Ambiental	Mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna

4	¿Cuentan con algún programa específico que ayude internamente al conocimiento de la responsabilidad social y ambiental?	X						
5	¿Cómo se fomenta la participación y el compromiso de los empleados en los temas de responsabilidad social y ambiental a través de la comunicación interna?	X						
6	¿Qué herramientas o recursos se utilizan para educar y concienciar a los empleados sobre la importancia de la responsabilidad social y ambiental?	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Siendo un proyecto de investigación sobre RS deberían vincular más los componentes de comunicación y la implementación del proyecto

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR :
COMUNICADORA SOCIAL NOMBRE: LORENA
ALCÁNTARA HENRIQUEZ

DNI: 46815602

ESPECIALIDAD: MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN
CORPORATIVA FIRMA DEL EXPERTO



1 Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Fecha 27/06/2

3 2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster: **Alcántara Henríquez, Lorena**

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE
JUICIO DE EXPERTO.**

Me es grato comunicarme con usted y expresarle mis cordiales saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de pregrado en la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV - TRUJILLO, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar mi investigación y con la cual obtendré el grado universitario de bachiller en Ciencias de la Comunicación.

El título de mi investigación es: Importancia de la comunicación interna: La ruta hacia una minería responsable según los trabajadores de "La Casa Blanca de Santa Rosa" - Pataz

Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de categorización.
- Certificado de validez de contenido del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Castillo Manchay, Fiorella

70374292

Vásquez Talledo , Tatiana

73148853

DNI

CATEGORÍA NÚMERO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Comunicación Interna Y Responsabilidad Social Ambiental	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Patate la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?.	Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Patate, en relación con la responsabilidad social y ambiental	¿Cuál es la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental?	Devaluar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental	RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL	Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones

GUIA DE FOCUS GROUP PARA PERSONAL OBRERO

CATEGORÍA 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Qué tan importante crees que es la comunicación en una empresa?	X						
2	¿De qué maneras te comunicas o haces saber tus opiniones a la empresa?	X						

3	¿Tienes conocimiento sobre responsabilidad social y ambiental en una empresa? ¿Qué crees que es?	X						
4	¿Qué problemas has visto dentro de la empresa que no has podido comunicar?	X						
5	¿Crees que es importante tener una área de responsabilidad social y ambiental dentro de la empresa?	X						
6	¿Crees que los problemas que se han suscitado dentro de tu centro de trabajo se han terminado resolviendo? ¿Debido a que?	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Siendo un proyecto de investigación sobre RS deberían vincular más los componentes de comunicación y la implementación del proyecto

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir

No aplicable

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR :
COMUNCADORA SOCIAL NOMBRE: LORENA
ALCÁNTARA HENRIQUEZ

DNI: 46815602

ESPECIALIDAD: MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN
CORPORATIVA FIRMA DEL EXPERTO



1 Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Fecha 27/06/23

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster: Miguel Ángel Lazcano

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es grato comunicarme con usted y expresarle mis cordiales saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de pregrado en la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV - TRUJILLO, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar mi investigación y con la cual obtendré el grado universitario de bachiller en Ciencias de la Comunicación.

El título de mi investigación es: Importancia de la comunicación interna: La ruta hacia una minería responsable según los trabajadores de "La Casa Blanca de Santa Rosa" - Pataz

Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de categorización.
- Certificado de validez de contenido del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Castillo Manchay, Fiorella

70374292

Vásquez Talledo, Tatiana

73148853

MATRIZ DE CATEGORIZACION

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
<p>COMUNICACIÓN INTERNA Y RESPONSABILIDAD</p> <p>SOCIAL AMBIENTAL</p>	<p>¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa</p> <p>Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Patataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Analizar la percepción de la comunicación</p> <p>interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C - Parcoy?</p>	<p>Describir los tipos de canales de comunicación interna</p>	<p>Comunicación Interna</p>	<p>Tipos de canales de comunicación interna</p>

			<p>¿Cuáles son los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>Responsabilidad Social y Ambiental</p>	<p>Mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna</p>
			<p>¿Cuál es la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Devaluar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental</p>		<p>Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones</p>

CATEGORÍA NÚMERO 1: COMUNICACIÓN INTERNA

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
<p>Comunicación Interna Y Responsabilidad Social</p> <p>Ambiental</p>	<p>¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los tipos de canales de comunicación interna en la empresa Minera Casa Blanca de Santa Rosa" S.A.C - Parcoy?</p>	<p>Describir los tipos de canales de comunicación interna</p>	<p>Comunicación Interna</p>	<p>Tipos de canales de comunicación interna</p>

ENTREVISTA A DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

CATEGORIA: COMUNICACIÓN INTERNA		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	S	No	
1	¿Cuáles son los canales de comunicación interna más utilizados en la empresa Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy?	X		X		X		
2	¿Qué herramientas tecnológicas se utilizan para facilitar la comunicación interna en la empresa? ¿Cuál es su utilidad y cómo se utilizan en el día a día?	X		X		X		
3	¿Cómo se fomenta la transparencia y la claridad en la comunicación interna? ¿Existen canales específicos para compartir información relevante con todos	X		X		X		

	los empleados?							
4	<p>¿Cómo crees que podrían mejorar los canales de comunicación interna en Minera Casa Blanca de Santa Rosa S.A.C - Parcoy?</p> <p>¿Tiene alguna sugerencia o idea para fortalecer la comunicación en la organización?</p>	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Siendo un proyecto de investigación sobre RS deberían vincular más los componentes de comunicación y la implementación del proyecto

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR :

NOMBRE: Miguel Ángel

Lazcano Díaz DNI:

09301791

ESPECIALIDAD: Maestro en Relaciones Públicas

FIRMA DEL EXPERTO



1 Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Fecha23/06/23

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

CATEGORÍA NÚMERO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
COMUNICACIÓN INTERNA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?.	<p>Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa</p> <p>Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental</p>	<p>¿Cuáles son los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa</p> <p>relacionados con la responsabilidad social y ambiental?</p>	<p>Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa</p> <p>relacionados con la responsabilidad social y ambiental</p>	Responsabilidad Social y Ambiental	Mensajes claves y temas recurrentes en la comunicación interna

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

		Categoría 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL		Pertinencia¹		Relevancia²		Claridad³		Sugerencias
		Si	N o	Si	No	Si	No			
	Subcategoría 1 : Identificar los mensajes clave y temas recurrentes en la comunicación interna de la empresa relacionados con la responsabilidad social y ambiental									
1	¿Cuáles son los mensajes clave que hacen llegar continuamente al trabajador para que tengan una buena comunicación ?	x		x		x				
2	¿Cómo se transmiten estos mensajes y temas en la comunicación interna en la organización?	x		x		x				
.	¿Qué canales de comunicación se utilizan para promover la conciencia sobre la responsabilidad social y ambiental entre los empleados?	x		x		x				

4	¿Cuentan con algún programa específico que ayude internamente al conocimiento de la responsabilidad social y ambiental?	x		x		x		
5	¿Cómo se fomenta la participación y el compromiso de los empleados en los temas de responsabilidad social y ambiental a través de la comunicación interna?	x		x		x		
6	¿Qué herramientas o recursos se utilizan para educar y concienciar a los empleados sobre la importancia de la responsabilidad social y ambiental?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Siendo un proyecto de investigación sobre RS deberían vincular más los componentes de comunicación y la implementación del proyecto

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR :

NOMBRE: Miguel Ángel

Lazcano Díaz DNI:

09301791

ESPECIALIDAD:

Maestro en Relaciones Públicas

FIRMA DEL EXPERTO



1 Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Fecha23/06/2023

2 relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magíster: Miguel Ángel Lazcano

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE
JUICIO DE EXPERTO.

Me es grato comunicarme con usted y expresarle mis cordiales saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de pregrado en la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV - TRUJILLO, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para desarrollar mi investigación y con la cual obtendré el grado universitario de bachiller en Ciencias de la Comunicación.

El título de mi investigación es: Importancia de la comunicación interna: La ruta hacia una minería responsable según los trabajadores de "La Casa Blanca de Santa Rosa" - Pataz

Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de categorización.
- Certificado de validez de contenido del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Castillo Manchay, Fiorella 70374292

Vásquez Talledo , Tatiana 73148853

DNI 09301791

CATEGORÍA NÚMERO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERALES DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Comunicación Interna Y Responsabilidad Social Ambiental	¿Cómo perciben los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Pataz la comunicación interna en relación con la responsabilidad social y ambiental?.	Analizar la percepción de la comunicación interna por parte de los trabajadores de la Empresa Minera “Casa Blanca de Santa Rosa” S.A.C – Parcoy, en relación con la responsabilidad social y ambiental	¿Cuál es la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental?	Devaluar la percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones internas relacionadas con la responsabilidad social y ambiental	RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL	Percepción de los trabajadores sobre la claridad y la relevancia de las comunicaciones

GUIA DE FOCUS GROUP PARA PERSONAL OBRERO

CATEGORÍA 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Qué tan importante crees que es la comunicación en una empresa?	x		x		x		
2	¿De qué maneras te comunicas o haces saber tus opiniones a la empresa?	x		x		x		

3	¿Tienes conocimiento sobre responsabilidad social y ambiental en una empresa? ¿Qué crees que es?	x		x		x		
4	¿Qué problemas has visto dentro de la empresa que no has podido comunicar?	x		x		x		
5	¿Crees que es importante tener una área de responsabilidad social y ambiental dentro de la empresa?	x		x		x		
6	¿Crees que los problemas que se han suscitado dentro de tu centro de trabajo se han terminado resolviendo? ¿Debido a que?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Siendo un proyecto de investigación sobre RS deberían vincular más los componentes de comunicación y la implementación del proyecto

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

ESPECIALIDAD DEL VALIDADOR :

NOMBRE: Miguel Ángel

Lazcano Díaz DNI:

09301791

ESPECIALIDAD:

Públicas FIRMA DEL EXPERTO

Maestro en Relaciones



1 Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Fecha23/06/23

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.