



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

**Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación
del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Escalante Rodríguez, Vladimir Stalin (ORCID: 0000-0002-3288-239X)

ASESOR:

Dr. Medrano Carbajal Adolfo Manuel (ORCID: 0000-0003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mis padres, que representan mi motivación y fuerza para perseverar en el camino de ser una mejor persona y un excelente profesional, también dedicar la presente a mis hermanas y toda mi familia.

Agradecimiento

Agradecer a Dios, a mis padres, a mis hermanas, a mi asesor Adolfo Medrano por su ardua labor académica y por ver en mí un potencial para el futuro profesional.

Carátula

Índice de Contenido

Índice de tablas

Índice de figuras

Índice de abreviaturas

I. INTRODUCCIÓN

II. MARCO TEÓRICO

III.METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

3.3. Escenario de estudio

3.4. Participantes

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6. Procedimiento

3.7. Rigor científico

3.8. Método de análisis de datos

3.9. Aspectos éticos

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

V. CONCLUSIONES

VI. RECOMENDACIONES

REFERENCIAS

ANEXOS

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general conocer cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021, asimismo el estudio se basó en la teoría efectos limitados de Lazarsfeld y de la aguja hipodérmica de Harold Lasswel. Esta investigación es de tipo cualitativa, diseño: etnográfico. Las técnicas e instrumentos aplicados constan de la guía de observación y guion de entrevista con su validez mediante el juicio de expertos. De esta manera, se entrevistó a especialistas en Ciencias de la Comunicación (2) y Medio Ambiente (1): Comunicador social, (1) especialista en estrategias de comunicación (1), especialista en Medio Ambiente (1). Los resultados llevaron a la conclusión que las estrategias de comunicación son relevantes para conseguir los objetivos planteados por la ONG “Haciendo nudos con amor”, como el uso de la red social Facebook, el plan de acción, no obstante, su implementación no obtuvo el alcance esperado en la comunidad.

Palabras clave: Estrategias de comunicación, Medio Ambiente, Alianzas y canales de comunicación.

ABSTRACT

The general objective of this research is to know correctly the communication strategies used by an NGO to make the environment in a community, Cajamarca 2021, observing the study was based on the limited effects theory of Lazarsfeld and Harold's hypodermic needle. Lasswell. This research is qualitative, design: ethnographic. The techniques and instruments applied consist of the observation guide and interview script with its validity through expert judgment. In this way, specialists in Communication Sciences (2) and Environment (1) were interviewed: Social communicator, (1) specialist in communication strategies (1), specialist in Environment (1). The results led to the conclusion that the communication strategies are relevant to achieve the objectives set by the NGO "Making knots with love", such as the use of the social network Facebook, the action plan, however, its implementation did not obtain results. the expected reach in the community.

Keywords: Communication strategies, Environment, Alliances and communication channels.

I. INTRODUCCIÓN

A continuación, se presenta la realidad problemática de la investigación:

En la actualidad a nivel internacional debido al avance de las sociedades cada vez más desarrolladas y enfocadas en el consumismo se genera una gran cantidad de residuos que no son tratados adecuadamente ocasionando el calentamiento global debido a la contaminación incesante de las personas destruyendo ecosistemas además de disminuir la calidad de vida de muchas especies incluidas la de los seres humanos.

En las sociedades modernas como el barrio Bello Horizonte en Celendín Cajamarca viene atravesando una difícil problemática que se acelera con el transcurrir del tiempo. El motivo consiste en la dificultad que tiene la comunidad para deshacerse de los residuos generados por esta. Por tal motivo, se busca una alternativa ante esta situación. Es inevitable el deterioro del ambiente con el paso del tiempo, además de reducir la calidad de vida de los pobladores. El accionar negligente de la comunidad, autoridades locales, regionales y nacionales aceleran el proceso de contaminación ambiental debido a la nula o poca supervisión. El problema radica en que no existe comunicación entre los involucrados y mucho menos un plan de estrategias de comunicación para tratar estos asuntos concernientes entre las autoridades y la comunidad para preservar el medio ambiente que permita un desarrollo sostenible en la comunidad.

Las estrategias de comunicación deberían ser una herramienta en el proceso formativo para concientizar a la sociedad de las consecuencias irreversibles que genera los desechos o residuos que no son tratados con protocolos de seguridad medioambientales ni sanitarios que afectan la biodiversidad de la comunidad, es por esta razón que se tiene que impulsar y elaborar estrategias para la prevención y conservación con el objetivo de disminuir el avance y destrucción del medio ambiente.

Ante esta realidad problemática el Organismo no Gubernamental (ONG) llamado “Haciendo nudos con amor” formada por un grupo de jóvenes viene organizándose con la finalidad de enfrentar esta realidad mediante la recolección de residuos sólidos, el seleccionado, el procesado y finalmente realizando manualidades que son vendidas en una feria comercial de la comunidad, lo que les permite obtener ganancias económicas para seguir impulsando el desarrollo del proyecto.

Bajo este contexto “Haciendo nudos con amor” no solo genera este proyecto aisladamente también involucra a la comunidad utilizando estrategias de comunicación para concientizar a los pobladores sobre las consecuencias que genera la acumulación de residuos, asimismo impulsa a que más personas se sumen al proyecto o generen otras alternativas para combatir la contaminación ambiental en el barrio Bello Horizonte, ubicado en la provincia de Celendín, Cajamarca. Finalmente, la ONG realiza esfuerzos para involucrar a las autoridades locales e instituciones a fin disminuir el deterioro debido a la situación ambiental que es bastante preocupante; y la razón es una inadecuada o inexistente comunicación estrategia para manejar integralmente todos los aspectos que se ha originado por los malos hábitos de los pobladores, aglomeración de basura, descomposición de residuos sólidos orgánicos, alteración del paisaje, olores malolientes y no aptos para la salud de las personas ni animales.

Por lo detallado en la realidad problemática, se expone el siguiente **problema general de investigación:**

- ¿Cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021?

De esta formulación se estructura los siguientes problemas específicos:

- ¿Cuáles son los objetivos de las estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021?
- ¿De qué manera las alianzas de las estrategias de comunicación de una ONG contribuyen en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021?
- ¿Qué medios de difusión como estrategias de comunicación utiliza una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021?

Por otro lado, la investigación se centra en el plan de estrategias de comunicación de la ONG para la comunidad con la finalidad que los pobladores empiecen a concientizarse sobre como cuidar, reciclar y reutilizar los residuos sólidos a favor de la preservación del medio ambiente.

Asimismo, es importante profundizar en este tema debido a la relevancia de las estrategias de comunicación al considerar que el reciclaje es fundamental en el cuidado y preservación del ecosistema.

En esta investigación titulada “Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021” es de gran importancia por considerar que la ONG “Haciendo nudos de amor” utiliza la comunicación para realizar una gestión con la finalidad de disminuir el deterioro del medio ambiente y la salud pública.

A continuación, se presentan las justificaciones:

La investigación presenta una justificación teórica que aporta información sobre comunicación estratégica empleada por una ONG para fomentar y concientizar a la comunidad sobre las consecuencias de una inadecuada gestión en el manejo de los residuos, además servirá como base para futuras investigaciones.

La justificación práctica permite comprender la relevancia de las estrategias de comunicación y la preservación del medio ambiente mediante estrategias que ayuden a disminuir los residuos en la sociedad.

Finalmente, la justificación metodológica del estudio es realizada mediante el método cualitativo a través de entrevistas y fichas de observación.

Después de haber realizado la justificación de la investigación, se presenta el **objetivo general:**

- “Conocer cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”

De esta formulación se estructura los siguientes **objetivos específicos**:

- Conocer los objetivos de las estrategias de comunicación de una ONG que contribuyen en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021
- Conocer las alianzas estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021
- Conocer los medios de difusión en las estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021

II. MARCO TEÓRICO

En el siguiente punto, se proseguirá con los trabajos previos, en primer lugar, las nacionales:

Cobarrubia y Velásquez (2016) escribió la tesis *“Comunicación estratégica en la gestión de programas de inclusión laboral de personas con discapacidad de la Municipalidad Provincial de Arequipa y su impacto social e imagen en la población de Arequipa metropolitana, 2016”*, para optar el título de Licenciado en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Su objetivo fue analizar la utilidad de la comunicación estratégica en la ejecución de proyectos de integración laboral de ciudadanos con invalidez de la Municipalidad Provincial de Arequipa e identificar su efecto social y percepción de la población de Arequipa Metropolitana.

La investigación llegó a la conclusión de que la funcionalidad de las comunidades es en reconocimiento a la comunicación. Esta se basa en el intercambio de mensajes entre los ciudadanos.

Condori (2018) escribió la investigación *“El impacto de las estrategias de comunicación en redes sociales y su aplicación en la marca Arequipa, 2018”*, para optar el grado de Licenciado en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Su objetivo fue determinar el efecto de las estrategias de comunicación en la red social y su realización en la marca reconocida Arequipa 2018. Se trató de un estudio descriptivo con una muestra de 20273 pobladores con accesibilidad a las TIC y su instrumento fue el cuestionario usando el método de opción múltiple en escala Likert.

La investigación llegó a la conclusión de que el efecto de innovación de estrategias que realiza la Marca Arequipa en la red social se ve evidenciada en la aceptación del público. Las estadísticas muestran que las publicaciones en los últimos meses del 2018 son aceptables, obstante se da la posibilidad que con ciertos factores los resultados podrían mejorar, generando mayor interacción con el público al que se orienta la entidad.

Guerrero (2018) *“Análisis de la estrategia comunicativa: Campaña “Papeao y Apapachao” en comerciantes, de un Mercado – Callao, 2017”*. Un proyecto de investigación en el que obtuvo el grado de Licenciado en Ciencias Sociales de la Universidad César Vallejo, Lima. El principal objetivo fue analizar la estrategia comunicativa de la Campaña “Papeao y Apapachao” en comerciantes de un Mercado - Callao, 2017.

Su tipo de estudio es descriptivo, con una muestra de 234 comerciantes y su instrumento fue el cuestionario usando el método de encuesta.

La investigación concluye que el efecto sobre la repercusión del argumento en la Campaña “Papeao y Apapachao” son aceptados dado que los contenidos y el informe que mostró la campaña fue el más adecuado y atribuyeron una excelente comunicación entre los usuarios, saciando así sus dudas y necesidades.

Daphne (2019) *“Responsabilidad social empresarial y comunicación: estudio de caso de una empresa industrial en tres comunidades de Cañete”*. Una tesis para optar al grado profesional de Licenciado en Comunicación e Imagen Empresarial de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Su objetivo es analizar las percepciones de los pobladores de tres comunidades de la provincia de San Vicente de Cañete acerca de las estrategias de comunicación que utiliza una empresa del sector industrial como instrumento para su política en relación a la responsabilidad social.

Su tipo de estudio es cualitativo, su muestra es de 3 comunidades y su instrumento de recolección de datos empleados fueron la guía de entrevistas para cada público- empresa y pobladores.

La investigación concluye que los encargados despliegan únicamente estrategias informativas y no realizan seguimientos ni estudios post- entrega a los medios empleados, por lo que se desconoce la efectividad de cada una y la continuidad de estos materiales.

A continuación, se presenta los antecedentes internacionales:

Tandazo (2018) *"Análisis desde la comunicación estratégica a emprendimientos nuevos del sector de tecnologías de información y comunicación"*. Un proyecto de investigación en el que obtuvo el Grado de Maestría en Comunicación Estratégica por la Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Su objetivo fue el análisis de las estrategias, tácticas y acciones que utilizaron las empresas en las nuevas TIC, a partir del manejo de la comunicación estratégica en el Ecuador, 2018.

Su tipo de estudio es cualitativo, su muestra fue intencional y sus instrumentos fueron las entrevistas a profundidad y observación participante.

La investigación llega a la conclusión que los empresarios realizan prácticas de comunicación oportunas con sus principales protagonistas: colaboradores y proveedores. Aún más que un tema ético, es un asunto de estrategia del negocio que no es una coincidencia. Su ejecución diaria es el resultado de pruebas, ensayos y error, su dedicación y habilidad en la gestión de sus comercios, entre otras cosas.

Mayo (2017) *"Journalistic specialization as a strategic tool in disaster communication"*. A thesis in which he obtained the Degree of Doctor in strategic tools of disaster communication at the Complutense University, Madrid. Its main objective was to analyze and evaluate the measurement of the managers interviewed in relation to business public communication and the journalistic scope of the latest events of crises and catastrophes that occurred in Spain.

His type of study is quantitative and qualitative, with a sample of directors from 30 media and his instrument was an online survey.

The research concludes that the most notable deficiencies in the Spanish business public communication are the deficient delegation due to the lack of skills of the spokespersons and their preparation; the lack of information coordination between the various public agents involved who constantly express themselves in the dissemination of unequal informational arguments and with inconsistent data.

Mira (2018) "*Corporate Communication as a resource in Strategic Management in the company*". To obtain the degree of Doctorate in Social Sciences from the Catholic University, Murcia. The main objective of it was to prove the relevance of incorporating institutional communication in the entity's strategy, as a base means of value development and the company's competitive policy.

Its type of study is quantitative and qualitative, its sample is of 5 companies from the CEO image areas, also Institutional Social Responsibility and Emergency Communication and its instrument was the questionnaire using the technique of the online survey, by telephone and / or in person.

The investigation concluded that the Institutional Communication is everything that the entity mentions about itself. In this, all the methods and resources used by the company to promote and strengthen its corporate image are brought together and with it its corporate identity and therefore its reputation are improved.

Jaya (2015) "*Environmental Communication and solid waste management: Design of a communication plan to promote appropriate behavior in relation to solid waste management in the Autonomous Decentralized Municipal Government of the Pedro Vicente Maldonado canton.*" A degree project to obtain the title of Social Communicator at the Central University of Ecuador. Its objective was to train individuals to modify their behaviors and conducts in relation to proper solid waste management through content and activities that promote good ecological practices.

The type of study carried out is qualitative, one of the techniques was used, which is the interview, focused on a tournament to the internal public of Pedro Vicente Maldonado's GAB, which consisted of an open discussion.

The Research concludes that environmental communication is born from the formation of senses in the face of nature and exercises processes that allow them to change attitudes.

Garrido (2017) "*Comunicación Estratégica. Un puente significativo para la creación de valor empresarial*". Un artículo teórico para optar al grado de Doctor en Comunicación Estratégica para el Siglo XXI. Su objetivo fue interpretar el indicio y orientación para la organización destinada a seguir la gestión de las comunicaciones y en la construcción de la identidad.

Su tipo de estudio es de carácter teórico a través de una revisión bibliográfica profunda sobre el surgimiento, perspectivas de Comunicación Estratégica.

La investigación llega a la conclusión de que la estrategia de comunicación a manera de contexto ordenador asocia los procedimientos de comunicación institucional en un esquema de amplio plazo, en base a propósitos razonables, flexibles y lucrativos para la entidad.

Las **teorías relacionadas a la investigación** fueron la **“Teoría efectos limitados”** y **“Teoría Hipodérmica”**.

La primera teoría es la de los Efectos Limitados que indica que los mensajes delegados por diversos medios de comunicación continuamente no serán interpretados de la misma forma por los individuos, puesto que participan en los intereses de cada persona.

Uno de los principales representantes a esta teoría Lazarsfeld, (1984), menciona lo siguiente:

Estructura un método específico de recolección de opinión pública participante en ensayos de laboratorio, aparato que otorgaba un proceso acelerado de recopilación de opiniones de individuos que más adelante, terminaría adaptando un reflejo de opinión pública. (p.27).

En relación el autor Wolf (1987), menciona lo siguiente:

Esta teoría se refiere al impacto, que no solo se ejerce por los medios más conocidos, sino de algo más amplio y estructurado, es decir de los vínculos comunitarios, esto quiere decir que el impacto de los medios masivos de comunicación solo son un elemento, una parte de estas (p.51).

Se concluye en base a esta teoría la relación con el trabajo de investigación, donde se puede indicar que los integrantes de la ONG posiblemente no utilicen las estrategias de comunicación para informar adecuadamente y ser interpretado de manera positiva por la comunidad.

La Teoría de la Aguja Hipodérmica o Bala Mágica planteada por Harold Lasswell indica que los medios sí ocasionan algún efecto en la sociedad en general. Esto emergió en 1920 y 1945 a base de distintos conflictos armados por el combate de la libertad de expresión. A principios de 1930, Laswell elaboró un modelo estableciendo varias interrogantes para la estructura de un mensaje, “¿Quién dice?, ¿Qué?, ¿A través de qué canal?, ¿A quién?, ¿Con qué efecto?”.

En relación, a la teoría hipodérmica se precisa que la ONG “Haciendo nudos con amor” realiza un conjunto de mensajes para conectar con los pobladores mediante concientización en las ferias y a través de sus redes sociales para divulgar el trabajo que vienen realizando.

En relación el autor Wolf (1987), menciona lo siguiente:

Por su parte a acentuar la simplicidad del modelo $E \rightarrow R$ (Estímulo $\rightarrow$ Respuesta): la conciencia de que se trataba de una abstracción analítica y la forma de buscar cada una de las respuestas a los estímulos era básicamente un expediente práctico metodológico, estaba muy presente, al igual que se reconocía la naturaleza compleja del estímulo y la heterogeneidad de la respuesta [...]. (p.29).

Además, en relación a esta teoría de la investigación, se hace precisar que la ONG “Haciendo nudos con amor” tiene como objetivo divulgar mensajes que generen un impacto positivo en la comunidad, ocasionando que exista un cambio en su comportamiento y para ello, se requiere realizar la creación de un plan estratégico que se ajusten a los objetivos planteados.

La siguiente investigación establece las siguientes bases conceptuales que ayudarán a la mejor comprensión de la **unidad temática, las categorías y subcategorías** planteadas.

La ONG “Haciendo nudos con amor” cuenta con un plan de acción donde se evidencia el proceso de reciclaje de separación de papeles, envases y restos, además realizan campañas de recolección, en donde recolectan objetos en buen estado que ya no son utilizados, posteriormente dichos objetos rescatados son reutilizados, dándoles utilidad y un valor agregado en relación a su cultura. Asimismo, en los pobladores se evidencia mayor conciencia en los hábitos y actitudes respecto a la reducción de residuos, sin embargo, la ONG de manera imperceptible realiza estrategias de comunicación, ya sea por la forma de difundir sus manualidades realizadas a partir de residuos que son promocionadas, comercializadas en medios y redes sociales, también como organización cuentan con objetivos a corto plazo y sostenibles en el tiempo, resaltando su compromiso con la responsabilidad ecológica, el accionar para la mejora de su comunidad y la contribución en la economía de sus hogares. Además, cuentan con el respaldo de la marca Celendín que les facilita los espacios donde puedan desempeñar sus actividades de prevención, concientización y sobre todo dar un valor agregado a los residuos.

Para comprender mejor **la primera unidad de estudio** es de **estrategias de comunicación**, es importante mencionar la definición de comunicación.

Cambria (2016) hace referencia a la comunicación como “uno de los elementos más profundos al igual que los sentimientos y pensamientos tiene la intención de persuadir con independencia con el objetivo de ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3). Es decir, la comunicación es compleja, tales como el comportamiento de la sociedad, debido a que tiene el poder de persuadir sobre otras personas, ya sean orientadas por interés propios.

De la misma manera Garrido (2018) “Hace referencia a la comunicación como de vital importancia para nuestras organizaciones como las perspectivas financieras, de recursos humanos, ventas e investigación, desarrollo e innovación” (p.25). Por lo tanto, a través de la comunicación se establecen las diversas actividades que se desarrollan en las distintas organizaciones, siendo una de las partes más importantes en todo grupo humano.

Por otro lado, Libaert, 2005, citado en García 2017) menciona que:

La percepción es un elemento que considera al interior de la definición de imagen, y esta a su vez incluye a la comunicación sólo como un factor que se utiliza para elaborar un anhelado objetivo institucional para conseguir la aceptación de en cuanto a la preferencia en los pensamientos de las personas. (p. 112)

Del mismo modo Costa, 2015, citado en Apolo et al. 2017, mencionan lo siguiente: “[...] la comunicación son actos y los actos son comunicación. Las acciones no solo son, sino también importan y por tal motivo es interactividad”. (p. 522)

En este sentido tomando en cuenta la definición de los autores se puede señalar que la comunicación es uno de los cimientos en el área del trabajo colaborativo, ya que, se refuerza gracias a la elaboración de vínculos, experiencias y emociones de los individuos como seres sociales. Es importante precisar que la comunicación se retroalimenta de la acción, basada en hechos que dan la razón de ser al significado, generando y permitiendo la interacción entre sociedades permitiendo vínculos colaborativos.

Ante esto, se considera lo que menciona Almansa et al. (2019) sobre la comunicación:

Quien describe tres caminos o encrucijadas sobre la comunicación: 1) Explica una vía secundaria que orienta hacia un pasado en donde la función no era de mucha relevancia. 2) Es una carretera de doble carril que transita por un presente cargado de curvas. 3) Es una autopista de peaje que va a una posteridad relevante.

Para sintetizar mejor la investigación, es importante también mencionar la definición de estrategia.

Según Almansa et al. (2019), menciona que “la estrategia es en su origen un fenómeno biológico, heredamos un sistema estratégico, pero también lo modificamos con nuestras nuevas capacidades, el sistema estratégico humano aspira no sólo a sobrevivir sino también a vivir mejor” (p. 16). Es decir, la estrategia en nuestros días constantemente cambia, a medida que las sociedades se desarrollan, las exigencias estratégicas exigen modificaciones, de tal manera esto propicia mayores expectativas e interés ante la inminente competitividad en la actualidad.

En este contexto, Sainz (2000, citado en Vargas 2018) se refiere a las estrategias como “adecuar nuestros elementos internos a los elementos externos para conseguir una mejor posición competitiva” (p. 26). Por lo tanto, en la actualidad para ser competitivo y destacar en el rubro que participemos, es de vital importancia complementar los factores internos a los externos, por ejemplo, los logros personales que puedan tener los colaboradores mostrarlo al público, de tal manera se sientan motivados e identificados por la organización; ante el ojo mediático esto sensibiliza y destaca la identidad de la asociación.

Garrido y Putnam (2018) mencionan que: “la esencia de la búsqueda está en una idea que hemos modelado en nuestros corazones y nuestras cabezas: es el sueño de un futuro que hemos modelado, es el objetivo de la estrategia”. (p. 45)

Desde un sentido comunicacional, la idea central de la estrategia alude a un sentido de inspiración que repercute bajo nuestros sentimientos, muchos de ellos son sueños que nos planteamos u objetivos que nos proponemos, es ahí donde nace el objetivo principal de estrategia.

Las estrategias de comunicación se diseñan y se realizan para dar respuesta a la escasez comunicacional, interacción, imagen, posicionamientos, participación ciudadana, entre otras que se evidencian en un marco establecido. En este sentido, Ríos et al. (2020) señalan que las estrategias de comunicación: “nos permiten entablar metas precisas frente a un análisis de problemáticas comunicacionales anticipadamente concebidas en un transcurso investigativo, de tal manera que determinan metas y objetivos exactos para dar soluciones concisas a lo instaurado previamente”.

La **categoría Objetivos** se refiere a las instrucciones de las acciones, puntualiza la manera en la que se procederá y se manifestará al fin de entablar dicho proceso, tales como dar solución a las diversas situaciones, proporcionar o aportar en el crecimiento y expansión de variadas zonas del conocimiento. Según Ramírez (2017) “Un objetivo es un referente transversal, dado que se impone al principio para luego ser examinado mientras se ejecuta y luego es el punto que se dispone al culminar para presenciar si se realizó lo constituido” (p.3)

La **subcategoría general** determina la magnitud o alcance esperado, en concreto a través un análisis elaborado se evalúa la finalidad, examinando diversos criterios que sostienen oportunidades reales para iniciar su ejecución. Según Ramírez (2017) “Los principales elementos de un objetivo general tienen que responder a ciertos puntos que nutren el contexto de la información, de los mencionados son; ¿Qué?, ¿Cómo? y el ¿Para qué?” (p.7).

La **subcategoría específicos** son aquellas finalidades concretas y realizables que se espera alcanzar en un tiempo establecido de tal modo exista congruencia con el objetivo general, además medibles en la consecución del objetivo principal, ya sean a través de indicadores. Según, Ramírez (2017) indica que “los objetivos específicos puntualizan las metas que se deben lograr para obtener los resultados del objetivo general, del mismo que se desligan y en donde guardan la congruencia de los pasos a seguir” (p.5)

La subcategoría **estratégicos** son las metas o fines realizadas a nivel estratégico, puesto que busca alcanzar metas en un tiempo determinado, teniendo como respaldo o base, a la misión, la visión, los valores que establecen cada acción y medios que se realizarán para cumplirlos.

Andía (2016) sostiene lo siguiente sobre los objetivos estratégicos:

Son objetivos de medio y largo plazo, dirigidos al logro de la misión de la entidad, son el resultado más destacable y de mayor nivel que la organización pretende conseguir para realizar su misión. De tal manera, el objetivo estratégico debe ser cuantificable, congruente, incitante, ejecutadas en cantidad y calidad. (p.30)

A continuación, presentamos **la categoría difusión** de información, es el medio por la cual se divulgan contenidos que pueden ser considerados de interés para el conocimiento de la población, se utilizan diferentes herramientas digitales, escritas, impresas, audiovisuales que permitan dar a conocer las actividades para que puedan ser transparentes. Según Rincón (2010) “En el desarrollo de la difusión de información hay que cuestionarse: ¿Para quién? ¿A quién informar? ¿Qué informar? En el proceso de difusión es importante que participen instituciones entornos internos y externos mediante conversaciones, asesorías entre otros”. (parr.2-3, p.215)

La subcategoría **medios** son la totalidad de sistemas que se utilizan para establecer comunicación. Los medios de comunicación te permiten divulgar información de interés público e intercambio de contenido mediante una constante retroalimentación; existen medios tradicionales como la televisión, radio, teléfono, prensa escrita, y actualmente medios digitales como las redes sociales que facilitan el intercambio de información. Según Terán y Aguilar. (2017) sostiene sobre los medios lo siguiente:

Los medios de comunicación poseen un elevado impacto en la generación de opinión pública. La sociedad y las personas se unen y tienen como base la comunicación para ordenar a los individuos o conjuntos en un medio formado por un mismo código. Los medios de comunicación generan novedades de opinión social. Pueden ser fuente de manipulación a favor de individuos o grupos de poder de diferente índole (párr. 1-5, p.180)

La subcategoría **redes sociales** son medios digitales formada por un conjunto de personas que interactúan por contar con fines comunes o actividades importantes para ellos, se utiliza para el entretenimiento, para asuntos personales, laborales entre otras actividades, te ayuda a conectar de manera inmediata, el único requisito es contar una cuenta y acceso a internet, facilita la comunicación a diferencia de los medios tradicionales. Según Kadushin, 2013, p.26 citado por Landeta et al, 2021: “Las redes son un conjunto de elementos conectados entre ellos que pueden ser de individuos, instituciones nacionales o elementos de búsqueda. Estas se acoplan a recientes medios utilizados mediante internet” (p.151).

La subcategoría **portales web** está orientada a la recolección de información de distintos orígenes y divulgada a sus usuarios el contenido más importante para su entorno, con el tiempo han evolucionado de manera que te permite interactuar en una comunicación basada en el feedback, pero también existen dificultades debido a la gran cantidad de contenido o información disponible en el internet, debido a esto los portales web filtran y especializan el contenido para poner a disposición del usuario lo que le interesa. Según Jaramillo (2021) “Los portales se les denomina sitios web donde las personas tienen accesibilidad a un sinnúmero de servicios, medios, aplicaciones, lugares de búsqueda, archivos, textos entre otros. Los portales educativos se concentran en data educativa, por ejemplo” (p.18).

A continuación, presentamos la categoría alianzas se las uniones estratégicas como vínculos voluntarios entre instituciones en diferentes actividades donde están se comprometen a colaborar en conjunto, estas alianzas se dan en el sector público y privado con finalidad de cooperar económicamente, e igual con recursos humanos y todo lo necesario para conseguir las metas. Según Tomaylla y Zumaeta (2018) “Una alianza es una relación entre dos personas o más empresas jurídicas que optan por realizar una cooperación para realizar un fin. Un objetivo es conseguir nuevos mercados o socios. La finalidad es fortalecer su presencia” (p.26)

La subcategoría Organización no Gubernamental (ONG) son instituciones relevantes sin fines de lucro de origen privado, ayudan a combatir la pobreza y otras causas que consideren relevantes, se dan por origen ciudadano en muchos casos ante la ausencia del Estado. Según Escobar (2010) la define como:

Las ONG se inician o derivan de las organizaciones sociales formadas por personas y empresas privadas. su finalidad es aminorar las cargas de personas, ayudar al medio ambiente y brindar servicio social que el Estado no cubre, son estructuradas, independientes sin una finalidad de lucro, se diferencia de los Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) estas se enfocan en actividades sanitarias, educativas, culturales (pp.125-126).

A continuación, presentamos la segunda unidad de estudio medio ambiente que son aquellos elementos físicos, biológicos de los individuos, animales y vegetales; es decir son un conjunto que se desarrolla en un lugar donde existe vida generando la interacción, además la integran el agua, suelo, aire entre otros. Según la entidad International Strategy for Disaster Reductions (2020) define al medio ambiente de la siguiente forma:

Se utiliza para mencionar lo natural o la agrupación de todos ser vivo y abiótico, esta comprende elementos físicos como el aire, plantas, animales y organismos microscópicos, también existe el medio ambiente fabricado es decir creado por el hombre que afectan a un determinado espacio " (p.1)

La **categoría participación** es una acción de asociarse en cualquier tipo de actividad cognitiva, es decir resulta ser premeditada y resultante del desarrollo de conocimiento. También es intuitiva porque se manifiesta de forma impulsiva, inmediata y emocional. Según Castellano et al. (2016) afirman que:

señalan que este debe ser un derecho constitucional. Para ello, es importante que deba ser conocido y ejercido para alcanzar el bienestar común y el reforzamiento de la democracia, de tal manera se pueda lograr la defensa y la garantía de los intereses comunales.

La **subcategoría comportamientos** es una conducta a una variedad de estímulos sean de personas o del entorno que te rodea, los eventos van a producir actos o comportamientos negativos o positivos. Según Consuelo et al. (2018) acerca del comportamiento lo siguiente:

Indican que el comportamiento es un estudio de desempeño y de las actitudes de los individuos, en donde dependerá de las imposiciones de ciertas cualidades que deben ser elaboradas dentro de una organización o grupo humano, para lograr un buen desempeño.

La **subcategoría interacción** es el hecho de establecer o entablar un acto de comunicación entre una o varias personas, es decir es un proceso de comunicación que te permite socializar en entornos diferentes. En este sentido Carrillo et al. (2017) sostiene lo siguiente en relación a la interacción:

Mencionan sobre la teoría de la acción comunicativa de Habermas, en donde explica la sociedad sobre las dinámicas de interacción a través de dos puntos de vista, el primero habla de las actividades que buscan entender los mensajes de un intercambio comunicativo y el segundo, resalta de la actividad teleológica, la cual tiene como principal finalidad de dirigir el intercambio comunicativo hacia el triunfo.

La **subcategoría percepción** es la manera en que las personas interpretan las sensaciones o estímulos que reciben a través de los sentidos de forma inconsciente o consciente se procesa mediante el cerebro que le permite capturar la realidad. Según Sánchez (2019) “puntualiza que esta se define como la captura por medio de las interpretaciones que realizan las organizaciones, asimismo lo asocian con los procesos iniciales de codificación y detección de la energía del ambiente”.

La **categoría reducción** es la acción que realizan individuos, empresas con la finalidad de minimizar efectos dañinos al medio ambiente mediante la reducción de desechos o residuos sólidos. Según Tello et al. (2018) la definen de la siguiente manera “la reducción es el minimizar la generación de los residuos sólidos ya sea en cuantía como la potencialidad de ocasionar contaminación al medio ambiente, entre otras, usando modelos adecuados de procesos, insumos prácticos de consumo”.

Por otro lado, Chávez y Rodríguez (2016) sostienen o definen a la reducción de la siguiente manera:

La cultura de la reducción de residuos sólidos en los procesos, la correcta separación en los depósitos, la elaboración de un modelo de reciclaje, el beneficio final y minimizar la capacidad de relleno, la correcta gestión integral de estos residuos sólidos y peligrosos.

La **subcategoría hallazgos** son actos o eventos que se producen de manera natural o mediante una búsqueda incesante, es todo aquello que se alude al descubrimiento. Según Rubio (2017) “señala que estas se encuentran durante la ejecución de los hechos, para ello se identifican el criterio, la causa y el efecto de los hallazgos encontrados”.

La **subcategoría acciones** es todo aquello donde se realizan actos donde tienen una finalidad propiciada en su mayoría de veces por actos altruistas o con un sentido de responsabilidad social. Según Cabrera (2016) “indica la gran importancia del seguimiento de las acciones que entablan el plan de acción, por lo cual se dispone determinadas técnicas e instrumentos”.

La **subcategoría conservación** es el mantenimiento y preservación de recursos. Tiene como finalidad conservar, prevenir y reducir los daños al medio ambiente y a la salud de las personas, la preservación de hábitats y la biodiversidad ecológica y biológica están entre sus principales propósitos. Según el Ministerio del Ambiente (2016) “precisa que bajo un enfoque de manejo de forma integral es un imperativo para la sociedad, lo cual tienen como principal finalidad el reducir los riesgos de desastres y la rigidez de los impactos por los acontecimientos naturales”.

La **categoría residuos sólidos** son aquellos desechos ocasionados por la sociedad que atenta con el medio ambiente, la salubridad pública y el futuro de nuestras próximas generaciones, aunque se trate de ver las realidades diarias en distintas ciudades se puede expresar con énfasis que esto es un hecho que la misma humanidad ocasiona. Según El Ministerio de Salud (2018) “señala que son productos o sustancias en estado semisólido o sólido, de las cuales su matriz debe determinar según lo estipulado en las normas, para ser conducidas a través de los procesos constituidos”.

La **subcategoría residuos urbanos** son originados en las casas, tiendas, oficinas no tiene la clasificación de peligrosos, son aquellos productos de limpieza, basura, desmonte, escombros producto de trabajos de construcción. Según Tello et al. (2018) “puntualizan que estos se generan en las casas, habitaciones, se producen por la eliminación de los insumos que se usan en las actividades domésticas, los productos que se consumen y se desechan como envases, empaques o embalajes”.

La **subcategoría residuos industriales** son aquellos residuos contaminantes, tóxicos producidos o generados por los residuos de las fábricas o por productos contaminantes como los de limpieza o químicos que se utilizan en diferentes industrias y generan un perjuicio para el medio ambiente. En este sentido, el Ministerio del Ambiente (2016) menciona que estos “son de carácter peligroso y no peligroso, producidos en las áreas de producción e instalaciones industriales o especiales, por ello estos residuos son regularizados, inspeccionados y sancionados por las entidades u ministerios reguladores correspondientes”.

La **subcategoría residuos** son todos aquellos desechos producidos por el ser humano producto de las diferentes actividades que realiza, basura, desmonte, restos de animales entre otros se clasifican en orgánicos, plásticos y peligrosos. Según Urbina y Zúñiga (2016) Manifiestan sobre los residuos lo siguiente:

Señalan que se caracterizan porque estudia todas las variedades de insumos que son originados y empleados en la sociedad, asimismo se relacionan con los impactos ambientales que puedan ser ocasionados por sus entradas y salidas, esta se muestra como fases de análisis de almacenamiento, generación, recogida y transportación, tratamientos y disposición final.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación: La investigación que se utilizó en el siguiente estudio es cualitativa de tipo aplicada, dado que se encuentra en la aplicación directa a los acontecimientos encontrados, es por eso que se sujeta según CONCYTEC (2018), donde menciona que:

La investigación aplicada está dirigida a establecer a través de bases científicas los canales por los cuales se desarrolla una necesidad reconocida y específica. Precisando que este tipo de investigaciones son consecuentes por razones que no buscan la creación de nuevas teorías o conceptos, su principal enfoque es emplear los conocimientos ya existentes a un estudio que realizará la aplicación de manera práctica.

3.1.2. Diseño de investigación:

Sobre el método etnográfico Eraso (2019) citó a Camacho y Zamora (1998) sostiene lo siguiente:

El enfoque de investigación etnográfico está relacionado con eventos que se muestran ajenos a la persona o población a analizar, al implementar la metodología etnográfica es manera sistemática de reconocer las diferencias o elementos generales que se sostienen en estructuras socio-culturales. La acumulación de datos o información exacta, sin contar con la competencia intelectual y lógica de comprensión, es como poseer un inventario demás, sin ser examinada ni estudiada y cumplir con una intención superficial de entendimiento de conductas mostradas por las personas analizadas. (p.5)

Asimismo, Moncayo (2016) para inferir sobre el método etnográfico:

En el estudio que el autor expone sobre la etnografía como sistema de investigación que tiene relación con la antropología, con el objetivo recolectar datos por medio de aproximación a unas personas, con la finalidad de reconocer e interpretar sus usanzas, su forma de vida, lo que ha generado que esta forma de investigación sea utilizada para una institución. Se involucra en el entorno estructural de una institución, en cuanto a la comunicación organizacional está basada en enfoques etnográficos utilizando herramientas como la observación participante o no, explicar metodología de recolección de información para realizar un análisis. (p.8)

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

3.2.1 Unidad de estudio 1: Estrategias de comunicación

Categoría 1: Objetivos

Subcategoría 1: General

Subcategoría 2: Específicos

Subcategoría 3: Estratégicos

Categoría 2: Difusión

Subcategoría 1: Medios

Subcategoría 2: Redes sociales

Subcategoría 3: Portales web

Categoría 3: Alianzas

Subcategoría 1: Organismo no Gubernamental (ONG)

3.2.3 Unidad de estudio: Medio Ambiente

Categoría 1: Participación

Subcategoría 1: Comportamientos

Subcategoría 2: Interacción

Subcategoría 3: Percepción

Categoría 2: Reducción

Subcategoría 1: Hallazgos

Subcategoría 2: Acciones

Subcategoría 3: Conservación

Categoría 3: Residuos Sólidos

Subcategoría 1: Residuos urbanos

Subcategoría 2: Residuos industriales

Subcategoría 3: Residuos

3.2.2 MATRIZ DE OPERALIZACIÓN

ANEXOS

3.3 Escenarios de estudio

Este proyecto de investigación tuvo como escenario de estudio a la ONG “Haciendo nudos de amor” que utiliza las estrategias de comunicación para la preservación del medio ambiente en la comunidad Bello Horizonte, Celendín – Cajamarca. Dado que es una de las comunidades donde se evidencia mayor contagio por residuos sólidos, los malos hábitos son una de las razones principales ante este problema que atenta con la salud pública y la destrucción de los ecosistemas.

3.4. Participantes

Los participantes a quienes se entrevistó están conformados por profesionales especializados en el área de estrategias de comunicación e Ingeniería Ambiental, asimismo, en la condición de residentes en la provincia de Celendín.

3.4.1 Ficha de los entrevistados

Ficha de entrevista N° 1

ENTREVISTADO	Eric Rabindranath Pereira Diaz
ENTREVISTADOR	Vladimir Stalin Escalante Rodríguez
EGRESADO	Universidad Particular de San Martín de Porres
ESPECIALIDAD	Ciencias Económicas
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO	Comunicador Social y Magíster
OTRAS ACTIVIDADES	Consultor de estrategias de comunicación e imagen, entre otras.
TRABAJO	Gerente General en PEREIRA & DIEZ CANSECO COMUNICACIÓN POLÍTICA SAC, Reportero de Informes Especiales en GRUPO ATV CANAL 9, entre otros.
DÍA DE LA ENTREVISTA	20/10/2021

Ficha de entrevista N° 2

ENTREVISTADO	Omar Díaz Barboza
ENTREVISTADOR	Vladimir Stalin Escalante Rodríguez
EGRESADO	Universidad César Vallejo
ESPECIALIDAD	
GRADO ACADÉMICO	Licenciado en Ciencias de la Comunicación
OTRAS ACTIVIDADES	Realización y producción de contenido audiovisual.
TRABAJO	Encargado del canal municipal de la provincia de Celendín
DÍA DE LA ENTREVISTA	20/10/2021

Ficha de entrevista N° 3

ENTREVISTADO	Aracely Marín Livaque
ENTREVISTADOR	Vladimir Stalin Escalante Rodríguez
EGRESADO	Universidad Nacional de Cajamarca
ESPECIALIDAD	Ambiental
GRADO ACADÉMICO	Licenciada en Ingeniería Ambiental
OTRAS ACTIVIDADES	Activista, embajadora del turismo peruano, entre otras.
TRABAJO	Consultora de colaboradores de la empresa minera YANACocha
DÍA DE LA ENTREVISTA	21/10/2021

3.4.2 Objeto de Análisis

Tabla N° 4

NOMBRE	EDICIÓN	DURACIÓN	PUBLICACIÓN
La ONG “Haciendo nudos con amor” Celendín 2021	3 evento	3 horas	23 de septiembre 2021

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Hernández et al. (2014) infieren sobre los instrumentos lo siguiente:

Determinan que el enfoque cualitativo es primordial la recopilación de datos, dado que su finalidad no es solo medir las variables para realizar un análisis, también en la investigación cualitativa busca la obtención de datos de los individuos, escenarios o asociaciones que se convertirán en datos. (p. 396).

3.5.1 Técnica: Entrevista

Se puede definir como un conversatorio entre dos o más individuos, que utilizan una secuencia de preguntas que ayudan a recopilar información para la investigación. Hernández, et al. (2014) “lo definen como una junta, reunión o concentración para poder intercambiar ideas, perspectivas e información entre el entrevistador y el entrevistado” (p. 403).

3.5.1.1. Guion de entrevista

La entrevista se realizará mediante una conversación natural, intercambio de perspectivas, pensamientos e ideas donde existirá una retroalimentación o feedback entre el entrevistador y entrevistado, dirigiéndonos a la serie de preguntas que nos permitirá la recopilación de información y poder analizar las declaraciones.

El guion de la entrevista se hará por medio de un esquema donde se estructura el cuestionario de preguntas con el respectivo orden, desde la variable, categorías y subcategorías.

3.5.2 Instrumento: Guía de observación

Es una herramienta que apoya a la investigación a tener datos más precisos y reales, obteniéndose de manera acelerada y natural para recopilar información que ayude a la investigación. Campus y Lule (2012) afirman sobre la guía de observación:

Mencionan que la guía de observación es un instrumento que facilita al observador ubicarse de forma sistemática en aquello que sea fuente de estudio para dicha investigación, del mismo modo es un medio que nos dirige a la recolección de datos e información de los hechos. (p. 56).

3.6. Procedimiento

Se empleó la técnica de la observación y su instrumento para recolectar datos sobre el estudio, utilizando las categorías y subcategorías. Todo se realizó de manera presencial utilizando herramientas como cámaras y fichas de observación para obtener la información, finalmente se procedió a la transcripción y análisis de la información.

También, se empleó la entrevista a especialistas realizada de manera virtual utilizando las plataformas digitales como Zoom, Meet, WhatsApp, entre otros, haciendo uso de un guion de preguntas estructuradas en relación a las categorías de la investigación, finalmente se transcribieron para analizarlas.

Se realizaron instrumentos que fueron validados por expertos en comunicación, que dan mayor enfoque y veracidad al contenido de la investigación.

3.7. Rigor científico

3.7.1 Validez

Según Hernández, et al., (2014)

La validez de un instrumento que te permite medir y evaluar en base a cualquier forma de evidencia. En cuanto más es la evidencia de validación de contenido, de validación de criterio y validación de constructo obtenga un instrumento de medición, este se aproximó con mayor representatividad a las variables que se intenta medir (p.204).

3.7.1 V de Aiken

Es una técnica de coeficiente que permite cuantificar de manera estadística. Según Paixão, et al. (2018) refirió que:

Es una técnica para cuantificar la validez de un argumento o relevancia del ítem respecto a un contenido evaluado en N jueces. De tal modo que el coeficiente de V de Aiken toma valores de 0 a 1, donde el valor 1 es la máxima magnitud que muestra un acuerdo entre los jueces y expertos.

Formula de V de Aiken

$$V = \frac{\bar{X} - l}{k}$$

Fuente: Merino y Livia (2009, p. 170)

N°	Experto	Especialidad	Validación
1	Mtra. Espina Romero, Lorena del Carmen	Comunicador Audiovisual	Aplicable
2	Mgtr. Enrique Antonio Oliveros Margall	Comunicador Audiovisual	Aplicable
3	Mtra. Katherine Janet Orbegoso Castillo	Comunicador Audiovisual	Aplicable

3.8. Método de análisis de datos

El método de análisis de datos que se aplicó es de tipo interpretativo, dado que al usar esta disciplina podremos adquirir información absoluta que nos permitirá desarrollar la investigación. [...] “aporta diferentes rasgos y matices de lo que debe entenderse la secuencia general de análisis de datos cualitativos” (Rodríguez, et al., 2005, p.135).

Además, se desarrolló un análisis de las entrevistas a expertos de la comunicación concernientes a la investigación, también se realizaron fichas de observaciones que nos permitió un estudio a profundidad sobre el tema.

3.9. Aspectos éticos

Toda información recopilada fue solicitada por acceso a la información pública, asimismo se mantuvo la fidelidad de los datos recopilados y su respectiva secuencia para el proceso de la investigación. Precisar que se acató los derechos de autor de los diversos conceptos teóricos y conceptuales bases para sustentar el estudio, haciendo de manera correcta las citas de investigación.

3.9.1 Principio de beneficencia

El asunto clave de este principio es la compasión, la que se considera de una persona a otra, también como factor importante, la empatía que se tiene por el individuo y su padecimiento, el apropiarse de su experiencia vital relacionada a su necesidad de sanación, en otros términos, conectar con su afinidad y cercanía de la persona.

3.9.2 Principio de no maleficencia

El fin no justifica los medios, tanto el especialista o profesional como el individuo con quien se apersona, debe interactuar con moral, evitar cualquier riesgo de daño, dicho ello se concierne asegurar el método científico con todo rigor de la investigación científica.

3.9.3 Principio de justicia

Se considera una virtud relacional, la que dispone la racionalidad igualitaria entre los participantes de una población al compartir bienes comunes y espacios, aunque tengan intereses diferentes.

3.9.4. Principio de autonomía

Todos los seres humanos están interrelacionados, uno depende del otro para coexistir, con una relativa autonomía, de la que se regocijan todos los seres vivos.

IV RESULTADOS

Título

- La presente investigación formuló como problema general la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021?

Entrevistas

A continuación, se presentan los fragmentos de las entrevistas a Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen, Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Unidad de temática: Estrategias de comunicación

CATEGORÍA 1: OBJETIVOS

Pregunta 1: ¿Qué estrategias de comunicación utilizó la ONG para conseguir su objetivo **general**?

“La ONG para conseguir su objetivo general primero tuvo que conocer al público objetivo que se está dirigiendo, es decir, si estamos trabajando para una comunidad que tiene como objetivo el desarrollo sostenible, tenemos que identificar los agentes o las personas a las que nos dirigiremos, a partir de ello, analizamos sus acciones como estrategia de comunicación”

Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen

“La ONG al reconocer una problemática en su entorno, dirigió sus acciones y esfuerzo hacia lo que desean conseguir, esto lo realizan mediante la estrategia de analizar su comportamiento, de tal manera que ayude a comprender y dar solución a diversas situaciones, partiendo de ello plantearon un objetivo general, que servirá de guía en la formulación y aplicación de estas estrategias que serán efectivas y de gran alcance”

Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Interpretación: La ONG para conseguir su objetivo general primero identificó y analizó su comunidad, ya sea el reconocer la problemática que pasa en el entorno, a partir de ello se dirige las acciones que se pretende lograr.

Pregunta 2: ¿Qué objetivos **específicos** intenta conseguir la ONG con sus estrategias de comunicación?

“Básicamente es lo que queremos alcanzar, la ONG genera una estrategia de comunicación hacia un público objetivo y se plantea cuál es la meta a lograr con esta estrategia de comunicación, por ejemplo, si una comunidad que produce lácteos no evidencia o no da a conocer la buena calidad de sus productos, se tiene que plantear un objetivo puntual en donde todos sus participantes o colaboradores estén involucrados y una estrategia en donde muestran sus principales fortalezas de sus productos o la calidad del proceso de elaboración, de tal manera todo los participantes generen un hábito de compromiso para cada objetivo que se pretende lograr”

Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen

“Los objetivos específicos son esenciales, la ONG para empezar con la planificación estratégica y poder cumplir objetivos específicos, primero puntualizan “el dónde y el cómo se van a conseguir ciertos logros”, al unirlos darán una respuesta significativa y así poder llegar a los resultados esperados, asimismo, dar solución a los problemas que se han planteado”

Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Interpretación: Para conseguir objetivos específicos, la ONG plantea el donde y como se va a conseguir los logros, de tal modo sus participantes estén involucrados a cada meta trazada, asimismo exista compromiso para solucionar problemas puntuales que se hayan planteado.

Pregunta 3: ¿Es el tiempo un objetivo **estratégico** que utiliza la ONG para alcanzar sus metas?

“Los tiempos son fundamentales para la ONG, al plantear una estrategia de comunicación con un determinado público, un objetivo principal y una línea de tiempo que nos permite saber si vamos por el camino correcto o no, porque si no se está logrando el objetivo esperado, se modifica la estrategia y se complementa con las observaciones previas ya aplicadas. Asimismo, nos permitirá identificar las estrategias que tendrán mayor precisión en corto tiempo y las que requieren mayor proceso de análisis a largo plazo”

Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen

“Cuando realizas un plan de trabajo o un plan comunicacional en la ONG, se plantea diversas estrategias para dar solución a problemas determinados, se debe realizar un diagnóstico para plantear diversos objetivos estratégicos que permitirán conseguir metas en un tiempo determinado, es decir, siempre se debe plantear un cronograma de actividades que nos permitirá llegar a las metas de manera más precisa, además el siempre respetar el tiempo y plazo establecido”

Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Interpretación: Los tiempos trazados son fundamentales para la ONG, el contar con tiempos establecidos para cada meta les permitirá saber si van por el camino correcto, de tal modo si el objetivo esperado no se va logrando, les permite hacer cambios en sus estrategias y así tener metas más precisas.

CATEGORÍA 2: DIFUSIÓN

Pregunta 1: ¿Qué estrategias de comunicación utilizan los **medios tradicionales** para divulgar información de interés público?

“Los medios tradicionales en general, la radio, la televisión, la prensa escrita lo que tienen es una sistematización, es decir, procesos de comunicación. Lo que hace un canal de televisión, se plantea un objetivo a cumplir, por ejemplo, cubrir las diversas protestas de los trabajadores. Los medios tradicionales divulgan información de interés público y la estrategia es buscar el público objetivo que observa el medio de comunicación, básicamente dependiendo del público objetivo generan una estrategia de comunicación para llevarles contenidos intervenidos, para conseguir ese contenido informativo, tratar el contenido informativo y posteriormente divulgar esa información a través de la radio como la televisión y la prensa escrita. Esto es sistemático”

Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen

“Los medios tradicionales establecen estrategias de comunicación para enviar sus mensajes de manera efectiva, es decir, establecen su programación en un horario determinado, según el contenido y la población a la cual quieren llegar, un punto a favor en los medios tradicionales es que para poder transmitir algún contenido se verifican las fuentes para no tergiversar la información, es por eso que primero se revisan los datos obtenidos para su posterior publicación”

Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Interpretación: Los medios tradicionales tienen una principal estrategia para transmitir información de interés público, se basan en el contenido y a la población a que se dirigen, de tal modo las estrategias ya son sistematizadas en los medios.

¿De qué forma la ONG utiliza las **redes sociales** como estrategia de comunicación para interactuar con su grupo de interés?

“Las redes sociales funcionan de manera más rápida y cualquier persona lo puede usar, hoy en día la ONG realiza post en Facebook, por ejemplo, necesitan ayuda para una persona que está en el hospital y necesariamente para vivir necesita oxígeno, hacen la publicación redactada de una forma desesperada que necesitan oxígeno y las redes sociales actúan de inmediato. A veces un post simple pero directo, funciona más que un video o un contenido audiovisual. Las redes sociales permiten inmediatez y una democratización de la información, es ahí donde tendremos que saber discriminar si la información es real o no es real, hay que saber de dónde viene la fuente que está transmitiendo ese contenido. Las fuentes son fundamentales, existen las fake news y las noticias verdaderas, tales como los mensajes claros, precisos, directos y las respuestas de la ciudadanía en las redes sociales”

Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen

“ Hoy en día la ONG utiliza las redes sociales, Facebook como principal, esta plataforma se ha convertido en una manera muy efectiva de brindar y transmitir mensajes, dado que nos permite elaborar estrategias que vayan dirigidas a cierto público objetivo que tengan un interés común, es decir, nos permite segmentar a nuestro público para transmitir los mensajes de manera eficaz y tener el alcance esperado, además, nos permite poder interactuar con las personas, por otro lado, lo malo de las redes sociales es que a través de este medio se crea y se divulga información que a veces no es verdadera, es por eso que se debe verificar la fuente de procedencia de la información”

Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Interpretación: Las redes sociales se ha convertido en una manera muy efectiva de brindar y transmitir mensajes, la ONG al utilizar un spot en Facebook simple pero directo, le permite conectar con sus grupos de interés.

Pregunta 3: ¿Por qué los **portales web** no son utilizados como estrategias de comunicación por la ONG “Haciendo nudos con amor”?

“Las ONG no cuentan con portales web, desaprovechan este medio por las razones de que no cuentan con especialistas o conocimientos en temas estratégicos, desde otro lado, los portales web son más especializados, es un lugar, un espacio donde normalmente albergas información preparada de un determinado proyecto, sistema de una determinada empresa. Estas recolectan información de acuerdo a su entorno a través de un análisis, hacen uso de las estrategias de acuerdo a sus lectores. Normalmente en estos portales web se obtiene información fidedigna, información real. Asimismo, hay portales web que son falsos, es ahí entonces donde vuelve el tema de la discriminación de la información, saber que portales web visitar y que portales web leerlos, pero no creer todo lo que te dicen”

Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen

“Los portales web deberían ser usados por las ONG, puesto que son una herramienta muy utilizada por los cibernautas, estos filtran información y la adecuan de acuerdo a los intereses que cada usuario tenga, es decir, se aplican estrategias para que el diseño y contenido que se presente acoja a un determinado público objetivo. Pero precisar que también es muy importante revisar las fuentes de información, para determinar su veracidad, por lo que en su mayoría son fuentes de investigación”

Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Interpretación: Las ONG en su mayoría desaprovechan los portales web, por la razón que no cuentan con profesionales o conocimientos en estrategias de comunicación, puesto que este medio es más especializado, filtran información y la adecuan de acuerdo a los intereses que cada usuario tenga, es decir, se aplican estrategias para que el diseño y contenido que se presente acoja a un determinado público objetivo.

CATEGORÍA 3: Alianzas

Pregunta 1: ¿De qué manera un **Organismo no Gubernamental** busca resolver problemáticas que mejoren la calidad de vida de sus miembros a través de las estrategias de comunicación?

“Un Organismo no Gubernamental de una comunidad que tiene alguna necesidad, de que el estado pueda llegar a ellos. Normalmente utilizan la protesta, la violencia y a veces pacíficamente ciertas formas de protesta, del mismo modo en estos organismos muchas veces no existen profesionales capacitados para generar estrategias. Una de las estrategias de la ONG sería crear planes de acción que evidencien el proceso o la búsqueda de mejorar su calidad de vida de las personas, es por ello que es fundamental el uso de la tecnología que nos permite estar interconectados y una de ellas es las redes sociales, un buen post, un buen texto escrito, con las demandas, la problemática y quizás las soluciones a esa problemática pueden hacer que los Organismos no Gubernamentales se hagan sentir más en la sociedad”

Eric Pereira, consultor de estrategias de comunicación e imagen

“Los Organismo no Gubernamental deberían tener mayor difusión para resolver ciertas problemáticas, dado que llegan a un pequeño sector de la población. Sería muy factible aplicar estrategias comunicacionales en cuanto a difusión a través de la radio, que es un medio de alcance masivo, dado que en sectores rurales o anexos no hay tanta acogida de la TV, por otro lado, es muy viable dar a conocer estos organismos a través de la radio que en su mayoría la poseen. Si bien es cierto la mayoría de Organismos no Gubernamentales se establece a lo ya sistematizado, no buscan mejorar lo estructurado a partir de un plan estratégico que podría marcar una diferencia en la búsqueda de mejorar sus comunidades”

Omar Díaz, Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Interpretación: Los Organismos no Gubernamentales en su mayoría para resolver problemas utilizan la protesta, la violencia y a veces pacíficamente ciertas formas de protesta. Una de las estrategias para resolver problemáticas son la elaboración de planes acción, hacer uso de los medios tradicionales y las redes sociales, dado que ello nos permite estar interconectados, un buen post, un buen texto escrito, con las demandas, la problemática y quizás las soluciones a esa problemática pueden hacer que los Organismos no Gubernamentales se hagan sentir más en la sociedad.

Unidad de temática: Medio Ambiente

CATEGORÍA 1: PARTICIPACIÓN

Pregunta 1: ¿De qué manera los **comportamientos** determinan el desempeño y actitud de los individuos dentro de una ONG?

“Los recursos humanos son uno de los pilares fundamentales que sustentan las funciones y objetivos de la ONG, en este contexto es necesario conocer qué características de cada individuo son capaces de influenciar con el medio ambiente y para que un organismo sea efectivo requiere que sus miembros tengan una cultura ambiental positiva, cumpliendo con las normas de procedimientos y estándares dentro de la organización”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: Los comportamientos permiten identificar que dentro de la ONG sus integrantes presenten una cultura ambiental positiva, lo cual es fundamental que denoten sus participantes, dado que determinará estándares de calidad dentro del organismo.

Pregunta 2: ¿Es una estrategia de comunicación el análisis de la **interacción** que utiliza la ONG “Haciendo nudos con amor” con la comunidad?

“Es muy importante comprender y analizar la interacción, estar consciente de los comportamientos o características específicas de la comunidad, el tipo de sociedad a la que pertenece un individuo influye fuertemente en la forma como se comporta, su actitud y por lo tanto su impacto con el ecosistema, es una estrategia fundamental hacer un análisis de la interacción para asociar y comprometer a la comunidad”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: La interacción es una estrategia importante, permite entender las actitudes de la comunidad y por consiguiente su desenvolvimiento en el ecosistema.

Pregunta 3: ¿Cuál es la **percepción** que tiene la comunidad sobre la ONG en relación a su trabajo de concientización sobre la preservación del medio ambiente?

“La percepción que tiene la comunidad sobre la ONG es importante, puesto que los individuos están mostrando interés y aceptación sobre el trabajo que viene realizando la ONG, denotan alegría al ver que los jóvenes residentes realizan funciones en desarrollo de la comunidad”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: La comunidad destaca la labor que viene realizando la ONG, teniendo aceptación y comprometiéndose para el desarrollo de su entorno.

CATEGORÍA 2: REDUCCIÓN

Pregunta 1: ¿Qué **hallazgos** ha identificado la ONG sobre la problemática de la comunidad en relación al medio ambiente?

“Los hallazgos identificados por la ONG, han sido una cantidad abundante de residuos sólidos, por otro lado, la espera de los pobladores en busca de una iniciativa que les genere oportunidades de mejora y buenas prácticas ambientales. Los hallazgos básicamente pueden denominarse cumplimiento o no cumplimiento y ayuda a la mejora continua”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: La ONG identificó que la comunidad estaba en busca de oportunidades de mejora por la abundancia de residuos sólidos.

Pregunta 2: ¿Qué **acciones** está implementando la ONG “Haciendo nudos con amor” para prevenir y fomentar un cambio en los hábitos ambientales de la comunidad?

“Cada acción es una herramienta para la planificación empleada que dirige la gestión y control de tareas de proyectos ambientales, cada acción tiene que estar bajo un método y una estrategia. La ONG está realizando acciones concretas, gestión de los residuos sólidos, como la implementación de tachos de basura para cada tramo con su respectiva separación, reutilización de estos residuos en beneficio de la comunidad, entre otros, precisar que la ONG indiferentemente realiza una labor medible y la sostenibilidad en el tiempo”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: La ONG ha implantado un mecanismo en la comunidad, ya sea la gestión de los residuos sólidos como la implementación de tachos de basura por cada tramo con su respectiva separación, reutilización de estos residuos en beneficio de la comunidad, entre otras.

Pregunta 3: ¿La comunidad se involucra en la **conservación** para reducir el impacto ambiental ocasionado por la contaminación?

“La comunidad entendió que, para asegurar la supervivencia y el bienestar, hay que preocuparnos por conservar el medio ambiente. La ONG a través de datos recogidos por la comunidad científica, mostró a los pobladores el deterioro del medio ambiente, es por ello que están creando conciencia ambiental y ser impartida hasta los más pequeños.

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: La comunidad se ha involucrado en la conservación de los espacios verdes, este cambio es vigente, la ONG pretende fomentarlo al informar a los pobladores sobre el deterioro del medio ambiente.

CATEGORÍA 3: RESIDUOS SÓLIDOS

Pregunta 1: ¿De qué manera los **residuos urbanos** producidos en actividades domésticas afectan con el medio ambiente?

“Como bien se sabe, aún existe la falta de educación ambiental, los residuos urbanos generados terminan en basurales tirados en cualquier lugar, es decir, hacia lo abierto o en el medio ambiente, una práctica que está contaminando los suelos, el agua, el aire y cada día se genera toneladas de residuos peligrosos y no peligrosos, puesto que son un foco de gases de un efecto invernadero que influyen en realidad serios daños y afectan contra la biodiversidad”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: Los residuos urbanos producidos en actividades domésticas contaminan los suelos, el agua, el aire y cada día se genera toneladas de residuos, son un foco de gases de efecto invernadero que produce serios daños y que afectan contra la biodiversidad.

Pregunta 2: ¿De qué manera los **residuos industriales** generados afectan al medio ambiente?

“Los residuos industriales destruyen por total ecosistemas, produce cambios climáticos, entre otros, son sumamente peligrosos y plantean muchos problemas para nuestro medio ambiente, a la hora de manipularlos y por lo que el tratamiento de residuos industriales debe ser realizados de una forma muy específica, a través de una avanzada tecnología implementada en las grandes fábricas y lugares donde exigen la normativa ambiental”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: Los residuos industriales destruyen por completo los ecosistemas, producen cambios climáticos, entre otros, son sumamente peligrosos y plantean muchos problemas para nuestro medio ambiente.

Pregunta 3: ¿Qué utilidad tienen los **residuos** para la ONG “Haciendo nudos con amor”?

“La ONG utiliza estos residuos para manejar integralmente a través de una gestión ambiental, de esta manera pretenden tener el control de la generación de los residuos, la segregación, el almacenamiento, reutilización y la disposición final, de tal forma buscan armonizar la comunidad con el medio ambiente”

Aracely Marín Livaque, Ingeniera Ambiental

Interpretación: La utilidad de los residuos para la ONG se basa en la gestión ambiental, la segregación, almacenamiento, reutilización y la disposición final de estos residuos, buscando armonizar la comunidad con el medio ambiente.

FICHA DE OBSERVACIÓN GENERAL N° 1

TÍTULO	“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”					
OBJETIVO	Recolectar información mediante fichas de observación sobre las estrategias de comunicación y preservación del medio ambiente aplicadas por la ONG “Haciendo nudos de amor”.					
OBJETO DE ESTUDIO	TIPO DE OBSERVACIÓN	OBSERVADOR DEL OBJETO	ANÁLISIS DEL OBJETO DE OBSERVACIÓN	TIEMPO DE OBSERVACIÓN	UNIDAD DE ESTUDIO 1	UNIDAD DE ESTUDIO 2
Fue analizar a la ONG “Haciendo nudos de amor” que utiliza las estrategias de comunicación para la preservación del medio ambiente en la comunidad Bello Horizonte, Celendín – Cajamarca.	Observación directa	Escalante Rodríguez	Mes de octubre	ABRIL A SEPTIEMBRE	Estrategias de Comunicación	Medio Ambiente

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2

TÍTULO	“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”				
UNIDAD DE ESTUDIO	Estrategias de comunicación				
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Preguntas	SÍ	NO	INTERPRETACIÓN
OBJETIVOS	General	¿Cuál es el objetivo general de la ONG Haciendo nudos con amor ?	SÍ		Es informar mediante estrategias de comunicación, acerca de la preservación del medio ambiente.
	Específicos	¿Los objetivos específicos de la ONG ayudan a las estrategias de comunicación?	SÍ		Todo está unido, los objetivos específicos tienen una función especial que complementan a todo, sin comunicación estratégica planificada no se cumplen las metas.
	Estratégicos	¿Cuál es el rol principal de los objetivos estratégicos de la ONG?	SÍ		El rol principal es el tiempo, sin este no se alcanzan los objetivos, esta te brinda un rumbo adecuado o no, es decir aquí conoces si el proceso está funcionando o no, de no hacerlo te permite corregir las estrategias que se están utilizando.

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3

TÍTULO	“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”				
UNIDAD DE ESTUDIO	Estrategias de comunicación				
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Preguntas	SÍ	NO	INTERPRETACIÓN
DIFUSIÓN	Medios tradicionales	¿La ONG utiliza los medios tradicionales para divulgar sus estrategias de comunicación?		NO	Los medios tradicionales solo se enfocan en informar sobre asuntos que a ellos les importan, sus estrategias de comunicación las emplean con fines empresariales, comerciales y no sociales como el tema de la ONG.
	Redes sociales	¿La ONG cuenta con redes sociales que permiten llegar a más grupos de interés?	SÍ		Sí, porque en la actualidad las redes sociales son medios donde por decisión propia, tú decides si interactúas o no con grupos, es decir tú eliges tu grupo de interés.
	Portales web	¿La ONG utiliza portales web que recopilan datos importantes del entorno por medio de las estrategias de comunicación?	SÍ		Los portales web se enfocan en recopilar datos para grupos específicos, es decir su meta es centrarse en informar para su grupo objetivo, y es innegable que utilizan estrategias de comunicación para que el mensaje sea captado y aceptado por la población. Sin embargo, la ONG no utiliza, es decir desaprovecha este medio de divulgación sólo utiliza Facebook.

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 4

TÍTULO	“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”				
UNIDAD DE ESTUDIO	ESTRAGIAS DE COMUNICACIÓN				
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Preguntas	SÍ	NO	INTERPRETACIÓN
ALIANZAS	ONG	¿La ONG cuenta con alianzas estratégicas con entidades privadas o estatales para combatir la problemática en la comunidad?	SI		Si, la ONG cuenta con el respaldo o alianza estratégica de la Marca Celendín, para facilitar los espacios donde puedan desempeñar sus actividades de prevención, concientización y sobre todo dar un valor agregado a los residuos.

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 5

TÍTULO	“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”				
UNIDAD DE ESTUDIO	Medio Ambiente				
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Preguntas	SÍ	NO	INTERPRETACIÓN
PARTICIPACIÓN	Comportamientos	¿De qué manera los comportamientos de la ONG Haciendo nudos con amor determinan la actitud de la comunidad para preservar el medio ambiente?	SÍ		Es fundamental que la ONG tenga valores éticos y de responsabilidad social verdaderos, además se requiere que sus miembros tengan una cultura ambiental positiva.
	Interacción	¿De qué manera utiliza la ONG la interacción como estrategia de comunicación para preservar el medio ambiente?	SÍ		La ONG utiliza la interacción para integrar a la comunidad, esta estrategia de comunicación permite interactuar e incluirlos para concientizarlos sobre las consecuencias que producen los residuos sólidos.
	Percepción	¿Cuál es la percepción que tiene la comunidad en relación al proceso que viene realizando la ONG?	SÍ		La percepción que tiene la comunidad es buena debido a que la ONG realiza un proceso para concientizar y efectuar acciones para disminuir la problemática sobre la acumulación de residuos.

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 6

TÍTULO	“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”				
UNIDAD DE ESTUDIO	Medio Ambiente				
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Preguntas	SÍ	NO	INTERPRETACIÓN
REDUCCIÓN	Hallazgos	¿Qué hallazgos ha identificado la ONG sobre las causas y efectos del medio ambiente?	SÍ		Los hallazgos identificados por la ONG son que la comunidad no cuenta con hábitos sobre reciclaje y que las autoridades no tienen políticas para reducir la contaminación. Asimismo, identificaron el deterioro acelerado de los ecosistemas en la comunidad.
	Acciones	¿Qué acciones realiza la ONG “Haciendo nudos con amor” para reducir la problemática ambiental?	SÍ		Las acciones que realiza son utilizar estrategias de comunicación para informar, concientizar y aplicar acciones inmediatas como el reciclaje para reutilizar los residuos y generar un cambio en la comunidad.
	Conservación	¿Cómo se involucra la ONG en la conservación y reducción de residuos para preservar el ambiente?	SÍ		Se involucra mediante el reciclaje, además integra al resto de la comunidad y autoridades para que imiten o apoyen iniciativas parecidas.

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 7

TÍTULO	“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”				
UNIDAD DE ESTUDIO	Medio Ambiente				
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Preguntas	SÍ	NO	INTERPRETACIÓN
RESIDUOS SÓLIDOS	Residuos urbanos	¿De qué manera los residuos urbanos producidos en actividades domésticas atentan contra el medio ambiente?	SÍ		Aún existe la falta de educación ambiental por parte de los pobladores, esos residuos urbanos generados terminan en basurales tirados en cualquier lugar produciendo gases de efecto invernadero que influye en la realidad de la comunidad ocasionando serios daños que atentan contra la biodiversidad.
	Residuos industriales	¿De qué manera los residuos industriales generados en áreas de producción atentan de forma peligrosa al medio ambiente?	SÍ		La ONG ha identificado que son peligrosos y plantean muchos problemas para nuestro medio ambiente, lo correcto sería seleccionarlos y dividirlos identificando al momento de manipularlos.
	Residuos	¿De qué forma la ONG procesa los residuos y que utilidad le da a estos?	SÍ		La ONG los procesa mediante el reciclaje y separación, luego les da un valor agregado creando manualidades que son vendidas en una feria que realiza mensualmente en la comunidad, además, de aprovechar en informar sobre su plan para reducir la contaminación ambiental en la comunidad.

DISCUSIÓN

El presente estudio tiene como objetivo general **conocer cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021**. Por tal razón, se verificará la información recolectada mediante entrevistas estructuradas a dos especialistas en Ciencias de la Comunicación y una especialista en Ingeniería Ambiental, asimismo, se procederá con las fichas de observación del estudio.

Las teorías que fundamentan la investigación son la de los efectos limitados, de Paul Lazarsfeld, la teoría de la aguja hipodérmica o bala mágica de Harold Lasswell y los aportes de Wolf.

La teoría de los efectos limitados fue propuesta por Paul Lazarsfeld en 1984 en su estudio *The people's choice* donde propone que los mensajes delegados por diversos medios de comunicación continuamente no serán interpretados de la misma forma por los individuos, puesto que participan en los intereses de cada persona que se adaptan a la investigación, esta afirma que los individuos se adaptan al reflejo de la opinión pública, también como lo plantea Wolf, donde precisa el impacto más amplio y estructurado que son los vínculos comunitarios, en la que influyen el transmitir pensamientos y emociones. Asimismo, guarda relación con las características de estrategias de comunicación; por ejemplo: los integrantes de la ONG utilizan estrategias de comunicación para comunicar e inducir adecuadamente a la comunidad sobre la preservación del medio ambiente en su entorno, de tal manera los mensajes transmitidos sean interpretados de manera positiva.

La Aguja Hipodérmica es una teoría enfocada sobre el impacto de los medios en la sociedad donde influyen aspectos comunicativos que tienen varias interrogantes para estructurar un mensaje. Es una forma de manipulación que tiene gran éxito y denota el poder de los medios de comunicación de masas. Wolf la considera como un proceso de estímulo y respuesta mediante la abstracción analítica de los individuos; es decir las personas tiene interacción con el entorno y los estímulos se basan en las observaciones de lo que los rodea. La Aguja Hipodérmica tiene relación con la investigación porque la ONG "Haciendo nudos con amor" realiza un conjunto de mensajes para conectar y generar un impacto positivo con los pobladores mediante concientización en las ferias y a través de sus redes sociales para divulgar el trabajo que vienen realizando, además, buscan ocasionar cambios en el comportamiento de

la comunidad y en sus próximas generaciones, para ello, realizan planes estratégicos que se ajustan a los objetivos planteados.

Finalmente, todas las teorías en su conjunto abarcan cada aspecto o punto tratado en la investigación sobre comunicación estratégica, específicamente los sentimientos y pensamientos que pretenden persuadir, ya sea el objetivo de estar orientada a interés propios, que al integrarlas con las citas y los antecedentes brindan un soporte estructurado al estudio, generando una base para futuras investigaciones.

En esta investigación se consideraron dos unidades de estudio, dando mayor enfoque a estrategias de comunicación. En este sentido, Cambria (2016) hace referencia a las estrategias de comunicación como “uno de los elementos más profundos al igual que los sentimientos y pensamientos que tienen la intención de persuadir con independencia con el objetivo de ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3).

De esta misma forma, Ríos et al. (2020), considera que:

Las estrategias de comunicación nos permiten entablar metas precisas frente a un análisis de problemáticas comunicacionales anticipadamente concebidas en un transcurso investigativo, de tal manera que determinan metas y objetivos exactos para dar soluciones concisas a lo instaurado previamente”.

Los resultados obtenidos en las entrevistas y fichas de observación indirecta determinan que sí es relevante las estrategias de comunicación y los elementos que la integran. Asimismo, se puede identificar que las estrategias de comunicación aplicadas por la ONG “Haciendo nudos con amor” no garantizan que la comunidad obtenga la aceptación, validación o interpretación de los mensajes que pretender generar cambios en relación a las funciones que vienen realizando, de esta manera se infiere que es un proceso netamente subjetivo de las personas al momento de decodificar, asimilar y aceptar los mensajes de forma constructiva para el desarrollo de su entorno. A lo mencionado previamente por los autores, entrevistados y la observación no coinciden con el estudio de Cobarrubia y Velásquez (2016) donde contradice los resultados obtenidos porque concluye en su investigación que la más importante estrategia comunicacional es el conocimiento, podemos subrayar que la comunidad recibe información sobre la organización estatal frecuentemente. Los resultados arrojaron que los organismos están consiguiendo formar un fuerte vínculo

con los pobladores, ocasionando de esta forma una comunicación frecuente y estratégica, lo que genera establecer y reconocer mejor sus necesidades y aumentar su imagen permitiendo generar una mejor estrategia de comunicación.

A continuación, se presenta el primer objetivo **conocer los objetivos de las estrategias de comunicación de una ONG que contribuyen en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021** Según Andía (2016) sostiene lo siguiente sobre los objetivos estratégicos de comunicación:

Son objetivos de medio y largo plazo, dirigidos al logro de la misión de la entidad, son el resultado más destacable y de mayor nivel que la organización pretende conseguir para realizar su misión. De tal manera, el objetivo estratégico debe ser cuantificable, congruente, incitante, ejecutadas en cantidad y calidad. (p.30)

Los resultados obtenidos de ambos análisis coinciden que el tiempo es fundamental para la ONG “Haciendo nudos con amor” el motivo es establecer metas que les permita tener los objetivos claros, con la finalidad de establecer estrategias adecuadas ante cualquier imprevisto. Garrido 2016 en su investigación concuerda con lo antes mencionado y afirma que las estrategias de comunicación sirven para relacionar todos los recursos y unir los procesos de comunicacionales de un organismo no gubernamental que cuenta con un método a largo plazo, respetando los objetivos congruentes, ajustable y sostenible para una institución. Asimismo, se tiene la obligación de contar con una línea de acción permanente creativa e innovadora con el proyecto, a esto el mismo autor concluye, agrega y contradice los resultados obtenidos en las entrevistas y la observación, donde indica que los objetivos deben estar dirigidos a tiempos breves y de largo plazo, de lo contrario los cambios continuos no generarán un resultado puntual ni adecuado.

El segundo objetivo **conocer las alianzas estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021** Según Tomaylla y Zumaeta (2018) sostiene lo siguiente sobre las alianzas estratégicas de comunicación:

Una alianza es una relación entre dos personas o más empresas jurídicas que optan por realizar una cooperación para realizar un fin. Un objetivo es conseguir nuevos mercados o socios. La finalidad es fortalecer su presencia. (p.26)

Los resultados obtenidos del objetivo alianzas utiliza estrategias para resolver diferentes problemas, mediante métodos que les permiten estar interconectados propiciando alianzas que los vinculan con otras instituciones sin fines de lucro, privado y público, el objetivo es lograr un mayor alcance para ejecutar estrategias específicas como por ejemplo una publicación con un mensaje coherente, que resuelva la problemática y permita que los Organismos no Gubernamentales tengan mayor visibilidad en cuanto a sus estrategias que utiliza para relacionarse con la comunidad.

Mira (2018) es su investigación concuerda con los resultados obtenidos, y sostiene que las estrategias de comunicación de una institución vinculan y generan alianzas que te relacionan con otras organizaciones con intereses similares —es un medio amplio y activo que te vincula constantemente con otras organizaciones afines— esto permite un feedback para verificar de forma efectiva los mensajes transmitidos, integrando en las estrategias de comunicación las soluciones que demanda.

El tercer objetivo **conocer los medios de difusión en las estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021** según Rincón (2010) sostiene lo siguiente sobre la difusión de estrategias de comunicación:

“En el desarrollo de la difusión de información hay que cuestionarse: ¿Para quién? ¿A quién informar? ¿Qué informar? En el proceso de difusión es importante que participen instituciones entornos internos y externos mediante conversaciones, asesorías entre otros”. (p.215)

Los resultados obtenidos a través de las entrevistas y la observación sostienen que el medio de difusión más adecuado para comunicar la ejecución del plan de acción de la ONG “Haciendo nudos con amor” es la red social Facebook, esto debido a que es un medio que utiliza los pobladores de la comunidad de manera frecuentemente para divulgar información, siendo aprovechada por la ONG para informar sobre las acciones que viene realizando en beneficio de la población. No obstante, una parte de la población utiliza la radio para informarse sobre acontecimientos locales, entre ellos las actividades que realiza la ONG para preservar el medio ambiente. Por otro lado, Jaya (2015) contradice en su investigación lo manifestado anteriormente, porque menciona que la utilización y variedad de medios de comunicación va a permitir a la organización un manejo óptimo para divulgar información de diferente índole. Esto permitirá propagar información con veracidad y actual sobre la preservación del medio ambiente en el control de residuos sólidos, contribuyendo con la comunidad.

CONCLUSIONES

La presente investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- Se concluye que las estrategias de comunicación son relevantes para conseguir los objetivos planteados por la ONG “Haciendo nudos con amor”, como el uso de la red social Facebook, el plan de acción, no obstante, su implementación no obtuvo el alcance esperado en la comunidad.
- Se determinó que el tiempo es fundamental para la ONG, porque establece objetivos precisos y evita imprevistos. Esto se logra con métodos preestablecidos con una línea de acción permanente en las estrategias de comunicación —de lo contrario ocasionará resultados desfavorables—.
- Se estableció que las alianzas estratégicas de “Haciendo nudos con amor” permitieron vínculos con otras organizaciones, con la finalidad facilitar la ejecución de los planes de acción en conjunto para resolver la problemática sobre residuos sólidos en la comunidad.
- Se concluyó que los medios de difusión son utilizados como estrategias de comunicación de la ONG, siendo Facebook su principal herramienta para comunicar las acciones y objetivos que se ejecutan para una adecuada gestión del manejo sobre residuos sólidos en la comunidad. También, se determinó la utilización de la radio debido a que una parte de la población se informa mediante este medio.

RECOMENDACIONES

La siguiente investigación sugiere las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere que las estrategias de comunicación de la ONG “Haciendo nudos con amor”, agregue otros medios de difusión diferentes a la red social Facebook, asimismo, adecue su plan de acción para lograr una implementación favorable a sus objetivos.
- Se recomienda a la ONG establecer tiempos adecuados y específicos para cada objetivo que se proponga alcanzar. Esto se consigue utilizando estrategias de comunicación con una metodología coherente y constante.
- Se exhorta a la ONG ampliar sus alianzas estratégicas con organizaciones que no pertenezcan a la localidad —es decir con instituciones nacionales e internacionales que tengan similares objetivos en relación a la preservación al medio ambiente—.
- Se propone a la ONG utilizar medios de difusión virtual con la finalidad de no utilizar medios tradicionales como diarios, revistas, periódicos, entre otros, con el objetivo de evitar la contaminación y reducir la acumulación de residuos sólidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cobarrubia, J. y Velásquez, C. (2016). *Comunicación estratégica en la gestión de programas de inclusión laboral de personas con discapacidad de la Municipalidad Provincial de Arequipa y su impacto social e imagen en la población de Arequipa metropolitana*, 2016. [Tesis de bachiller, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].

Condori, P. (2018). *El Impacto de las Estrategias de Comunicación en redes sociales y su aplicación en la marca Arequipa*, 2018. [Tesis de bachiller, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/10079/CCc-osope.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guerrero, F. (2018). *Análisis de la estrategia comunicativa: Campaña “Papeao y Apapachao” en comerciantes, de un Mercado – Callao*, 2017. [Tesis de Licenciado, Universidad César Vallejo de Lima]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34140/GUERRERO_HF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Daphne, L. (2019). *Responsabilidad social empresarial y comunicación: estudio de caso de una empresa industrial en tres comunidades de Cañete*. [Tesis de Licenciado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651546/Le%C3%B3n_MD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tandazo, M. (2018). *Análisis desde la comunicación estratégica a emprendimientos nuevos del sector de tecnologías de información y comunicación*. [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6188/1/T2617-MCE-Tandazo-Analisis.pdf>

Mayo, M. (2017). *La especialización periodística como herramienta estratégica en la comunicación de catástrofes*. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42138/1/T38637.pdf>

- Mira, J. (2018). *La Comunicación Corporativa como recurso en la Dirección Estratégica en la empresa*. [Tesis de doctorado, Universidad Católica de Murcia]. <http://repositorio.ucam.edu/handle/10952/3737>
- Jaya, D. (2015). Comunicación Ambiental y manejo de residuos sólidos: Diseño de un plan de comunicación para promover comportamientos adecuados en relación con el manejo de los residuos sólidos en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pedro Vicente Maldonado. [Tesis de Licenciado, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5857/1/T-UCE-0009-482.pdf>
- Garrido, F. (2017). *Comunicación Estratégica. Un puente significativo para la creación de valor empresarial*. Barcelona, España. https://www.researchgate.net/publication/31735796_Comunicacion_estrategica_a_FJ_Garrido_M
- Escobar, R. (2010) Las ONG como organizaciones sociales y agentes de transformación de la realidad: desarrollo histórico, evolución y clasificación. *Revista Diálogo de Saberes* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3295702>
- Eraso Vacca, J. C. (2019). Revisión bibliográfica del concepto de etnografía corporativa asociado al ámbito de negocios en Colombia. https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/3078/Eraso_Vacca_Juan_Camilo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Wolf, M. (1987). La investigación de comunicación de masas. (1.ª ed.) España: Paidòs Ibèrica. <https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>
- International Strategy for Disaster Reductions (2020) *Documento de Apoyo del Medio Ambiente*. *Revista Eird* <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/5-Med-Ambiente.pdf>
- Vargas, J. (2018). Comunicación estratégica y la inteligencia de negocios en la empresa GPDC SAC, San Juan de Lurigancho – 2017. [Tesis de Maestría, Universidad César

Vallejo].https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15082/Vargas_AJC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jarquín, C y Gámez, E. (2019). Análisis de la Comunicación Estratégica en la formación académica de los estudiantes de V año de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo, y su incidencia en el campo laboral, Durante el I semestre del año 2019. [Tesis de Licenciado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua].
<https://repositorio.unan.edu.ni/14132/1/14132.pdf>

Cambria, A. La importancia de la Comunicación Estratégica. [Documento Opinión, Instituto Español de Estudios Estratégicos].
http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEEO422016_Comunicacion_Estrategica_AntonioCambria.pdf

Garrido, F y Putnam, L. Comunicación Organizacional. Red Mundial de Comunicación Organizacional. México.
https://www.researchgate.net/publication/327472102_Comunicacion_Organizacional_20_2_Edicion

García, C. (2017). Comunicación de la Identidad Cooperativa centrada en la Responsabilidad Social. Más allá de la publicidad comercial.
<http://dx.doi.org/10.5209/esmp.70420>

Apolo, D. Báez, V. Pauker, L. Pasquel, G. (2017). “Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica”. Revista Latina de Comunicación.
<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1177/27es.html>

Castellano, A. Arteaga, V. Leal, Y. (2016). “¿Entonces... ¡La Participación es el primer eslabón! ¿verdad?” Un saber y un hacer desde el barrio los Claveles.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5859950.pdf>

- Consuelo, C. Sarmentero, LL, Gómez, O. Falcón, O. (2018). Procedimiento para el estudio del Comportamiento Organizacional. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181559362018000100010&lng=es&tlng=es.
- Carrillo, M. Hamit, A. Benjumea, D. Segura, M. (2017). Conceptualización de la interacción comunicativa y su caracterización. <https://www.redalyc.org/pdf/910/91054722010.pdf>
- Sánchez, N. (2019). Sensación y percepción: una revisión conceptual <https://doi.org/10.16925/gcnc.11>.
- Tello, P. Campani, D. Rosalba, D. (2018). Gestión integral de residuos sólidos urbanos. <https://aidisnet.org/wp-content/uploads/2019/08/GESTION-INTEGRAL-DE-RESIDUOS-SOLIDOS-URBANOS-LIBRO-AIDIS.pdf>
- Cabrera, L. (2016). La investigación-acción: una propuesta para la formación y titulación en las carreras de Educación Inicial y Primaria de una institución de educación superior privada de Lima. <http://www.scielo.org.pe/pdf/educ/v26n51/a07v26n51.pdf>
- Rubio, J. (2017). Análisis de los hallazgos encontrados en la ejecución de la auditoría financiera a la corporación autónoma de Chivorcorpochivor por parte de la Contraloría General de la República para la vigencia 2016. https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2777/1/TGT_1392.pdf
- Ministerio del Ambiente (2016). La conservación de bosques en el Perú. <http://www.minam.gob.pe/informessectoriales/wpcontent/uploads/sites/12/2016/02/11-La-conservaci%C3%B3n-de-bosques-en-el-Per%C3%BA.pdf>
- Urbina, M. Zúñiga, L. (2016). Metodología para el ordenamiento de los residuos sólidos domiciliarios. <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181345819002.pdf>
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. Metodología de la Investigación. <https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Campos, G. Emma, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad.<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3979972.pdf>

Paixão, P. Robles, M. Giménez, F. (2018). Diseño y validación de un cuestionario para estudiar la formación de entrenadores de fútbol base.<https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/download/63262/41402/>

Merino, S. Livia, J. (2009). Intervalos de confianza asimétricos para el índice la validez de contenido: Un programa Visual Basic para la V de Aiken.
<https://www.redalyc.org/pdf/167/16711594019.pdf>

Moncayo, M. (2017). La etnografía virtual como método de investigación en el diagnóstico de la comunicación corporativa.<https://marketing.udla.edu.ec/ojs/index.php/estrategas/article/view/104>

ANEXOS

FICHA TÉCNICA Nº 1	
Nombre	Entrevista a especialistas en Comunicación Estratégica
Autor	Escalante Rodríguez Vladimir Stalin
País	Perú
Año	2021
Administración	Individual
Duración	Por persona 30 min aprox.

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE UNA ONG PARA LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE EN UNA COMUNIDAD, CAJAMARCA 2021					
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	Unidad temática	Categoría	Subcategoría	Método
Problema general	Objetivo general	Estrategias de comunicación	Objetivos	General Específicos Estratégicos	Tipo de investigación
¿Cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021?	Conocer cuáles son las estrategias de comunicación que utiliza una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021		Difusión	Medios Redes sociales Portales web	Aplicada
Problemas específicos	Objetivos específicos		Alianzas	Organismo no Gubernamental (ONG)	Enfoque
¿Cuáles son los objetivos de las estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021?	Conocer los objetivos de las estrategias de comunicación de una ONG que contribuyen en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021	Medio Ambiente	Participación	Comportamientos Interacción Percepción	Cualitativo
¿De qué manera las alianzas de las estrategias de comunicación de una ONG contribuyen en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021?	Conocer las alianzas estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021		Reducción	Hallazgos Acciones Conservación	Diseño de investigación
¿Qué medios de difusión como estrategias de comunicación utiliza una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021?	Conocer los medios de difusión en las estrategias de comunicación de una ONG que contribuye en la preservación del medio ambiente en una comunidad en Cajamarca 2021		Residuos Sólidos	Residuos urbanos Residuos industriales Residuos	Método Etnográfico



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr. Enrique Antonio Oliveros Margall

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Facultad de Derecho y Humanidades de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV, sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título del proyecto de investigación es: **“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”** 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 tema de Ciencias de la Comunicación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones o variables y categorías.
- Matriz de operacionalización de las variables o Matriz de Categorización.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación 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.

Firma
Escalante Rodríguez, Vladimir Stalin
DNI: 70221997



Definición conceptual de las variables y dimensiones o variables y categorías

I. Definición conceptual estrategias de comunicación

Cambria (2016). Hace referencia a la comunicación como “uno de los elementos más profundos como los sentimientos y pensamientos, con la intención de persuadir, con independencia de que pueda ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3).

II. Categoría

Categoría 1: Objetivos

Según Ramírez (2017) “Un objetivo es un referente transversal, dado que se impone al principio para luego ser examinado mientras se ejecuta y luego es el punto que se dispone al culminar para presenciar si se realizó lo constituido” (p.3)

Categoría 2: Difusión

Según Rincón (2010) “En el desarrollo de la difusión de información hay que cuestionarse: ¿Para quién? ¿A quién informar? ¿Qué informar? En el proceso de difusión es importante que participen instituciones entornos internos y externos mediante conversaciones, asesorías entre otros”. (parr.2-3, p.215)

Categoría 3: Alianzas

Según Tomaylla y Zumaeta (2018) “Una alianza es una relación entre dos personas omás empresas jurídicas que optan por realizar una cooperación para realizar un fin. Un objetivo es conseguir nuevos mercados o socios. La finalidad es fortalecer su presencia” (p.26)



III. Definición conceptual medio ambiente

Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo (1972, citado en Marino 2009), refiere a medio ambiente como “el conjunto de componentes físicos químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas” (p.1)

Categoría 1: Participación

Según Castellano et al. (2016) afirman que: “señalan que este debe ser un derecho constitucional. Para ello, es importante que deba ser conocido y ejercido para alcanzar el bienestar común y el reforzamiento de la democracia, de tal manera se pueda lograr la defensa y la garantía de los intereses comunales”.

Categoría 2: Reducción

Según Tello et al. (2018) la definen como “la reducción es el minimizar la generación de los residuos sólidos ya sea en cuantía como la potencialidad de ocasionar contaminación al medio ambiente, entre otras, usando modelos adecuados de procesos, insumos prácticos de consumo”.

Categoría 3: Residuos Sólidos

Según El Ministerio de Salud (2018) “señala que son productos o sustancias en estado semisólido o sólido, de las cuales su matriz debe determinar según lo estipulado en las normas, para ser conducidas a través de los procesos constituidos”.



Matriz de categorización

Variable o unidad temática	Definición conceptual	Definición operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Estrategias de Comunicación	Cambria (2016). Hace referencia a la comunicación como “uno de los elementos más profundos como los sentimientos y pensamientos, con la intención de persuadir, con independencia de que pueda ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3).	Las estrategias de la comunicación es un elemento relevante que permite persuadir con la finalidad de establecer un vínculo entre el emisor y receptor	Objetivos	-General -Específicos -Estratégicos	Técnica de entrevista estructurada	Guía de entrevista
			Difusión	-Medios -Redes sociales -Portales web	Técnica de observación no participante	Guía de observación
			Alianzas	- Organismo no Gubernamental (ONG)		



Matriz de categorización

Variable o unidad temática	Definición conceptual	Definición operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Medio Ambiente	Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo (1972, citado en Marino 2009), refiere a medio ambiente como “el conjunto de componentes físicos químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas” (p.1)	El medio ambiente es el entorno que rodea a los seres vivos y que limita sus condiciones vitales, ya sean en los ámbitos físicos, económicas, culturales, entre otras.	Participación	-Comportamientos -Interacción -Percepción	Técnica de entrevista estructurada	Guía de entrevista
			Reducción	-Hallazgos -Acciones -Conservación		
			Residuos Sólidos	-Residuos urbanos -Residuos industriales -Residuos	Técnica de observación	Guía de observación

Certificado de validez de contenido del instrumento

N°	CATEGORÍA: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	CATEGORIAS 1: Objetivos													
	¿Qué estrategias de comunicación utilizó la ONG para conseguir su objetivo general ?			X				X				X		
	¿Qué objetivos específicos intenta conseguir la ONG con sus estrategias de comunicación?			X				X				X		
	¿Es el tiempo un objetivo estratégico que utiliza la ONG para alcanzar sus metas?			X				X				X		
	CATEGORÍA 2: DIFUSIÓN													
	¿Qué estrategias de comunicación utilizan los medios tradicionales para divulgar información de interés público?			X				X				X		
	¿De qué forma la ONG utiliza las redes sociales como estrategia de comunicación para interactuar con su grupo de interés?			X				X				X		
	¿Por qué los portales web no son utilizados como estrategias de comunicación por la ONG “Haciendo nudos con amor”?			X				X				X		
	CATEGORÍA 3: ALIANZAS													
	¿De qué manera un Organismo no Gubernamental busca resolver problemáticas que mejoren la calidad de vida de sus miembros a través de las estrategias de comunicación?			X				X				X		



N	UNIDAD DE ESTUDIO MEDIO AMBIENTE														
	CATEGORÍA 1: PARTICIPACIÓN														
	¿De qué manera los comportamientos determinan el desempeño y actitud de los individuos dentro de una ONG?			X				X					X		
	¿Es una estrategia de comunicación el análisis de la interacción que utiliza la ONG “Haciendo nudos con amor” con la comunidad?			X				X					X		
	¿Cuál es la percepción que tiene la comunidad sobre la ONG en relación a su trabajo de concientización sobre la preservación del medio ambiente?			X				X					X		
	CATEGORÍA 2: REDUCCIÓN														
	¿Qué hallazgos ha identificado la ONG sobre la problemática de la comunidad en relación al medio ambiente?			X				X					X		
	¿Qué acciones está implementando la ONG “Haciendo nudos con amor” para prevenir y fomentar un cambio en los hábitos ambientales de la comunidad?			X				X					X		
	¿La comunidad se involucra en la conservación para reducir el impacto ambiental ocasionado por la contaminación?			X				X					X		



CATEGORÍA RESIDUOS SÓLIDOS															
¿De qué manera los residuos urbanos producidos en actividades domésticas atentan con el medio ambiente?			X					X					X		
¿De qué manera los residuos industriales generados atentan al medio ambiente?			X					X					X		
¿Qué utilidad tienen los residuos para la ONG “Haciendo nudos con amor”?			X					X					X		

MD: Muy Deficiente

D : Deficiente

A : Aplicable

MA: Muy Aplicable

Mgtr. Enrique Oliveros Margall.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mtra. Katherine Janet Orbegoso Castillo

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Facultad de Derecho y Humanidades de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV, sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título del proyecto de investigación es: **“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”** 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 tema de Ciencias de la Comunicación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones o variables y categorías.
- Matriz de operacionalización de las variables o Matriz de Categorización.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación 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.



Firma
Escalante Rodríguez, Vladimir Stalin
DNI: 70221997

Definición conceptual de las variables y dimensiones o variables y categorías

I. Definición conceptual estrategias de comunicación

Cambria (2016). Hace referencia a la comunicación como “uno de los elementos más profundos como los sentimientos y pensamientos, con la intención de persuadir, con independencia de que pueda ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3).

II. Categoría

Categoría 1: Objetivos

Según Ramírez (2017) “Un objetivo es un referente transversal, dado que se impone al principio para luego ser examinado mientras se ejecuta y luego es el punto que se dispone al culminar para presenciar si se realizó lo constituido” (p.3)

Categoría 2: Difusión

Según Rincón (2010) “En el desarrollo de la difusión de información hay que cuestionarse: ¿Para quién? ¿A quién informar? ¿Qué informar? En el proceso de difusión es importante que participen instituciones entornos internos y externos mediante conversaciones, asesorías entre otros”. (parr.2-3, p.215)

Categoría 3: Alianzas

Según Tomaylla y Zumaeta (2018) “Una alianza es una relación entre dos personas omás empresas jurídicas que optan por realizar una cooperación para realizar un fin. Un objetivo es conseguir nuevos mercados o socios. La finalidad es fortalecer su presencia” (p.26)



III. Definición conceptual medio ambiente

Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo (1972, citado en Marino 2009), refiere a medio ambiente como “el conjunto de componentes físicos químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas” (p.1)

Categoría 1: Participación

Según Castellano et al. (2016) afirman que: “señalan que este debe ser un derecho constitucional. Para ello, es importante que deba ser conocido y ejercido para alcanzar el bienestar común y el reforzamiento de la democracia, de tal manera se pueda lograr la defensa y la garantía de los intereses comunales”.

Categoría 2: Reducción

Según Tello et al. (2018) la definen como “la reducción es el minimizar la generación de los residuos sólidos ya sea en cuantía como la potencialidad de ocasionar contaminación al medio ambiente, entre otras, usando modelos adecuados de procesos, insumos prácticos de consumo”.

Categoría 3: Residuos Sólidos

Según El Ministerio de Salud (2018) “señala que son productos o sustancias en estado semisólido o sólido, de las cuales su matriz debe determinar según lo estipulado en las normas, para ser conducidas a través de los procesos constituidos”.



Matriz de categorización

Variable o unidad temática	Definición conceptual	Definición operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Estrategias de Comunicación	Cambria (2016). Hace referencia a la comunicación como “uno de los elementos más profundos como los sentimientos y pensamientos, con la intención de persuadir, con independencia de que pueda ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3).	Las estrategias de la comunicación es un elemento relevante que permite persuadir con la finalidad de establecer un vínculo entre el emisor y receptor	Objetivos	-General -Específicos -Estratégicos	Técnica de entrevista estructurada	Guía de entrevista
			Difusión	-Medios -Redes sociales -Portales web	Técnica de observación no participante	Guía de observación
			Alianzas	- Organismo no Gubernamental (ONG)		



Matriz de categorización

Variable o unidad temática	Definición conceptual	Definición operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Medio Ambiente	Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo (1972, citado en Marino 2009), refiere a medio ambiente como “el conjunto de componentes físicos químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas” (p.1)	El medio ambiente es el entorno que rodea a los seres vivos y que limita sus condiciones vitales, ya sean en los ámbitos físicos, económicas, culturales, entre otras.	Participación	-Comportamientos -Interacción -Percepción	Técnica de entrevista estructurada	Guía de entrevista
			Reducción	-Hallazgos -Acciones -Conservación		
			Residuos Sólidos	-Residuos urbanos -Residuos industriales -Residuos	Técnica de observación	Guía de observación

Certificado de validez de contenido del instrumento

N°	CATEGORÍA: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	CATEGORIAS 1: Objetivos													
	¿Qué estrategias de comunicación utilizó la ONG para conseguir su objetivo general ?			X				X				X		
	¿Qué objetivos específicos intenta conseguir la ONG con sus estrategias de comunicación?			X				X				X		
	¿Es el tiempo un objetivo estratégico que utiliza la ONG para alcanzar sus metas?			X				X				X		
	CATEGORÍA 2: DIFUSIÓN													
	¿Qué estrategias de comunicación utilizan los medios tradicionales para divulgar información de interés público?			X				X				X		
	¿De qué forma la ONG utiliza las redes sociales como estrategia de comunicación para interactuar con su grupo de interés?			X				X				X		
	¿Por qué los portales web no son utilizados como estrategias de comunicación por la ONG “Haciendo nudos con amor”?			X				X				X		
	CATEGORÍA 3: ALIANZAS													
	¿De qué manera un Organismo no Gubernamental busca resolver problemáticas que mejoren la calidad de vida de sus miembros a través de las estrategias de comunicación?			X				X				X		



N	UNIDAD DE ESTUDIO MEDIO AMBIENTE														
	CATEGORÍA 1: PARTICIPACIÓN														
	¿De qué manera los comportamientos determinan el desempeño y actitud de los individuos dentro de una ONG?			X				X						X	
	¿Es una estrategia de comunicación el análisis de la interacción que utiliza la ONG “Haciendo nudos con amor” con la comunidad?			X				X						X	
	¿Cuál es la percepción que tiene la comunidad sobre la ONG en relación a su trabajo de concientización sobre la preservación del medio ambiente?			X				X						X	
	CATEGORÍA 2: REDUCCIÓN														
	¿Qué hallazgos ha identificado la ONG sobre la problemática de la comunidad en relación al medio ambiente?			X				X						X	
	¿Qué acciones está implementando la ONG “Haciendo nudos con amor” para prevenir y fomentar un cambio en los hábitos ambientales de la comunidad?			X				X						X	
	¿La comunidad se involucra en la conservación para reducir el impacto ambiental ocasionado por la contaminación?			X				X						X	



	CATEGORÍA RESIDUOS SÓLIDOS														
	¿De qué manera los residuos urbanos producidos en actividades domésticas atentan con el medio ambiente?		X				X					X			
	¿De qué manera los residuos industriales generados atentan al medio ambiente?		X				X					X			
	¿Qué utilidad tienen los residuos para la ONG “Haciendo nudos con amor”?		X				X					X			

MD: Muy Deficiente

D : Deficiente

A : Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Orbegoso Castillo Katherine Janet

DNI: 40479590

Especialidad del validador: Comunicador Audiovisual

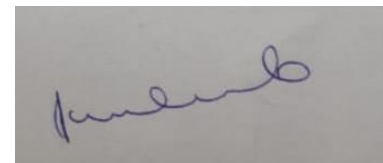
Fecha: 14/10/2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Especialidad

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dra. Espina Romero, Lorena del Carmen

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Facultad de Derecho y Humanidades de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UCV, sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título del proyecto de investigación es: **“Análisis de las estrategias de comunicación de una ONG para la preservación del medio ambiente en una comunidad, Cajamarca 2021”** 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 tema de Ciencias de la Comunicación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones o variables y categorías.
- Matriz de operacionalización de las variables o Matriz de Categorización.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación 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.



Firma
Escalante Rodríguez, Vladimir Stalin

DNI: 70221997



Definición conceptual de las variables y dimensiones o variables y categorías

I. Definición conceptual estrategias de comunicación

Cambria (2016). Hace referencia a la comunicación como “uno de los elementos más profundos como los sentimientos y pensamientos, con la intención de persuadir, con independencia de que pueda ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3).

II. Categoría

Categoría 1: Objetivos

Según Ramírez (2017) “Un objetivo es un referente transversal, dado que se impone al principio para luego ser examinado mientras se ejecuta y luego es el punto que se dispone al culminar para presenciar si se realizó lo constituido” (p.3)

Categoría 2: Difusión

Según Rincón (2010) “En el desarrollo de la difusión de información hay que cuestionarse: ¿Para quién? ¿A quién informar? ¿Qué informar? En el proceso de difusión es importante que participen instituciones entornos internos y externos mediante conversaciones, asesorías entre otros”. (parr.2-3, p.215)

Categoría 3: Alianzas

Según Tomaylla y Zumaeta (2018) “Una alianza es una relación entre dos personas o más empresas jurídicas que optan por realizar una cooperación para realizar un fin. Un objetivo es conseguir nuevos mercados o socios. La finalidad es fortalecer su presencia” (p.26)



III. Definición conceptual medio ambiente

Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo (1972, citado en Marino 2009), refiere a medio ambiente como “el conjunto de componentes físicos químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas” (p.1)

Categoría 1: Participación

Según Castellano et al. (2016) afirman que: “señalan que este debe ser un derecho constitucional. Para ello, es importante que deba ser conocido y ejercido para alcanzar el bienestar común y el reforzamiento de la democracia, de tal manera se pueda lograr la defensa y la garantía de los intereses comunales”.

Categoría 2: Reducción

Según Tello et al. (2018) la definen como “la reducción es el minimizar la generación de los residuos sólidos ya sea en cuantía como la potencialidad de ocasionar contaminación al medio ambiente, entre otras, usando modelos adecuados de procesos, insumos prácticos de consumo”.

Categoría 3: Residuos Sólidos

Según El Ministerio de Salud (2018) “señala que son productos o sustancias en estado semisólido o sólido, de las cuales su matriz debe determinar según lo estipulado en las normas, para ser conducidas a través de los procesos constituidos”.



Matriz de categorización

Variable o unidad temática	Definición conceptual	Definición operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Estrategias de Comunicación	Cambria (2016). Hace referencia a la comunicación como “uno de los elementos más profundos como los sentimientos y pensamientos, con la intención de persuadir, con independencia de que pueda ser orientada a un fin bueno o malo”. (p.3).	Las estrategias de la comunicación es un elemento relevante que permite persuadir con la finalidad de establecer un vínculo entre el emisor y receptor	Objetivos	-General -Específicos -Estratégicos	Técnica de entrevista estructurada	Guía de entrevista
			Difusión	-Medios -Redes sociales -Portales web	Técnica de observación no participante	Guía de observación
			Alianzas	- Organismo no Gubernamental (ONG)		



Matriz de categorización

Variable o unidad temática	Definición conceptual	Definición operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
Medio Ambiente	Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo (1972, citado en Marino 2009), refiere a medio ambiente como “el conjunto de componentes físicos químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas” (p.1)	El medio ambiente es el entorno que rodea a los seres vivos y que limita sus condiciones vitales, ya sean en los ámbitos físicos, económicas, culturales, entre otras.	Participación	-Comportamientos -Interacción -Percepción	Técnica de entrevista estructurada	Guía de entrevista
			Reducción	-Hallazgos -Acciones -Conservación		
			Residuos Sólidos	-Residuos urbanos -Residuos industriales -Residuos	Técnica de observación	Guía de observación

Certificado de validez de contenido del instrumento

Nº	CATEGORÍA: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
	CATEGORIAS 1: Objetivos	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	¿Qué estrategias de comunicación utilizó la ONG para conseguir su objetivo general ?				X				X				X	
	¿Qué objetivos específicos intenta conseguir la ONG con sus estrategias de comunicación?				X				X				X	
	¿Es el tiempo un objetivo estratégico que utiliza la ONG para alcanzar sus metas?				X				X				X	
	CATEGORÍA 2: DIFUSIÓN													
	¿Qué estrategias de comunicación utilizan los medios tradicionales para divulgar información de interés público?				X				X				X	
	¿De qué forma la ONG utiliza las redes sociales como estrategia de comunicación para interactuar con su grupo de interés?				X				X				X	
	¿Por qué los portales web no son utilizados como estrategias de comunicación por la ONG “Haciendo nudos con amor”?				X				X				X	
	CATEGORÍA 3: ALIANZAS													
	¿De qué manera un Organismo no Gubernamental busca resolver problemáticas que mejoren la calidad de vida de sus miembros a través de las estrategias de comunicación?				X				X				X	



N	UNIDAD DE ESTUDIO MEDIO AMBIENTE														
	CATEGORÍA 1: PARTICIPACIÓN														
	¿De qué manera los comportamientos determinan el desempeño y actitud de los individuos dentro de una ONG?			X				X					X		
	¿Es una estrategia de comunicación el análisis de la interacción que utiliza la ONG “Haciendo nudos con amor” con la comunidad?			X				X					X		
	¿Cuál es la percepción que tiene la comunidad sobre la ONG en relación a su trabajo de concientización sobre la preservación del medio ambiente?			X				X					X		
	CATEGORÍA 2: REDUCCIÓN														
	¿Qué hallazgos ha identificado la ONG sobre la problemática de la comunidad en relación al medio ambiente?			X				X					X		
	¿Qué acciones está implementando la ONG “Haciendo nudos con amor” para prevenir y fomentar un cambio en los hábitos ambientales de la comunidad?			X				X					X		
	¿La comunidad se involucra en la conservación para reducir el impacto ambiental ocasionado por la contaminación?			X				X					X		



CATEGORÍA RESIDUOS SÓLIDOS															
¿De qué manera los residuos urbanos producidos en actividades domésticas atentan con el medio ambiente?				X					X					X	
¿De qué manera los residuos industriales generados atentan al medio ambiente?				X					X					X	
¿Qué utilidad tienen los residuos para la ONG “Haciendo nudos con amor”?				X					X					X	

MD: Muy
DeficienteD :
Deficiente
A : Aplicable
MA: Muy Aplicable

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Espina Romero, Lorena del Carmen

DNI: 002977341

Especialidad del validador: Comunicador Audiovisual

Fecha: 13/10/2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.
Especialidad