



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO

**MAESTRÍA DE MARKETING SOCIAL Y COMUNICACIÓN PARA EL
DESARROLLO**

TESIS

**INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA
PREVENCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES ENTRE LA EMPRESA
S.M.R.L. MINERA SAYAPULLO Y LA POBLACIÓN DEL DISTRITO DE
SAYAPULLO, GRAN CHIMÚ – LA LIBERTAD, 2023**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
MARKETING SOCIAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

AUTOR

Br. LUCÍA ZULMA DIAZ ORTIZ

ASESOR:

Dra. MARÍA DEL PILAR BENAVENTE GARCÍA

ORCID: 0000-0002-1977-7667

CUSCO – PERÚ

2026



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

La que suscribe, el **Asesor María del Pilar Benavente García** quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesis titulada: **Influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú -La Libertad, 2023**. Presentado por: **Lucia Zulma Diaz Ortiz** con DNI N°: **70354676**. Para optar el título Profesional/Grado Académico de **Maestro en Marketing Social y Comunicación para el Desarrollo**.

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del *Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de **5 %**.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud

Cusco, 27 de mayo de 2026

Firma

Post firma: María del Pilar Benavente García

DNI: 23896703

ORCID: 0000-0002 – 1977 - 7667

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio: **trn:oid:::27259:595085453**

Lucía Zulma Díaz Ortiz

INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PREVENCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES ENTRE LA EMPRES...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:595085453

Fecha de entrega

27 may 2026, 4:49 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

27 may 2026, 6:56 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PREVENCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALESpdf

Tamaño del archivo

5.7 MB

261 páginas

58.000 palabras

347.615 caracteres

5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones


- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 4%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
18 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dr. LEONCIO SOLIS QUISPE, Director de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada "INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PREVENCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES ENTRE LA EMPRESA S.M.R.L. MINERA SAYAPULLO Y LA POBLACIÓN DEL DISTRITO DE SAYAPULLO, GRAN CHIMÚ – LA LIBERTAD, 2023" de la Br. LUCIA ZULMA DIAZ ORTIZ. Hacemos de su conocimiento que la sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día DIECIOCHO DE MAYO DEL 2026.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN MARKETING SOCIAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.

Cusco, 20 de mayo 2026

DR. GABINO ALBERTO GARCIA CAMPANA
Primer Replicante

MGT. JUAN GALIANO ROMAN
Segundo Replicante

DR. COSME WILBERT MEDINA SALAS
Primer Dictaminante

DRA. JUSTINA MAYORGA CONTRERAS
Segundo Dictaminante

DEDICATORIA

A mi familia, por su apoyo constante y por ser el fundamento de mi formación personal y profesional.

A la memoria de mi padre, Porfirio Díaz, cuyo ejemplo de fortaleza, esfuerzo y respeto por la naturaleza continúa guiando mi vida. A mi madre, Presentación Ortiz, por su amor incondicional, su entereza y su permanente respaldo.

A mis hermanos, Percy y Areli, por su compañía, confianza y ejemplo. A Yoel, por su apoyo firme y su presencia constante a lo largo de este proceso.

Con gratitud, dedico este trabajo a quienes han sido parte esencial de mi camino.

Br. Lucía Zulma Díaz Ortiz

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, a través de la Escuela de Posgrado, por la formación académica brindada en el programa de Maestría en Marketing Social y Comunicación para el Desarrollo.

A la Dra. María Pilar Benavente, asesora de esta investigación, por su orientación, exigencia académica y valiosos aportes durante el proceso de elaboración de la tesis. A los docentes de la maestría, por sus enseñanzas y aportes al fortalecimiento teórico y metodológico del presente estudio.

A la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, por las facilidades brindadas para el desarrollo del trabajo de campo. A mi familia, por su comprensión y apoyo constante a lo largo de este proceso.

Finalmente, agradezco a Dios por su fortaleza y sabiduría, y a la Pachamama por recordarnos la importancia de vivir en armonía con nuestro entorno.

Br. Lucía Zulma Díaz Ortiz

PRESENTACIÓN

SEÑOR DR. LEONCIO SOLIS QUISPE

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO Y SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, pongo a vuestra consideración la presente tesis titulada: **“INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PREVENCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES ENTRE LA EMPRESA S.M.R.L. MINERA SAYAPULLO Y LA POBLACIÓN DEL DISTRITO DE SAYAPULLO, GRAN CHIMÚ – LA LIBERTAD, 2023”**, elaborada como requisito para optar al grado académico de Maestro en Marketing Social y Comunicación para el Desarrollo.

La investigación aborda la relación entre la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales en el contexto de la actividad minera, a partir del estudio de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo. En ese marco, se busca contribuir al análisis académico de los procesos comunicacionales en contextos sociales complejos, así como aportar evidencia útil para el fortalecimiento del relacionamiento entre empresa y comunidad.

Por lo expuesto, dejo a vuestro criterio la evaluación del presente trabajo, esperando que reúna los méritos académicos y metodológicos exigidos para su aprobación.

Br. Lucía Zulma Díaz Ortiz

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
PRESENTACIÓN	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ÍNDICE DE CUADROS	viii
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	xii
CAPÍTULO I	1
1. <i>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</i>	1
1.1. Situación problemática	1
1.2. Formulación del problema.....	7
1.3. Justificación de la investigación.....	8
1.4. Objetivos de la investigación.....	14
CAPÍTULO II.....	15
2. <i>MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL</i>	15
2.1. Bases Teóricas	15
2.2. Marco conceptual	51
2.3. Antecedentes empíricos de la investigación.....	56
CAPÍTULO III	82
3. <i>HIPÓTESIS Y VARIABLES</i>	82
3.1. Hipótesis	82
3.2. Hipótesis general	82
3.3. Hipótesis específicas.....	82
3.4. Identificación de variables e indicadores.....	82
CAPÍTULO IV	86

4.	<i>METODOLOGÍA</i>	86
4.1.	Ámbito de estudio: localización política y geográfica	86
4.2.	Tipo de investigación	92
4.3.	Enfoque de la investigación.....	92
4.4.	Alcance de la investigación	93
4.5.	Diseño de la investigación.....	94
4.6.	Unidad de análisis.....	94
4.7.	Población de estudio.....	95
4.8.	Tamaño de la muestra.....	97
4.9.	Técnicas de selección de muestra.....	98
4.10.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	99
4.11.	Confiabilidad del instrumento	101
4.12.	Procedimientos de recolección de información.....	102
4.13.	Métodos de análisis de datos	102
4.14.	Aspectos éticos	104
CAPÍTULO V		105
5.	<i>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</i>	105
5.1.	Presentación de resultados e interpretación – Ámbito Interno	105
5.2.	Presentación de resultados e interpretación – Ámbito Externo.....	125
5.3.	Presentación de resultados e interpretación de entrevistas.....	145
5.4.	Contrastación de hipótesis	153
5.5.	Contrastación mediante Chi-cuadrado de independencia.....	154
5.6.	Análisis complementario mediante Rho de Spearman	160
6.1.	Discusión	168
6.2.	Contrastación de resultados con antecedentes y bases teóricas.....	171
6.3.	Propuesta de Plan de comunicación estratégica preventiva y participativa ...	174
CONCLUSIONES.....		216
RECOMENDACIONES		218
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		219
ANEXOS		226

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de localización del distrito de Sayapullo	86
Figura 2. Secuencia documental vinculada a la actividad minera en Sayapullo	87
Figura 3. Distribución porcentual de la claridad de los mensajes en el ámbito interno	105
Figura 4. Distribución porcentual de la comprensión del contenido comunicado.....	106
Figura 5. Distribución porcentual de la regularidad en la comunicación.....	107
Figura 6. Distribución porcentual de actualización constante en el ámbito interno	108
Figura 7. Distribución porcentual de accesibilidad de los canales en el ámbito interno.....	109
Figura 8. Distribución porcentual de la efectividad de los canales utilizados	110
Figura 9. Distribución porcentual de relevancia del contenido en el ámbito interno.....	111
Figura 10. Distribución porcentual de pertinencia social en el ámbito interno	112
Figura 11. Distribución porcentual de la opinión sobre la empresa en el ámbito interno	113
Figura 12. Distribución porcentual de la intensidad de tensiones en el ámbito interno.....	114
Figura 13. Distribución porcentual de la disminución de conflictos en el ámbito interno.....	115
Figura 14. Distribución porcentual de la prevención de nuevos conflictos.....	116
Figura 15. Distribución porcentual de la opinión sobre la empresa en el ámbito interno	117
Figura 16. Distribución porcentual de la confianza generada en el ámbito interno.....	118
Figura 17. Distribución porcentual de intensidad de tensiones en el ámbito interno	119
Figura 18. Distribución porcentual manejo oportuno de conflictos en el ámbito interno	120
Figura 19. Distribución porcentual de la toma de decisiones en el ámbito interno	121
Figura 20. Distribución porcentual de la creación de espacios de participación	122
Figura 21. Distribución porcentual de la percepción de responsabilidad ambiental.....	123
Figura 22. Distribución porcentual de la valoración de beneficios económicos	124
Figura 23. Distribución porcentual de la claridad de los mensajes.....	125
Figura 24. Distribución porcentual de la comprensión de contenido.....	126

Figura 25. Distribución porcentual de la regularidad en la comunicación.....	127
Figura 26. Distribución porcentual de la actualización constante	128
Figura 27. Distribución porcentual de la accesibilidad de los canales.....	129
Figura 28. Distribución porcentual de la efectividad de los canales utilizados.....	130
Figura 29. Distribución porcentual de la relevancia de contenido.....	131
Figura 30. Distribución porcentual de la pertinencia social	132
Figura 31. Distribución porcentual de las estrategias de comunicación	133
Figura 32. Distribución porcentual de la intensidad de tensiones	134
Figura 33. Distribución porcentual de la disminución de conflictos	135
Figura 34. Distribución porcentual de la Prevención de nuevos conflictos	136
Figura 35. Distribución porcentual de la opinión de la empresa	137
Figura 36. Distribución porcentual de la confianza generada	138
Figura 37. Distribución porcentual de intensidad tensiones sociales.....	139
Figura 38. Distribución porcentual del manejo oportuno.....	140
Figura 39. Distribución porcentual de la inclusión en la toma de decisiones.....	141
Figura 40. Distribución porcentual de la creación de espacios de participación	142
Figura 41. Distribución porcentual de la percepción de responsabilidad ambiental.....	143
Figura 42. Distribución porcentual de la valoración de beneficios económicos	144

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1. Operacionalización de variables	84
Tabla 2. Caracterización documental de la S.M.R.L. Minera Sayapullo.....	90
Tabla 3. Actores vinculados entre la empresa minera y la población local	91
Tabla 4. Cuadro de población de Sayapullo	95
Tabla 5. Confiabilidad del instrumento aplicado al ámbito interno.....	101
Tabla 6. Confiabilidad del instrumento aplicado al ámbito externo	102
Tabla 7. Indicador: claridad de los mensajes en el ámbito interno	105
Tabla 8. Indicador: comprensión del contenido comunicado en el ámbito interno	106
Tabla 9. Indicador: regularidad en la comunicación en el ámbito interno.....	107
Tabla 10. Indicador: actualización constante en el ámbito interno	108
Tabla 11. Indicador: accesibilidad de los canales en el ámbito interno	109
Tabla 12. Indicador: efectividad de los canales utilizados en el ámbito interno.....	110
Tabla 13. Indicador: relevancia del contenido en el ámbito interno	111
Tabla 14. Indicador: pertinencia social en el ámbito interno	112
Tabla 15. Indicador: opinión sobre la empresa en el ámbito interno	113
Tabla 16. Indicador: intensidad de tensiones en el ámbito interno	114
Tabla 17. Indicador: disminución de conflictos en el ámbito interno.....	115
Tabla 18. Indicador: prevención de nuevos conflictos en el ámbito interno	116
Tabla 19. Indicador: opinión sobre la empresa en el ámbito interno	117
Tabla 20. Indicador: confianza generada en el ámbito interno	118
Tabla 21. Indicador: intensidad de tensiones en el ámbito interno	119
Tabla 22. Indicador: manejo oportuno en el ámbito interno	120
Tabla 23. Indicador: inclusión en la toma de decisiones en el ámbito interno	121
Tabla 24. Indicador: creación de espacios de participación en el ámbito interno.....	122

Tabla 25. Indicador: percepción de responsabilidad ambiental	123
Tabla 26. Indicador: valoración de beneficios económicos en el ámbito interno	124
Tabla 27. Indicador: claridad de los mensajes	125
Tabla 28. Indicador: comprensión de contenido	126
Tabla 29. Indicador: la regularidad en la comunicación	127
Tabla 30. Indicador: actualización constante	128
Tabla 31. Indicador: accesibilidad de los canales	129
Tabla 32. Indicador: efectividad de los canales utilizados	130
Tabla 33. Indicador: relevancia de contenido	131
Tabla 34. Indicador: pertinencia social	132
Tabla 35. Indicador: opinión sobre la empresa	133
Tabla 36. Indicador: intensidad de tensiones	134
Tabla 37. Indicador: disminución de conflictos	135
Tabla 38. Indicador: prevención de nuevos conflictos	136
Tabla 39. Indicador: opinión de la empresa	137
Tabla 40. Indicador: confianza generada	138
Tabla 41. Indicador: intensidad de tensiones sociales	139
Tabla 42. Indicador: manejo oportuno	140
Tabla 43. Indicador: inclusión en la toma de decisiones	141
Tabla 44. Indicador: creación de espacios de participación	142
Tabla 45. Indicador: percepción de responsabilidad ambiental	143
Tabla 46. Indicador: valoración de beneficios económicos	144
Tabla 47. Sistematización e interpretación analítica de las entrevistas	146
Tabla 48. Resultados de la prueba de hipótesis general	155
Tabla 49. Resultados de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – HE 1	156

Tabla 50. Resultado de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – HE 2.....	158
Tabla 51. Resultado de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – HE 3.....	159
Tabla 52. Correlación: comunicación estratégica y prevención de conflictos sociales	162
Tabla 53. Correlación: calidad del mensaje y gestión preventiva de tensiones sociales ...	163
Tabla 54. Correlación: gestión comunicacional y confianza y legitimidad social.....	165
Tabla 55. Correlación: canales y retroalimentación y participación comunitaria.....	166
Tabla 56. Mapa de actores sociales y públicos estratégicos	183
Tabla 57. Matriz de consistencia.....	227
Tabla 58. Cuestionario	229

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito explicar la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023. El estudio se desarrolló en un contexto territorial marcado por la actividad minera, la presencia de actores locales, las expectativas de empleo, las preocupaciones ambientales y la necesidad de información clara para sostener una relación más ordenada entre la empresa y la población. Metodológicamente, fue una investigación aplicada, con enfoque mixto y predominio cuantitativo, de alcance explicativo, diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 173 participantes, distribuidos en 75 personas del ámbito interno y 98 del ámbito externo, seleccionados mediante muestreo probabilístico estratificado. Para la recolección de información se aplicó un cuestionario estructurado y entrevistas semiestructuradas; los datos fueron analizados mediante estadística descriptiva, prueba Chi-cuadrado de independencia y Rho de Spearman como análisis complementario. Los resultados evidenciaron una relación significativa y positiva entre la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales, así como entre la calidad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales de información y la retroalimentación con la confianza, la legitimidad social, la participación comunitaria y la atención temprana de tensiones. Se concluye que una comunicación clara, constante y orientada al diálogo favorece mejores condiciones para prevenir conflictos sociales en la relación empresa–población, por lo que se propuso un Plan de Comunicación Estratégica orientado a fortalecer el relacionamiento, la escucha y el seguimiento de compromisos.

Palabras clave: Comunicación estratégica, Prevención de conflictos sociales, Minería, Diálogo

ABSTRACT

his research aimed to explain the influence of strategic communication on the prevention of social conflicts between S.M.R.L. Minera Sayapullo and the population of Sayapullo district, Gran Chimú, La Libertad, during 2023. The study was conducted in a territorial context shaped by mining activity, local actors, employment expectations, environmental concerns, and the need for clear information to support a more orderly relationship between the company and the community. Methodologically, it was an applied study with a mixed approach and quantitative predominance, explanatory scope, non-experimental design, and cross-sectional nature. The sample consisted of 173 participants, distributed into 75 individuals from the internal sphere and 98 from the external sphere, selected through stratified probabilistic sampling. Data were collected through a structured questionnaire and semi-structured interviews, and analyzed using descriptive statistics, the Chi-square test of independence, and Spearman's Rho as a complementary analysis. The results showed a significant and positive relationship between strategic communication and the prevention of social conflicts, as well as between message quality, communication management, information channels, and feedback with trust, social legitimacy, community participation, and the early attention to tensions. It is concluded that clear, constant, and dialogue-oriented communication favors better conditions for preventing social conflicts in the company–community relationship. Therefore, a Strategic Communication Plan was proposed to strengthen engagement, listening processes, and the monitoring of commitments.

Keywords: strategic communication, social conflict prevention, Mining, Dialogue

INTRODUCCIÓN

La actividad minera en territorios con historia extractiva no solo moviliza economía, empleo y comercio local, también genera expectativas, preocupaciones y formas particulares de relación entre empresa, población y actores institucionales. En el distrito de Sayapullo, provincia de Gran Chimú, región La Libertad, esta relación adquiere especial importancia porque la minería forma parte de la memoria territorial, convive con actividades económicas complementarias y se desarrolla en un espacio donde existen organizaciones locales, autoridades, población vinculada directa o indirectamente a la actividad minera y preocupaciones asociadas al ambiente, al empleo y al cumplimiento de compromisos.

En este contexto, la comunicación estratégica cumple un papel relevante porque permite ordenar la relación entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, no como una acción limitada a emitir mensajes, sino como un proceso que requiere claridad, escucha, frecuencia, canales adecuados, retroalimentación y coherencia entre lo que se informa y lo que se realiza. Cuando la información es insuficiente, tardía o poco comprensible, pueden aparecer rumores, desconfianza, percepciones de exclusión o tensiones que, si no se atienden oportunamente, pueden escalar hacia conflictos sociales.

La investigación titulada “Influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023” busca explicar cómo la comunicación estratégica influye en la prevención de conflictos sociales en el vínculo entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito. Para ello, se analiza la calidad del mensaje, la

gestión comunicacional, los canales utilizados y la retroalimentación, vinculándolos con aspectos como confianza, legitimidad social, participación comunitaria y manejo oportuno de tensiones.

Metodológicamente, la investigación es de tipo aplicada, con enfoque mixto y predominio cuantitativo, alcance explicativo, diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 173 participantes, distribuidos en 75 personas del ámbito interno y 98 del ámbito externo, seleccionadas mediante muestreo probabilístico estratificado. Se aplicaron cuestionarios y entrevistas semiestructuradas, lo que permitió analizar estadísticamente la relación entre las variables y complementar los resultados con la percepción de actores vinculados a la empresa y al entorno social del distrito.

La tesis se organiza en cinco capítulos. El primero desarrolla el planteamiento del problema, la formulación de las preguntas de investigación, la justificación y los objetivos. El segundo presenta el marco teórico conceptual y los antecedentes empíricos relacionados con comunicación estratégica, prevención de conflictos sociales, minería, legitimidad social y relación empresa–población. El tercero expone las hipótesis, variables y operacionalización. El cuarto describe la metodología y caracteriza el ámbito de estudio, considerando el territorio de Sayapullo y la S.M.R.L. Minera Sayapullo como actor central de la investigación. El quinto presenta los resultados, la contrastación de hipótesis, la discusión y la propuesta de un Plan de Comunicación Estratégica orientado a fortalecer el relacionamiento y prevenir conflictos sociales.

Finalmente, la investigación busca aportar una lectura comunicacional de la prevención de conflictos en contextos mineros, mostrando que la gestión de la relación empresa–población no depende únicamente de la existencia de actividades o programas, sino de la capacidad de comunicar con claridad, escuchar a los actores locales, dar seguimiento a los compromisos y sostener confianza en el tiempo. Por ello, el caso de Sayapullo permite comprender la comunicación estratégica como una herramienta preventiva, especialmente necesaria en territorios donde la minería genera oportunidades, pero también demandas, preocupaciones y expectativas sociales.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

1.1.1. Diagnóstico

La actividad minera en el Perú tiene un peso importante en la economía nacional, porque moviliza inversión, empleo, producción y recursos públicos, aunque su presencia en los territorios no puede leerse solo desde ese aporte económico. Cuando una empresa minera opera cerca de una población, también modifica expectativas de trabajo, comercio local, formas de organización, relación con el agua y la tierra, y percepciones sobre los cambios que llegan al distrito. En territorios con historia extractiva, donde conviven minería formal e informal, organizaciones locales y preocupaciones ambientales, la relación entre empresa, población y Estado se vuelve especialmente sensible, porque cualquier información incompleta, tardía o poco clara puede abrir espacio a dudas, rumores o desconfianza.

Los conflictos vinculados a la minería en el Perú han sido estudiados como procesos sociales y territoriales, no como simples desacuerdos ambientales. De Echave et al. (2009) explican que las tensiones mineras se relacionan con la forma en que se decide sobre el territorio, se distribuyen beneficios y costos, y se atienden las demandas de las poblaciones locales. Bebbington et al. (2008) sostienen que la expansión minera transforma los territorios rurales y cambia las relaciones entre población, recursos y empresa, mientras que Arellano-Yanguas (2011) advierte que la minería puede aumentar tensiones cuando los ingresos que genera no van acompañados de una gestión pública suficiente ni de una relación clara con la población. Estas lecturas ayudan a entender que la prevención de conflictos no depende solo

de permisos o normas, aunque estos sean indispensables, sino también de confianza, comunicación y capacidad de respuesta frente a las preocupaciones del territorio.

La preocupación por la conflictividad socioambiental también aparece en el plano institucional. La Defensoría del Pueblo realiza seguimiento permanente de los conflictos sociales mediante reportes mensuales, donde los casos socioambientales mantienen una presencia importante dentro de la conflictividad nacional. A ello se suma la Guía de prevención y gestión de conflictos socioambientales aprobada por el Ministerio del Ambiente mediante Resolución Ministerial N.º 265-2023-MINAM, documento que refuerza la necesidad de actuar antes de que las tensiones crezcan, escuchar a los actores involucrados y atender preocupaciones en una etapa temprana. Este enfoque preventivo resulta pertinente para territorios mineros donde el empleo, el ambiente, los compromisos sociales y la participación de la población pueden convertirse en temas sensibles si no son comunicados con claridad.

Sayapullo, distrito de la provincia de Gran Chimú, región La Libertad, no recibe la minería como una actividad nueva. Rodríguez Córdor (2020) describe una trayectoria minera marcada por explotación de oro, plata, cobre y zinc, minería industrial desde aproximadamente 1800 en la margen izquierda del río Sayapullo, relación con la antigua Hacienda La Mora, paralización de actividades, migración, reactivación de bocaminas, auge de la explotación de pira en los años 2013 y 2014, y presencia de minería informal. Estos antecedentes muestran que la población del distrito no interpreta la minería solo desde lo ocurrido en 2023, sino desde una memoria local donde se mezclan empleo, paralización, ingreso económico, informalidad y preocupación ambiental.

En ese territorio se ubica la S.M.R.L. Minera Sayapullo, cuya presencia no se limita a la actividad extractiva, porque también se vincula con trabajadores, proveedores, autoridades locales, rondas campesinas, instituciones educativas, organizaciones sociales, mineros informales y sectores relacionados directa o indirectamente con la actividad minera. La empresa no se comunica con una población uniforme, sino con actores que tienen intereses distintos: algunos esperan oportunidades laborales, otros buscan vender bienes o servicios, otros observan los posibles efectos ambientales, otros representan organizaciones locales y otros participan desde espacios de autoridad o control territorial. Esa diversidad exige una comunicación más cuidadosa, porque un mismo mensaje puede ser entendido de manera diferente según quién lo reciba, desde qué experiencia lo interprete y qué expectativa tenga frente a la empresa.

La convivencia entre minería formal e informal vuelve más delicada la relación empresa–población. La presencia de personas o grupos vinculados a la minería informal puede generar dudas sobre responsabilidades, uso de espacios, impactos ambientales, oportunidades económicas y control del territorio. En Sayapullo, la minería formal puede representar empleo, compras locales, programas sociales y ordenamiento de la actividad, pero al mismo tiempo convive con familias que dependen de la economía minera informal, negocios que esperan mayor movimiento comercial, autoridades que buscan coordinación, rondas campesinas que cumplen un rol territorial y sectores que pueden expresar preocupación por el agua, el suelo, los residuos o el cumplimiento de compromisos. En un escenario así, el silencio o la información incompleta no se quedan vacíos: suelen llenarse con interpretaciones, comentarios y versiones que afectan la confianza.

La comunicación estratégica aparece como una herramienta necesaria para ordenar esa relación. Hallahan et al. (2007) la entienden como el uso deliberado de la comunicación por parte de una organización para cumplir su misión, lo que permite asumir que comunicar no significa únicamente difundir actividades, sino decidir qué información se comparte, a quién se dirige, mediante qué canal, con qué nivel de claridad y cómo se recoge la respuesta de la población. En contextos mineros, esta idea se vincula con la licencia social, pues Prno y Slocombe (2012) explican que la aceptación de una operación no depende solo de autorizaciones formales, sino de procesos de relación con el entorno, mientras que Moffat y Zhang (2014) resaltan que la confianza cumple un papel central para sostener la aceptación social de la minería.

El diagnóstico de esta investigación parte, entonces, de una relación empresa–población situada en un territorio minero con historia, expectativas económicas, actores organizados y preocupaciones sociales y ambientales. La calidad de los mensajes, la frecuencia de la comunicación, los canales utilizados y la retroalimentación pueden fortalecer o debilitar la confianza entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo. Cuando la información llega tarde, no se comprende, circula solo entre algunos actores o no tiene respuesta posterior, se crean condiciones para rumores, interpretaciones negativas y distancia entre la empresa y la población.

1.1.2. Pronóstico

Si la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito continúa sin una comunicación estratégica clara, constante y abierta al diálogo, las dudas sobre empleo local, compras, ambiente, beneficios, responsabilidades y compromisos pueden convertirse

en reclamos, tensiones acumuladas o conflictos sociales abiertos. En un distrito donde la minería forma parte de la economía local y de la memoria de la población, la falta de información oportuna puede hacer que las acciones de la empresa sean interpretadas desde experiencias pasadas, rumores o expectativas no aclaradas, lo que aumentaría la desconfianza y haría más difícil construir acuerdos.

El riesgo no se concentra únicamente en la relación directa entre empresa y población. También involucra a actores con capacidad de influencia en el territorio, como autoridades locales, rondas campesinas, asociaciones, instituciones educativas, proveedores, mineros informales y sectores de impacto directo. Si estos actores no reciben información comprensible, si desconocen los límites de los compromisos asumidos o si no cuentan con espacios para expresar preocupaciones, pueden circular versiones contradictorias sobre la actividad minera, sus beneficios o sus posibles impactos, y esas versiones pueden instalarse con facilidad en un territorio donde la confianza se sostiene más por la cercanía, la palabra cumplida y el trato directo que por documentos técnicos difíciles de comprender.

Una comunicación débil puede afectar la legitimidad social de la empresa, no necesariamente por falta de permisos formales, sino por la percepción de que la empresa no informa lo suficiente, no escucha a tiempo o no responde con claridad. El problema no está en que existan diferencias, porque toda relación entre empresa y población puede tener demandas o desacuerdos, sino en que esas tensiones no sean reconocidas ni atendidas antes de crecer. Cuando eso ocurre, la comunicación deja de ser preventiva y aparece solo como reacción frente al reclamo.

1.1.3. Control del pronóstico

Frente a este escenario, el control del pronóstico requiere fortalecer la comunicación estratégica como herramienta de prevención, capaz de informar con claridad, escuchar de manera permanente, diferenciar responsabilidades entre minería formal, minería informal, Estado y población, coordinar con actores legítimos y dar seguimiento a los acuerdos asumidos. Prevenir conflictos no significa negar preocupaciones, sino reconocerlas a tiempo, explicar lo que corresponde, responder con oportunidad y sostener una relación donde la población pueda identificar canales claros para preguntar, reclamar o participar.

En la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito, la comunicación estratégica debe ayudar a que los mensajes sean comprensibles, que los canales sean accesibles para los distintos actores, que la información no se concentre solo en algunos grupos y que la retroalimentación no quede como una formalidad. Esto supone pasar de una comunicación ocasional o reactiva a una comunicación planificada, territorial y preventiva, donde la empresa no solo informe lo que hace, también escuche, registre compromisos, explique avances, aclare límites y corrija rumores antes de que dañen la confianza.

La presente investigación busca explicar la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, durante el año 2023, considerando que la calidad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales de información y la retroalimentación pueden incidir en la confianza, la legitimidad social, la participación comunitaria y el manejo oportuno de tensiones. La comunicación, bajo esta lectura, no funciona como un elemento accesorio, sino como una condición de gestión

preventiva en la relación entre la empresa y los actores locales marcada por historia minera, expectativas económicas, actores organizados y preocupaciones territoriales.

1.2. Formulación del problema

La situación problemática conduce a una pregunta central: hasta qué punto la comunicación estratégica puede ayudar a prevenir conflictos sociales en la relación entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo. La inquietud no se reduce a saber si la empresa informa o no informa, sino a comprender si la forma en que construye sus mensajes, organiza su comunicación, usa sus canales y recoge respuestas de la población influye en la prevención de tensiones, en la confianza social y en la participación comunitaria. Esta formulación guarda relación con el enfoque metodológico del estudio, porque la investigación no se limita a describir percepciones, sino que busca explicar la influencia entre variables medidas mediante cuestionario y contrastadas a través del análisis estadístico correspondiente.

1.2.1. Problema general

PG: ¿En qué medida la comunicación estratégica influye en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

PE1. ¿Cómo incide la calidad del mensaje en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?

PE2. ¿Cómo influye la gestión comunicacional en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?

PE3. ¿De qué manera la gestión de canales y retroalimentación influye en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?

1.3. Justificación de la investigación

La investigación se justifica porque aborda una relación decisiva en los territorios mineros: la forma en que una empresa extractiva se comunica con la población que convive con sus actividades, expectativas, preocupaciones y demandas. En Sayapullo, la minería no aparece como un hecho aislado ni reciente, sino como parte de una historia local que ha influido en el empleo, el comercio, la movilidad de las familias, la organización social y la manera en que la población interpreta la presencia de nuevos proyectos o la continuidad de actividades extractivas. Esta característica vuelve necesaria estudiar la comunicación estratégica no como una acción secundaria, sino como una herramienta que puede ordenar la información, sostener el diálogo y anticipar tensiones antes de que se conviertan en conflictos sociales.

La relevancia del estudio se refuerza porque la S.M.R.L. Minera Sayapullo desarrolla sus actividades en un distrito donde conviven minería formal e informal, actores locales organizados, expectativas de trabajo, preocupación por el ambiente y una economía que se mueve alrededor de la actividad minera y de los servicios que esta genera. En un contexto con esas características, no basta con que la empresa informe lo que hace, también importa

cómo lo comunica, a quién llega el mensaje, si la población lo comprende, si existen canales para preguntar o reclamar, y si los compromisos asumidos tienen seguimiento. La tesis se ubica precisamente en ese punto, al buscar explicar si la comunicación estratégica influye en la prevención de conflictos sociales entre la empresa y la población del distrito.

1.3.1. Justificación teórica

La investigación aporta al estudio de la comunicación estratégica en contextos mineros locales, especialmente en pequeñas empresas donde la relación con la población no se sostiene únicamente mediante documentos, permisos o acciones informativas, sino a través de confianza, claridad, escucha y cumplimiento de compromisos. En Sayapullo, la comunicación no puede mirarse como una tarea aislada, porque los mensajes de la empresa llegan a una población que tiene memoria minera, expectativas de empleo, preocupaciones ambientales y formas propias de organización, de modo que cada información emitida puede fortalecer la relación con el entorno o, si no es clara y oportuna, aumentar dudas y distancia entre las partes.

Hallahan et al. (2007) sostienen que la comunicación estratégica implica el uso intencional de la comunicación para cumplir los fines de una organización, idea que permite entender que comunicar no significa solo emitir mensajes, sino decidir qué se informa, a quién se dirige, cómo se transmite y qué respuesta se recoge de los públicos involucrados. Esta lectura se complementa con Massoni (2019), quien plantea una comunicación estratégica abierta al reconocimiento de actores, miradas y formas distintas de comprender una realidad, aporte que resulta útil para esta tesis porque la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito no se construye con un solo público ni con una sola

expectativa, sino con trabajadores, autoridades, rondas campesinas, asociaciones, proveedores, familias, mineros informales y sectores vinculados de distinta manera con la actividad minera.

El valor teórico del estudio está en vincular la comunicación estratégica con la prevención de conflictos sociales, no como dos temas separados, sino como partes de una misma relación territorial donde la claridad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales y la retroalimentación pueden influir en la confianza, la legitimidad social y la participación comunitaria. En territorios mineros, las tensiones no aparecen solo por falta de información, también crecen cuando la población percibe distancia, respuestas tardías o contradicción entre lo que una empresa comunica y lo que realiza, de ahí que los aportes de Prno y Slocombe (2012), sobre licencia social, y de Moffat y Zhang (2014), sobre confianza en minería, ayuden a sostener que la aceptación social de una operación depende también de la calidad de la relación construida con el entorno.

1.3.2. Justificación metodológica

La investigación tiene valor metodológico porque organiza el estudio de la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales mediante variables, dimensiones e indicadores, lo que permite pasar de una preocupación general sobre la relación entre la empresa y la población a una lectura más ordenada de sus componentes. Esta estructura ayuda a examinar la calidad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales de información y la retroalimentación, junto con la gestión preventiva de tensiones sociales, la confianza, la legitimidad social y la participación comunitaria, evitando que el análisis quede reducido a opiniones generales sobre si la empresa comunica bien o mal.

El enfoque mixto con predominio cuantitativo resulta pertinente para este estudio porque la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito necesita observarse desde datos medibles y también desde las percepciones de los actores involucrados. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que los métodos mixtos permiten integrar información cuantitativa y cualitativa para comprender mejor un problema de investigación, criterio que se ajusta al caso de Sayapullo porque las encuestas permiten identificar tendencias en los ámbitos interno y externo, mientras que las entrevistas semiestructuradas ayudan a interpretar cómo los participantes entienden los mensajes de la empresa, qué temas les generan confianza o duda, y qué aspectos consideran importantes para prevenir tensiones.

La decisión de trabajar con un ámbito interno y un ámbito externo también fortalece la metodología, porque la comunicación estratégica no se evalúa solo desde quienes forman parte de la empresa ni solo desde quienes la observan desde el territorio, sino desde ambos lados de la relación. Esta separación permite comparar percepciones entre trabajadores, autoridades, representantes sociales y actores locales, lo que ofrece una lectura más completa del problema, ya que un mensaje puede ser claro para el personal interno, pero no necesariamente para la población, o un canal puede funcionar dentro de la empresa, pero resultar poco accesible para los sectores externos vinculados a la actividad minera.

La aplicación del cuestionario con escala de tipo Likert permite medir percepciones de manera ordenada y comparable, mientras que las entrevistas aportan una lectura más cercana de las experiencias y preocupaciones de los actores locales. Creswell y Creswell (2018) explican que la investigación cuantitativa ayuda a examinar relaciones entre variables

mediante procedimientos estructurados, y que la información cualitativa permite comprender significados y experiencias asociadas al problema estudiado, lo que en esta tesis resulta necesario porque la prevención de conflictos sociales no puede entenderse solo con porcentajes ni únicamente con testimonios, sino mediante una lectura que relacione tendencias, percepciones y contexto territorial.

1.3.3. Justificación práctica

La utilidad práctica de esta investigación se encuentra en que sus resultados pueden ayudar a la S.M.R.L. Minera Sayapullo a reconocer qué aspectos de su comunicación requieren mayor claridad, continuidad y cercanía con la población del distrito, especialmente en un territorio donde la actividad minera genera expectativas de empleo, movimiento comercial, pedidos de apoyo social, preocupación ambiental y necesidad de respuestas oportunas frente a los compromisos asumidos. En Sayapullo, comunicar no puede reducirse a entregar información cuando aparece una duda o un reclamo, porque la relación con la población necesita sostenerse antes de que surjan tensiones, mediante mensajes comprensibles, canales accesibles y espacios donde los actores locales puedan expresar sus preocupaciones.

El estudio permite identificar cómo se perciben la calidad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales de información y la retroalimentación, aspectos que tienen efecto directo en la forma como la población interpreta las acciones de la empresa y en la confianza que puede construir hacia ella. Esta información resulta útil para tomar decisiones más precisas, como mejorar la explicación de las actividades mineras, ordenar la comunicación sobre compromisos sociales, fortalecer reuniones o espacios de diálogo, atender con mayor

rapidez los rumores y diferenciar con claridad las responsabilidades que corresponden a la empresa, al Estado, a la municipalidad o a otros actores presentes en el territorio.

A partir de los hallazgos, la tesis propone un Plan de Comunicación Estratégica ajustado a las condiciones del distrito, lo que permite pasar del diagnóstico a una propuesta concreta para mejorar el relacionamiento con la población. La importancia práctica de este plan está en que no plantea una comunicación general ni dependiente solo de medios digitales, sino acciones más cercanas a la realidad local, como mensajes claros, vocerías definidas, registro de compromisos, seguimiento de preocupaciones, uso de canales accesibles y coordinación con actores sociales, de modo que la comunicación pueda cumplir una función preventiva y no solo reactiva frente a posibles conflictos sociales.

1.3.4. Justificación social

La justificación social de esta investigación se sostiene en su aporte a la convivencia entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito, porque una relación marcada por información incompleta, respuestas tardías o poca participación puede generar desconfianza y aumentar la distancia entre las partes. Cuando la comunicación es clara, sostenida y abierta a la escucha, la población cuenta con mejores condiciones para conocer las acciones de la empresa, plantear preocupaciones, solicitar información y participar en espacios de diálogo relacionados con su entorno, lo que favorece una relación más transparente y menos expuesta a rumores o interpretaciones negativas.

Sayapullo no puede entenderse como una población uniforme, ya que en el distrito participan trabajadores, autoridades locales, rondas campesinas, instituciones educativas, asociaciones, proveedores, mineros informales, familias y sectores vinculados de distintas

formas con la actividad minera. Cada actor observa la presencia de la empresa desde su propia experiencia, algunos desde la expectativa laboral, otros desde el comercio, la preocupación ambiental, la representación comunal o la búsqueda de beneficios para su sector, de modo que la comunicación estratégica necesita reconocer esas diferencias y evitar mensajes generales que no respondan a las preocupaciones reales de la población.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

OG. Determinar la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

OE1. Determinar la incidencia de la calidad del mensaje en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

OE2. Establecer la influencia de la gestión comunicacional en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

OE3. Determinar la influencia de la gestión de canales y retroalimentación en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases Teóricas

Las bases teóricas de la investigación se organizan a partir de las dos variables principales del estudio: comunicación estratégica y prevención de conflictos sociales. En primer lugar, se desarrolla la comunicación como proceso social, luego se explica la comunicación organizacional y la comunicación estratégica, y posteriormente se aborda el conflicto social, la conflictividad minera y la prevención de tensiones, debido a que estos temas permiten comprender cómo se construye la relación entre el ámbito empresarial y el entorno social en contextos vinculados a la actividad minera.

2.1.1. La comunicación como proceso social

2.1.1.1. Fundamentos conceptuales de la comunicación

La comunicación ha sido entendida de distintas maneras a lo largo del tiempo. Las primeras aproximaciones se centraron en el envío del mensaje, mientras que los enfoques posteriores incorporaron la respuesta, la interpretación y la relación entre quienes participan en el intercambio. En esa línea, Lasswell (1948) propuso analizar la comunicación a partir de cinco preguntas: quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efecto, planteamiento que permitió ordenar los elementos básicos del proceso comunicativo, aunque todavía otorgaba mayor peso al mensaje emitido que a la respuesta de quienes lo reciben.

Con el tiempo, esta lectura inicial resultó insuficiente, porque comunicar no consiste solo en transmitir información, sino en generar comprensión entre quienes participan en el intercambio. Pasquali (1972) sostuvo que la comunicación implica una relación de ida y vuelta entre las personas, lo que supone respuesta, intercambio y reconocimiento del otro;

esta idea resulta clave para una empresa minera, ya que no basta con emitir comunicados o informar actividades, también es necesario escuchar las dudas de la población y responder con claridad.

Desde otra perspectiva, Habermas (1987) planteó que la comunicación puede orientarse al entendimiento, porque mediante el lenguaje las personas expresan razones, coordinan acciones y buscan acuerdos. En contextos donde existen tensiones entre empresa y comunidad, esta idea desplaza la comunicación de una función meramente persuasiva hacia una práctica capaz de abrir diálogo y sostener acuerdos posibles.

Martín-Barbero (1987) amplía esta discusión al señalar que los mensajes no se reciben de manera aislada, sino desde la cultura, las experiencias y las formas de vida de la población. En Sayapullo, esta precisión es necesaria, porque los mensajes de la empresa son interpretados desde experiencias previas con la minería, preocupaciones sobre el territorio y niveles de confianza acumulados con la organización.

En estudios recientes, Martínez Roa et al. (2023) relacionan la comunicación con la participación, la escucha y el reconocimiento de las necesidades de las personas, lo que actualiza la mirada clásica de la comunicación y la acerca a escenarios donde existen demandas sociales. En una zona minera, comunicar no significa únicamente hacer llegar información, sino crear condiciones para que la población exprese sus preocupaciones, comprenda las acciones de la empresa y se sienta tomada en cuenta.

Desde estos enfoques, la comunicación se asume en esta investigación como una relación de intercambio, escucha y comprensión entre la empresa y la población de su

entorno. No se trata solo de difundir información, sino de sostener una práctica capaz de consolidar una relación más clara y respetuosa, reducir malentendidos y atender tensiones sociales antes de que estas escalen hacia conflictos abiertos.

2.1.1.2. Evolución de los modelos de comunicación

La evolución de los modelos de comunicación muestra el tránsito de una visión centrada en el envío del mensaje hacia enfoques más atentos a la respuesta, la interpretación y la relación entre las personas. En una primera etapa se ubican Shannon y Weaver (1949), quienes explicaron la comunicación desde una mirada técnica, donde el mensaje circula por un canal y puede verse afectado por el ruido, entendido como cualquier interferencia que dificulta la llegada de la información.

El modelo de Shannon y Weaver fue valioso para identificar elementos básicos como emisor, mensaje, canal, receptor y ruido, pero dejaba en segundo plano la manera en que las personas interpretan, responden y se relacionan a partir de lo comunicado. Por eso, aunque ayuda a explicar cómo circula la información, no basta para analizar contextos sociales como el minero, donde el problema no está solo en enviar un mensaje, sino en lograr que la población lo comprenda, lo valore y pueda responder frente a él.

Schramm (1954) amplió esta explicación al incorporar la retroalimentación y mostrar que la comunicación no termina con la emisión del mensaje, sino que necesita respuesta, intercambio y cierta experiencia compartida entre quienes participan en ella. En la relación entre una empresa minera y la población, esta idea cobra sentido porque no basta con

informar actividades o decisiones; también es necesario conocer cómo se recibe esa información, qué dudas genera y qué respuestas espera la comunidad.

Esta lectura se complementa con Saladrigas Medina (2025), quien plantea que el estudio de las teorías de la comunicación resulta útil cuando permite comprender la comunicación en situaciones concretas y no solo como una lista de modelos o conceptos. Su aporte ayuda a mirar los modelos clásicos desde una lectura más actual, cercana a la realidad en la que se comunican las personas, especialmente cuando existen intereses, preocupaciones y expectativas distintas frente a un mismo hecho.

Así, los modelos lineales ofrecen una base inicial para identificar los elementos del proceso comunicativo, mientras que los enfoques posteriores incorporan la respuesta, la interpretación y la participación. Esta evolución es clave para analizar la comunicación estratégica en S.M.R.L. Minera Sayapullo, porque prevenir conflictos exige algo más que difundir información: requiere construir un vínculo comunicativo claro, constante y abierto al diálogo, capaz de reducir malentendidos, fortalecer la confianza y atender tensiones antes de que se conviertan en conflictos abiertos.

2.1.2. Comunicación organizacional

2.1.2.1. Concepto de comunicación organizacional

Para comprender la comunicación estratégica dentro de una empresa minera, primero es necesario abordar la comunicación organizacional, porque toda relación con la población también depende de cómo la empresa organiza su información, coordina sus acciones internas y responde frente a su entorno. La comunicación organizacional se entiende como la forma en que una empresa informa, escucha, coordina y mantiene relación con las personas

vinculadas a su actividad, tanto dentro como fuera de ella, por lo que no consiste únicamente en emitir mensajes, sino que forma parte del trabajo diario de la organización.

Desde los estudios iniciales sobre este campo, Redding (1972) permitió reconocer que la comunicación ocupa un lugar importante en la vida de las organizaciones, porque mediante ella se comparten decisiones, se orientan tareas y se sostienen relaciones internas, mientras que Miller (2012) amplió este enfoque al explicar que, dentro de una organización, las personas no solo reciben información, también interpretan lo que ocurre, comprenden decisiones y participan en la construcción de acuerdos. Estos aportes ayudan a comprender que una empresa no funciona únicamente por normas o estructuras formales, sino también por la manera en que comunica, escucha y coordina con quienes forman parte de ella.

Esta lectura se relaciona con Arévalo Martínez (2022), quien sostiene que la comunicación organizacional aporta valor cuando fortalece la relación con los públicos y ayuda a construir confianza, idea especialmente útil para esta investigación, porque una empresa minera no comunica solo mediante documentos, reuniones o comunicados, también lo hace mediante la forma en que informa, escucha, responde y atiende las preocupaciones de la población. En el caso de empresa Minera Sayapullo, esta comprensión permite analizar la comunicación organizacional como una base necesaria para fortalecer el vínculo con sus trabajadores y con la población de su entorno.

En estudios recientes, Vásquez (2025) señala que la comunicación organizacional interna contribuye al cumplimiento de objetivos, al compromiso de los trabajadores y a la mejora del clima laboral, lo que permite sostener que una comunicación clara y constante no

solo ordena el trabajo dentro de la empresa, sino que también influye en la manera en que esta se proyecta hacia afuera. Por ello, en esta tesis la comunicación organizacional se asume como una forma de relación que permite a la empresa informar, coordinar, escuchar y responder de manera sostenida, aspecto necesario para comprender cómo se puede prevenir tensiones sociales desde una gestión comunicativa más cercana y coherente.

2.1.2.2. Comunicación interna y comunicación externa

Dentro de la comunicación organizacional se distinguen dos ámbitos que deben trabajar de manera articulada: la comunicación interna y la comunicación externa. La primera se dirige a los trabajadores y permite compartir información, coordinar tareas, orientar decisiones y reducir dudas dentro de la empresa, mientras que la segunda se orienta hacia la población, autoridades, medios de comunicación, organizaciones sociales y otros grupos vinculados al entorno, de modo que ambas no deben verse como procesos separados, porque lo que la empresa comunica hacia afuera también depende de cómo organiza primero su información internamente.

Esta relación entre lo interno y lo externo resulta importante para este trabajo de investigación, porque una empresa minera necesita que sus trabajadores conozcan con claridad los mensajes, decisiones y compromisos que luego serán comunicados a la población. Del Ángel Cortés et al. (2024) señalan que la comunicación interna comprende el envío, recepción y seguimiento de información dentro de las organizaciones, además del uso de canales que permiten orientar el trabajo diario, aporte que ayuda a comprender que la

comunicación interna no solo ordena tareas, sino que también prepara a la empresa para responder con mayor coherencia frente a sus públicos externos.

La comunicación externa, por su parte, permite que la empresa explique sus acciones, atienda dudas y mantenga un vínculo más claro con quienes no forman parte de su estructura interna. Soca Machado (2023) sostiene que la comunicación en las organizaciones debe considerar tanto a los públicos internos como externos, porque una empresa se relaciona con su entorno a través de lo que dice, de cómo responde y de la coherencia que muestra entre sus mensajes y sus acciones. Esta idea resulta útil para el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo, donde la confianza de la población no depende solo de los comunicados emitidos, sino también de la preparación interna de la empresa para brindar información comprensible, recoger preocupaciones y atenderlas oportunamente

En actividades mineras, esta articulación cobra mayor importancia porque cualquier contradicción entre lo que se comunica dentro de la empresa y lo que se dice a la población puede generar dudas, rumores o desconfianza. Por ello, una comunicación interna ordenada y una comunicación externa clara ayudan a sostener una relación más coherente con el entorno, especialmente cuando existen preocupaciones sobre impactos ambientales, beneficios económicos, participación o cumplimiento de compromisos.

2.1.2.3. Comunicación organizacional, confianza y legitimidad

La comunicación organizacional también se relaciona con la confianza y la legitimidad, porque una empresa no es valorada únicamente por lo que hace, sino por la manera en que informa, escucha, responde y mantiene coherencia entre sus mensajes y sus

acciones. En el caso de una empresa minera, esta relación resulta todavía más delicada, porque la población suele tener expectativas, dudas o preocupaciones frente a la actividad extractiva, por lo que la claridad de los mensajes, la continuidad de la comunicación y el trato recibido pueden acercar posiciones o aumentar la distancia entre las partes.

Luhmann (2005) destaca que la confianza permite actuar en situaciones donde no se cuenta con toda la información, idea útil para esta investigación porque la relación entre empresa y población muchas veces se desarrolla en medio de dudas o incertidumbre. Desde las relaciones públicas, Grunig y Hunt (2007) plantean que la comunicación entre una organización y sus públicos debe ser de ida y vuelta, basada en escucha y respuesta, aporte que permite reconocer que la confianza no se construye solo con informar, sino con mantener una relación donde la población pueda expresar preocupaciones y recibir respuestas claras.

En esa misma idea, Puentes Rivera (2022) sostiene que la confianza entre las organizaciones y sus públicos se ha convertido en un aspecto central de toda estrategia de comunicación efectiva, mientras que Pradana et al. (2024) destacan que las relaciones públicas en América Latina vienen prestando mayor atención a la construcción de confianza y legitimidad. Estos aportes permiten vincular la comunicación organizacional con la necesidad de fortalecer la relación entre empresa y población, especialmente en contextos donde la falta de información o la poca respuesta pueden alimentar tensiones sociales.

Para esta investigación, esta relación resulta clave porque S.M.R.L. Minera Sayapullo necesita comunicar de manera clara, constante y coherente para mejorar la credibilidad de la empresa, de sus trabajadores y de la población de su entorno. Desde esta lectura, la

comunicación organizacional no aparece como una tarea secundaria, sino como una base necesaria para construir legitimidad social y prevenir conflictos, porque ayuda a reducir dudas, atender preocupaciones y sostener un vínculo más transparente entre la empresa y la comunidad.

2.1.3. Comunicación estratégica

2.1.3.1. Definición de comunicación estratégica

Para continuar el recorrido teórico, corresponde abordar la comunicación estratégica, porque en esta tesis no interesa solamente saber si la empresa comunica, sino comprender si esa comunicación está pensada, organizada y orientada a fortalecer la relación con la población. En ese sentido, Hallahan et al. (2007) explican que la comunicación estratégica es el uso intencional de la comunicación por parte de una organización para cumplir su misión, idea que permite entender que comunicar no debe reducirse a emitir mensajes o elaborar comunicados, sino a tomar decisiones sobre qué se informa, a quién se dirige la información, por qué canal se transmite y cómo se responde a las preocupaciones del entorno.

En el caso de una empresa minera, esta definición adquiere importancia porque la comunicación no se desarrolla en un espacio neutro, sino en una relación donde existen expectativas, dudas, intereses y demandas sociales. Por ello, la comunicación estratégica debe ayudar a ordenar los mensajes de la empresa, hacerlos más claros, mantener continuidad en la información y abrir espacios de respuesta, de modo que la población no solo reciba datos sobre la actividad minera, sino que también pueda comprender mejor las acciones de la empresa y expresar sus preocupaciones.

Carrillo Durán (2014) aporta a esta comprensión al señalar que la comunicación estratégica forma parte de la gestión de la comunicación empresarial y debe articular distintas acciones para alcanzar los objetivos de la organización. Esta idea cobra sentido en este estudio porque muestra que la estrategia comunicacional no puede trabajarse como una actividad aislada, sino vinculada con las decisiones de la empresa, con la realidad de sus públicos y con la necesidad de sostener una relación más clara y confiable con su entorno.

En estudios recientes, Soca Machado (2023) sostiene que la gestión de la comunicación en las organizaciones requiere investigación, planificación, ejecución y evaluación, lo que ofrece una base para interpretar que la comunicación estratégica no se improvisa, sino que necesita conocer primero el entorno, identificar las necesidades de información y definir acciones coherentes. En S.M.R.L. Minera Sayapullo, esta idea permite analizar si la empresa comunica de manera organizada, si sus mensajes responden a las preocupaciones de la población y si sus canales permiten una relación más cercana con los actores de su entorno.

2.1.3.2. Evolución del enfoque de comunicación estratégica

El enfoque de comunicación estratégica ha cambiado con el tiempo, pasando de una mirada centrada en planificar mensajes y controlar resultados hacia una comprensión más cercana a las relaciones que una organización construye con sus públicos. Esta evolución es importante para este trabajo de investigación porque una empresa minera no se relaciona con la población solo mediante comunicados o campañas, sino mediante la forma en que escucha, explica sus decisiones, responde a las dudas y mantiene presencia en el territorio.

Pérez (2001) cuestionó las formas tradicionales de entender la estrategia como cálculo o control, y propuso mirarla desde la comunicación y la relación entre las personas, aporte que ayuda a explicar que la estrategia no debe asumirse como una receta fija, sino como una forma de actuar en realidades donde intervienen intereses, expectativas y decisiones compartidas. En contextos mineros, esta idea resulta especialmente útil porque la relación entre empresa y población no se resuelve únicamente con planificación interna, sino con lectura del entorno, apertura al diálogo y capacidad de respuesta.

Massoni (2019), desde la comunicación estratégica enactiva, plantea que comunicar implica reconocer a los distintos actores presentes en una realidad concreta y abrir espacios donde puedan encontrarse diferentes formas de comprender un problema. Este aporte permite pasar de una comunicación centrada solo en persuadir a una comunicación orientada a dialogar, escuchar y construir acuerdos posibles, lo cual cobra relevancia para el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo, donde la población puede tener distintas percepciones sobre la actividad minera, el territorio, los beneficios económicos y los posibles impactos ambientales.

Los aportes recientes también refuerzan esta forma de entender la comunicación estratégica, ya que Posso Menco y Fontalvo Ortiz (2024) analizan su uso en ámbitos territoriales para articular actores, orientar decisiones y fortalecer procesos de participación. Esta lectura se relaciona con la presente investigación porque el vínculo entre la empresa y la población no puede sostenerse solo con información ocasional, necesita una comunicación clara, constante y abierta a la respuesta de la comunidad, especialmente cuando existen tensiones o preocupaciones que pueden crecer si no son atendidas a tiempo.

2.1.3.3. Comunicación estratégica como proceso relacional

A partir de los aportes revisados, la comunicación estratégica se entiende en esta tesis como una forma planificada de relación entre la empresa y sus públicos, orientada a definir mensajes claros, elegir canales adecuados, escuchar las preocupaciones del entorno y responder con oportunidad. Esta comprensión permite señalar que la comunicación estratégica no se limita a difundir información ni a producir comunicados, sino que ayuda a ordenar la manera en que la empresa se vincula con las personas, atiende dudas, explica sus decisiones y fortalece la confianza.

En el ámbito estudiado, esta forma de comprender la comunicación resulta necesaria porque la prevención de conflictos sociales depende, en parte, de cómo la empresa informa, escucha y responde frente a las preocupaciones de la población. Una comunicación estratégica bien organizada puede ayudar a reducir malentendidos, aclarar rumores y generar mayor confianza, mientras que una comunicación débil, tardía o poco comprensible puede aumentar la distancia entre la empresa y la comunidad.

En esa línea, Hallahan et al. (2007) permiten ubicar la comunicación estratégica como parte de la gestión de la empresa, mientras que Massoni (2019) ayuda a comprenderla como un proceso abierto al diálogo y al reconocimiento de distintas miradas. Ambos aportes se complementan porque muestran que comunicar estratégicamente no significa solo pensar en los objetivos de la organización, sino también en la forma en que esos objetivos son entendidos, aceptados o cuestionados por los públicos con los que la empresa se relaciona.

Por ello, en la presente investigación la comunicación estratégica se analiza a partir de tres dimensiones: calidad del mensaje, gestión comunicacional y gestión de canales y retroalimentación. Estas dimensiones permiten observar si la empresa comunica con claridad, si mantiene continuidad en la información, si sus canales son accesibles y si existe una respuesta frente a las dudas o demandas de la población, aspectos que ayudan a explicar su influencia en la prevención de conflictos sociales.

2.1.4. Comunicación estratégica y legitimidad organizacional

2.1.4.1. La legitimidad como construcción social

Para comprender la relación entre comunicación estratégica y legitimidad, es necesario partir de una idea central: una empresa no es valorada únicamente por cumplir normas, contar con permisos o desarrollar actividades productivas, también es evaluada por la forma en que la población entiende sus acciones, percibe su comportamiento y reconoce si actúa de manera responsable frente al entorno. En ese marco, Suchman (1995) entiende la legitimidad como la percepción de que las acciones de una organización son adecuadas dentro de un conjunto de normas, valores y creencias compartidas, información que permite señalar que la legitimidad no nace solo desde la empresa, sino desde la valoración que hacen las personas sobre su conducta.

Esta perspectiva adquiere sentido para esta tesis porque, en contextos mineros, la población no evalúa a la empresa únicamente por lo que produce o por los permisos que posee, sino también por la claridad con que informa, la coherencia entre lo que dice y lo que hace, el trato que brinda y la atención que ofrece frente a las preocupaciones del entorno. En

ese sentido, la legitimidad se construye en la relación diaria con la población, mediante información clara, diálogo, cumplimiento de compromisos y una comunicación que no se limite a justificar decisiones, sino que ayude a explicar, escuchar y responder.

Gordo-Molina et al. (2022) refuerzan esta idea al señalar que la legitimidad organizativa se relaciona con los criterios que las personas usan para valorar si una organización actúa de manera adecuada. Este aporte ayuda a comprender que la aceptación social no depende solo de la opinión interna de la empresa, sino de cómo sus públicos interpretan sus acciones, por ello, en S.M.R.L. Minera Sayapullo, la legitimidad debe analizarse a partir de la relación que la empresa mantiene con sus trabajadores, autoridades, representantes sociales y población del entorno.

2.1.4.2. El papel de la comunicación en la construcción de legitimidad

La comunicación estratégica cumple un papel importante en la legitimidad porque permite que la empresa explique sus acciones, informe sus compromisos, atienda dudas y mantenga una relación más clara con la población. Cuando existe coherencia entre lo que la empresa comunica y lo que realiza, la credibilidad puede fortalecerse, mientras que un mensaje poco claro, una respuesta tardía o una diferencia evidente entre el discurso y la práctica puede generar desconfianza y cuestionamientos.

Díaz Álava et al. (2025) sostienen que la comunicación estratégica y la gestión social empresarial ayudan a fortalecer los vínculos con los grupos de interés cuando se apoyan en diálogo, transparencia y comunicación de ida y vuelta. Esta idea se vincula con el caso analizado porque orienta el análisis que la legitimidad no se construye con mensajes aislados

ni con acciones comunicativas ocasionales, sino con una relación sostenida entre empresa y población, basada en información comprensible, escucha y respuestas oportunas.

En el caso de las empresas mineras, esta exigencia es mayor porque la continuidad de sus actividades no depende solo de autorizaciones formales, también se relaciona con la confianza que la población construye a partir del trato recibido, la transparencia de la información y la atención a sus preocupaciones. Flores Unzaga et al. (2023) advierten que las brechas de información y la limitada transparencia en el sector minero pueden dificultar la participación ciudadana y alimentar la conflictividad social, aporte que refuerza la necesidad de una comunicación estratégica capaz de explicar las acciones de la empresa, sostener canales de diálogo y reducir dudas antes de que se conviertan en tensiones.

En S.M.R.L. Minera Sayapullo, esta comprensión permite analizar la legitimidad como una relación que se construye día a día, mediante mensajes claros, coherencia en las acciones, disposición para escuchar y capacidad de respuesta frente a las preocupaciones del entorno. Desde esta mirada, la comunicación estratégica aporta a la prevención de conflictos sociales porque ayuda a que la población comprenda mejor las decisiones de la empresa, exprese sus inquietudes y perciba mayor apertura en la relación con su entorno.

2.1.5. Comunicación estratégica y confianza social

2.1.5.1. La confianza como vínculo entre empresa y población

La confianza social ocupa un lugar importante en la relación entre una empresa minera y la población de su entorno, porque permite que las personas crean en la información que reciben, valoren las acciones de la empresa y mantengan disposición al diálogo incluso cuando existen dudas, reclamos o preocupaciones. En este tipo de relación, la confianza no

aparece solo porque la empresa informa sus actividades, sino porque comunica con claridad, escucha, responde y mantiene coherencia entre lo que dice y lo que hace.

Luhmann (2005) ayuda a comprender este punto al señalar que la confianza permite actuar en situaciones donde no se cuenta con toda la información disponible, información necesaria para esta tesis porque la relación entre empresa y población suele desarrollarse en medio de expectativas, dudas y percepciones distintas sobre la actividad minera. En ese contexto, la comunicación estratégica cumple un papel necesario, porque una población mejor informada y escuchada tiene mayores posibilidades de comprender las acciones de la empresa, mientras que la falta de información o las respuestas poco claras pueden reforzar la desconfianza.

Desde las relaciones públicas, Grunig y Hunt (2007) plantean que la comunicación entre una organización y sus públicos debe ser de ida y vuelta, basada en escucha y respuesta, idea que permite entender que la confianza no se construye solo con mensajes bien redactados, sino con una relación donde la población pueda expresar sus preocupaciones y recibir respuestas oportunas. Este enfoque resulta útil para el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo, porque la prevención de conflictos sociales requiere una comunicación capaz de reducir dudas, atender reclamos y sostener un vínculo más cercano con el entorno.

En estudios recientes, Puentes-Rivera (2022) sostiene que la confianza entre las organizaciones y sus públicos es un elemento central de toda estrategia de comunicación efectiva, mientras que Díaz-Álava et al. (2025) señalan que la comunicación estratégica fortalece los vínculos con los grupos de interés cuando se apoya en transparencia, diálogo y

coherencia con las acciones de la empresa. Estos aportes permiten sostener que la confianza no depende de una sola acción comunicativa, sino de una práctica constante, donde informar, escuchar y responder se vuelven acciones necesarias para mantener una relación más clara con la población.

2.1.5.2. Comunicación estratégica y construcción de confianza

En el ámbito minero, la confianza se fortalece cuando la población percibe que la empresa comunica con claridad, mantiene información constante y responde a las preocupaciones reales de su entorno, porque no basta con emitir mensajes si estos no son comprensibles, oportunos y coherentes con las acciones que la empresa desarrolla. Ante esto, la comunicación estratégica debe ayudar a ordenar la información, explicar decisiones, atender demandas y sostener espacios de diálogo que reduzcan dudas o malentendidos.

Cuando la información es insuficiente, llega tarde o no responde a las preocupaciones de la población, pueden aumentar los rumores, las interpretaciones negativas y la percepción de poca transparencia, lo que debilita la confianza social y amplía la distancia entre la empresa y la comunidad. Esta situación resulta especialmente sensible en contextos mineros, donde las decisiones empresariales suelen ser evaluadas no solo por su efecto económico, sino también por su relación con el ambiente, el territorio y la participación de la población.

Para la presente investigación, la confianza social se vincula directamente con la comunicación estratégica, porque permite analizar si S.M.R.L. Minera Sayapullo informa de manera clara, mantiene canales de comunicación, responde oportunamente y genera credibilidad frente a la población. En ese sentido, una comunicación estratégica sostenida

puede contribuir a reducir dudas y prevenir tensiones, mientras que una comunicación débil o poco cercana puede afectar la relación con la comunidad y aumentar el riesgo de conflicto social.

Bajo esta orientación, la confianza social se entiende en esta tesis como una relación que se construye con el tiempo, mediante información clara, trato respetuoso, escucha permanente y coherencia entre los mensajes y las acciones de la empresa. Esta comprensión permite mirar la prevención de conflictos sociales no solo como una respuesta frente a problemas visibles, sino como un trabajo cotidiano de comunicación y relacionamiento con la población.

2.1.6. Conflicto social

2.1.6.1. Conceptualización del conflicto social

Para comprender la prevención de conflictos sociales, primero es necesario precisar cómo se entiende el conflicto social dentro de esta investigación. El conflicto no debe verse únicamente como una pelea abierta, una protesta o un hecho negativo, porque muchas veces empieza antes, cuando aparecen desacuerdos, preocupaciones no atendidas, desconfianza o diferencias en la forma de valorar una situación. En el caso de una empresa minera, estas tensiones pueden surgir cuando la población percibe riesgos ambientales, poca claridad en la información, distribución desigual de beneficios o escasa participación en decisiones que afectan su entorno.

Coser (1956) sostuvo que el conflicto no representa solo una falla en la sociedad, sino también una forma en que se expresan tensiones presentes en las relaciones sociales, lo que permite entender que los desacuerdos no aparecen de manera aislada, sino dentro de

relaciones donde existen intereses distintos. Dahrendorf (1971), por su parte, relacionó el conflicto con las diferencias de poder y con las desigualdades entre grupos, contribución que ayuda a comprender que, en una relación empresa-población, las tensiones también pueden estar vinculadas con la capacidad que tiene cada parte para ser escuchada, influir en decisiones o hacer valer sus demandas.

Esta perspectiva se amplía con Galtung (1998), quien explicó el conflicto a partir de la relación entre contradicciones, actitudes y comportamientos, lo que permite reconocer que una tensión no siempre se manifiesta de inmediato como confrontación abierta, porque muchas veces permanece como malestar, duda, reclamo o desconfianza acumulada. Esta idea debe considerarse para la presente tesis, ya que en contextos mineros las diferencias entre empresa y población pueden mantenerse durante un tiempo sin hacerse visibles, hasta que la falta de información clara, diálogo o respuesta oportuna favorece su crecimiento.

En el contexto peruano, la Defensoría del Pueblo (2022) entiende el conflicto social como un proceso en el que sectores de la sociedad, el Estado o las empresas perciben que sus objetivos, intereses, valores o necesidades son contradictorios, definición que es útil para esta investigación porque ubica el conflicto no solo en el hecho visible, sino en la percepción de contradicción entre las partes. En el caso del ámbito estudiado, esta comprensión permite analizar las tensiones sociales desde una mirada preventiva, considerando que la comunicación estratégica puede ayudar a aclarar dudas, atender preocupaciones y reducir la posibilidad de que el malestar escale hacia un conflicto mayor.

2.1.6.2. Naturaleza relacional del conflicto

El conflicto social tiene una naturaleza relacional porque no depende únicamente de hechos materiales, económicos o ambientales, sino también de la manera en que las personas interpretan esos hechos, del nivel de confianza existente entre las partes y de la calidad del vínculo que se mantiene en el tiempo. Una misma decisión empresarial puede ser entendida de distintas formas según la historia previa entre empresa y población, la claridad con que se comunica la información y la posibilidad que tiene la comunidad de expresar sus preocupaciones.

Desde este planteamiento, el aporte de Galtung (1998) resulta útil porque permite observar que los conflictos no se explican solo por una contradicción objetiva, sino también por las actitudes y comportamientos que las partes van construyendo frente a esa contradicción. En una zona minera, por ejemplo, una preocupación ambiental puede mantenerse como duda o reclamo inicial, pero si no es atendida con información clara y espacios de diálogo, puede transformarse en desconfianza y luego en una tensión más difícil de manejar.

Lederach (2009), desde la transformación de conflictos, sostiene que los conflictos nacen y regresan a las relaciones humanas, por lo que no basta con atender el problema visible, también es necesario mirar el vínculo entre las partes, las percepciones acumuladas y las condiciones que pueden abrir caminos de diálogo. Esta idea resulta cercana al propósito de la presente tesis, porque la prevención de conflictos sociales en una empresa minera requiere trabajar la relación con la población antes de que el desacuerdo se vuelva confrontación.

En el ámbito de estudio, comprender la naturaleza relacional del conflicto permite observar que las tensiones no se originan solo por la actividad minera en sí misma, sino también por la forma en que la empresa informa sus acciones, escucha a la población, responde a los reclamos y sostiene canales de comunicación. Desde esta perspectiva, la comunicación estratégica cumple un papel importante porque puede ayudar a sostener una relación más confiable con el entorno, ordenar la información y atender preocupaciones antes de que se conviertan en conflictos visibles.

2.1.7. Conflictos sociales en contextos mineros

2.1.7.1. Particularidad de la conflictividad minera

Para comprender los conflictos sociales en contextos mineros, es necesario reconocer que estos no suelen originarse por una sola causa, ya que en ellos se cruzan preocupaciones ambientales, expectativas económicas, disputas por el uso del territorio, demandas de participación y desconfianza hacia las empresas o las autoridades. En el caso peruano, esta realidad ha sido ampliamente estudiada por De Echave et al. (2009), quienes sostienen que los conflictos mineros no pueden explicarse únicamente por impactos materiales, sino también por problemas de gobierno, distribución de beneficios, manejo del territorio y relación entre los actores involucrados, perspectiva que permite mirar la minería como una actividad que no solo transforma la economía local, sino también las relaciones entre empresa, población y Estado.

Esta forma de entender la conflictividad minera resulta relevante para la presente tesis, porque el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo no puede analizarse solo desde la presencia de una operación minera, sino desde la relación que la empresa mantiene con la población de su

entorno, especialmente cuando existen dudas sobre impactos ambientales, expectativas de beneficios económicos, demandas de mayor participación o percepciones de poca transparencia. En ese marco, el conflicto no debe verse únicamente cuando aparece el reclamo abierto, sino desde las señales previas que pueden ir acumulando malestar, como la falta de información clara, la ausencia de canales accesibles o la percepción de que las preocupaciones locales no son atendidas a tiempo.

En el Perú, esta situación mantiene vigencia, debido a que la Defensoría del Pueblo registra de manera constante conflictos socioambientales vinculados con actividades extractivas, entre ellas la minería, lo que confirma que la relación entre empresa, población y territorio sigue siendo un tema sensible. Esta información ayuda a comprender que la prevención de conflictos requiere algo más que cumplir procedimientos formales, pues también exige diálogo, confianza, participación y una comunicación capaz de responder a las dudas de la población antes de que estas se conviertan en tensiones mayores.

2.1.7.2. Transformación del territorio y tensiones sociales

Bebbington (2007) plantea que la expansión minera transforma los territorios, cambia las relaciones locales y modifica las expectativas de desarrollo, idea que es útil para entender que los conflictos asociados a esta actividad no son hechos aislados, sino parte de cambios más amplios en la forma en que la población percibe su territorio, sus recursos y su futuro. En ese sentido, cuando una empresa minera llega o desarrolla actividades en una zona, la población no evalúa únicamente los posibles beneficios económicos, también observa cómo se afecta la vida cotidiana, qué cambios se producen en el entorno, qué oportunidades aparecen y qué riesgos pueden generarse.

Esta perspectiva ayuda a situar el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo dentro de una relación más amplia entre empresa, población y territorio, donde las percepciones sobre impacto ambiental, distribución de beneficios, participación y transparencia influyen directamente en la confianza. En una zona minera, la población puede interpretar las acciones de la empresa desde experiencias previas, preocupaciones acumuladas o expectativas no atendidas, por lo que una misma decisión empresarial puede ser recibida de manera distinta según el nivel de información, el trato recibido y la apertura al diálogo.

La conflictividad minera también se vuelve más delicada cuando junto a la minería formal aparecen actividades informales o ilegales, porque esta presencia puede generar confusión sobre responsabilidades, mayor incertidumbre y disputas por espacios de trabajo o control territorial. En esa línea, CooperAcción (2024) advierte que los conflictos vinculados a la minería se han vuelto más difíciles de atender por la presencia de diversos actores, demandas económicas, tensiones territoriales y actividades informales, lectura que se relaciona con Sayapullo porque la prevención de tensiones requiere información clara, escucha y capacidad de respuesta frente a preocupaciones que no siempre dependen de un solo actor.

Con base en esa información, la transformación del territorio en contextos mineros debe entenderse no solo como cambio físico o económico, sino también como cambio en las relaciones, expectativas y formas de confianza entre la empresa y la población. Por esta razón, la comunicación estratégica adquiere importancia, ya que permite explicar acciones, atender dudas, reconocer preocupaciones y sostener un vínculo más claro con el entorno antes de que las tensiones se conviertan en conflictos abiertos.

2.1.7.3. Comunicación y conflictividad minera

La comunicación cumple un papel importante en la conflictividad minera porque la población no solo reacciona frente a los hechos, sino también frente a la forma en que esos hechos son explicados, comunicados y atendidos. Una decisión empresarial puede generar menos tensión cuando se informa con claridad, se explica su propósito y se abren canales de respuesta, mientras que la falta de información, los mensajes confusos o las respuestas tardías pueden aumentar la desconfianza y hacer que una preocupación inicial se convierta en reclamo.

Flores Unzaga et al. (2023) advierten que las brechas de información y la limitada transparencia en el sector minero dificultan la participación ciudadana y pueden alimentar la conflictividad social, enfoque que es útil para esta investigación porque muestra que los conflictos no se explican solo por la existencia de impactos o desacuerdos, sino también por la forma en que la población accede a la información, la interpreta y evalúa la actuación de la empresa. En la empresa analizada, esta idea permite analizar la comunicación como un factor que puede fortalecer o debilitar la confianza, según la claridad de los mensajes, la accesibilidad de los canales y la capacidad de respuesta frente a las preocupaciones del entorno.

Bajo esa lógica, la comunicación estratégica no elimina por sí sola las causas de fondo del conflicto, pero sí puede influir en la manera en que estas son comprendidas y atendidas por la empresa y la población. En contextos mineros, una comunicación comprensible, sostenida y cercana puede ayudar a reducir rumores, mejorar la comprensión de las acciones

empresariales y crear mejores condiciones para la participación, mientras que una comunicación débil puede aumentar la distancia entre la empresa y la comunidad.

En la presente tesis, esta relación resulta central porque permite vincular la comunicación estratégica con la prevención de conflictos sociales, especialmente cuando existen percepciones sobre impacto ambiental, distribución de beneficios, limitada transparencia o escasa participación en asuntos que afectan al entorno. Desde esta mirada, el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo se analiza considerando que la prevención de tensiones no depende solo de decisiones técnicas o administrativas, sino también de la capacidad de la empresa para informar, escuchar, responder y mantener coherencia entre lo que comunica y lo que hace.

2.1.8. Prevención de conflictos sociales

2.1.8.1. Concepto de prevención de conflictos

Para comprender la prevención de conflictos sociales, es necesario partir de una idea sencilla: prevenir no significa negar que existen diferencias entre la empresa y la población, sino reconocerlas a tiempo, atenderlas con seriedad y evitar que crezcan hasta convertirse en confrontaciones abiertas. En contextos mineros, las tensiones pueden empezar con dudas sobre una actividad, reclamos por falta de información, preocupación por posibles impactos ambientales o percepción de poca participación, por esta razón, la prevención exige observar esas señales desde el inicio y no esperar a que el problema se vuelva más difícil de manejar.

Lederach (2009) sostiene que la transformación de conflictos requiere mirar no solo el problema visible, sino también la relación entre las partes, la historia que rodea el desacuerdo y las condiciones que pueden abrir caminos de diálogo. Este aporte constituye un pilar clave

en la estructura de la presente investigación porque permite entender que la prevención no se reduce a controlar una crisis, sino a trabajar antes, cuando todavía es posible escuchar, explicar, responder y reconstruir confianza entre la empresa y la población.

En el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo, este enfoque resulta necesario porque las tensiones sociales pueden estar relacionadas con percepciones sobre impacto ambiental, expectativas de beneficios económicos, dudas frente a determinadas decisiones empresariales o demandas de mayor participación. Por ello, la prevención de conflictos sociales se entiende en esta investigación como un trabajo anticipado y sostenido, donde la comunicación estratégica cumple un papel importante al permitir que la empresa informe con claridad, escuche las preocupaciones del entorno y responda antes de que el malestar se acumule.

2.1.8.2. Enfoque preventivo y gestión relacional

El enfoque preventivo plantea que la atención del conflicto debe empezar antes de que aparezca una protesta, una confrontación o un reclamo abierto. En la práctica, esto significa prestar atención a señales como rumores, desconfianza, poca participación, falta de información o reclamos reiterados, porque muchas veces esos signos muestran que existe un malestar que todavía puede ser atendido mediante diálogo, información clara y respuestas oportunas.

La Defensoría del Pueblo (2024) muestra que los conflictos sociales pueden pasar por distintas fases, desde momentos tempranos hasta situaciones de crisis o desescalamiento, lo que permite comprender que existe un tiempo previo en el que todavía es posible intervenir y evitar que la tensión avance. Esta lectura se relaciona directamente con la presente

investigación, porque en una empresa minera la prevención no depende solo de decisiones técnicas o legales, también necesita una comunicación que permita identificar preocupaciones, ordenar respuestas y sostener una relación más clara con la población.

El Ministerio del Ambiente (2023), mediante la guía de prevención y gestión de conflictos socioambientales, resalta la importancia de identificar alertas, hacer seguimiento y coordinar acciones entre los actores involucrados, lo que refuerza la idea de que prevenir exige organización, escucha y comunicación constante. En S.M.R.L. Minera Sayapullo, este enfoque permite analizar si la empresa cuenta con mecanismos comunicativos que ayuden a reconocer las preocupaciones de la población, atender dudas y evitar que una tensión inicial se convierta en conflicto abierto.

2.1.8.3. Prevención de conflictos en el ámbito minero

En el sector minero, la prevención de conflictos sociales requiere atender aspectos ambientales, legales y económicos, pero también cuidar la relación con la población, porque la confianza no se construye solo con permisos o cumplimiento de normas, sino con información clara, trato respetuoso, diálogo y capacidad de respuesta. Cuando una empresa explica sus acciones, atiende preguntas y mantiene canales de comunicación accesibles, tiene mejores posibilidades de reducir malentendidos y evitar que los reclamos crezcan.

Esta idea es especialmente importante en zonas donde la actividad minera convive con preocupaciones sobre el territorio, expectativas de desarrollo y experiencias previas que pueden influir en la manera en que la población interpreta las acciones empresariales. En estos casos, una comunicación débil o tardía puede aumentar la desconfianza, mientras que

una comunicación clara, constante y cercana puede ayudar a que la población comprenda mejor las decisiones de la empresa y encuentre espacios para expresar sus inquietudes.

En la presente tesis, la prevención de conflictos sociales se relaciona directamente con la comunicación estratégica, porque una empresa que informa con claridad, escucha de manera permanente y responde con oportunidad puede atender tensiones antes de que se conviertan en problemas mayores. De ahí que, en la Minera Sayapullo, prevenir no significa eliminar toda diferencia con la población, sino construir mejores condiciones para que las dudas, reclamos o preocupaciones sean tratadas mediante diálogo y no mediante confrontación.

2.1.9. Dimensiones de la comunicación estratégica en la investigación

2.1.9.1. Calidad del mensaje

En esta investigación, la calidad del mensaje permite analizar si la información que comunica S.M.R.L. Minera Sayapullo llega a la población de manera clara, comprensible y relacionada con sus preocupaciones. En contextos mineros, un mensaje no debe limitarse a decir qué hace la empresa, también debe explicar por qué se toman determinadas decisiones, qué acciones se desarrollan y cómo estas pueden afectar o beneficiar al entorno, porque cuando la información es confusa, incompleta o poco cercana a la realidad de la población, pueden aparecer dudas, rumores y desconfianza.

Hallahan et al. (2007) sostienen que la comunicación estratégica implica usar la comunicación con intención, de acuerdo con los objetivos de la organización, y este aporte ayuda a comprender que el mensaje debe estar pensado no solo desde lo que la empresa quiere informar, sino también desde lo que la población necesita entender. Por ello, en el

caso de Minera Sayapullo, la calidad del mensaje se relaciona con la claridad del lenguaje, la pertinencia de los temas, la utilidad de la información y la capacidad de responder a las preocupaciones del entorno.

Desde esta lectura, una comunicación con mensajes claros puede contribuir a reducir malentendidos y reducir la distancia entre la empresa y la población, mientras que una comunicación poco precisa puede aumentar la distancia entre empresa y población. En consecuencia, esta dimensión permite observar si los mensajes emitidos por la empresa ayudan realmente a prevenir tensiones sociales, o si todavía existen vacíos que dificultan la comprensión de sus acciones y compromisos.

2.1.9.2. Gestión comunicacional

La gestión comunicacional se refiere a la manera en que la empresa organiza y mantiene su comunicación en el tiempo. No se trata solo de informar cuando aparece un reclamo o cuando surge una situación difícil, sino de sostener una comunicación constante, ordenada y coherente, que permita a la población conocer las acciones de la empresa y sentirse atendida antes de que las dudas se conviertan en malestar.

Heath (2001) resalta que la comunicación en las organizaciones requiere continuidad y consistencia, idea que adquiere relevancia para esta tesis porque la prevención de conflictos sociales no puede depender de mensajes aislados ni de respuestas improvisadas. En esa misma línea, Soca Machado (2023) señala que la gestión de la comunicación requiere planificación, ejecución y evaluación, lo que permite observar que una empresa minera

necesita conocer su entorno, organizar sus mensajes y revisar si la comunicación que desarrolla está siendo útil para sus públicos.

En S.M.R.L. Minera Sayapullo, esta dimensión permite analizar si la comunicación se mantiene de manera regular, si la información se actualiza con oportunidad y si existe una forma organizada de comunicar las acciones vinculadas con la prevención de conflictos sociales. Cuando la gestión comunicacional es débil o intermitente, se generan vacíos que pueden ser llenados con rumores o interpretaciones negativas, mientras que una comunicación sostenida ayuda a fortalecer la transparencia, ordenar la relación con la población y reducir posibles tensiones.

2.1.9.3. Gestión de canales y retroalimentación

La gestión de canales y retroalimentación permite analizar por dónde comunica la empresa y cómo recoge las respuestas de la población. Un canal no es útil solo porque existe, sino porque las personas lo conocen, pueden acceder a él y sienten que sus dudas o reclamos reciben atención, por ello, la comunicación estratégica necesita medios claros, cercanos y adecuados al contexto, además de espacios donde la población pueda responder y expresar sus preocupaciones.

Schramm (1954) explicó que la comunicación requiere intercambio entre quienes participan en ella, aporte que ayuda a entender que la empresa no solo debe emitir información, sino también conocer cómo esa información es recibida, qué dudas genera y qué respuestas espera la población. Esta idea se vincula con Del Ángel Cortés et al. (2024), quienes señalan que la comunicación en las organizaciones implica enviar, recibir y dar

seguimiento a la información, aspecto necesario para que los canales no funcionen únicamente como medios de difusión, sino también como espacios de respuesta.

En el ámbito estudiado, esta dimensión permite observar si los canales utilizados son accesibles para la población, si facilitan una comunicación de ida y vuelta y si la empresa cuenta con mecanismos para recoger dudas, reclamos o sugerencias. La retroalimentación resulta clave porque permite conocer qué temas preocupan, qué información no fue comprendida y qué asuntos necesitan mayor explicación, de modo que una buena gestión de canales puede fortalecer el diálogo, mejorar la confianza y prevenir tensiones antes de que crezcan.

2.1.10. Dimensiones de la prevención de conflictos sociales en la investigación

2.1.10.1. Gestión preventiva de tensiones sociales

La gestión preventiva de tensiones sociales permite analizar si la empresa reconoce a tiempo las señales de malestar que pueden aparecer en su relación con la población, como dudas, reclamos, rumores, desconfianza o percepción de poca atención. En una zona minera, estas señales no deben verse como hechos menores, porque muchas veces son el inicio de tensiones mayores, especialmente cuando la población siente que sus preocupaciones no son escuchadas o que la información entregada por la empresa no responde a lo que realmente necesita saber.

Galtung (1998) ayuda a comprender que los conflictos pueden permanecer latentes antes de expresarse abiertamente, es decir, pueden estar presentes como malestar o desacuerdo antes de convertirse en protesta o confrontación. Esta idea resulta útil para la presente investigación, porque permite mirar la prevención no como una acción tardía, sino como un

trabajo que debe empezar desde las primeras señales de tensión, cuando todavía es posible mantener una relación comunicativa más ordenada, cercana y verificable.

En el ámbito estudiado, este aspecto permite observar si la comunicación estratégica contribuye a disminuir conflictos, prevenir nuevas tensiones, atender situaciones críticas y reducir la intensidad del malestar social. Desde esta mirada, la prevención no depende solo de normas o decisiones administrativas, también requiere una comunicación clara, constante y cercana, capaz de explicar las acciones de la empresa y atender las preocupaciones de la población antes de que el problema crezca.

El Ministerio del Ambiente (2023) señala que la prevención y gestión de conflictos socioambientales requiere identificar alertas, hacer seguimiento y coordinar respuestas entre los actores involucrados. Este aporte refuerza la idea de que una empresa minera necesita actuar con anticipación, no solo cuando el conflicto ya está instalado, sino desde el momento en que aparecen dudas, reclamos o percepciones de desconfianza que pueden afectar la relación con el entorno.

2.1.10.2. Confianza y legitimidad social

La confianza y la legitimidad social se relacionan con la forma en que la población valora a la empresa, sus acciones, sus mensajes y su manera de responder frente al entorno. En contextos mineros, la aceptación social no se construye solo con permisos o cumplimiento de normas, sino también con información clara, trato respetuoso, coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, además de respuestas oportunas frente a las preocupaciones de la comunidad.

Suchman (1995) sostiene que la legitimidad depende de la percepción de que las acciones de una organización son adecuadas dentro de un conjunto de normas, valores y creencias compartidas. Esta idea permite comprender que la legitimidad no se impone desde la empresa, sino que se construye en la relación con la población, a partir de la confianza, la transparencia y la coherencia de sus acciones.

En la presente investigación, este aspecto permite analizar si S.M.R.L. Minera Sayapullo genera una opinión favorable, si transmite confianza, si comunica responsabilidad frente al ambiente y si la población percibe beneficios o aportes derivados de la actividad minera. Cuando estos elementos son comunicados con claridad y respaldados por acciones concretas, la relación con la comunidad puede fortalecerse, mientras que la falta de información, los mensajes poco claros o la ausencia de diálogo pueden debilitar la confianza y aumentar la distancia entre las partes.

Flores Unzaga et al. (2023) advierten que las brechas de información y la limitada transparencia en el sector minero pueden dificultar la participación ciudadana y alimentar la conflictividad social. Este aporte resulta útil para la tesis porque muestra que la confianza no depende únicamente de lo que la empresa hace, sino también de cómo informa, cómo explica sus decisiones y cómo permite que la población conozca y valore sus acciones.

2.1.10.3. Participación comunitaria

La participación comunitaria se refiere a la posibilidad de que la población intervenga en espacios de diálogo, consulta e intercambio sobre asuntos que afectan su entorno. En una zona minera, la comunidad no solo espera recibir información, también necesita expresar sus

preocupaciones, plantear necesidades y sentirse considerada en decisiones vinculadas con su vida diaria, porque la falta de participación puede generar distancia, malestar y desconfianza.

Lederach (2009) sostiene que la transformación de conflictos requiere fortalecer relaciones y abrir espacios donde las partes puedan reconocerse y buscar salidas compartidas. Esta idea muestra que la participación no es un gesto formal, sino una condición necesaria para tratar las tensiones de manera pacífica, especialmente cuando existen diferencias entre empresa y población sobre el uso del territorio, los impactos de la actividad minera o el cumplimiento de compromisos.

En el caso de la empresa minera Sayapullo, este aspecto permite analizar si la empresa promueve espacios donde la población pueda dialogar, expresar dudas y participar en asuntos relacionados con su entorno. Cuando la participación existe y se sostiene en el tiempo, la población tiene mayores posibilidades de comprender las acciones de la empresa y hacer conocer sus preocupaciones, mientras que la ausencia de estos espacios puede aumentar la percepción de exclusión y debilitar la confianza.

Martínez Roa et al. (2023) explican que la comunicación para el cambio social se apoya en la escucha, la participación y el reconocimiento de las necesidades de las personas. Este aporte ayuda a sostener que la prevención de conflictos no depende solo de informar, también requiere crear condiciones para que la población pueda responder, opinar y sentirse tomada en cuenta antes de que el malestar avance hacia situaciones de mayor tensión.

2.1.11. Relación entre comunicación estratégica y prevención de conflictos sociales

La relación entre comunicación estratégica y prevención de conflictos sociales se sostiene en que la forma de comunicar de una empresa influye en la manera en que la población comprende sus acciones, valora sus decisiones y responde frente a ellas. En una empresa minera, comunicar no significa únicamente entregar información, porque también implica escuchar, aclarar dudas, recoger preocupaciones y mantener coherencia entre el mensaje y la acción, sobre todo cuando existen expectativas, desconfianza o experiencias previas que pueden influir en la relación con la comunidad.

Hallahan et al. (2007) permiten entender que la comunicación estratégica supone un uso intencional de la comunicación para cumplir los propósitos de una organización, mientras que Lederach (2009) ayuda a comprender que la prevención de conflictos requiere fortalecer relaciones y atender las tensiones antes de que se conviertan en problemas visibles. Ambos aportes se encuentran en esta tesis porque muestran que la comunicación puede cumplir un papel preventivo cuando se organiza con claridad, escucha y capacidad de respuesta.

En contextos mineros, esta relación adquiere mayor importancia porque la población no interpreta las acciones empresariales solo por lo que ocurre materialmente, sino también por la forma en que la empresa informa, explica, dialoga y responde. Una decisión puede ser mejor comprendida cuando existe información clara y canales accesibles, mientras que la falta de comunicación o una respuesta tardía puede aumentar rumores, dudas y desconfianza, afectando la relación entre empresa y población.

En la empresa analizada, la comunicación estratégica se relaciona con la prevención de conflictos sociales porque permite analizar la calidad de los mensajes, la continuidad de la comunicación, la accesibilidad de los canales y la posibilidad de retroalimentación. Estos aspectos ayudan a comprender si la empresa cuenta con mejores condiciones para atender preocupaciones, fortalecer confianza, promover participación y reducir tensiones antes de que el malestar avance hacia conflictos abiertos.

A partir de los fundamentos revisados, la presente investigación asume que la comunicación estratégica no elimina por sí sola los conflictos, pero sí puede contribuir a prevenirlos cuando permite informar con claridad, escuchar a la población, responder oportunamente y sostener una relación más transparente con el entorno. Esta comprensión orienta el análisis de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y permite relacionar directamente la variable comunicación estratégica con la prevención de conflictos sociales.

2.2. Marco conceptual

- A. Actores Sociales:** El Ministerio del Ambiente (2023) reconoce que en los conflictos socioambientales intervienen actores con intereses, responsabilidades y demandas distintas, por lo que en esta investigación los actores sociales se entienden como las personas, autoridades, trabajadores, representantes sociales, organizaciones y empresas que participan o se ven involucrados en una situación de tensión, diálogo o toma de decisiones.
- B. Calidad del mensaje:** Hallahan et al. (2007) sostienen que la comunicación estratégica implica un uso intencional de la comunicación, de modo que la calidad del mensaje se entiende como la claridad, utilidad y pertinencia de la información que una empresa transmite a sus públicos, especialmente cuando busca explicar acciones, decisiones o compromisos.
- C. Canales de comunicación:** Schramm (1954) resalta que la comunicación requiere intercambio entre quienes participan en ella, por lo cual los canales de comunicación se entienden como los medios que permiten informar, dialogar y recibir respuestas, siempre que sean accesibles, conocidos y adecuados para la población a la que se dirigen.
- D. Comunicación:** Martínez Roa et al. (2023) relacionan la comunicación con la participación, la escucha y el reconocimiento de necesidades, por lo que en esta investigación la comunicación se entiende como un intercambio de información, comprensión y respuesta entre una empresa y los actores de su entorno.
- E. Comunicación estratégica:** Hallahan et al. (2007) definen la comunicación estratégica como el uso intencional de la comunicación por parte de una organización

para cumplir su misión, por ello, en esta tesis se entiende como una comunicación planificada, clara y orientada a fortalecer la relación entre una empresa y sus públicos.

- F. **Comunicación estratégica enactiva:** Massoni (2019) plantea que la comunicación estratégica enactiva reconoce distintas voces y formas de comprender una situación, de manera que este concepto permite entender la comunicación como un espacio de diálogo donde se escuchan preocupaciones, expectativas y diferentes miradas sobre un mismo problema.
- G. **Comunicación externa:** Soca Machado (2023) explica que la comunicación en las organizaciones también comprende la relación con los públicos externos, por lo que la comunicación externa se entiende como la información y el vínculo que una empresa mantiene con la población, autoridades, medios y organizaciones de su entorno.
- H. **Comunicación interna:** Del Ángel Cortés et al. (2024) señalan que la comunicación interna implica envío, recepción y seguimiento de información dentro de las organizaciones, por lo cual se entiende como los mensajes y canales que permiten orientar tareas, compartir decisiones y reducir dudas entre los trabajadores.
- I. **Comunicación organizacional:** Arévalo Martínez (2022) sostiene que la comunicación organizacional aporta valor cuando fortalece relaciones y genera confianza, de modo que en esta investigación se entiende como la forma en que una empresa informa, escucha, coordina y se relaciona con sus públicos internos y externos.
- J. **Conflictividad minera:** Flores Unzaga et al. (2023) advierten que las brechas de información y la limitada transparencia pueden alimentar la conflictividad en el sector

minero, por lo cual este concepto se entiende como el conjunto de tensiones, reclamos o desacuerdos vinculados con ambiente, beneficios económicos, participación, transparencia o cumplimiento de compromisos.

- K. Confianza social:** Grunig y Hunt (2007) permiten comprender que la confianza se construye mediante una comunicación de ida y vuelta, en ese marco, en esta tesis se entiende como la credibilidad que la población desarrolla sobre una empresa a partir de sus mensajes, acciones, respuestas y coherencia.
- L. Conflicto social:** La Defensoría del Pueblo (2022) entiende el conflicto social como una situación en la que sectores de la sociedad, el Estado o las empresas perciben intereses, objetivos, valores o necesidades contradictorias, por lo que en esta investigación se relaciona con las tensiones que aparecen cuando existen dudas, reclamos o desacuerdos no atendidos oportunamente.
- M. Desarrollo sostenible:** La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987) plantea que el desarrollo sostenible busca atender las necesidades presentes sin afectar las posibilidades de las futuras generaciones, de modo que este concepto permite analizar la actividad minera considerando sus efectos económicos, sociales y ambientales.
- N. Gestión comunicacional:** Soca Machado (2023) señala que la gestión de la comunicación requiere planificación, ejecución y evaluación, por lo cual en esta investigación se entiende como la forma en que una empresa organiza y mantiene su comunicación en el tiempo, evitando mensajes aislados o respuestas improvisadas.
- O. Gestión de canales y retroalimentación:** Schramm (1954) permite reconocer la importancia de una comunicación de ida y vuelta, de manera que esta dimensión se

entiende como la capacidad de una empresa para usar canales accesibles y recoger respuestas, dudas o reclamos de la población.

- P. **Gestión preventiva de tensiones sociales:** Galtung (1998) permite comprender que los conflictos pueden permanecer latentes antes de expresarse abiertamente, por lo cual este concepto se refiere a la capacidad de identificar dudas, reclamos, rumores o desconfianza antes de que la tensión tome mayor fuerza hacia conflictos visibles.
- Q. **Identidad local:** Smith (1991) relaciona la identidad con los elementos compartidos que permiten a un grupo reconocerse como comunidad, por lo que la identidad local se entiende como el sentido de pertenencia que la población construye con su territorio, historia, costumbres y formas de vida.
- R. **Legitimidad social:** Suchman (1995) señala que la legitimidad se basa en la percepción de que las acciones de una organización son adecuadas dentro de normas, valores y creencias compartidas, por esta razón, en esta tesis se entiende como la aceptación que la población otorga a una empresa cuando considera que actúa de manera responsable.
- S. **Participación comunitaria:** Lederach (2009) destaca que la transformación de conflictos requiere abrir espacios donde las partes puedan reconocerse y buscar salidas compartidas, de modo que la participación comunitaria se entiende como la intervención de la población en espacios de diálogo, consulta o intercambio sobre asuntos que afectan su entorno.
- T. **Prevención de conflictos sociales:** El Ministerio del Ambiente (2023) plantea que la prevención y gestión de conflictos socioambientales requiere identificar alertas, hacer seguimiento y coordinar respuestas, por ello, este concepto se entiende como la

atención temprana de malestares antes de que se conviertan en confrontaciones abiertas.

- U. **Relacionamiento comunitario:** Lederach (2009) resalta la importancia de fortalecer relaciones para transformar conflictos, de manera que el relacionamiento comunitario se entiende como el vínculo que una empresa construye con la población, autoridades y representantes de su entorno mediante información clara, diálogo y atención a preocupaciones.
- V. **Responsabilidad social empresarial:** La ISO 26000 (2010) entiende la responsabilidad social como el compromiso de una organización frente a los efectos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el ambiente, por lo cual este concepto se relaciona con la transparencia, la atención a preocupaciones locales y la conducta responsable de la empresa.
- W. **Retroalimentación:** Schramm (1954) resalta que la comunicación requiere respuesta e intercambio, de modo que la retroalimentación se entiende como la respuesta que recibe una empresa por parte de la población, trabajadores o autoridades, lo que permite saber si el mensaje fue comprendido y qué temas requieren mayor atención.

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación

Los antecedentes empíricos permiten revisar investigaciones que se relacionan con el problema de esta tesis, no solo para mencionar autores, sino para comprender qué se ha estudiado sobre comunicación, minería, relacionamiento con la población y prevención de conflictos sociales, cómo se han desarrollado esos estudios, qué resultados obtuvieron y qué aspectos todavía necesitan ser analizados con mayor profundidad.

En esta investigación, los antecedentes seleccionados cumplen un papel importante porque ayudan a sostener, contrastar y enriquecer el planteamiento del problema, algunos muestran que la comunicación estratégica puede consolidar una relación más clara y respetuosa cuando se trabaja desde el diálogo, la escucha y la participación, otros advierten que la comunicación no siempre mejora la relación con la población si los mensajes son débiles o poco cercanos, y otros permiten mirar el contexto minero desde el territorio, la transparencia, la legitimidad y las experiencias previas de las comunidades.

2.3.1. En el contexto internacional

En el contexto internacional, los estudios revisados muestran que la minería no se sostiene únicamente por permisos, inversión o cumplimiento técnico, porque la continuidad de sus actividades también depende de la relación que la empresa construye con la población. En varios casos, las tensiones crecen cuando la comunidad siente que no recibe información clara, que sus preocupaciones son escuchadas tarde o que las decisiones se comunican desde la mirada de la empresa sin abrir espacios reales de diálogo, por ello, estos antecedentes permiten analizar la comunicación estratégica como una vía para prevenir conflictos, siempre que esté acompañada de escucha, participación y coherencia entre lo que se comunica y lo que se hace.

Entre los estudios desarrollados en el ámbito internacional y a los cuales se acude por afinidad temática, se considera la investigación de Muñoz Hernández (2024), titulada *Estrategias de Comunicación Corporativa y Compromiso con la Comunidad: Un Estudio de Casos Múltiples en las Industrias Mineras del Cobre en el Norte de Chile*, desarrollada en la Universidad Católica Portuguesa, trabajo que analiza la relación entre empresas mineras del cobre y comunidades del norte chileno, con especial atención a la forma en que la comunicación corporativa contribuye al involucramiento comunitario.

El objetivo de esta investigación fue examinar el papel de la comunicación estratégica en las acciones de relacionamiento comunitario aplicadas por empresas mineras, así como conocer la valoración que realizan de estas prácticas los profesionales del sector y los líderes comunitarios, lo que resulta pertinente para la presente tesis porque permite mirar la comunicación desde ambos lados de la relación, no solo desde lo que la empresa busca comunicar, sino también desde la forma en que la comunidad recibe, interpreta y valora esas acciones.

El estudio se desarrolló con enfoque cualitativo, mediante entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido, lo que permitió recoger experiencias y percepciones sobre la manera en que las empresas mineras se comunican con las comunidades de su entorno. Entre las principales conclusiones, se identificó que las reuniones presenciales, las consultas públicas y los canales específicos de comunicación fueron las prácticas mejor valoradas, porque facilitaron acuerdos, fortalecieron la confianza mutua y ayudaron al desarrollo de proyectos compartidos.

La utilidad de este estudio para el caso de Sayapullo radica en demostrar que la comunicación estratégica puede aportar a la prevención de conflictos cuando no se reduce a difundir mensajes, sino que genera espacios de diálogo, escucha y participación, además, su metodología cualitativa resulta útil como referencia porque demuestra la importancia de recoger la percepción de los actores involucrados, aspecto que en esta tesis se complementa con el enfoque cuantitativo aplicado a los ámbitos interno y externo de la empresa. Sin embargo, su alcance corresponde a empresas cupríferas del norte de Chile, por lo que sus conclusiones no explican por sí solas la realidad de una pequeña empresa minera peruana, aunque sí permiten comparar cómo la comunicación cercana, clara y participativa puede fortalecer la confianza y reducir tensiones sociales.

Karmy Bolton (2024), en la tesis titulada *Análisis del conflicto entre Minera Los Pelambres y las comunidades del Valle del Choapa (1997-2015)*, desarrollada en la Universidad de Chile, aborda un caso importante para comprender la relación entre minería, territorio y comunicación, ya que analiza cómo se fue construyendo el conflicto entre una empresa minera de gran escala y las comunidades del Valle del Choapa, considerando no solo los impactos ambientales o territoriales, sino también las formas en que la empresa y la población comunicaron, defendieron y justificaron sus posiciones frente al agua, el territorio y la actividad minera.

El objetivo de la investigación fue analizar históricamente el conflicto entre Minera Los Pelambres y las comunidades del Valle del Choapa, prestando atención a las estrategias político comunicacionales utilizadas por la empresa y por los dirigentes comunitarios, lo que permite observar que el conflicto no se desarrolló únicamente por hechos materiales, sino

también por la manera en que cada parte interpretó la situación, construyó sus argumentos y buscó legitimar su posición frente al territorio.

La investigación se desarrolló con enfoque cualitativo, mediante revisión documental, reconstrucción histórica del caso y análisis territorial, lo que permitió comprender el conflicto como un proceso formado a lo largo del tiempo, a partir de decisiones empresariales, respuestas comunitarias, disputas ambientales y distintas formas de entender el desarrollo local. Esta metodología resulta útil para la presente tesis porque muestra que los conflictos mineros no deben analizarse solo desde datos numéricos, sino también desde la historia de la relación entre empresa y población, las percepciones acumuladas y la manera en que los mensajes son recibidos por la comunidad.

Entre sus principales resultados, el estudio muestra que el conflicto entre Minera Los Pelambres y las comunidades del Choapa no puede explicarse solo por impactos ambientales, sino también por la disputa de sentidos sobre el territorio, ya que la empresa buscó sostener su legitimidad mediante estrategias comunicacionales, mientras que las comunidades construyeron discursos de defensa del agua, del territorio y de sus formas de vida. Este hallazgo enriquece la presente investigación porque permite comprender que la comunicación no es un elemento externo al conflicto, sino parte de la forma en que se construyen la confianza, la aceptación o la desconfianza frente a una empresa minera.

La lectura de este caso deja una advertencia importante para Sayapullo: una empresa puede comunicar sus acciones, pero si esos mensajes no responden a lo que realmente preocupa a la población, pueden ser vistos como lejanos o insuficientes. Su relación con esta investigación se ubica en la importancia de la legitimidad, la confianza y la claridad de los

mensajes, aunque se diferencia porque analiza un conflicto ya instalado y de alta visibilidad en Chile, mientras que la presente tesis se orienta a explicar cómo la comunicación estratégica puede prevenir tensiones sociales cuando todavía pueden atenderse mediante diálogo, dentro de un contexto de pequeña minería como el de S.M.R.L. Minera Sayapullo.

Kemp et al. (2011), en el artículo titulado *Relaciones justas y conflicto empresa-comunidad en la minería*, desarrollan un estudio útil para comprender por qué los conflictos entre empresas mineras y comunidades pueden agravarse aun cuando la empresa cumple con determinadas obligaciones formales, ya que el problema no siempre se reduce al cumplimiento de normas, entrega de beneficios o compensaciones, sino también a la manera en que la población percibe el trato recibido, la apertura al diálogo y la justicia de la relación con la empresa.

El objetivo del trabajo fue analizar la conflictividad empresa comunidad desde la idea de relaciones justas, entendidas como aquellas relaciones donde la población no solo recibe información o beneficios, sino también un trato respetuoso, posibilidad de participación y respuestas frente a sus preocupaciones. El estudio se desarrolló mediante una revisión y análisis de experiencias vinculadas al sector extractivo, lo que permitió observar que muchas tensiones no se explican únicamente por impactos materiales, sino por la percepción de que la empresa decide, comunica o actúa sin considerar suficientemente a la comunidad.

Entre sus principales conclusiones, los autores sostienen que la prevención de conflictos requiere mirar con atención la calidad de la relación entre empresa y población, porque una comunidad puede sentirse afectada no solo por lo que ocurre en el territorio, sino también por la forma en que es informada, consultada o tratada durante el desarrollo de la

actividad minera. Esta conclusión tiene peso en el análisis porque muestra que la confianza y la legitimidad no se construyen solo con compromisos escritos, sino con prácticas constantes de comunicación, diálogo y respuesta.

Este trabajo resulta valioso para esta tesis porque coloca la confianza, el trato y la escucha en el centro de la relación empresa-comunidad, mostrando que la prevención de conflictos no depende solo de beneficios materiales, sino también de cómo la población se siente informada y considerada. Su aporte se relaciona directamente con la prevención de conflictos sociales, aunque se diferencia de esta tesis porque no estudia de manera específica la comunicación estratégica como variable ni trabaja un caso de pequeña minería peruana, por lo que sus conclusiones sirven como base para comprender la importancia del trato, la escucha y la respuesta en la relación entre S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población de su entorno.

Kemp y Owen (2013), en el artículo titulado *Relaciones comunitarias y minería: fundamentales para el negocio, pero no el “negocio principal”*, desarrollan un antecedente importante para comprender el lugar que ocupan las relaciones comunitarias dentro de la gestión minera, ya que analizan una contradicción frecuente en el sector: las empresas reconocen que la relación con la comunidad es necesaria para la continuidad de sus operaciones, pero muchas veces no le otorgan el mismo peso que a las áreas técnicas, productivas o financieras.

El objetivo del estudio fue examinar cómo se entiende y cómo se gestiona el trabajo de relaciones comunitarias en la minería, especialmente en contextos donde la empresa necesita dialogar con la población, atender reclamos, explicar sus acciones y negociar

respuestas frente a situaciones de tensión. La investigación se desarrolló como una revisión y análisis del campo minero, por lo que no trabaja con una muestra poblacional, sino con una lectura crítica de experiencias y prácticas vinculadas al relacionamiento empresa-comunidad.

Entre sus principales conclusiones, los autores señalan que las relaciones comunitarias no deben ser vistas como una tarea secundaria, porque incluyen acciones de diálogo, atención de quejas, educación comunitaria, negociación y manejo de conflictos, aspectos que resultan necesarios para sostener una relación más clara entre la empresa y la población. Esta conclusión es importante porque muestra que el vínculo con la comunidad no puede activarse solo cuando aparece un problema, sino que debe formar parte del trabajo permanente de la empresa.

El valor de este estudio está en recordar que las relaciones comunitarias no deben activarse solo cuando aparece un problema, sino formar parte del trabajo permanente de la empresa, especialmente cuando se busca prevenir tensiones con la población. Su aporte metodológico es útil porque ayuda a mirar la comunicación no solo como mensajes o canales, sino como parte de una relación más amplia con la población, aunque se diferencia de esta tesis porque no mide la influencia de la comunicación estratégica ni analiza un caso de pequeña minería, por lo que la presente investigación amplía esa discusión al estudiar el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo desde la percepción del ámbito interno y externo.

Enríquez Jaya (2010), en la tesis titulada *Comunicación para el desarrollo a través de la radio, una estrategia para la minería sustentable en Zamora Chinchipe*, presentada en la Universidad de Cuenca, desarrolla un antecedente útil para comprender la importancia de la información en territorios vinculados a la actividad minera, ya que analiza cómo la población

conoce, interpreta y valora la minería cuando cuenta, o no cuenta, con medios cercanos que expliquen sus alcances, riesgos y posibilidades.

El objetivo de la investigación fue analizar la relevancia social de la minería en la provincia de Zamora Chinchipe y proponer una estrategia comunicativa basada en un programa radial, considerando que la radio podía funcionar como un medio accesible para informar a la población y promover una comprensión más clara sobre la actividad minera. El estudio se apoyó en encuestas dirigidas a conocer el nivel de información de la población sobre minería, lo que permitió identificar si las personas contaban con contenidos suficientes para formar una opinión mejor sustentada sobre el tema.

Entre sus principales conclusiones, la investigación evidenció la existencia de un déficit informativo sobre la actividad minera, así como la ausencia de programas radiales especializados que abordaran el tema de manera clara y cercana a la población, situación que limitaba la posibilidad de construir una opinión más equilibrada y podía favorecer dudas, confusión o percepciones incompletas sobre la minería. Este resultado es importante porque muestra que la falta de información no solo afecta el conocimiento de la población, sino también la manera en que esta interpreta la actividad minera y se relaciona con ella.

La utilidad de este trabajo se encuentra en mostrar que los canales cercanos, como la radio, pueden ayudar a que la población entienda mejor la actividad minera, siempre que los mensajes sean claros y respondan a sus dudas reales. Aunque el estudio se orienta más a la comunicación para el desarrollo y al uso de la radio, y no directamente a la comunicación estratégica empresarial, su aporte se vincula con la calidad del mensaje y la gestión de

canales, porque ayuda a sostener que una empresa minera no solo debe informar, sino hacerlo mediante medios accesibles, comprensibles y cercanos al contexto de la comunidad.

García Solano (2023), en la tesis doctoral *titulada Minería transnacional, territorio y planeamiento. La extracción carbonífera en Colombia*, desarrollada en la Universidad Politécnica de Madrid, presenta un antecedente de carácter contextual que ayuda a comprender cómo la minería transforma los territorios donde se instala, no solo por los cambios económicos que genera, sino también por las nuevas relaciones, expectativas y tensiones que aparecen alrededor del uso del espacio, los recursos y las decisiones sobre el desarrollo local.

El objetivo de la investigación fue analizar los efectos territoriales y de planeamiento producidos por la gran minería carbonífera en el nororiente colombiano, para comprender cómo una actividad extractiva de gran escala puede modificar la organización del territorio y condicionar las decisiones públicas y sociales vinculadas a su uso. El estudio se desarrolló con enfoque mixto, con predominio cualitativo, mediante análisis de documentos, revisión territorial y estudio del caso, lo que permitió observar la minería como parte de un proceso más amplio de transformación social y territorial.

Entre sus principales conclusiones, el autor muestra que la minería transnacional produce cambios profundos en el territorio, en las relaciones sociales y en las formas de entender el desarrollo, situación que permite comprender que los conflictos mineros no aparecen de manera aislada, sino dentro de realidades donde la población percibe cambios en su entorno, en sus oportunidades y en su forma de vida. Este resultado es importante porque ayuda a mirar la conflictividad minera más allá del reclamo inmediato, considerando

también la historia del territorio y las expectativas que la población construye frente a la actividad extractiva.

Su valor para esta tesis está en recordar que la empresa comunica dentro de un territorio que ya tiene historia, preocupaciones y expectativas frente a la minería, por ello, los mensajes no pueden pensarse fuera de esa realidad. Sin embargo, su límite está en que no estudia directamente la comunicación estratégica ni la prevención de conflictos sociales, por lo que su aporte debe asumirse como contextual, útil para comprender el entorno donde pueden surgir tensiones, mientras que esta tesis se centra en explicar cómo la comunicación estratégica puede ayudar a prevenirlas en el caso de una empresa del rubro minero.

2.3.2. En el contexto nacional

En el contexto nacional, los estudios revisados muestran que la relación entre minería, comunicación y conflictividad social ha sido abordada desde distintas miradas, algunas investigaciones se acercan directamente al conflicto minero desde la comunicación, otras trabajan el relacionamiento comunitario, la percepción de la población o la responsabilidad social, y aunque no todas estudian exactamente la comunicación estratégica como variable, en conjunto ayudan a comprender que la relación entre empresa y comunidad depende de la claridad de la información, la confianza, la participación y la capacidad de respuesta frente a las preocupaciones del entorno.

Carrillo Hoyos (2011), en la tesis titulada *Comunidades y minería: La comunicación en el conflicto*, desarrollada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, constituye uno de los antecedentes nacionales más cercanos a la presente investigación, porque estudia el proceso de comunicación que se produce en situaciones de conflicto entre empresas mineras

y comunidades locales, buscando comprender cómo las partes se relacionan, cómo interpretan las acciones del otro y cómo la comunicación puede facilitar o dificultar el entendimiento entre empresa y población.

La investigación se desarrolló con enfoque cualitativo y comparativo, a partir del análisis de tres casos de conflicto, lo que permitió observar la comunicación desde experiencias concretas y no solo desde una explicación teórica, aspecto que resulta útil para esta tesis porque muestra que los conflictos mineros no pueden analizarse únicamente desde datos económicos, políticos o ambientales, sino también desde la forma en que los actores se comunican, escuchan, responden y construyen confianza o desconfianza.

Entre sus principales conclusiones, Carrillo Hoyos sostiene que las dificultades de entendimiento entre empresas y comunidades no se explican solo por intereses económicos o decisiones políticas, sino también por la manera en que se desarrollan los procesos comunicativos, por la información que circula, por los vacíos que se generan y por las relaciones de poder que atraviesan el diálogo entre las partes.

Este antecedente apoya directamente esta investigación porque permite sostener que el conflicto minero también debe ser estudiado desde la comunicación, especialmente cuando existen desinformación, incertidumbre, poca confianza o mensajes que no responden a las preocupaciones reales de la población, aunque su diferencia está en que analiza situaciones de conflicto ya instaladas, mientras que esta investigación busca explicar cómo la comunicación estratégica puede ayudar a prevenir tensiones antes de que escalen en el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo.

Carrillo Hoyos (2013), en el artículo titulado *El valor de la comunicación estratégica para la gestión responsable y la prevención de conflictos mineros*, continúa esta línea de análisis y plantea de manera más directa la importancia de la comunicación estratégica en la gestión social de la minería, al sostener que la comunicación dejó de ser una herramienta secundaria o solo informativa para convertirse en un componente necesario del relacionamiento entre empresa, comunidad y territorio.

El trabajo se desarrolla mediante un estudio de casos y permite observar que la comunicación estratégica cumple un papel importante desde la identificación de actores hasta el diseño e implementación de acciones de relacionamiento, lo que resulta especialmente valioso para esta investigación porque se vincula con la calidad del mensaje, la gestión de canales, la retroalimentación y la construcción de confianza.

Este antecedente apoya la presente tesis porque coincide con la idea de que la prevención de conflictos no depende únicamente de normas, permisos o decisiones técnicas, sino también de la forma en que la empresa comunica, escucha y responde, aunque su aporte se ubica en una reflexión más amplia sobre gestión responsable, mientras que esta investigación busca comprobar la influencia de la comunicación estratégica en un caso específico de pequeña minería.

Bances Gandarillas (2018), en la investigación titulada *Gestión de la comunicación en el conflicto social minero, caso Tía María y su impacto en el crecimiento económico de la provincia de Islay*, estudió la relación entre la gestión de la comunicación y el conflicto social minero del caso Tía María, con el propósito de comprender cómo la información, la

percepción de la población y el manejo comunicacional se relacionaban con una situación de alta tensión social.

El estudio combinó entrevistas en profundidad y encuestas aplicadas a pobladores afectados por la actividad minera, lo que le permitió recoger tanto opiniones cuantificables como testimonios más cercanos a la experiencia de la población, metodología que resulta útil para esta tesis porque muestra la importancia de no quedarse solo en cifras, sino también de escuchar cómo los actores interpretan la comunicación de la empresa y cómo esa interpretación influye en la confianza o en el rechazo hacia la actividad minera.

Entre sus principales resultados, la investigación encontró que buena parte de la población no estaba informada sobre las negociaciones entre Southern Perú y la dirigencia local, que existía desconocimiento sobre la gestión de la comunicación y que predominaba la percepción de que los conflictos mineros eran difíciles de resolver sin violencia, resultados que evidencian cómo la falta de información clara y la percepción de exclusión pueden alimentar la conflictividad.

La utilidad de este estudio para el caso de Sayapullo está en mostrar que la comunicación puede ayudar a prevenir tensiones cuando no se queda en la difusión de mensajes, sino que abre espacios de diálogo, consulta y participación con la población

Herreros Alarcón (2024), en la tesis titulada *Incidencia de la Comunicación Externa de una empresa minera en el relacionamiento con los pobladores de Chalhuanahuacho, Apurímac 2023*, analizó la comunicación externa de la empresa minera Las Bambas y su relación con los pobladores de Chalhuanahuacho, buscando conocer si los mensajes, canales y

acciones comunicativas de la empresa contribuían realmente a mejorar el vínculo con la población local.

La investigación fue cuantitativa, de diseño descriptivo-correlacional, y trabajó con una muestra de 391 pobladores, lo que resulta metodológicamente útil para esta tesis porque permite comparar la percepción de una población externa frente a la comunicación de una empresa minera, además, refuerza la importancia de medir la comunicación desde quienes reciben los mensajes y no únicamente desde la organización que los emite.

Los resultados mostraron que la comunicación externa de la empresa tuvo una incidencia poco significativa en el relacionamiento con los pobladores, hallazgo que introduce una lectura crítica importante, porque demuestra que la comunicación no mejora automáticamente la relación empresa-comunidad, especialmente cuando los mensajes no son suficientemente claros, los canales no resultan cercanos o la población no percibe respuestas frente a sus preocupaciones.

Este resultado deja una advertencia importante para la presente investigación, porque advierte que la comunicación solo aporta a la prevención de conflictos cuando tiene calidad, continuidad, credibilidad y adecuación al contexto, por ello, resulta especialmente útil para analizar el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo, donde no basta con saber si la empresa comunica, sino si esa comunicación realmente ayuda a fortalecer confianza, legitimidad y participación.

Calcina Quispe y Calderón Nayhua (2024), en la tesis titulada *Relaciones comunitarias y prevención de conflictos socioambientales de la Unidad Minera Minsur –*

San Rafael en el distrito de Antauta – 2023, analizaron la influencia de las relaciones comunitarias en la prevención de conflictos socioambientales, abordando un tema cercano a la presente investigación porque coloca en el centro la relación entre empresa minera y población, así como la necesidad de prevenir tensiones antes de que estas se conviertan en conflictos abiertos.

El estudio se desarrolló con enfoque cuantitativo y diseño correlacional, lo que permite observar una ruta metodológica parecida a la de esta tesis en cuanto al interés por medir la relación entre variables, aunque en este caso el eje principal no fue la comunicación estratégica, sino las relaciones comunitarias como parte de la gestión social de la unidad minera.

Entre sus conclusiones, los autores señalan que existe una influencia significativa y positiva entre las relaciones comunitarias y la prevención de conflictos socioambientales, destacando además que el incumplimiento de compromisos y la débil participación ciudadana siguen siendo factores críticos en la relación empresa-comunidad.

Este antecedente apoya la presente investigación porque demuestra que la prevención de conflictos está vinculada con la calidad del relacionamiento y con la confianza social, aunque a diferencia del caso de la empresa minera de Sayapullo no analiza de manera directa la comunicación estratégica, por ello, su aporte se ubica principalmente en la variable prevención de conflictos sociales y ayuda a sostener que la participación comunitaria y el cumplimiento de compromisos son aspectos necesarios para reducir tensiones.

Eckhardt et al. (2009), en el libro *Empresas mineras y población: estrategias de comunicación y relacionamiento*, desarrollado por la Universidad ESAN, constituye un antecedente nacional importante porque analiza los casos de Antamina, Buenaventura y Xstrata Tintaya, con el propósito de examinar sus políticas y estrategias de comunicación y relacionamiento con la población local.

El estudio permite observar la comunicación desde experiencias empresariales concretas, donde el vínculo con la población va más allá de informar actividades, sino que requiere estrategias coherentes, conocimiento del contexto cultural, diálogo con actores locales y articulación con la gestión social de las operaciones mineras.

Entre sus principales aportes, el trabajo destaca que la relación sostenible entre empresa minera y población depende de la existencia de estrategias comunicacionales integradas a la gestión social y alineadas con el contexto cultural, político y territorial, conclusión que es punto clave porque muestra que la comunicación no puede aplicarse de manera general para todos los territorios, sino que debe responder a las características de cada población.

Este antecedente apoya la actual tesis porque vincula de manera directa la comunicación estratégica con la viabilidad social de los proyectos mineros y con la necesidad de fortalecer canales de interacción entre empresa, comunidad y Estado, aunque se diferencia porque analiza empresas de gran minería, mientras que esta investigación se concentra en una pequeña empresa minera, lo que permite aportar una mirada más situada sobre Sayapullo.

Valenzuela Contreras (2016), en la tesis titulada *La incidencia de las estrategias comunicacionales implementadas por la compañía minera Antapaccay en las percepciones de los beneficiarios del proyecto Planta de Lácteos – Desarrollo del sector ganadero en Espinar en torno a su desarrollo económico local sostenible*, analizó cómo las estrategias comunicacionales desarrolladas por la empresa influían en la percepción de los beneficiarios de un proyecto social vinculado al desarrollo económico local.

El estudio resulta útil porque muestra que la comunicación de una empresa minera no solo influye en la difusión de sus acciones, sino también en la forma en que la población valora los beneficios, interpreta los compromisos y construye una opinión sobre la responsabilidad de la empresa frente al desarrollo local.

Entre sus aportes, esta investigación orienta que las estrategias comunicacionales pueden incidir en la percepción social cuando están vinculadas con proyectos concretos, como el fortalecimiento productivo o la mejora económica de un grupo beneficiario, aunque también deja ver que la aceptación de la empresa depende de cómo se explica el proyecto, cómo se informa sobre sus avances y cómo la población percibe sus resultados.

La lectura de este trabajo ayuda a mirar cómo se relaciona con la confianza y legitimidad social, especialmente en la valoración de beneficios económicos y a la percepción de responsabilidad empresarial, aunque se diferencia porque no trabaja directamente la prevención de conflictos sociales, por lo que su aporte se entiende como complementario para analizar cómo la comunicación influye en la valoración que la población construye sobre una empresa minera.

En conjunto, los antecedentes nacionales muestran que la comunicación, el relacionamiento comunitario y la confianza cumplen un papel importante en los contextos mineros peruanos, aunque también advierten que la comunicación por sí sola no garantiza una relación favorable con la población si no está acompañada de claridad, continuidad, escucha y respuesta. Carrillo Hoyos permite sostener que el conflicto minero debe analizarse desde la comunicación, Bances Gandarillas muestra que la falta de información puede alimentar la conflictividad, Herreros Alarcón advierte que comunicar no siempre mejora el relacionamiento, Calcina y Calderón refuerzan la importancia de las relaciones comunitarias en la prevención, Eckhardt et al. vinculan la comunicación con la gestión social minera, y Valenzuela Contreras deja claro cómo las estrategias comunicacionales influyen en la percepción de los beneficios y responsabilidades empresariales.

Estos estudios apoyan, contrastan y enriquecen la presente investigación, porque muestran avances importantes sobre comunicación y minería en el Perú, pero también dejan un espacio todavía necesario de estudiar, ya que la mayoría se concentra en gran minería, conflictos ya instalados, comunicación externa o relacionamiento comunitario, mientras que esta tesis busca explicar la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales en una pequeña empresa minera, considerando tanto el ámbito interno como el externo de S.M.R.L. Minera Sayapullo.

2.3.3. En el contexto regional

En el contexto regional, los antecedentes adquieren una importancia especial porque permiten acercar el análisis a territorios social y geográficamente próximos al caso de estudio. A diferencia de los antecedentes internacionales y nacionales, que ayudan a

comprender experiencias más amplias sobre comunicación, minería y conflictos, los estudios desarrollados en La Libertad permiten observar con mayor cercanía cómo se han construido las relaciones entre empresas mineras, población, autoridades y organizaciones locales, especialmente en provincias como Sánchez Carrión, Santiago de Chuco, Huamachuco, Quiruvilca y Sayapullo, donde la minería ha estado vinculada con expectativas económicas, preocupaciones ambientales, demandas sociales y necesidad de diálogo.

Bardales Ruiz y Polo Ávila (2015), en la tesis titulada *Reconocimiento de las acciones comunicativas que se desarrollan en situaciones de conflicto entre la empresa minera y la comunidad campesina de la cuenca del Chuyugual, en el distrito de Sanagorán, provincia de Sánchez Carrión, región La Libertad*, desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, presentan un antecedente regional muy cercano a esta tesis porque estudian la comunicación en una situación de conflicto minero dentro de una provincia próxima al ámbito social de Sayapullo. El objetivo del estudio fue reconocer las acciones comunicativas que se desarrollaban entre la empresa minera y la población organizada de la cuenca del Chuyugual, buscando comprender cómo se expresaban las tensiones, qué formas de comunicación aparecían entre las partes y qué elementos influían en la relación empresa-comunidad.

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, lo que permitió observar el conflicto desde la experiencia de los actores y no solo desde una medición numérica, aspecto importante porque en los conflictos mineros muchas veces las tensiones se entienden mejor cuando se analiza cómo las personas perciben el trato, la información recibida y la posibilidad de ser escuchadas. Entre sus principales resultados, los autores identificaron que el conflicto estaba relacionado con desigualdades económicas y sociales, disputas por el uso

de recursos y diferencias comunicativas entre los actores, lo que muestra que la comunicación no aparece como un elemento secundario, sino como parte del modo en que se construye o se debilita la relación entre empresa y población.

Este antecedente apoya directamente la presente investigación porque sitúa la comunicación en el centro del análisis del conflicto minero, además de desarrollarse en La Libertad, región donde también se ubica S.M.R.L. Minera Sayapullo. Su aporte ayuda a comprender que las tensiones no dependen solo de factores económicos o ambientales, sino también de la forma en que la empresa comunica, escucha y responde, aunque se diferencia de esta tesis porque analiza acciones comunicativas en una situación de conflicto ya existente, mientras que este estudio busca explicar cómo la comunicación estratégica puede contribuir a prevenir tensiones en una etapa temprana del desacuerdo.

Flores Rodríguez (2014), en la tesis titulada *Caracterización de las prácticas comunicativas establecidas entre la empresa minera San Simón y las comunidades de Tres Ríos y Coñachugo, Santiago de Chuco, en situaciones de conflicto*, desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, trabaja un caso regional donde la comunicación entre empresa y población se analiza dentro de un escenario de tensión latente. El objetivo de la investigación fue caracterizar las prácticas comunicativas que se establecían entre la empresa minera y las comunidades vinculadas a su entorno, con la finalidad de comprender cómo esas prácticas influían en la forma en que se sostenía el conflicto.

El estudio se desarrolló desde una perspectiva comunicacional y etnográfica, lo que permitió observar las prácticas comunicativas en su propio contexto, atendiendo no solo a los mensajes de la empresa, sino también a las respuestas, percepciones y discursos de la

población. Entre sus conclusiones, la autora identificó que la empresa desplegaba prácticas orientadas a legitimar su presencia, mientras que las comunidades construían discursos de resistencia frente a la actividad minera, además, el estudio mostró que la conflictividad se mantenía latente, especialmente por el incumplimiento de compromisos relacionados con empleo y expectativas de desarrollo.

Este antecedente enriquece la presente tesis porque permite comprender que la comunicación entre la organización y su entorno no es neutral, ya que puede servir para construir legitimidad, pero también puede ser cuestionada cuando la población percibe incumplimientos, distancia o falta de respuesta. Su metodología resulta útil porque demuestra el valor de observar la comunicación dentro de su contexto social, aunque su límite está en que se concentra en prácticas comunicativas dentro de un conflicto latente y no en la medición de la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos, aspecto que sí desarrolla la presente investigación.

Peña Santos (2014), en la tesis titulada *Imagen corporativa de la Compañía Minera Minasampa S.A.C. para mejorar su presencia en la comunidad de Sarín – Sánchez Carrión*, desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, aborda la relación entre imagen corporativa y presencia de una empresa minera en una comunidad de La Libertad. El estudio se orientó a analizar cómo la imagen de la compañía podía mejorar su vínculo con la población, tomando en cuenta el papel del área de relaciones comunitarias como espacio de contacto entre la empresa y los comuneros.

Entre sus principales conclusiones, el trabajo señala que el área de relaciones comunitarias actuaba como interlocutora frente a la población, aunque no desarrollaba un

diagnóstico ni una propuesta ordenada de mejora de imagen que fuera más allá de atender requerimientos inmediatos. Este resultado es importante porque muestra una debilidad frecuente en algunas empresas mineras: responder a las demandas del momento sin contar con una estrategia clara que permita sostener una relación de confianza en el tiempo.

Su valor para esta tesis se encuentra en el aporte para comprender que la comunicación, la imagen y la presencia de una empresa en el territorio influyen en la confianza y la legitimidad social, aunque su enfoque está más vinculado con imagen corporativa que con prevención de conflictos sociales. Su valor para esta tesis está en mostrar que la presencia empresarial no se fortalece solo con acciones puntuales, sino con diagnóstico, planificación y comunicación permanente, elementos que se relacionan con la gestión comunicacional de S.M.R.L. Minera Sayapullo.

Escobedo Baylón (2016), en la tesis titulada *Propuesta de modelo de responsabilidad social para mejorar las relaciones con los grupos de interés de la empresa minera SMRL Melva N.º 20 de Trujillo – Huamachuco*, desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, presenta un antecedente regional que, aunque se centra en responsabilidad social, resulta útil para comprender la importancia de mejorar la relación entre una empresa minera y los grupos vinculados a su entorno. El objetivo del estudio fue diseñar un modelo de responsabilidad social empresarial que permitiera fortalecer los vínculos con los grupos de interés de la empresa, considerando la percepción de la población y la necesidad de mejorar el trato con el entorno.

Este trabajo aporta a la presente tesis porque muestra que las relaciones entre empresa minera y población no pueden sostenerse solo mediante la actividad productiva, sino

mediante una relación más responsable, clara y cercana con los grupos que se ven involucrados en su actuación. Aunque no trabaja directamente la comunicación estratégica, sí muestra que la percepción de la comunidad, el vínculo con los grupos de interés y la atención a las demandas locales son aspectos necesarios para prevenir tensiones sociales.

Su aporte se ubica principalmente en el relacionamiento comunitario, ya que ayuda a sostener que una empresa minera necesita organizar mejor su relación con la población para generar confianza y evitar distancias innecesarias. Sin embargo, el antecedente se diferencia de esta tesis porque su eje principal es la responsabilidad social empresarial, mientras que la presente investigación analiza de manera específica la comunicación estratégica y su influencia en la prevención de conflictos sociales.

Flores Marceliano (2015), en la tesis titulada *Estrategias de responsabilidad social en la imagen corporativa de la Minera Barrick Misquichilca S.A., distrito de Huamachuco, 2014*, desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, analiza cómo las estrategias de responsabilidad social influyen en la imagen corporativa de una empresa minera en un contexto regional cercano. El interés del estudio se ubica en conocer si las acciones de responsabilidad social desarrolladas por la empresa contribuían a fortalecer o debilitar la valoración que la población tenía sobre ella.

Entre sus principales conclusiones, la investigación encontró que las estrategias de responsabilidad social influían de manera desfavorable en la imagen corporativa de la empresa, debido, entre otros factores, a una comunicación corporativa deficiente y a la necesidad de fortalecer el diálogo con la población. Este resultado es especialmente importante para la presente tesis porque muestra que las acciones empresariales, aun cuando

buscan generar una imagen positiva, pueden tener un efecto contrario si no son comunicadas de manera clara, si no responden a las preocupaciones locales o si la población no percibe apertura al diálogo.

Este antecedente apoya y a la vez contrasta el planteamiento de la presente investigación, porque confirma que la comunicación cumple un papel importante en la valoración social de una empresa minera, pero también advierte que no toda acción comunicativa fortalece la confianza. Para el caso de S.M.R.L. Minera Sayapullo, este estudio resulta útil porque permite sostener que la comunicación estratégica debe ser clara, constante y cercana, ya que una gestión comunicacional débil puede afectar la legitimidad y aumentar la distancia entre la minera y los actores locales.

Figuroa Infantes (2025), en el trabajo de suficiencia profesional titulado *Responsabilidad social y minería en Quiruvilca*, desarrollado en la Universidad Nacional de Trujillo, analiza la percepción del gobierno municipal y de líderes de base respecto de la responsabilidad social empresarial de la minera Barrick Misquichilca en Quiruvilca. Este antecedente resulta cercano al tema de la presente tesis porque permite observar cómo distintos actores de un mismo territorio pueden valorar de manera diferente la actuación de una empresa minera, según sus experiencias, expectativas y preocupaciones.

El estudio muestra una percepción dividida, ya que las autoridades municipales valoran de manera positiva los beneficios económicos generados por la empresa, mientras que los líderes de base expresan desconfianza por posibles impactos ambientales y promesas incumplidas. Este resultado es importante porque evidencia que la relación entre empresa y

población no se interpreta de una sola manera, sino que depende del lugar que ocupan los actores, de la información que reciben y de la confianza que han construido con la empresa.

Este antecedente enriquece la presente investigación porque ayuda a comprender la dimensión de confianza y legitimidad social, especialmente cuando existen diferencias entre la percepción de autoridades y representantes sociales. Su aporte para esta tesis está en mostrar que la comunicación estratégica debe considerar la diversidad de públicos y no asumir que todos interpretan de la misma manera las acciones empresariales, aunque su límite está en que analiza responsabilidad social y percepción, no comunicación estratégica ni prevención de conflictos como variables centrales.

Cotrina Friez (2020), en la tesis titulada *Impacto de la actividad minera en el desarrollo socioeconómico en la región La Libertad, 2012–2018*, desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, ayuda a ubicar el problema minero dentro de una mirada territorial más amplia porque registra la presencia de conflictos sociales vinculados con la minería en la región La Libertad, incluyendo el caso de Sayapullo. El estudio permite ubicar la actividad minera dentro de una realidad regional donde los beneficios económicos conviven con demandas sociales, preocupaciones ambientales y reclamos de la población.

Entre la información más relevante para esta tesis, Cotrina Friez registra que en Sayapullo la población y distintas organizaciones demandaron la suspensión de permisos y la remediación de pasivos ambientales, dato que muestra que el distrito no es un espacio ajeno a la conflictividad minera, sino parte de una región donde la relación entre minería, población y ambiente ha generado tensiones. Este antecedente no analiza directamente la

comunicación estratégica, pero ayuda a sostener que el caso de Sayapullo requiere una mirada preventiva y no solo descriptiva.

Su aporte a la presente investigación es contextual, porque permite ubicar el problema en un territorio con antecedentes de conflictividad minera, mientras que su límite está en que no estudia la comunicación ni el relacionamiento comunitario como factores de prevención. Precisamente por ello, esta tesis busca aportar una mirada más específica, al analizar cómo la comunicación estratégica puede contribuir a prevenir conflictos sociales en la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.2. Hipótesis general

HG. La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

3.3. Hipótesis específicas

HE1. La calidad del mensaje incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

HE2. La gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

HE3. La gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

3.4. Identificación de variables e indicadores

En la presente investigación se consideran dos variables centrales, definidas en función del problema planteado, los objetivos de la investigación y la lógica explicativa del estudio.

Variable independiente:

- Comunicación estratégica

Dimensiones

- Calidad del mensaje
- Gestión comunicacional
- Gestión de canales y retroalimentación

Variable dependiente:

- Prevención de conflictos sociales

Dimensiones

- Gestión preventiva de tensiones sociales
- Confianza y legitimidad social
- Participación comunitaria

3.4.1. Operacionalización de variables

A continuación, se presenta la tabla de operacionalización de variables, en la que se detallan la variable independiente y la variable dependiente, así como sus respectivas dimensiones, indicadores e ítems de medición.

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Variable independiente: Comunicación estratégica	La comunicación estratégica es un proceso planificado, bidireccional y sostenido mediante el cual una organización gestiona mensajes, canales y mecanismos de interacción con sus públicos internos y externos, con el propósito de construir comprensión, confianza, legitimidad y relaciones sostenibles.	Calidad del mensaje	-Claridad de los mensajes -Comprensión del contenido -Relevancia del contenido -Pertinencia social	- La información que brinda la empresa es clara y comprensible para la comunidad. -Los mensajes emitidos por la empresa permiten comprender sus actividades y decisiones. -La información difundida por la empresa aborda temas relevantes para la comunidad. -Los temas comunicados por la empresa resultan pertinentes para la población.
		Gestión comunicacional	-Regularidad en la comunicación -Actualización constante de la información	-La empresa mantiene una comunicación frecuente con la comunidad. -La información difundida por la empresa se actualiza de manera constante.
		Gestión de canales y retroalimentación	- Accesibilidad de los canales - Efectividad de los canales utilizados	-Los canales de comunicación utilizados por la empresa son accesibles para la población. -Los canales utilizados permiten una interacción efectiva entre la empresa y la comunidad.
Variable dependiente: Prevención de conflictos sociales	La prevención de conflictos sociales se refiere al conjunto de condiciones, acciones y mecanismos que permiten anticipar, contener o reducir	Gestión preventiva de tensiones sociales	- Disminución de conflictos - Prevención de nuevos conflictos	-En los últimos años se han reducido los conflictos sociales vinculados a la empresa. -Se han evitado nuevos conflictos sociales en el entorno de la empresa. -Las tensiones sociales en el entorno de la empresa se presentan con baja intensidad.

tensiones sociales antes de que escalen a situaciones abiertas de confrontación entre la empresa y los actores de su entorno.		-Intensidad de tensiones Manejo oportuno	-Las situaciones conflictivas son atendidas oportunamente.
	Confianza y legitimidad social	-Opinión sobre la empresa -Confianza generada -Percepción de responsabilidad ambiental -Valoración de beneficios económicos	-La comunidad tiene una opinión favorable sobre la empresa. -La empresa genera confianza en la comunidad. -La empresa actúa de manera responsable frente al ambiente. -La comunidad percibe beneficios económicos derivados de la actividad minera.
	Participación comunitaria	- Inclusión en la toma de decisiones - Creación de espacios de participación	-La empresa incluye a la comunidad en procesos de toma de decisiones relacionados con su entorno. -Existen espacios de participación promovidos por la empresa para dialogar con la comunidad

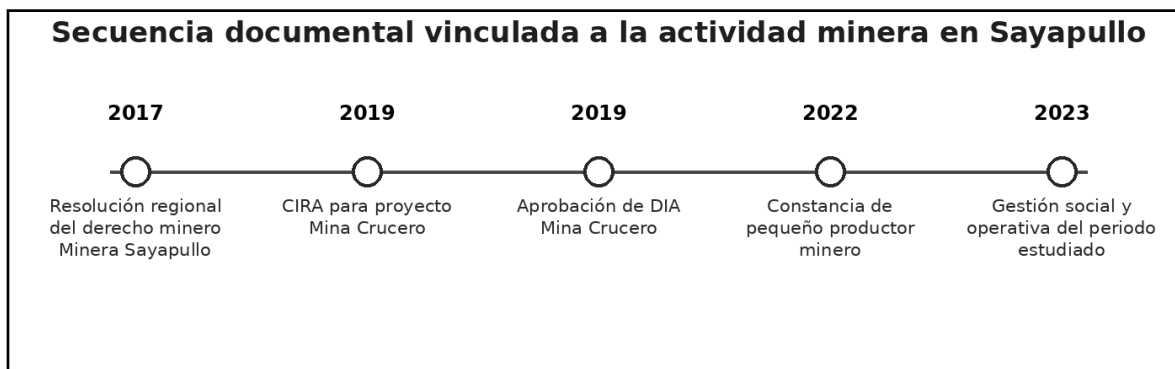
Fuente: Elaboración propia según variables y dimensiones de la investigación, 2023.

4.1.1. Antecedentes territoriales y trayectoria minera

La historia minera de Sayapullo ayuda a ubicar la sensibilidad del territorio frente a la presencia de empresas extractivas. La actividad minera aparece vinculada a procesos antiguos de explotación, paralización, reactivación de labores y presencia de minería informal, de modo que la población no interpreta la minería únicamente desde el año 2023, sino desde una memoria local donde se cruzan empleo, ingreso económico, migración, informalidad y preocupación por los efectos de la actividad sobre el entorno.

Rodríguez Córdor (2020) se utiliza en este apartado solo como antecedente contextual, porque aporta información sobre la historia minera del distrito, la presencia de actores locales y algunos efectos sociales asociados a la actividad, pero la caracterización de la empresa en la presente tesis se sostiene principalmente en documentación registral, minera, ambiental y cultural proporcionada para el estudio. Esta separación evita que una tesis previa sustituya a los documentos de la empresa o a los registros oficiales, y permite usar cada fuente según su función.

Figura 2. Secuencia documental vinculada a la actividad minera en Sayapullo



4.1.2. Caracterización económica y social del distrito

La economía local de Sayapullo se relaciona con la minería, pero no se agota en ella, porque también existen actividades agrícolas, comercio, servicios y formas de trabajo asociadas al movimiento que genera la actividad extractiva. Esta combinación es importante para el ámbito de estudio, ya que las expectativas de empleo, compras locales, apoyo social y dinamismo comercial pueden fortalecer la relación con la empresa cuando se comunican con claridad, o generar malestar cuando la población percibe silencio, preferencia hacia determinados actores o falta de respuesta frente a compromisos.

En el distrito participan trabajadores, autoridades, asociaciones, rondas campesinas, instituciones educativas, proveedores, familias y personas vinculadas a minería informal, por lo que la población no puede ser tratada como un bloque homogéneo. Cada actor se aproxima a la empresa desde una preocupación distinta, algunos desde el empleo, otros desde el comercio, la seguridad, el ambiente, la representación social o la expectativa de beneficios para su sector, y esa diversidad justifica que el ámbito de estudio incluya tanto la dimensión territorial como la relación social que se forma alrededor de la actividad minera.

4.1.3. Caracterización de la S.M.R.L. Minera Sayapullo

La S.M.R.L. Minera Sayapullo constituye el actor empresarial central del estudio, porque la investigación se concentra en la relación que mantiene con la población del distrito durante el año 2023. A partir de la documentación revisada, la empresa figura como una Sociedad Minera de Responsabilidad Limitada constituida y registrada en el Perú, vinculada a actividad minera en Sayapullo y asociada al derecho minero denominado Minera Sayapullo,

dato que permite describirla con base documental sin convertir el apartado en una presentación institucional ni en una defensa de su actuación.

La documentación minera revisada permite ubicar a la empresa dentro de la pequeña minería, con registros vinculados al derecho minero Minera Sayapullo y a la Unidad Minera Crucero. Entre los documentos proporcionados se identifican una resolución regional sobre el petitorio o derecho minero, una constancia de pequeño productor minero, certificación cultural sobre inexistencia de restos arqueológicos para el proyecto de explotación de minerales polimetálicos Mina Crucero, documentación ambiental vinculada a la Declaración de Impacto Ambiental y certificados registrales sobre la vigencia de la empresa. Estos elementos no se presentan como prueba de desempeño ambiental o social, sino como registros que ayudan a ubicar formalmente al actor empresarial dentro del ámbito de estudio.

La información empresarial resulta relevante porque la S.M.R.L. Minera Sayapullo no se relaciona únicamente con trabajadores o áreas internas, también con autoridades, proveedores, organizaciones locales, familias, sectores del distrito y personas vinculadas a actividades mineras formales e informales. Esta posición la convierte en un actor que comunica, coordina, contrata, recibe demandas, asume compromisos y genera expectativas, por lo que su presencia en el ámbito de estudio debe describirse junto con los documentos que la ubican legal y territorialmente, y junto con los actores sociales que participan en su entorno.

Tabla 2. Caracterización documental de la S.M.R.L. Minera Sayapullo

Aspecto	Dato consignado en la documentación	Documento de respaldo
Razón social	S.M.R.L. Minera Sayapullo	Certificado de vigencia registral y constancia de pequeño productor minero
RUC	20603835183	Constancia de pequeño productor minero y consulta web referencial de datos empresariales
Naturaleza societaria	Sociedad Minera de Responsabilidad Limitada	Certificado de vigencia registral de SUNARP
Constitución y registro en el Perú	Persona jurídica inscrita en Registros Públicos del Perú, Zona Registral N.º V – Sede Trujillo	Certificado de vigencia registral
Domicilio fiscal / registral	Jr. Independencia N.º 431, oficina 311, Trujillo, La Libertad	Consulta web referencial y certificado registral
Condición minera	Registro como pequeño productor minero	Constancia de Pequeño Productor Minero
Actividad económica declarada	Venta al por mayor de metales y minerales metalíferos como actividad principal; extracción de otros minerales metalíferos no ferrosos como actividad secundaria	Consulta web referencial de actividad económica

Fuente: Elaboración propia con base en documentos registrales, mineros y ambientales

4.1.4. Actores vinculados al ámbito de estudio

El ámbito de estudio incluye a la empresa y a la población del distrito como partes de una relación social más amplia, donde intervienen actores con distintos niveles de cercanía frente a la actividad minera. Esta precisión evita que el estudio sea entendido como un análisis de conflictos internos de la empresa, ya que la investigación se ubica en el vínculo

que la S.M.R.L. Minera Sayapullo mantiene con la población local, sus autoridades, organizaciones, proveedores y sectores vinculados directa o indirectamente con la minería.

La presencia de varios actores obliga a observar la comunicación como una práctica que debe adaptarse al territorio. Un mensaje dirigido a trabajadores no cumple la misma función que una reunión con autoridades, una coordinación con rondas campesinas, una comunicación a proveedores o una respuesta a familias preocupadas por empleo, ambiente o compromisos sociales, de modo que la caracterización del ámbito debe identificar quiénes intervienen y qué relación guardan con la empresa.

Tabla 3. Actores vinculados entre la empresa minera y la población local

Grupo de actores	Actores incluidos	Relevancia para la comunicación en el ámbito
Empresa	Gerencia, operaciones, responsabilidad social, seguridad, administración, área legal, contabilidad y trabajadores.	Organizan decisiones, mensajes, compromisos y respuestas frente a la población.
Autoridades e instituciones	Municipalidad, entidades regionales, instituciones educativas, salud, justicia de paz y otras entidades públicas vinculadas al territorio.	Canalizan demandas, validan información y participan en coordinaciones públicas.
Organizaciones locales	Rondas campesinas, asociaciones, comités, JASS, espacios de seguridad y organizaciones sociales.	Representan intereses de sectores de la población y pueden activar o contener tensiones.
Actores económicos	Proveedores, comerciantes, transportistas, trabajadores locales y personas vinculadas a minería formal o informal.	Relacionan la actividad minera con empleo, compras, servicios y expectativas económicas.

Población del distrito	Familias, sectores del área de influencia y población vinculada directa o indirectamente con la actividad minera.	Recibe, interpreta y evalúa la comunicación de la empresa a partir de sus preocupaciones y experiencias.
------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia con base en documentación del ámbito de estudio

4.2. Tipo de investigación

La investigación es de tipo aplicada, porque parte de un problema concreto: la relación comunicacional entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo durante el año 2023, y busca que los resultados no queden solo en una explicación académica, sino que sirvan como base para mejorar la gestión comunicacional vinculada con la prevención de conflictos sociales.

Según Ñaupas et al. (2018), la investigación aplicada utiliza el conocimiento científico para atender problemas prácticos, mientras que Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que una investigación puede aportar información útil para comprender una realidad y apoyar decisiones dentro de un contexto determinado. En esta tesis, ese carácter aplicado se expresa en el análisis de la calidad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales y la retroalimentación, aspectos que pueden orientar acciones comunicativas más claras, constantes y cercanas a la población del distrito.

4.3. Enfoque de la investigación

La investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto con predominio cuantitativo, porque utiliza cuestionarios para medir percepciones sobre la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales, y complementa esa información con entrevistas

semiestructuradas que permiten recoger valoraciones más amplias de trabajadores, autoridades y representantes sociales vinculados al ámbito de estudio.

El predominio cuantitativo se sostiene en la aplicación de instrumentos estructurados a los ámbitos interno y externo, lo que permite organizar la información en tablas, porcentajes y pruebas estadísticas; la parte cualitativa, en cambio, ayuda a comprender con mayor detalle cómo se interpretan los mensajes de la empresa, qué dudas aparecen en la población y qué aspectos de la comunicación pueden fortalecer o debilitar la confianza. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) explican que los métodos mixtos integran datos cuantitativos y cualitativos para lograr una comprensión más completa del problema, criterio que se ajusta a esta investigación porque la relación entre empresa y población no puede leerse solo desde cifras ni únicamente desde testimonios.

4.4. Alcance de la investigación

La investigación tiene alcance explicativo, porque busca determinar la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo. No se limita a describir si los mensajes son claros o si los canales son accesibles, sino que examina cómo esas dimensiones se relacionan con la gestión preventiva de tensiones sociales, la confianza, la legitimidad social y la participación comunitaria.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señalan que los estudios explicativos buscan conocer cómo se relacionan determinadas variables y por qué ocurre un hecho dentro de un contexto definido. En esta tesis, el alcance explicativo se trabaja con prudencia metodológica,

porque las variables no fueron manipuladas; la influencia se analiza a partir de los datos recogidos en el año 2023 y de las pruebas estadísticas aplicadas, sin afirmar una causalidad absoluta.

4.5. Diseño de la investigación

El diseño es no experimental y de corte transversal, porque la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales fueron observadas tal como se presentaron en la relación entre la empresa y la población, sin manipular las variables ni intervenir en las condiciones del ámbito de estudio.

El corte transversal se justifica porque la información se recogió en un solo periodo, correspondiente al año 2023, lo que permitió conocer las percepciones de los participantes en ese momento específico. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) explican que los diseños no experimentales observan las variables en su contexto natural y que los estudios transversales recogen datos en un tiempo determinado, criterio que corresponde a esta investigación porque no se buscó medir cambios a lo largo del tiempo, sino analizar la relación entre las variables durante el periodo estudiado.

4.6. Unidad de análisis

La unidad de análisis estuvo conformada por cada participante considerado en los ámbitos interno y externo de la investigación. En el ámbito interno se tomó en cuenta al personal vinculado a la S.M.R.L. Minera Sayapullo, mientras que en el ámbito externo se consideró a autoridades locales, líderes sociales, representantes comunitarios y actores del entorno identificados en los registros proporcionados por el área de relaciones comunitarias.

Esta delimitación permitió recoger percepciones desde los dos espacios donde se construye la relación entre la empresa y la población del distrito. Por un lado, el ámbito interno permitió conocer cómo se comprende y organiza la comunicación dentro de la empresa; por otro, el ámbito externo permitió observar cómo la población y sus representantes valoran los mensajes, los canales, la respuesta institucional y la confianza generada por la S.M.R.L. Minera Sayapullo.

4.7. Población de estudio

La población de estudio estuvo conformada por personas vinculadas al ámbito interno y externo de la S.M.R.L. Minera Sayapullo, debido a que la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales debían analizarse desde ambos lados de la relación empresa–población. En el ámbito interno se consideró al personal relacionado con la gestión administrativa, operativa, seguridad patrimonial y labores obreras de zonas aledañas; en el ámbito externo se tomó en cuenta a proveedores locales, autoridades, instituciones, organizaciones sociales y población vinculada directa o indirectamente con la actividad minera.

La población total fue de 225 participantes potenciales, distribuidos en 93 personas del ámbito interno y 132 del ámbito externo. Esta delimitación permitió recoger información desde quienes forman parte del funcionamiento de la empresa y desde quienes se relacionan con ella en el territorio, lo cual resulta necesario para comprender cómo se percibe la comunicación de la empresa y de qué manera puede contribuir a prevenir tensiones sociales.

Tabla 4. Cuadro de población de Sayapullo

Ámbito	Actor mapeado	Descripción del actor considerado	Cantidad total por ámbito
Ámbito interno	Personal administrativo y de operaciones	Trabajadores relacionados con la gestión administrativa y la operación minera.	93
	Seguridad patrimonial	Personal encargado de labores de resguardo y control patrimonial vinculadas a la operación.	
	Personal obrero de zonas aledañas	Trabajadores procedentes de sectores cercanos al ámbito de operación minera.	
Ámbito externo	Proveedores locales de bienes y servicios del distrito de Sayapullo	Actores económicos locales que proveen bienes o servicios vinculados directa o indirectamente con la actividad minera.	132
	Municipalidad Distrital de Sayapullo	Autoridad local con funciones de gestión territorial, desarrollo local y coordinación institucional.	
	Subprefectura	Representación política del Estado en el distrito.	
	Policía Nacional del Perú – Sayapullo	Institución encargada del orden interno y seguridad pública en el ámbito distrital.	
	Juzgado de Paz de Sayapullo	Instancia local de administración de justicia y resolución de asuntos comunales o vecinales.	
	Sector educación: inicial, primaria y secundaria	Instituciones educativas, docentes, estudiantes y padres de familia vinculados al entorno social del distrito.	
	Sector salud: puesto de salud	Servicio local de atención primaria de salud.	
	Comité por el Desarrollo de Sayapullo	Organización local relacionada con demandas, coordinación y desarrollo del distrito.	
	Ronda Campesina de Sayapullo	Organización comunal con presencia territorial y capacidad de vigilancia, coordinación y representación local.	
	Junta Administrativa de Servicios de Saneamiento	Organización vinculada a la gestión local del agua y saneamiento.	
	Asociaciones mineras en Sayapullo	Agrupaciones vinculadas a la actividad minera local.	
	Población residente en la localidad de Sayapullo	Habitantes del centro poblado directamente vinculados al entorno social de la investigación.	
	Población de zonas aledañas: La Mora y Pueblo Nuevo	Población ubicada en sectores cercanos al ámbito de influencia de la actividad minera.	

Total	Ámbito interno y ámbito externo	Participantes considerados en la población de estudio.	225
--------------	--	---	------------

Fuente: Cuadro elaborado por relaciones comunitarias de S.M.R.L. Minera Sayapullo

4.8. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se calculó mediante la fórmula para poblaciones finitas, debido a que la investigación trabajó con una población conocida, delimitada y menor a 100 000 unidades. La población estuvo conformada por 225 participantes potenciales, distribuidos en 93 personas del ámbito interno y 132 del ámbito externo.

Para el cálculo se asumió un nivel de confianza de 95 %, un margen de error de 5 % y máxima variabilidad, expresada en $p = 0.50$ y $q = 0.50$. Estos valores se utilizaron porque no se contaba con una proporción previa comprobada sobre las respuestas esperadas frente a la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales; por ello, se trabajó con el escenario de mayor variabilidad, lo que permitió obtener una muestra suficiente y conservadora para el análisis.

Fórmula utilizada

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- n = tamaño de la muestra
- N = tamaño de la población

- Z = valor de la distribución normal estándar para un nivel de confianza del 95 % (1.96)
- e = margen de error permitido (0,05)
- p = probabilidad de éxito (0,50)
- q = probabilidad de fracaso (0,50)

a) Ámbito interno (N = 93)

$$n = \frac{93 \cdot 0,9604}{0,05^2(93 - 1) + 0,9604}$$

$$n = \frac{89,3172}{0,0025 \cdot 92 + 0,9604} = \frac{89,3172}{0,23 + 0,9604} = \frac{89,3172}{1,1904} = 75,0$$

Por tanto, el tamaño de muestra del ámbito interno fue $n = 75$.

b) Ámbito externo (N = 132)

$$n = \frac{132 \cdot 0,9604}{0,05^2(132 - 1) + 0,9604}$$

$$n = \frac{126,7728}{0,0025 \cdot 131 + 0,9604} = \frac{126,7728}{0,3275 + 0,9604} = \frac{126,7728}{1,2879} = 98,44$$

Por tanto, el tamaño de muestra de ámbito externo fue de 98

4.9. Técnicas de selección de muestra

La selección de la muestra se realizó mediante muestreo probabilístico estratificado, debido a que la población estaba organizada en dos grupos diferenciados, el ámbito interno y el ámbito externo, cada uno con características propias y con una relación distinta frente a

la empresa. Esta técnica permitió que ambos grupos estuvieran presentes en la muestra y que sus percepciones pudieran ser analizadas de manera diferenciada, sin perder la lectura general del problema investigado.

En el ámbito interno, la selección se realizó a partir del registro de trabajadores en planilla de S.M.R.L. Minera Sayapullo, mientras que, en el ámbito externo, se tomó como referencia la relación de autoridades locales, líderes comunales y representantes de organizaciones vinculadas al entorno de la empresa. A partir de estos registros se organizó la participación de acuerdo con el tamaño de muestra definido para cada ámbito, procurando que la información recogida reflejara tanto la experiencia interna de la empresa como la percepción de la población relacionada con su actividad.

Esta forma de selección resultó adecuada para la investigación porque permitió comparar las percepciones de trabajadores y representantes del entorno social, lo que era necesario para explicar la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales. En ese sentido, el muestreo no solo respondió a una exigencia estadística, sino también a la necesidad de recoger información desde los dos espacios donde se construye la relación entre la empresa y la población.

4.10. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de información se utilizaron la encuesta y la entrevista semiestructurada, debido a que la investigación requería medir percepciones sobre comunicación estratégica y prevención de conflictos sociales, pero también recoger

explicaciones más abiertas sobre la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo.

La encuesta se aplicó mediante un cuestionario estructurado dirigido a participantes del ámbito interno y externo. El instrumento se organizó con escala tipo Likert y alternativas ordinales diferenciadas según el contenido de cada ítem, ya que algunas preguntas recogieron niveles de acuerdo, comprensión, satisfacción, frecuencia, efectividad, pertinencia o contribución. Esta gradación permitió obtener respuestas con matices y favoreció la variabilidad de las respuestas, porque los participantes no quedaron limitados a opciones cerradas de aceptación o rechazo, sino que pudieron expresar distintos niveles de valoración frente a la calidad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales de información, la retroalimentación, la confianza, la legitimidad social y la participación comunitaria. Matas (2018) señala que las escalas tipo Likert permiten registrar respuestas ordenadas frente a un ítem, criterio útil cuando se estudian percepciones y valoraciones.

La entrevista semiestructurada se utilizó como técnica cualitativa mediante una guía de preguntas orientada a profundizar en las percepciones de actores vinculados con la empresa y el entorno social del distrito. Esta técnica complementó los resultados del cuestionario, porque permitió recoger explicaciones sobre comunicación, confianza, compromisos, canales de información y prevención de tensiones sociales, aspectos que ayudan a interpretar mejor los datos cuantitativos. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) sostienen que la entrevista semiestructurada mantiene un orden temático, pero deja margen para que el participante amplíe sus respuestas desde su experiencia.

4.11. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del cuestionario se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, debido a que el instrumento estuvo conformado por ítems con escala tipo Likert y era necesario verificar la consistencia interna de las respuestas. Este procedimiento se aplicó por separado en el ámbito interno y en el ámbito externo, porque ambos grupos respondieron el cuestionario desde posiciones distintas frente a la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito.

El cálculo se realizó en tres niveles: primero, para los 8 ítems correspondientes a la variable comunicación estratégica; luego, para los 12 ítems de la variable prevención de conflictos sociales, y finalmente para el instrumento total, integrado por los 20 ítems del cuestionario. En este último caso, el alfa no se obtuvo sumando ni promediando los coeficientes de ambas variables, sino incorporando simultáneamente los 20 ítems en el análisis de confiabilidad, de modo que el resultado expresara la consistencia interna global del cuestionario aplicado.

En el ámbito interno, la variable comunicación estratégica obtuvo un alfa de Cronbach de 0.821, la variable prevención de conflictos sociales alcanzó 0.874, y el instrumento total registró 0.903. En el ámbito externo, la comunicación estratégica obtuvo 0.793, la prevención de conflictos sociales alcanzó 0.846, y el instrumento total registró 0.889. Estos valores muestran que el cuestionario presentó niveles adecuados de confiabilidad para el análisis de la información recogida en ambos ámbitos.

Tabla 5. Confiabilidad del instrumento aplicado al ámbito interno

Variable	Número de ítems	Alfa de Cronbach	Interpretación
----------	-----------------	------------------	----------------

Comunicación estratégica	8	0.821	Buena
Prevención de conflictos sociales	12	0.874	Buena
Instrumento total	20	0.903	Muy buena

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Tabla 6. Confiabilidad del instrumento aplicado al ámbito externo

Variable	Número de ítems	Alfa de Cronbach	Interpretación
Comunicación estratégica	8	0.793	Aceptable
Prevención de conflictos sociales	12	0.846	Buena
Instrumento total	20	0.889	Buena

Fuente: Elaboración propia, 2023.

4.12. Procedimientos de recolección de información

El proceso de recolección de información se desarrolló en varias etapas. En una primera fase se delimitó la población de estudio y se establecieron los estratos correspondientes al ámbito interno y externo. Posteriormente, se procedió a la aplicación de las encuestas a los participantes seleccionados, garantizando condiciones adecuadas para la comprensión y respuesta del instrumento. De manera paralela, se realizaron entrevistas semiestructuradas a actores clave, con el propósito de ampliar la comprensión del fenómeno desde una perspectiva cualitativa.

Finalmente, la información obtenida fue organizada y sistematizada para su posterior análisis, diferenciando los insumos cuantitativos de los cualitativos, aunque conservando su articulación en función del objetivo general de la investigación.

4.13. Métodos de análisis de datos

Los datos recogidos mediante el cuestionario fueron procesados en el programa SPSS, lo que permitió organizar la información en tablas de frecuencia, porcentajes y pruebas estadísticas. Primero se desarrolló el análisis descriptivo de las variables y dimensiones, con

el fin de conocer cómo los participantes del ámbito interno y externo valoraron la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales en la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito.

Para la contrastación de hipótesis se aplicó la prueba Chi-cuadrado de independencia, debido a que las respuestas del cuestionario fueron organizadas en categorías de análisis. Esta prueba permitió identificar si existía asociación significativa entre la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales, así como entre las dimensiones específicas planteadas en la investigación.

De manera complementaria, se aplicó el coeficiente Rho de Spearman, porque los datos procedieron de una escala tipo Likert y permitieron valorar la dirección e intensidad de la relación entre las variables y dimensiones del estudio. Para este análisis se trabajó con puntajes obtenidos a partir de los ítems del cuestionario, de modo que la hipótesis general se contrastó con los puntajes totales de comunicación estratégica y prevención de conflictos sociales, mientras que las hipótesis específicas se analizaron con los puntajes de sus dimensiones correspondientes.

La información obtenida mediante entrevistas semiestructuradas fue revisada de forma cualitativa, tomando en cuenta las ideas más relevantes de los participantes sobre comunicación, confianza, canales de información, compromisos y prevención de tensiones sociales. Esta lectura permitió complementar los resultados estadísticos y comprender mejor cómo se percibe la relación entre la empresa minera y la población del distrito de Sayapullo.

El criterio de decisión estadística se estableció con un nivel de significancia de 0.05. Cuando el valor de significancia fue menor a dicho nivel, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna.

4.14. Aspectos éticos

La investigación se desarrolló respetando principios éticos fundamentales, entre ellos la confidencialidad de la información, el respeto a la identidad de los participantes y el uso académico de los datos recolectados. Asimismo, se garantizó que la participación de los actores fuese voluntaria y que la información recogida se utilizara exclusivamente con fines de investigación.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de resultados e interpretación – Ámbito Interno

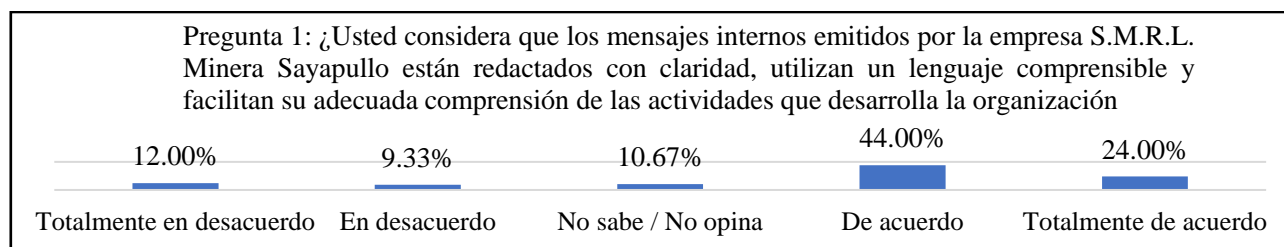
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 7. Indicador: claridad de los mensajes en el ámbito interno

Pregunta 1: ¿Usted considera que los mensajes internos emitidos por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo están redactados con claridad, utilizan un lenguaje comprensible y facilitan su adecuada comprensión de las actividades que desarrolla la organización?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo	18	24,0 %
De acuerdo	33	44,0 %
No sabe / No opina	8	10,7 %
En desacuerdo	7	9,3 %
Totalmente en desacuerdo	9	12,0 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 3. Distribución porcentual de la claridad de los mensajes en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La claridad de los mensajes internos evidencia una percepción favorable, expresada en el 68,0 % de respuestas positivas, lo que indica que la mayoría del personal comprende la información que la empresa comunica sobre sus actividades; sin embargo, el 21,3 % de respuestas desfavorables y el 10,7 % de opiniones indefinidas evidencian que esa claridad todavía no alcanza a todos con la misma fuerza, situación relevante porque, cuando los mensajes internos no se entienden de manera uniforme, pueden aparecer dudas, interpretaciones distintas y menor preparación del personal frente a acciones vinculadas con la prevención de conflictos sociales.

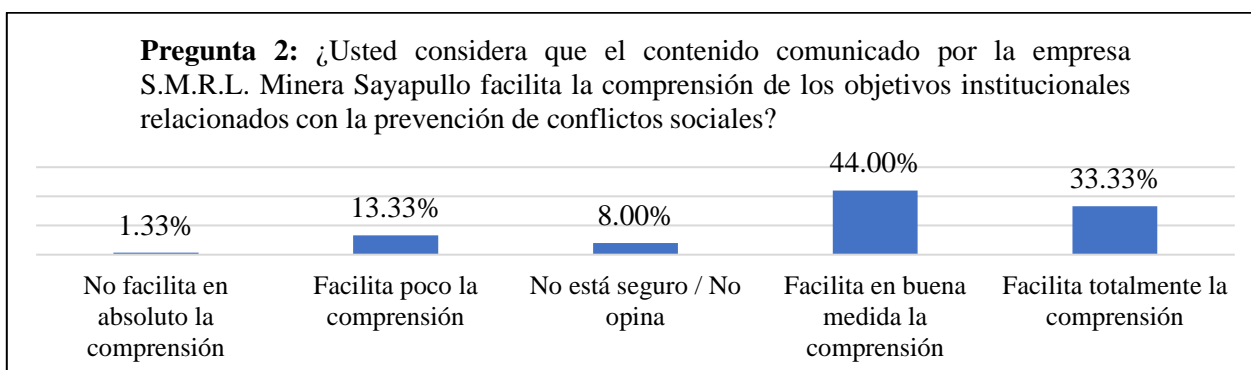
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 8. Indicador: comprensión del contenido comunicado en el ámbito interno

Pregunta 2: ¿Usted considera que el contenido comunicado por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo facilita la comprensión de los objetivos institucionales relacionados con la prevención de conflictos sociales?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Facilita totalmente la comprensión	25	33,3 %
Facilita en buena medida la comprensión	33	44,0 %
No está seguro / No opina	6	8,0 %
Facilita poco la comprensión	10	13,3 %
No facilita en absoluto la comprensión	1	1,3 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 4. Distribución porcentual de la comprensión del contenido comunicado



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comprensión del contenido comunicado presenta una valoración favorable, reflejada en el 77,3 % de respuestas positivas, lo que permite sostener que la información difundida ayuda a buena parte del personal a entender los objetivos relacionados con la prevención de conflictos sociales; no obstante, el 14,6 % de respuestas críticas y el 8,0 % de opiniones indefinidas muestran que todavía existe un grupo que no asimila plenamente estos contenidos, aspecto importante porque la prevención requiere que los trabajadores comprendan con claridad qué comunica la empresa, para qué lo comunica y cómo deben actuar frente a situaciones de tensión.

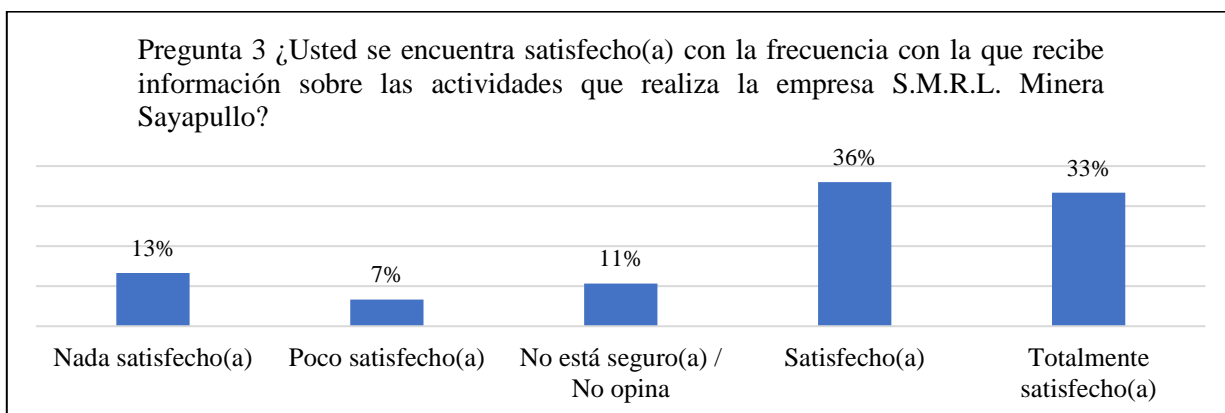
Dimensión: Gestión comunicacional

Tabla 9. Indicador: regularidad en la comunicación en el ámbito interno

Pregunta 3 ¿Usted se encuentra satisfecho(a) con la frecuencia con la que recibe información sobre las actividades que realiza la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente satisfecho(a)	25	33,3 %
Satisfecho(a)	27	36,0 %
No está seguro(a) / No opina	8	10,7 %
Poco satisfecho(a)	5	6,7 %
Nada satisfecho(a)	10	13,3 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 5. Distribución porcentual de la regularidad en la comunicación



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La regularidad de la comunicación interna presenta una tendencia favorable, expresada en el 69,3 % de respuestas satisfechas, lo que muestra que la empresa mantiene un flujo informativo reconocido por la mayoría del personal; sin embargo, el 20,0 % de respuestas insatisfechas y el 10,7 % de opiniones indefinidas advierten que la información no llega con la misma continuidad a todos los trabajadores, situación que puede generar vacíos, versiones incompletas o criterios distintos dentro de la organización, debilitando el aporte de la comunicación interna a la prevención de tensiones sociales.

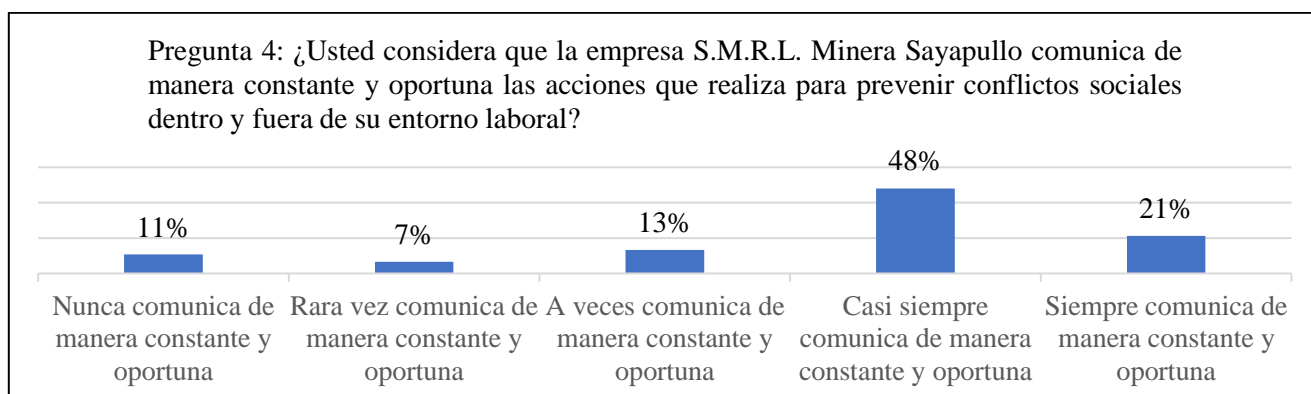
Dimensión: Gestión comunicacional

Tabla 10. Indicador: actualización constante en el ámbito interno

Pregunta 4: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera constante y oportuna las acciones que realiza para prevenir conflictos sociales dentro y fuera de su entorno laboral?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre comunica de manera constante y oportuna	16	21,3 %
Casi siempre comunica de manera constante y oportuna	36	48,0 %
A veces comunica de manera constante y oportuna	10	13,3 %
Rara vez comunica de manera constante y oportuna	5	6,7 %
Nunca comunica de manera constante y oportuna	8	10,7 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 6. Distribución porcentual de actualización constante en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La actualización de la información presenta una valoración favorable, expresada en el 69,3 % de respuestas positivas, lo que muestra que la empresa comunica con cierta constancia las acciones vinculadas a la prevención de conflictos sociales; sin embargo, el 17,4 % de respuestas negativas y el 13,3 % de opiniones intermedias advierten que esta actualización todavía no se percibe como plenamente sostenida, situación importante porque una comunicación que aparece de forma irregular puede dejar vacíos, alimentar dudas internas y reducir la capacidad del personal para actuar con criterios claros frente a posibles tensiones.

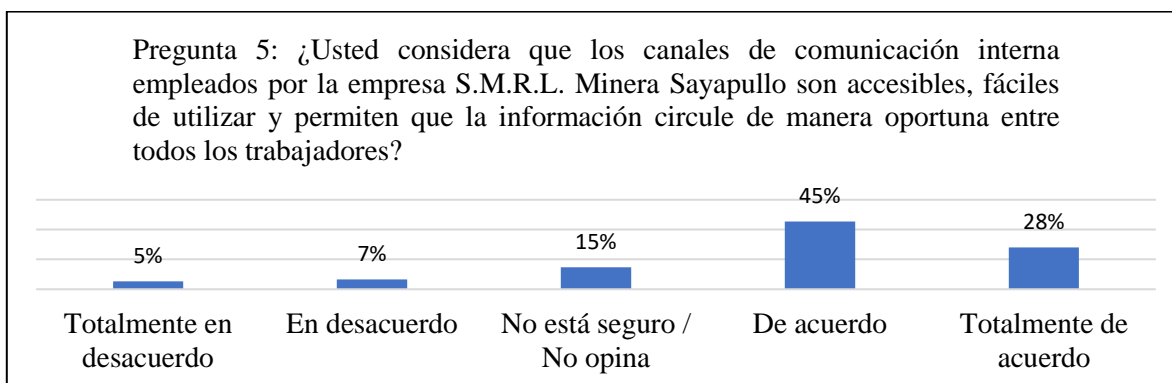
Dimensión: Gestión de canales y retroalimentación

Tabla 11. Indicador: accesibilidad de los canales en el ámbito interno

Pregunta 5: ¿Usted considera que los canales de comunicación interna empleados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son accesibles, fáciles de utilizar y permiten que la información circule de manera oportuna entre todos los trabajadores?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo	21	28,0 %
De acuerdo	34	45,3 %
No está seguro / No opina	11	14,7 %
En desacuerdo	5	6,7 %
Totalmente en desacuerdo	4	5,3 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 7. Distribución porcentual de accesibilidad de los canales en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La accesibilidad de los canales internos muestra una tendencia positiva, reflejada en el 73,3 % de respuestas favorables, lo que indica que la mayoría del personal reconoce medios útiles para recibir información dentro de la empresa; no obstante, el 12,0 % de respuestas desfavorables y el 14,7 % de opiniones indefinidas evidencian que el acceso no es igual para todos los trabajadores, aspecto que debe atenderse porque un canal poco usado, poco entendido o poco visible puede limitar la circulación de información y debilitar la comunicación interna necesaria para prevenir tensiones sociales.

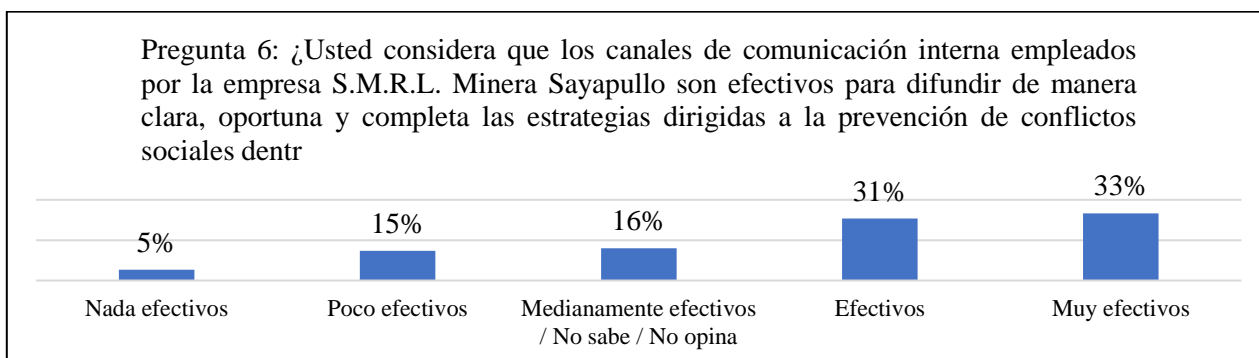
Dimensión: Gestión de canales y retroalimentación

Tabla 12. Indicador: efectividad de los canales utilizados en el ámbito interno

Pregunta 6: ¿Usted considera que los canales de comunicación interna empleados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son efectivos para difundir de manera clara, oportuna y completa las estrategias dirigidas a la prevención de conflictos sociales dentro de la organización?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy efectivos	25	33,3 %
Efectivos	23	30,7 %
Medianamente efectivos / No sabe / No opina	12	16,0 %
Poco efectivos	11	14,7 %
Nada efectivos	4	5,3 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 8. Distribución porcentual de la efectividad de los canales utilizados



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La efectividad de los canales presenta una valoración favorable, aunque menos sólida que su accesibilidad, ya que el 64,0 % del personal considera que estos medios cumplen adecuadamente su función; el dato crítico aparece en el 20,0 % de respuestas negativas y el 16,0 % de opiniones intermedias, lo que muestra que tener canales disponibles no garantiza que la información llegue siempre con claridad, oportunidad y utilidad, situación relevante porque la prevención de conflictos requiere no solo medios de comunicación, sino canales que realmente orienten, resuelvan dudas y permitan una respuesta más ordenada dentro de la organización.

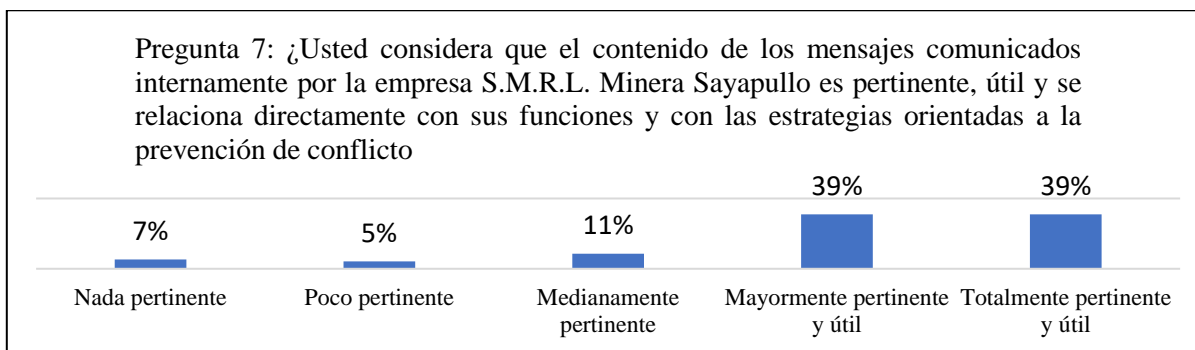
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 13. Indicador: relevancia del contenido en el ámbito interno

Pregunta 7: ¿Usted considera que el contenido de los mensajes comunicados internamente por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo es pertinente, útil y se relaciona directamente con sus funciones y con las estrategias orientadas a la prevención de conflictos sociales?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente pertinente y útil	29	38,7 %
Mayormente pertinente y útil	29	38,7 %
Medianamente pertinente	8	10,7 %
Poco pertinente	4	5,3 %
Nada pertinente	5	6,7 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 9. Distribución porcentual de relevancia del contenido en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La relevancia del contenido comunicado muestra una valoración sólida, expresada en el 77,4 % de respuestas favorables, lo que indica que la mayoría del personal reconoce que los mensajes internos tienen relación con sus funciones y con las acciones orientadas a prevenir conflictos sociales; esta lectura también muestra que el 12,0 % de respuestas desfavorables y el 10,7 % de valoraciones intermedias advierten que todavía existe un grupo que no percibe esa utilidad de manera plena, situación importante porque, cuando el contenido no se vincula claramente con el trabajo diario, puede perder fuerza como guía interna para actuar frente a posibles tensiones.

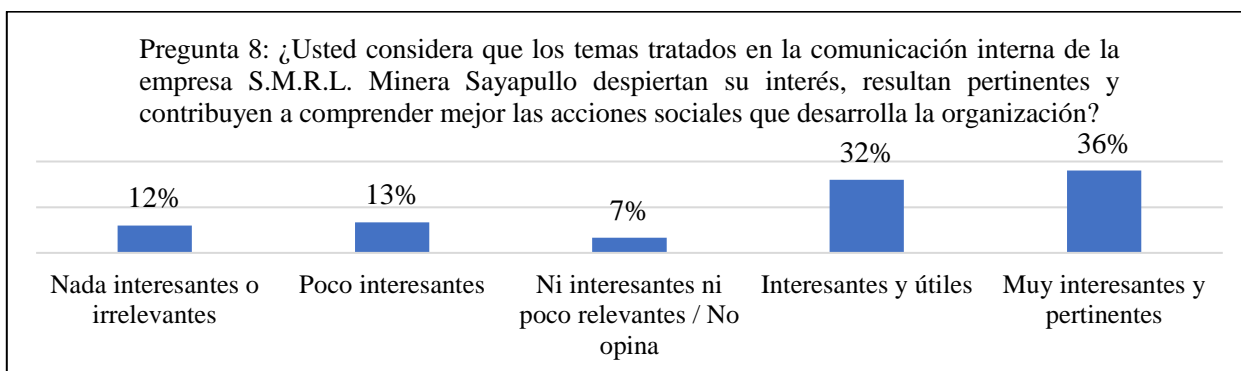
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 14. Indicador: pertinencia social en el ámbito interno

Pregunta 8: ¿Usted considera que los temas tratados en la comunicación interna de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo despiertan su interés, resultan pertinentes y contribuyen a comprender mejor las acciones sociales que desarrolla la organización?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy interesantes y pertinentes	27	36,0 %
Interesantes y útiles	24	32,0 %
Ni interesantes ni poco relevantes / No opina	5	6,7 %
Poco interesantes	10	13,3 %
Nada interesantes o irrelevantes	9	12,0 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 10. Distribución porcentual de pertinencia social en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La pertinencia social de los temas tratados presenta una tendencia favorable, reflejada en el 68,0 % de respuestas positivas, lo que muestra que buena parte del personal considera que la comunicación interna despierta interés y ayuda a comprender mejor las acciones sociales de la empresa; no obstante, el 25,3 % de respuestas negativas y el 6,7 % de opiniones indefinidas evidencian que una parte importante de trabajadores aún no se identifica plenamente con estos contenidos, aspecto que debe atenderse porque los mensajes sociales solo aportan a la prevención cuando son percibidos como útiles, cercanos y relacionados con la realidad de la empresa y su entorno.

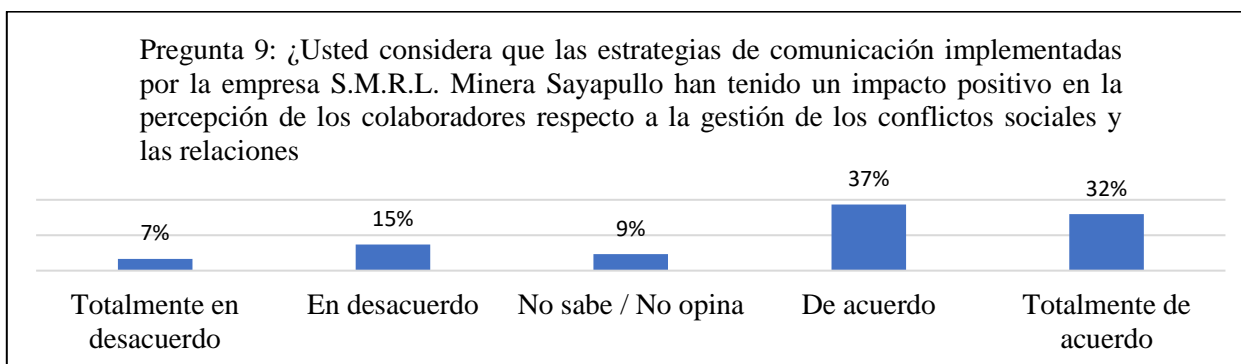
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 15. Indicador: opinión sobre la empresa en el ámbito interno

Pregunta 9: ¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han tenido un impacto positivo en la percepción de los colaboradores respecto a la gestión de los conflictos sociales y las relaciones con la comunidad?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo	24	32,0 %
De acuerdo	28	37,3 %
No sabe / No opina	7	9,3 %
En desacuerdo	11	14,7 %
Totalmente en desacuerdo	5	6,7 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 11. Distribución porcentual de la opinión sobre la empresa en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La percepción interna sobre el impacto de las estrategias de comunicación es mayormente favorable, expresada en el 69,3 % de respuestas positivas, lo que permite entender que la mayoría del personal reconoce avances en la forma en que la empresa comunica su gestión de conflictos y su relación con la comunidad; sin embargo, el 21,4 % de respuestas desfavorables y el 9,3 % de opiniones indefinidas muestran que ese impacto todavía no se percibe de manera uniforme, situación relevante porque la confianza interna se fortalece cuando los trabajadores identifican con claridad los resultados de la comunicación y pueden asociarlos con una mejor relación entre la empresa y la población.

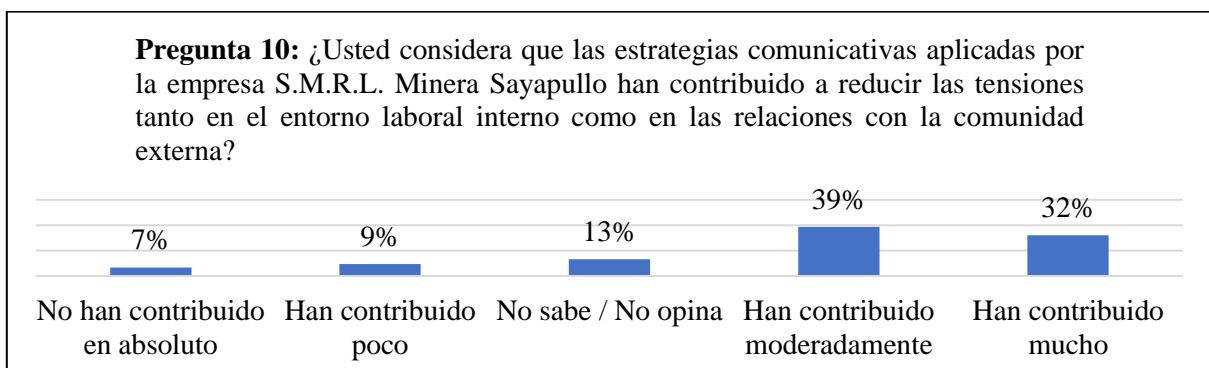
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 16. Indicador: intensidad de tensiones en el ámbito interno

Pregunta 10: ¿Usted considera que las estrategias comunicativas aplicadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a reducir las tensiones tanto en el entorno laboral interno como en las relaciones con la comunidad externa?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Han contribuido mucho	24	32,0 %
Han contribuido moderadamente	29	38,7 %
No sabe / No opina	10	13,3 %
Han contribuido poco	7	9,3 %
No han contribuido en absoluto	5	6,7 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 12. Distribución porcentual de la intensidad de tensiones en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La reducción de tensiones presenta una valoración favorable en el ámbito interno, expresada en el 70,7 % de respuestas que reconocen una contribución importante o moderada de las estrategias comunicativas, lo que indica que la comunicación viene siendo percibida como un apoyo para mejorar el clima laboral y la relación con la comunidad; sin embargo, el 16,0 % de respuestas bajas o nulas y el 13,3 % de opiniones indefinidas muestran que este efecto preventivo aún no es reconocido por todo el personal, situación que exige reforzar la visibilidad de las acciones comunicativas y su conexión directa con el manejo de tensiones sociales

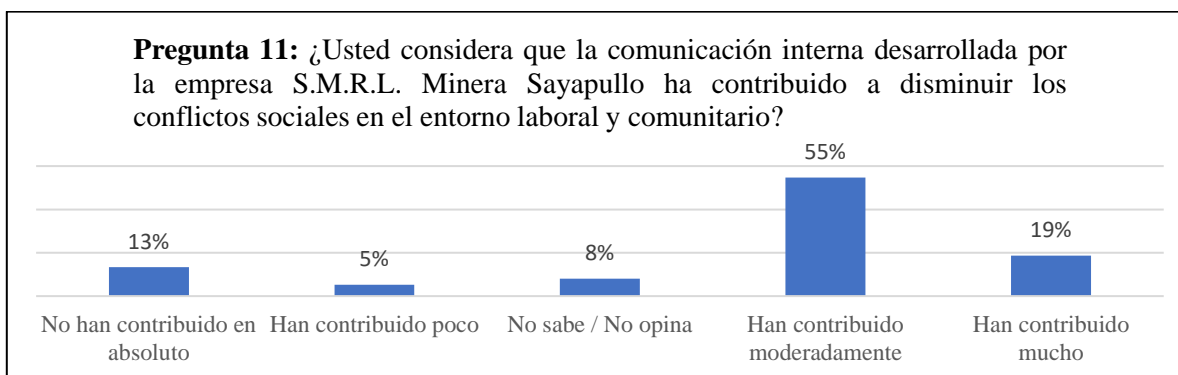
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 17. Indicador: disminución de conflictos en el ámbito interno

Pregunta 11: ¿Usted considera que la comunicación interna desarrollada por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo ha contribuido a disminuir los conflictos sociales en el entorno laboral y comunitario?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ha contribuido mucho	14	19 %
Ha contribuido moderadamente	41	55 %
No sabe / No opina	6	8%
Ha contribuido poco	4	5%
No ha contribuido en absoluto	10	13%
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 13. Distribución porcentual de la disminución de conflictos en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comunicación interna es percibida como un factor que contribuye a la disminución de conflictos, reflejada en el 74 % de respuestas favorables, lo que permite sostener que buena parte del personal reconoce su utilidad para ordenar la información y reducir tensiones en el entorno laboral y comunitario; aun así, el 19 % de respuestas bajas o nulas y el 8,0 % de opiniones indefinidas advierten que todavía existen trabajadores que no identifican resultados concretos, lo que debilita la fuerza preventiva de la comunicación cuando sus efectos no son visibles para todos.

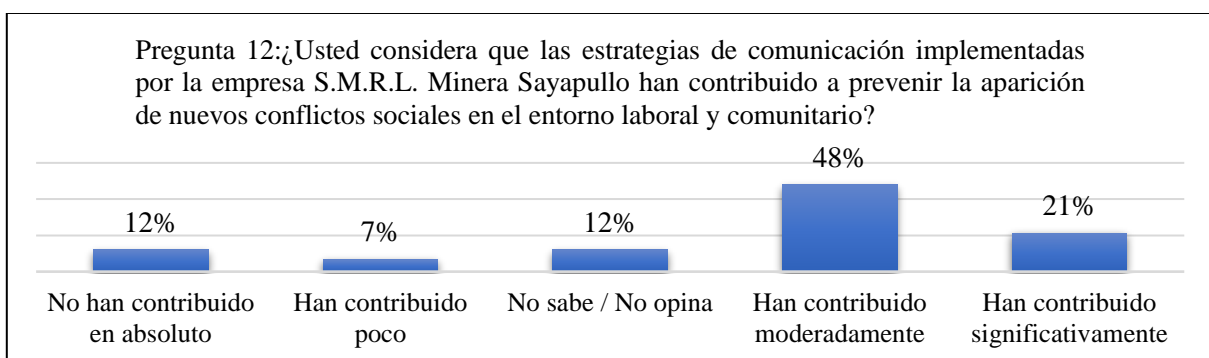
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 18. Indicador: prevención de nuevos conflictos en el ámbito interno

Pregunta 12:¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a prevenir la aparición de nuevos conflictos sociales en el entorno laboral y comunitario?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Han contribuido significativamente	16	21,3 %
Han contribuido moderadamente	36	48,0 %
No sabe / No opina	9	12,0 %
Han contribuido poco	5	6,7 %
No han contribuido en absoluto	9	12,0 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 14. Distribución porcentual de la prevención de nuevos conflictos



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La prevención de nuevos conflictos muestra una tendencia positiva, expresada en el 69,3 % de respuestas que reconocen una contribución significativa o moderada de las estrategias de comunicación, lo que evidencia que la comunicación interna viene siendo asociada con la capacidad de anticipar tensiones y evitar que estas escalen; sin embargo, el 18,7 % de respuestas bajas o nulas y el 12,0 % de opiniones indefinidas revelan que todavía no existe una percepción plenamente compartida sobre su alcance, por lo que la empresa debe hacer más visibles sus acciones preventivas y fortalecer la participación del personal en estos procesos.

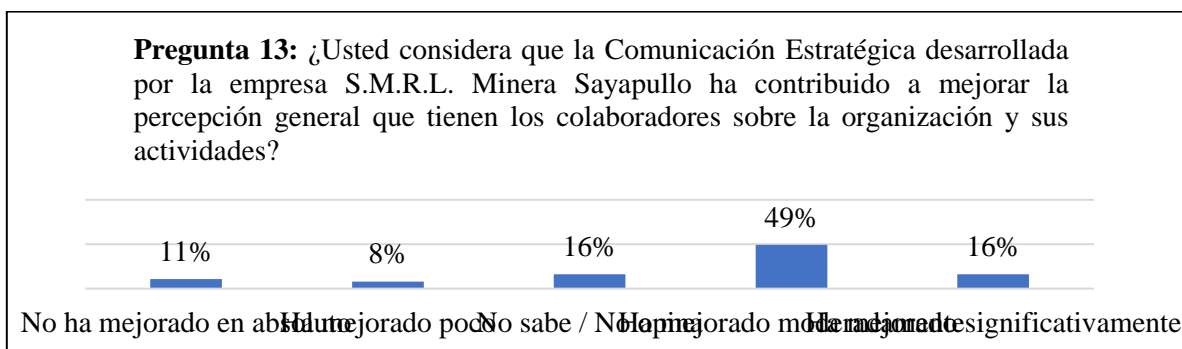
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 19. Indicador: opinión sobre la empresa en el ámbito interno

Pregunta 13: ¿Usted considera que la Comunicación estratégica desarrollada por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo ha contribuido a mejorar la percepción general que tienen los colaboradores sobre la organización y sus actividades?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ha mejorado significativamente	12	16,0 %
Ha mejorado moderadamente	37	49,3 %
No sabe / No opina	12	16,0 %
Ha mejorado poco	6	8,0 %
No ha mejorado en absoluto	8	10,7 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 15. Distribución porcentual de la opinión sobre la empresa en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comunicación estratégica muestra un efecto favorable en la percepción interna de la empresa, reflejado en el 65,3 % de respuestas que reconocen una mejora significativa o moderada; sin embargo, el 18,7 % que percibe una mejora baja o nula y el 16,0 % que no define una postura advierten que este avance todavía no se consolida en todo el personal, situación importante porque la confianza interna requiere que los trabajadores no solo reciban mensajes, sino que puedan reconocer cambios claros en la forma en que la empresa comunica, gestiona sus relaciones y atiende los temas vinculados con la prevención de conflictos sociales.

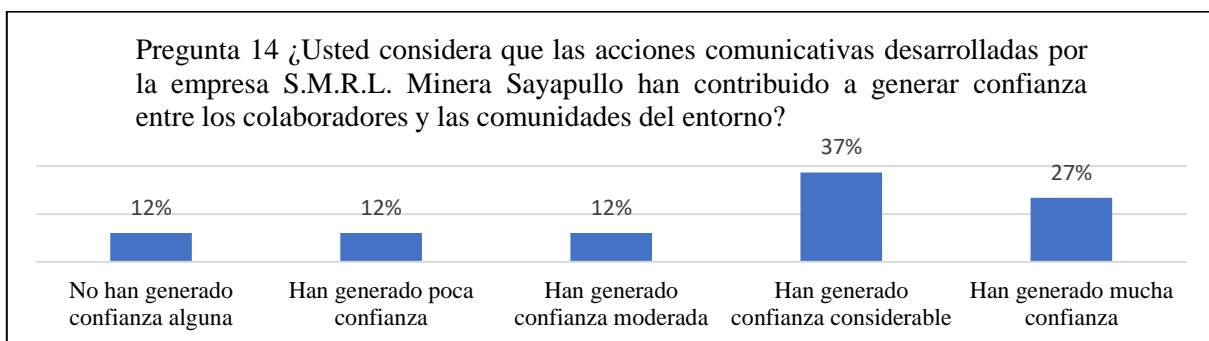
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 20. Indicador: confianza generada en el ámbito interno

Pregunta 14 ¿Usted considera que las acciones comunicativas desarrolladas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a generar confianza entre los colaboradores y las comunidades del entorno?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Han generado mucha confianza	20	26,7 %
Han generado confianza considerable	28	37,3 %
Han generado confianza moderada	9	12,0 %
Han generado poca confianza	9	12,0 %
No han generado confianza alguna	9	12,0 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 16. Distribución porcentual de la confianza generada en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La confianza generada por las acciones comunicativas presenta una tendencia favorable, expresada en el 64,0 % de respuestas que reconocen mucha o considerable confianza; no obstante, el 24,0 % que percibe poca o ninguna confianza y el 12,0 % que la ubica en un nivel moderado muestran que todavía existe una parte del personal que no asocia plenamente la comunicación con una relación confiable entre colaboradores y comunidad, lo que resulta relevante porque la prevención de conflictos necesita mensajes claros, coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, y canales de diálogo que hagan visible el compromiso de la empresa

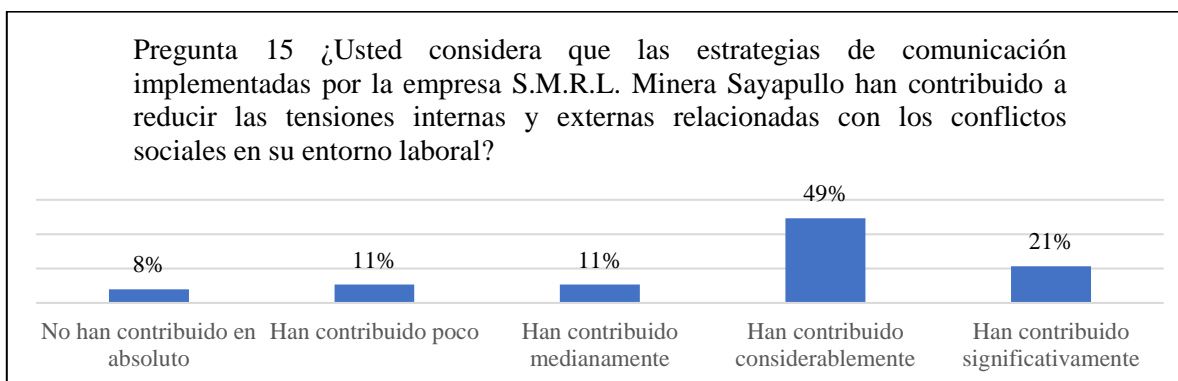
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 21. Indicador: intensidad de tensiones en el ámbito interno

Pregunta 15 ¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a reducir las tensiones internas y externas relacionadas con los conflictos sociales en su entorno laboral?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Han contribuido significativamente	16	21,3 %
Han contribuido considerablemente	37	49,3 %
Han contribuido medianamente	8	10,7 %
Han contribuido poco	8	10,7 %
No han contribuido en absoluto	6	8,0 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 17. Distribución porcentual de intensidad de tensiones en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La reducción de tensiones internas y externas muestra una valoración positiva, reflejada en el 70,6 % de respuestas que reconocen una contribución significativa o considerable de las estrategias de comunicación; sin embargo, el 18,7 % que percibe poca o ninguna contribución y el 10,7 % que la considera solo mediana advierten que el efecto preventivo aún no es percibido con la misma fuerza por todo el personal, situación que importa porque una comunicación preventiva debe ser visible, constante y útil para que los trabajadores reconozcan su papel en la reducción de tensiones sociales.

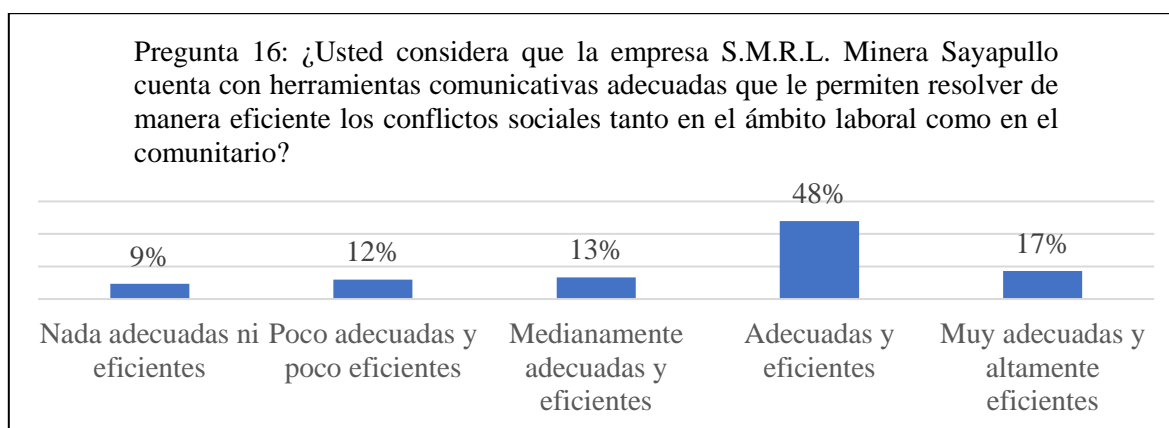
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 22. Indicador: manejo oportuno en el ámbito interno

Pregunta 16: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo cuenta con herramientas comunicativas adecuadas que le permiten resolver de manera eficiente los conflictos sociales tanto en el ámbito laboral como en el comunitario?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy adecuadas y altamente eficientes	13	17,3 %
Adecuadas y eficientes	36	48,0 %
Medianamente adecuadas y eficientes	10	13,3 %
Poco adecuadas y poco eficientes	9	12,0 %
Nada adecuadas ni eficientes	7	9,3 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 18. Distribución porcentual manejo oportuno de conflictos en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

El manejo oportuno de conflictos mediante herramientas comunicativas presenta una valoración favorable, expresada en el 65,3 % de respuestas que las consideran adecuadas o muy adecuadas; no obstante, el 21,3 % que las percibe poco adecuadas o nada eficientes y el 13,3 % que las ubica en un nivel medio muestran que todavía existen límites en la capacidad comunicativa para responder con la misma eficacia en todos los casos, lo que exige reforzar canales, criterios de atención y preparación del personal para que la comunicación no sea solo informativa, sino también útil para resolver tensiones antes de que crezcan.

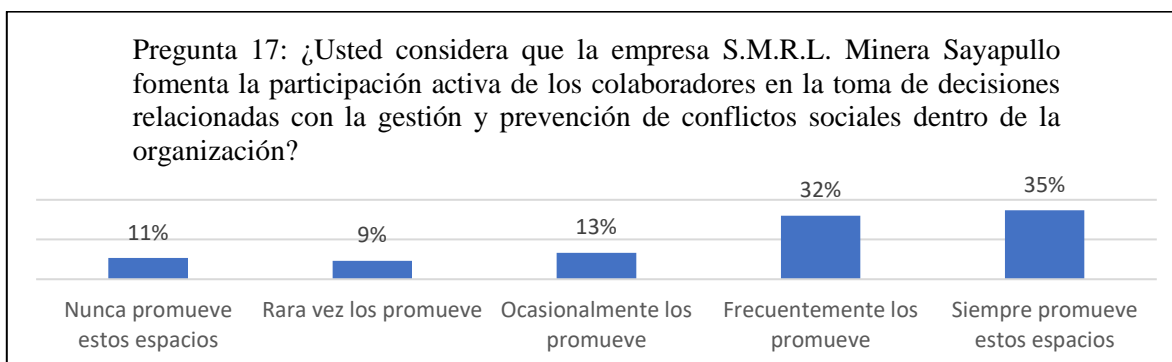
Dimensión: Participación Comunitaria

Tabla 23. Indicador: inclusión en la toma de decisiones en el ámbito interno

Pregunta 17: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo fomenta la participación activa de los colaboradores en la toma de decisiones relacionadas con la gestión y prevención de conflictos sociales dentro de la organización?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre promueve estos espacios	26	34,7 %
Frecuentemente los promueve	24	32,0 %
Ocasionalmente los promueve	10	13,3 %
Rara vez los promueve	7	9,3 %
Nunca promueve estos espacios	8	10,7 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 19. Distribución porcentual de la toma de decisiones en el ámbito interno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La participación activa de los colaboradores en decisiones vinculadas con la gestión y prevención de conflictos presenta una tendencia favorable, reflejada en el 66,7 % de respuestas que señalan que la empresa promueve estos espacios siempre o con frecuencia; sin embargo, el 20,0 % que percibe poca o nula promoción y el 13,3 % que la observa solo de manera ocasional evidencian que la inclusión interna aún puede fortalecerse, aspecto importante porque el personal necesita sentirse informado y considerado para actuar con mayor compromiso frente a las acciones preventivas de la empresa.

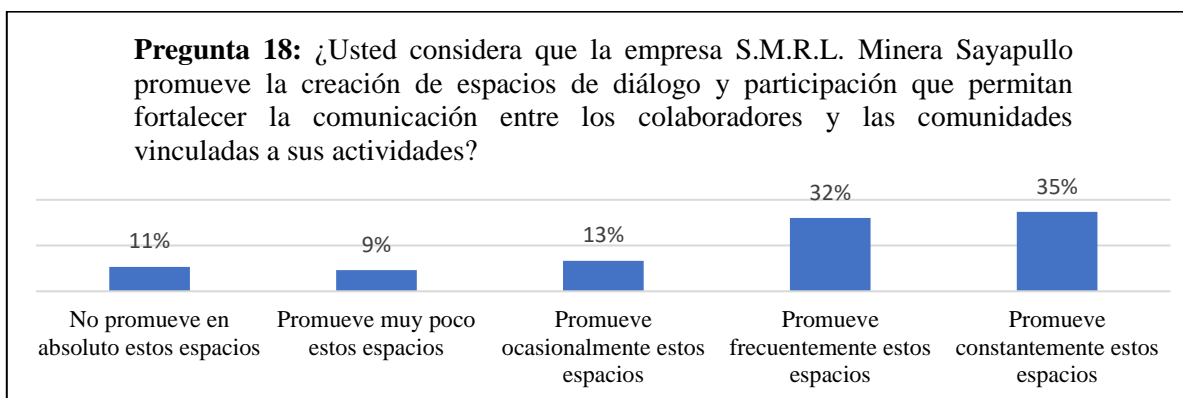
Dimensión: Participación Comunitaria

Tabla 24. Indicador: creación de espacios de participación en el ámbito interno

Pregunta 18: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo promueve la creación de espacios de diálogo y participación que permitan fortalecer la comunicación entre los colaboradores y las comunidades vinculadas a sus actividades?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Promueve constantemente estos espacios	26	34,7 %
Promueve frecuentemente estos espacios	24	32,0 %
Promueve ocasionalmente estos espacios	10	13,3 %
Promueve muy poco estos espacios	7	9,3 %
No promueve en absoluto estos espacios	8	10,7 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 20. Distribución porcentual de la creación de espacios de participación



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La creación de espacios de diálogo y participación muestra una valoración favorable en el ámbito interno, expresada en el 66,7 % de respuestas que reconocen una promoción constante o frecuente; no obstante, el 20,0 % que percibe poca o ninguna promoción y el 13,3 % que la considera ocasional advierten que estos espacios todavía no son suficientemente sostenidos para todo el personal, situación relevante porque la participación interna fortalece la comunicación de ida y vuelta, ayuda a recoger inquietudes y prepara mejor a la empresa para relacionarse con la comunidad.

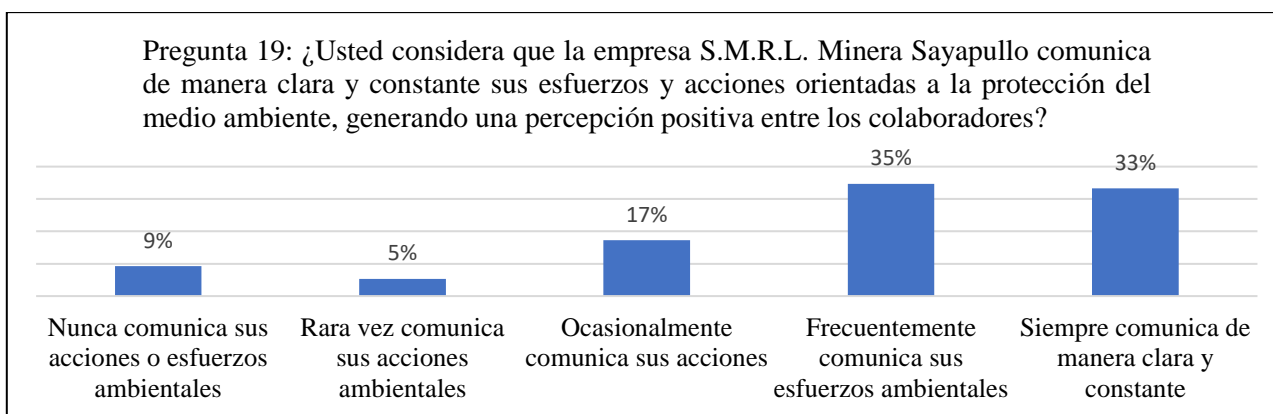
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 25. Indicador: percepción de responsabilidad ambiental

Pregunta 19: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera clara y constante sus esfuerzos y acciones orientadas a la protección del medio ambiente, generando una percepción positiva entre los colaboradores?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre comunica de manera clara y constante	25	33,3 %
Frecuentemente comunica sus esfuerzos ambientales	26	34,7 %
Ocasionalmente comunica sus acciones	13	17,3 %
Rara vez comunica sus acciones ambientales	4	5,3 %
Nunca comunica sus acciones o esfuerzos ambientales	7	9,3 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 21. Distribución porcentual de la percepción de responsabilidad ambiental



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comunicación sobre las acciones ambientales de la empresa presenta una valoración positiva, reflejada en el 68,0 % de respuestas que reconocen claridad y constancia en la difusión de estos esfuerzos; sin embargo, el 14,6 % que percibe escasa o nula comunicación y el 17,3 % que la considera solo ocasional muestran que todavía existen trabajadores que no reciben esta información con suficiente regularidad, aspecto importante porque la responsabilidad ambiental necesita ser comunicada de manera clara y visible para fortalecer la confianza interna y proyectar una imagen más coherente frente al entorno.

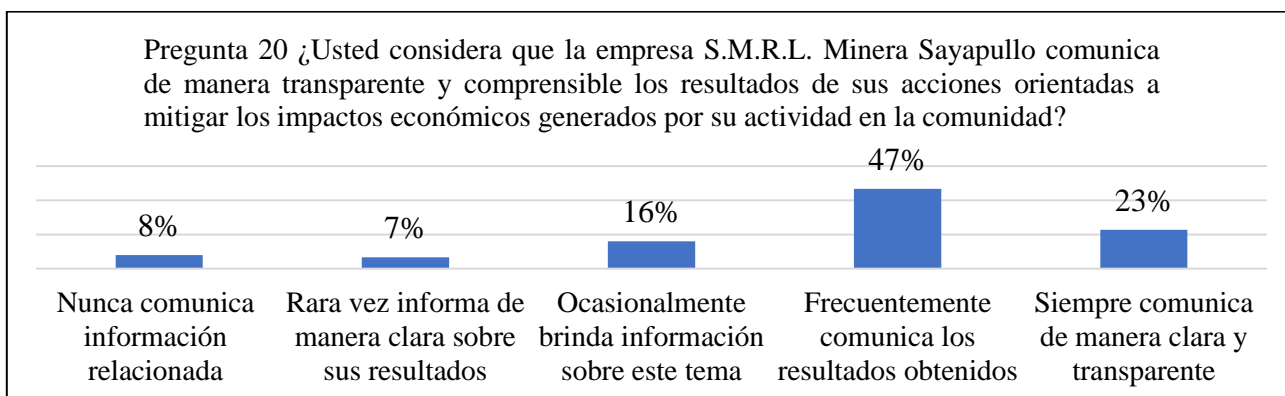
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 26. Indicador: valoración de beneficios económicos en el ámbito interno

Pregunta 20 ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera transparente y comprensible los resultados de sus acciones orientadas a mitigar los impactos económicos generados por su actividad en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre comunica de manera clara y transparente	17	22,7 %
Frecuentemente comunica los resultados obtenidos	35	46,7 %
Ocasionalmente brinda información sobre este tema	12	16,0 %
Rara vez informa de manera clara sobre sus resultados	5	6,7 %
Nunca comunica información relacionada	6	8,0 %
Total	75	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 22. Distribución porcentual de la valoración de beneficios económicos



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comunicación sobre los resultados vinculados a la mitigación de impactos económicos concentra respuestas predominantemente positivas, expresada en el 69,4 % de respuestas que reconocen claridad y transparencia; no obstante, el 14,7 % que percibe una comunicación escasa o inexistente y el 16,0 % que la considera ocasional advierten que la información económica todavía no llega con la misma continuidad a todo el personal, situación que puede afectar la confianza si los beneficios, avances o compromisos no se explican de manera suficiente y comprensible dentro de la empresa.

5.2. Presentación de resultados e interpretación – Ámbito Externo

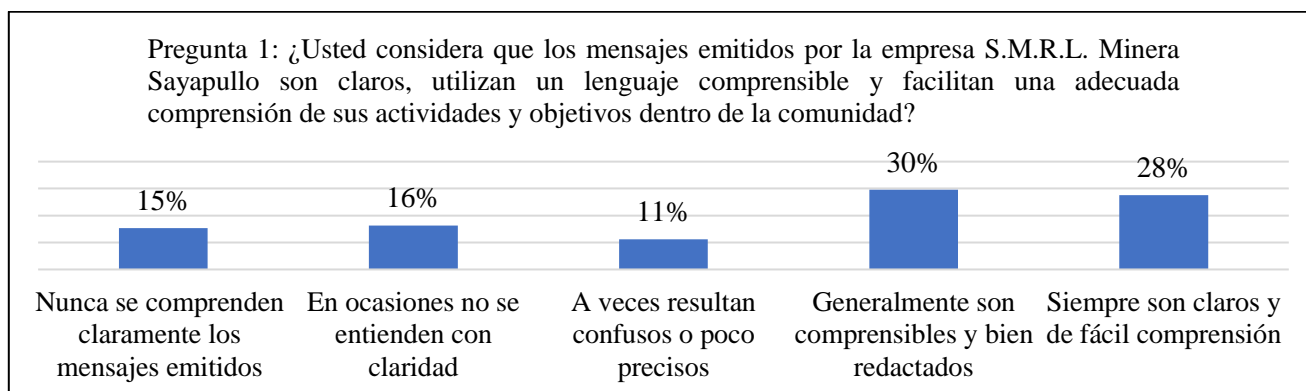
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 27. Indicador: claridad de los mensajes

Pregunta 1: ¿Usted considera que los mensajes emitidos por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son claros, utilizan un lenguaje comprensible y facilitan una adecuada comprensión de sus actividades y objetivos dentro de la comunidad?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre son claros y de fácil comprensión	27	27,6 %
Generalmente son comprensibles y bien redactados	29	29,6 %
A veces resultan confusos o poco precisos	11	11,2 %
En ocasiones no se entienden con claridad	16	16,3 %
Nunca se comprenden claramente los mensajes emitidos	15	15,3 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 23. Distribución porcentual de la claridad de los mensajes



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La claridad de los mensajes dirigidos a la población refleja una aceptación importante, expresada en el 57,2 % de respuestas positivas, lo que indica que una parte importante de la comunidad comprende la información que la empresa comunica sobre sus actividades; sin embargo, el 31,6 % de respuestas negativas y el 11,2 % de respuestas intermedias evidencian que esa claridad todavía no llega con la misma fuerza a toda la población, situación importante porque, cuando los mensajes no se entienden bien, pueden surgir dudas, rumores o desconfianza frente a las acciones de la empresa.

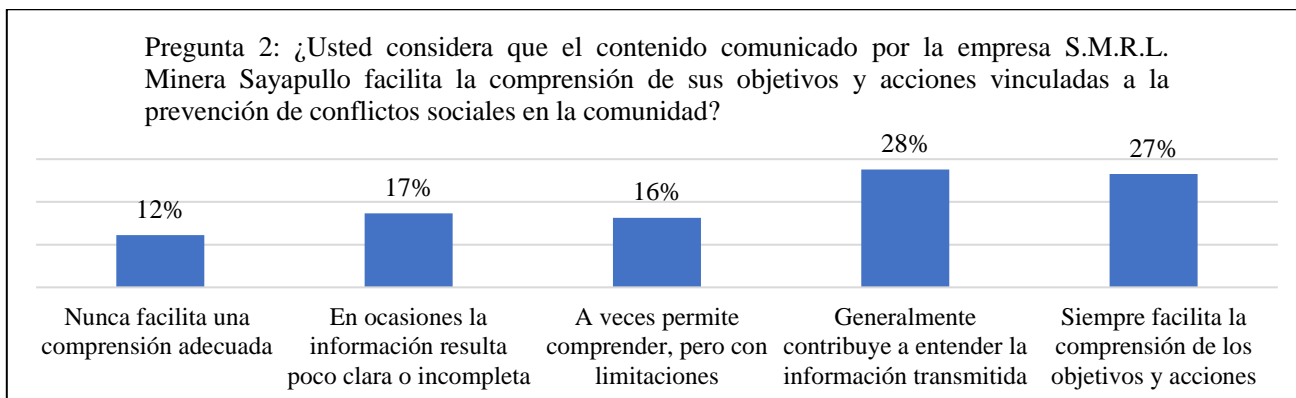
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 28. Indicador: comprensión de contenido

Pregunta 2: ¿Usted considera que el contenido comunicado por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo facilita la comprensión de sus objetivos y acciones vinculadas a la prevención de conflictos sociales en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	F.	Porcentaje (%)
Siempre facilita la comprensión de los objetivos y acciones	26	26,5 %
Generalmente contribuye a entender la información transmitida	27	27,6 %
A veces permite comprender, pero con limitaciones	16	16,3 %
En ocasiones la información resulta poco clara o incompleta	17	17,3 %
Nunca facilita una comprensión adecuada	12	12,2 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 24. Distribución porcentual de la comprensión de contenido



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comprensión del contenido comunicado presenta una tendencia moderadamente favorable, reflejada en el 54,1 % de respuestas positivas, lo que muestra que parte de la población logra entender los objetivos y acciones que la empresa comunica para prevenir conflictos; no obstante, el 29,5 % de respuestas negativas y el 16,3 % de respuestas intermedias revelan que todavía existe un grupo importante que no comprende esa información con suficiente claridad, aspecto que debe atenderse porque la prevención de conflictos requiere mensajes cercanos, directos y relacionados con las preocupaciones reales de la comunidad.

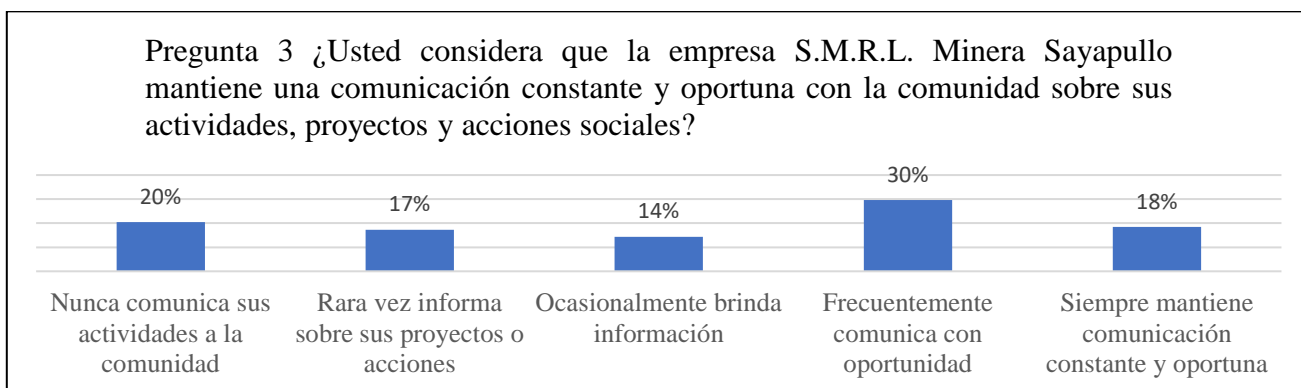
Dimensión: Gestión comunicacional

Tabla 29. Indicador: la regularidad en la comunicación

Pregunta 3 ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo mantiene una comunicación constante y oportuna con la comunidad sobre sus actividades, proyectos y acciones sociales?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre mantiene comunicación constante y oportuna	18	18,4 %
Frecuentemente comunica con oportunidad	29	29,6 %
Ocasionalmente brinda información	14	14,3 %
Rara vez informa sobre sus proyectos o acciones	17	17,3 %
Nunca comunica sus actividades a la comunidad	20	20,4 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 25. Distribución porcentual de la regularidad en la comunicación



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La regularidad de la comunicación con la comunidad muestra una tendencia moderadamente favorable, expresada en el 48,0 % de respuestas positivas, lo que indica que parte de la población reconoce que la empresa informa sobre sus actividades, proyectos y acciones sociales; sin embargo, el 37,7 % de respuestas negativas y el 14,3 % de respuestas intermedias advierten que la información todavía no llega con la frecuencia esperada a toda la comunidad, situación importante porque, cuando la comunicación aparece de manera irregular, pueden aumentar las dudas, los rumores y la sensación de distancia entre la empresa y la población.

Dimensión: Gestión comunicacional

Tabla 30. Indicador: actualización constante

Pregunta 4: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo informa de manera constante y oportuna sobre las acciones que realiza para prevenir conflictos sociales en la comunidad?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre comunica de manera constante y oportuna	25	25,5 %
Frecuentemente informa sobre sus acciones	27	27,6 %
Ocasionalmente brinda información	8	8,2 %
Rara vez informa a la comunidad	21	21,4 %
Nunca informa sobre las acciones de prevención	17	17,3 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 26. Distribución porcentual de la actualización constante



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La actualización de la información sobre acciones orientadas a prevenir conflictos presenta una valoración favorable, reflejada en el 53,1 % de respuestas positivas, lo que muestra que una parte de la comunidad percibe esfuerzos de la empresa por informar de manera constante y oportuna; no obstante, el 38,7 % de respuestas negativas y el 8,2 % de respuestas ocasionales evidencian que esta comunicación aún no se sostiene con la misma fuerza para toda la población, aspecto que debe atenderse porque la prevención de conflictos requiere información continua, clara y cercana a las preocupaciones reales de la comunidad.

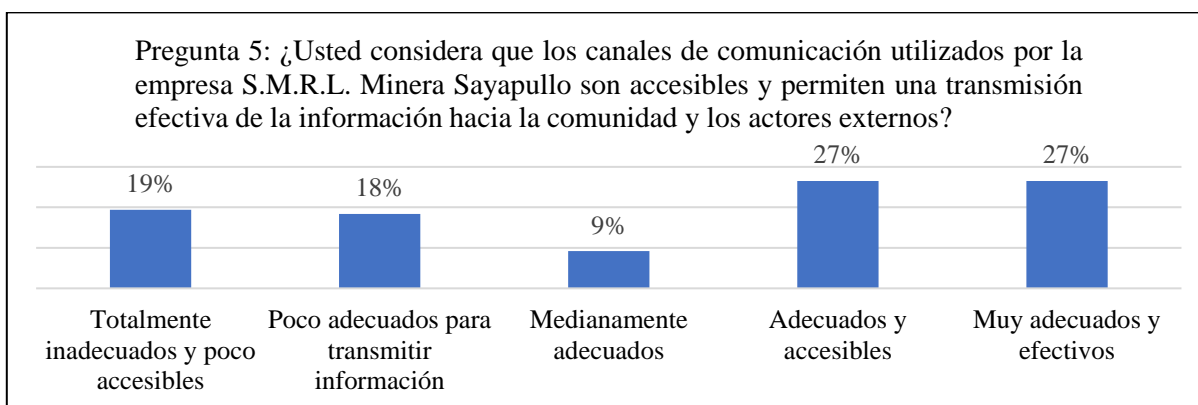
Dimensión: Gestión de canales y retroalimentación

Tabla 31. Indicador: accesibilidad de los canales

Pregunta 5: ¿Usted considera que los canales de comunicación utilizados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son accesibles y permiten una transmisión efectiva de la información hacia la comunidad y los actores externos?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy adecuados y efectivos	26	26.5
Adecuados y accesibles	26	26.5
Medianamente adecuados	9	9.2
Poco adecuados para transmitir información	18	18.4
Totalmente inadecuados y poco accesibles	19	19.4
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 27. Distribución porcentual de la accesibilidad de los canales



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La accesibilidad de los canales utilizados por la empresa muestra una valoración ligeramente favorable, expresada en el 53,0 % de respuestas positivas, lo que indica que una parte de la comunidad reconoce medios disponibles para recibir información; sin embargo, el 37,8 % de respuestas negativas y el 9,2 % de respuestas intermedias revelan que dichos canales todavía no son suficientemente cercanos o útiles para todos, situación relevante porque, si la población no sabe por dónde informarse o no siente que esos medios funcionan bien, se debilita el diálogo y aumentan las posibilidades de malentendidos.

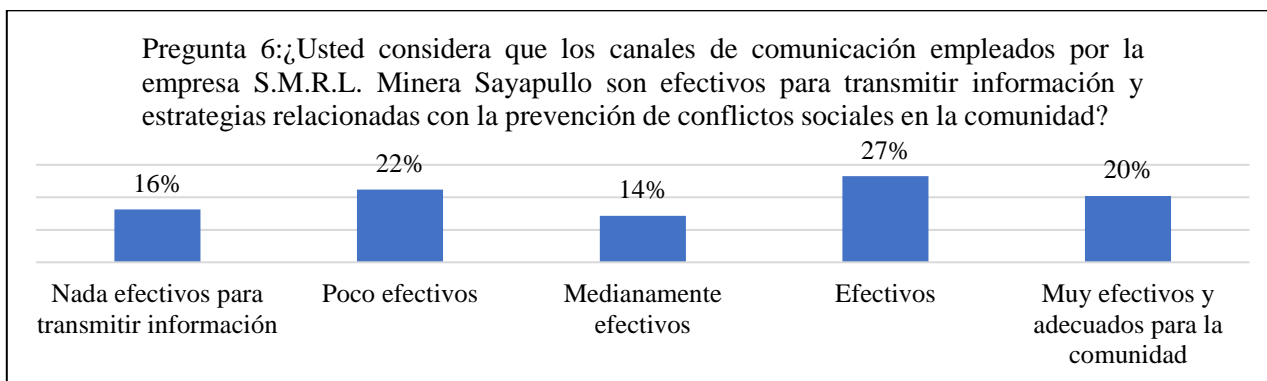
Dimensión: Gestión de canales y retroalimentación

Tabla 32. Indicador: efectividad de los canales utilizados

Pregunta 6: Usted considera que los canales de comunicación empleados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son efectivos para transmitir información y estrategias relacionadas con la prevención de conflictos sociales en la comunidad?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy efectivos y adecuados para la comunidad	20	20.4
Efectivos	26	26.5
Medianamente efectivos	14	14.3
Poco efectivos	22	22.4
Nada efectivos para transmitir información	16	16.3
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 28. Distribución porcentual de la efectividad de los canales utilizados



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La efectividad de los canales de comunicación presenta una valoración dividida, ya que el 46,9 % de respuestas positivas muestra que una parte de la comunidad reconoce su utilidad para recibir información sobre prevención de conflictos; no obstante, el 38,7 % de respuestas negativas y el 14,3 % de respuestas intermedias evidencian que estos canales aún no logran convencer a un grupo importante de la población, lo que resulta preocupante porque no basta con contar con medios de comunicación, estos deben ayudar realmente a aclarar dudas, acercar a la empresa con la comunidad y sostener una relación de mayor confianza.

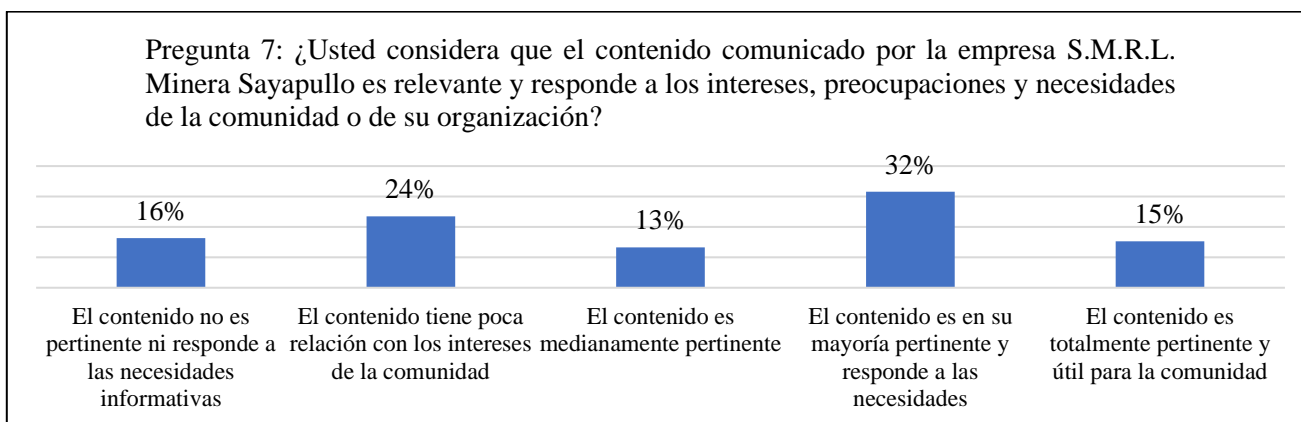
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 33. Indicador: relevancia de contenido

Pregunta 7: ¿Usted considera que el contenido comunicado por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo es relevante y responde a los intereses, preocupaciones y necesidades de la comunidad o de su organización?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	P.(%)
El contenido es totalmente pertinente y útil para la comunidad	15	15.3
El contenido es en su mayoría pertinente y responde a las necesidades	31	31.6
El contenido es medianamente pertinente	13	13.3
El contenido tiene poca relación con los intereses de la comunidad	23	23.5
El contenido no es pertinente ni responde a las necesidades informativas	16	16.3
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 29. Distribución porcentual de la relevancia de contenido



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La relevancia del contenido comunicado hacia la comunidad presenta una valoración moderada, expresada en el 46,9 % de respuestas positivas, lo que muestra que parte de la población encuentra relación entre lo que la empresa informa y sus intereses o preocupaciones; sin embargo, el 39,8 % de respuestas negativas y el 13,3 % de respuestas intermedias advierten que el contenido todavía no responde con suficiente fuerza a lo que la comunidad necesita saber, situación que no debe pasarse por alto porque, cuando los mensajes no conectan con los temas que la población considera importantes.

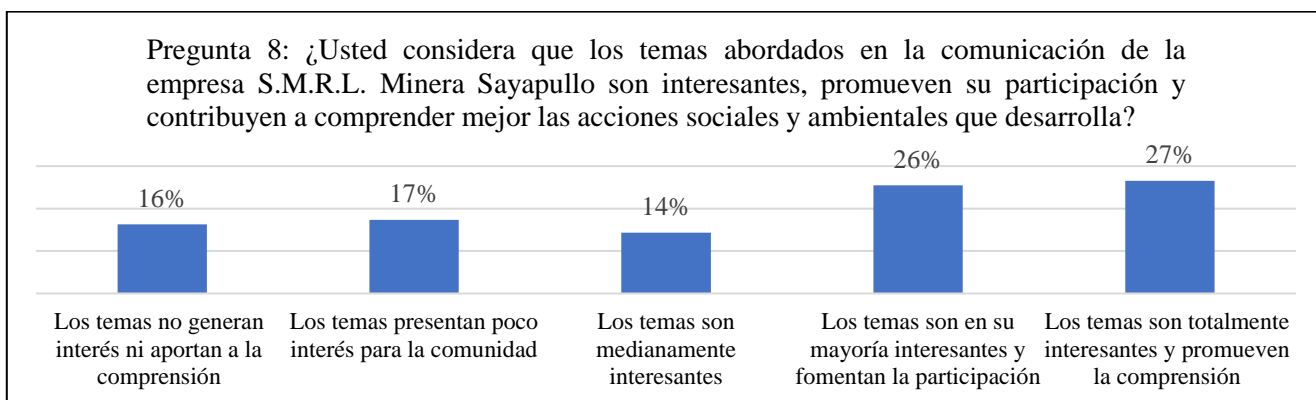
Dimensión: Calidad del mensaje

Tabla 34. Indicador: pertinencia social

Pregunta 8: ¿Usted considera que los temas abordados en la comunicación de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son interesantes, promueven su participación y contribuyen a comprender mejor las acciones sociales y ambientales que desarrolla?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	P.(%)
Los temas son totalmente interesantes y promueven la comprensión	26	26.5
Los temas son en su mayoría interesantes y fomentan la participación	25	25.5
Los temas son medianamente interesantes	14	14.3
Los temas presentan poco interés para la comunidad	17	17.3
Los temas no generan interés ni aportan a la comprensión de las acciones	16	16.3
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 30. Distribución porcentual de la pertinencia social



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La pertinencia social de los temas abordados revela una valoración positiva, aunque no uniforme, reflejada en el 52,0 % de respuestas positivas, lo que indica que una parte de la comunidad considera que la comunicación de la empresa despierta interés y ayuda a comprender sus acciones sociales y ambientales; no obstante, el 33,6 % de respuestas negativas y el 14,3 % de respuestas intermedias revelan que estos temas aún no logran involucrar a todos, aspecto clave porque la población participa más cuando la información toca asuntos concretos de su vida diaria, como ambiente, beneficios, compromisos y atención de preocupaciones locales.

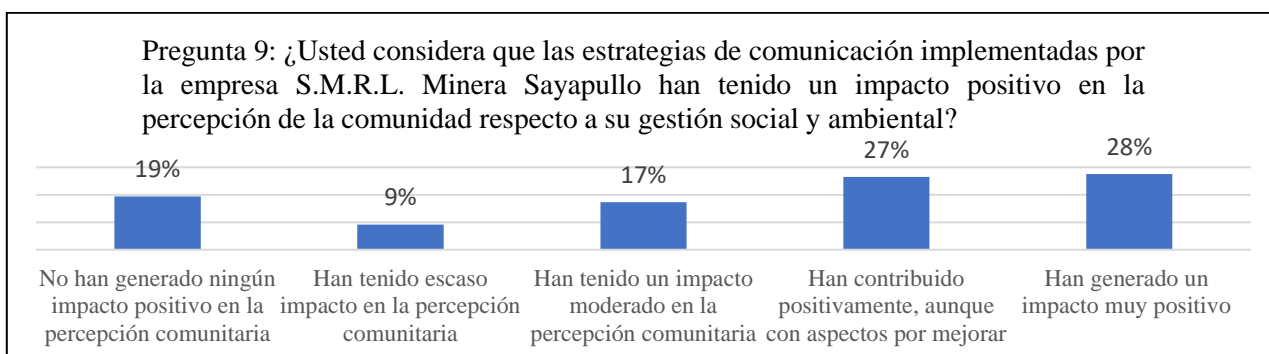
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 35. Indicador: opinión sobre la empresa

Pregunta 9: ¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han tenido un impacto positivo en la percepción de la comunidad respecto a su gestión social y ambiental?		
Alternativa de respuesta	F.	P. (%)
Han generado un impacto muy positivo y fortalecen la percepción	27	27.6
Han contribuido positivamente, aunque con aspectos por mejorar	26	26.5
Han tenido un impacto moderado en la percepción comunitaria	17	17.3
Han tenido escaso impacto en la percepción comunitaria	9	9.2
No han generado ningún impacto positivo en la percepción comunitaria	19	19.4
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 31. Distribución porcentual de las estrategias de comunicación



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

El impacto de las estrategias de comunicación en la opinión sobre la empresa presenta una valoración moderadamente favorable, expresada en el 54,1 % de respuestas positivas, lo que muestra que parte de la comunidad reconoce un efecto positivo en la forma de mirar la gestión social y ambiental de la empresa; aun así, el 28,6 % de respuestas negativas y el 17,3 % de respuestas intermedias evidencian que la imagen institucional aún no se fortalece por igual, situación importante porque la confianza no se construye solo comunicando acciones, sino demostrando continuidad, transparencia y respuesta frente a lo que la población espera.

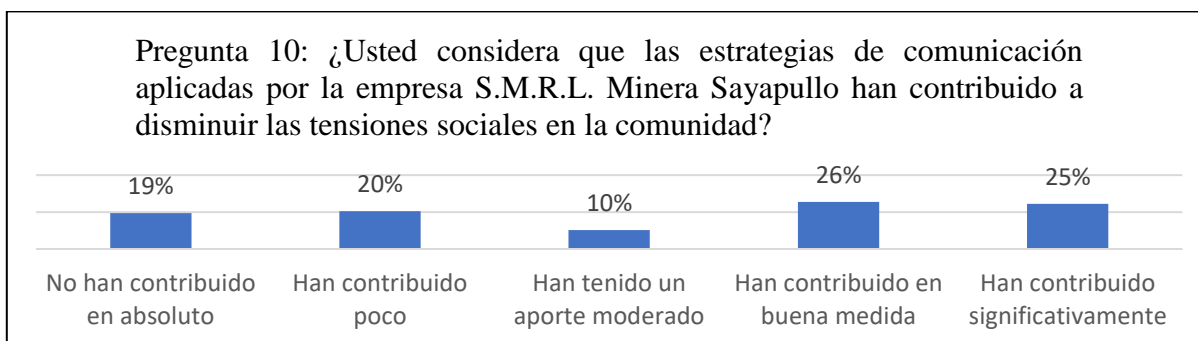
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 36. Indicador: intensidad de tensiones

Pregunta 10: ¿Usted considera que las estrategias de comunicación aplicadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a disminuir las tensiones sociales en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Han contribuido significativamente	24	24.5
Han contribuido en buena medida	25	25.5
Han tenido un aporte moderado	10	10.2
Han contribuido poco	20	20.4
No han contribuido en absoluto	19	19.4
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 32. Distribución porcentual de la intensidad de tensiones



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La contribución de las estrategias de comunicación a la disminución de tensiones sociales muestra una tendencia favorable, reflejada en el 50,0 % de respuestas positivas, lo que indica que una parte importante de la comunidad percibe que la comunicación ha ayudado a reducir ciertos niveles de malestar o incertidumbre; no obstante, el 39,8 % de respuestas negativas y el 10,2 % de respuestas moderadas advierten que ese efecto todavía no es suficientemente claro para toda la población, aspecto relevante porque la prevención de conflictos exige que la comunicación no solo informe, sino que también escuche, responda y genere confianza antes de que las tensiones crezcan.

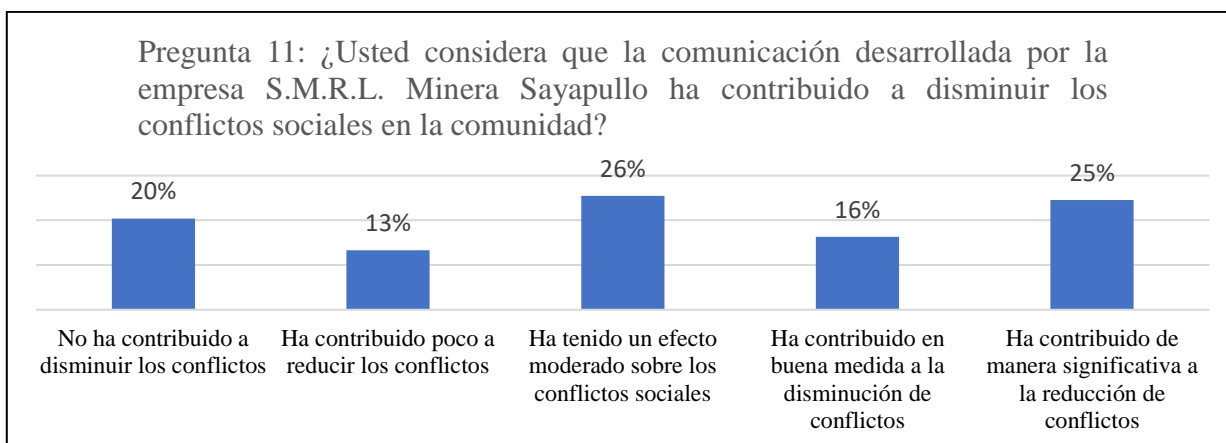
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 37. Indicador: disminución de conflictos

Pregunta 11: ¿Usted considera que la comunicación desarrollada por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo ha contribuido a disminuir los conflictos sociales en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	F.	P. (%)
Ha contribuido de manera significativa a la reducción de conflictos	24	24.5
Ha contribuido en buena medida a la disminución de conflictos	16	16.3
Ha tenido un efecto moderado sobre los conflictos sociales	25	25.5
Ha contribuido poco a reducir los conflictos	13	13.3
No ha contribuido a disminuir los conflictos	20	20.4
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 33. Distribución porcentual de la disminución de conflictos



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La disminución de conflictos atribuida a la comunicación presenta una valoración dividida, ya que el 40,8 % de respuestas positivas reconoce que la comunicación ha contribuido a reducir conflictos en la comunidad; pese a ello, el 33,7 % de respuestas negativas y el 25,5 % de respuestas moderadas muestran que una parte considerable de la población todavía no percibe resultados firmes, situación que evidencia la necesidad de fortalecer una comunicación más participativa, transparente y sostenida, capaz de pasar de la simple información al diálogo preventivo con la comunidad.

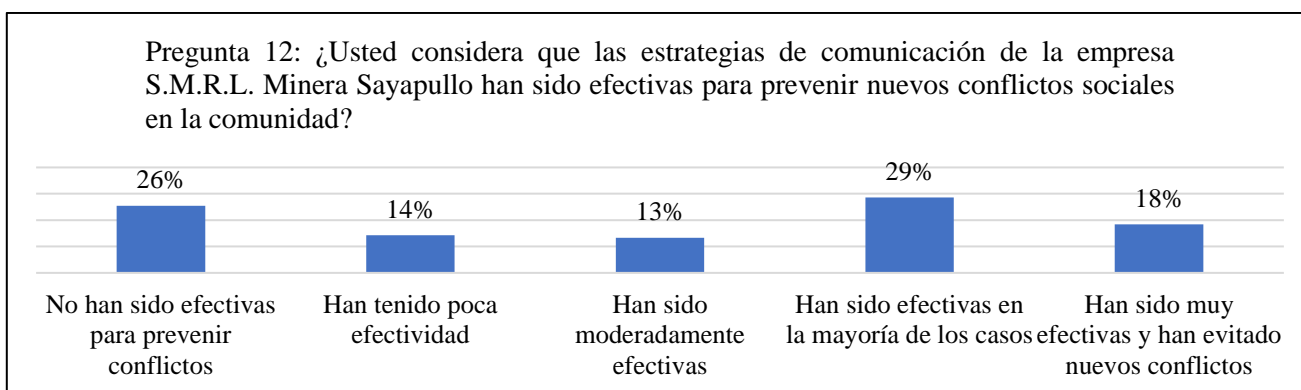
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 38. Indicador: prevención de nuevos conflictos

Pregunta 12: ¿Usted considera que las estrategias de comunicación de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han sido efectivas para prevenir nuevos conflictos sociales en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	F.	P. (%)
Han sido muy efectivas y han evitado la aparición de nuevos conflictos	18	18.4
Han sido efectivas en la mayoría de los casos	28	28.6
Han sido moderadamente efectivas	13	13.3
Han tenido poca efectividad	14	14.3
No han sido efectivas para prevenir conflictos	25	25.5
Total	98	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 34. Distribución porcentual de la Prevención de nuevos conflictos



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La prevención de nuevos conflictos mediante las estrategias de comunicación muestra una tendencia moderadamente favorable, expresada en el 47,0 % de respuestas positivas, lo que permite señalar que una parte de la comunidad reconoce cierto aporte preventivo de la comunicación empresarial; no obstante, el 39,8 % de respuestas negativas y el 13,3 % de respuestas moderadas evidencian que la prevención aún no se percibe como suficientemente efectiva, lo que no debe pasarse por alto porque evitar nuevos conflictos requiere mensajes claros, canales cercanos, seguimiento de compromisos y espacios donde la población sienta que sus preocupaciones son escuchadas antes de convertirse en reclamos.

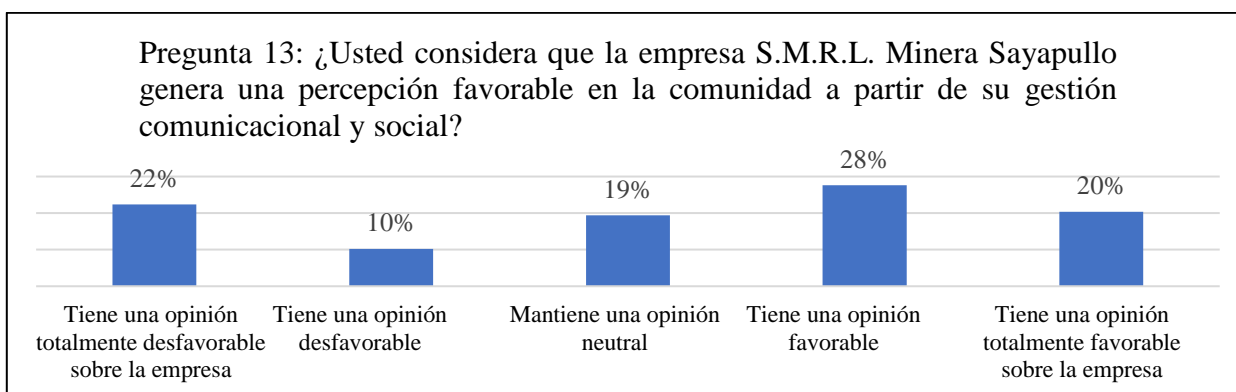
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 39. Indicador: opinión de la empresa

Pregunta 13: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo genera una percepción favorable en la comunidad a partir de su gestión comunicacional y social?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	P.(%)
Tiene una opinión totalmente favorable sobre la empresa	20	20,4
Tiene una opinión favorable	27	27,6
Mantiene una opinión neutral	19	19,4
Tiene una opinión desfavorable	10	10,2
Tiene una opinión totalmente desfavorable sobre la empresa	22	22,4
Total	98	100,0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 35. Distribución porcentual de la opinión de la empresa



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La opinión de la comunidad sobre la empresa muestra una tendencia moderadamente favorable, expresada en el 48,0 % de respuestas positivas, lo que indica que una parte de la población reconoce avances en la gestión comunicacional y social de Minera Sayapullo; aunque el resultado es favorable, el 32,6 % de respuestas negativas y el 19,4 % de posturas neutrales evidencian que todavía existe un grupo importante que mantiene reservas o dudas, situación que debe atenderse porque la confianza de la comunidad no se fortalece solo con informar acciones, sino con demostrar continuidad, claridad y respuesta frente a sus preocupaciones.

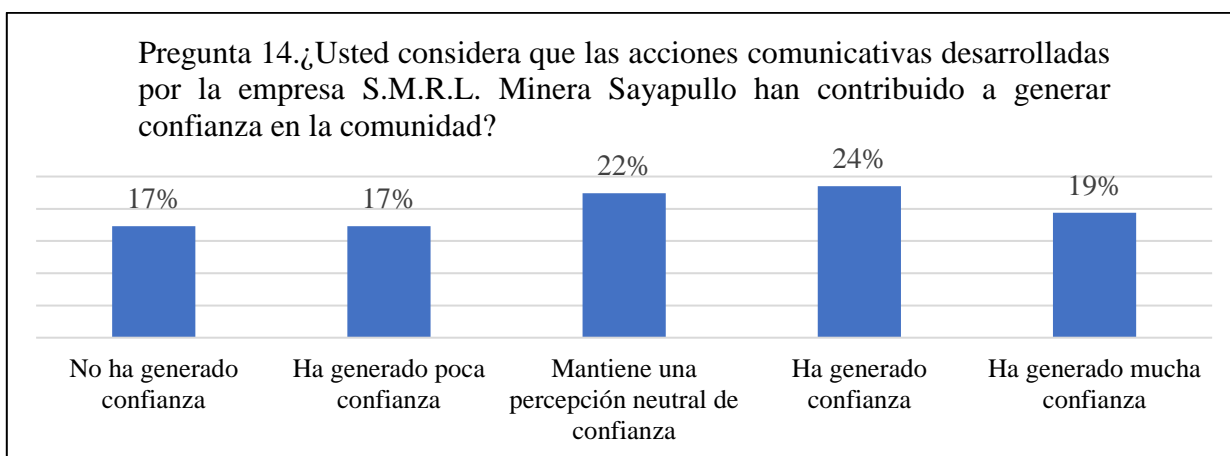
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 40. Indicador: confianza generada

Pregunta 14. ¿Usted considera que las acciones comunicativas desarrolladas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a generar confianza en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ha generado mucha confianza	19	19,4 %
Ha generado confianza	23	23,5 %
Mantiene una percepción neutral de confianza	22	22,4 %
Ha generado poca confianza	17	17,3 %
No ha generado confianza	17	17,3 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 36. Distribución porcentual de la confianza generada



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La confianza generada por las acciones comunicativas de la empresa presenta una valoración ligeramente favorable, reflejada en el 42,9 % de respuestas positivas, lo que muestra que una parte de la comunidad reconoce cierto acercamiento con la empresa; no obstante, el 34,6 % de respuestas negativas y el 22,4 % de posiciones neutrales advierten que la confianza aún no está suficientemente consolidada, aspecto relevante porque, cuando la población no percibe una comunicación constante y abierta, pueden mantenerse dudas sobre las decisiones, compromisos y acciones de la empresa.

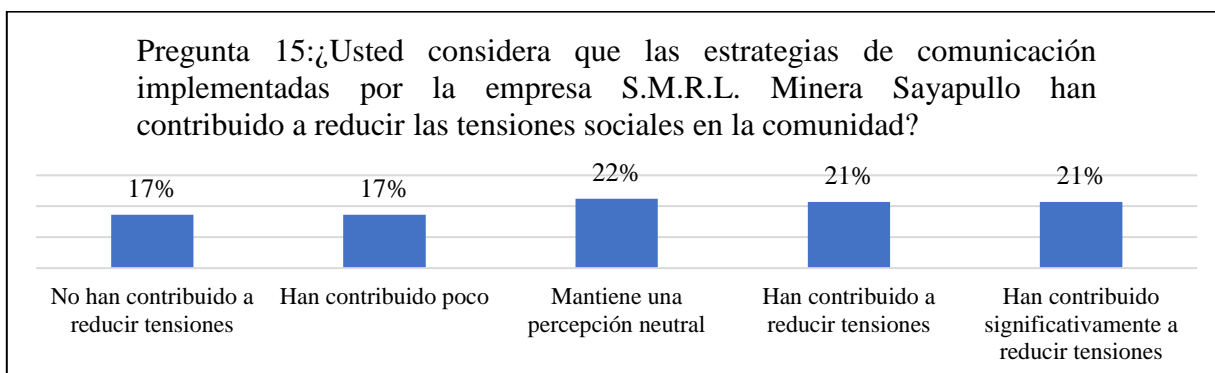
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 41. Indicador: intensidad de tensiones sociales

Pregunta 15:¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a reducir las tensiones sociales en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	F.	P (%)
Han contribuido significativamente a reducir tensiones	21	21,4 %
Han contribuido a reducir tensiones	21	21,4 %
Mantiene una percepción neutral	22	22,4 %
Han contribuido poco	17	17,3 %
No han contribuido a reducir tensiones	17	17,3 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 37. Distribución porcentual de intensidad tensiones sociales



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La reducción de tensiones sociales presenta una valoración mayormente positiva, aunque todavía débil, expresada en el 42,8 % de respuestas positivas, lo que indica que una parte de la comunidad reconoce que las estrategias de comunicación han contribuido a disminuir ciertos niveles de malestar; sin embargo, el 34,6 % de respuestas negativas y el 22,4 % de posturas neutrales muestran que este aporte aún no se percibe con fuerza en toda la población, situación importante porque la prevención de conflictos requiere una comunicación más constante, cercana y capaz de responder antes de que las tensiones crezcan.

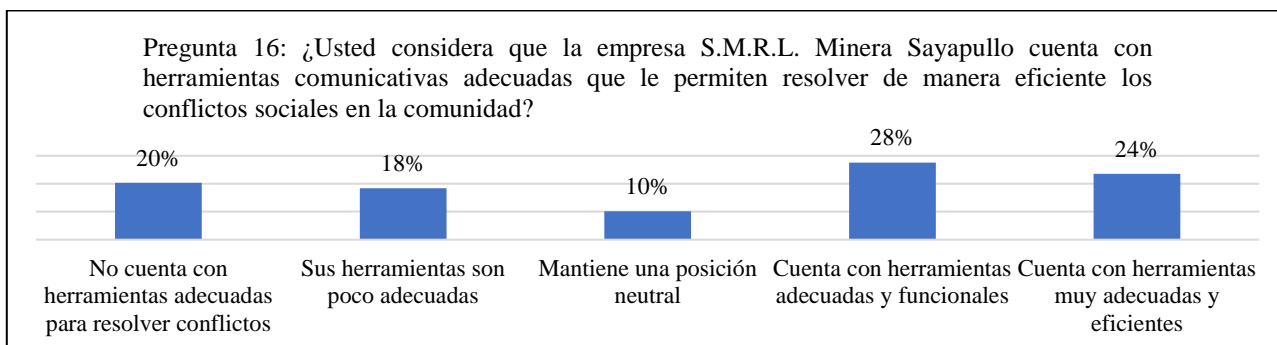
Dimensión: Gestión preventiva de tensiones sociales

Tabla 42. Indicador: manejo oportuno

Pregunta 16: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo cuenta con herramientas comunicativas adecuadas que le permiten resolver de manera eficiente los conflictos sociales en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	F.	Porcentaje (%)
Cuenta con herramientas muy adecuadas y eficientes	23	23,5 %
Cuenta con herramientas adecuadas y funcionales	27	27,6 %
Mantiene una posición neutral	10	10,2 %
Sus herramientas son poco adecuadas	18	18,4 %
No cuenta con herramientas adecuadas para resolver conflictos	20	20,4 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 38. Distribución porcentual del manejo oportuno



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

El manejo oportuno de conflictos mediante herramientas comunicativas presenta una valoración favorable, expresada en el 51,1 % de respuestas positivas, lo que muestra que parte de la comunidad considera que la empresa cuenta con medios adecuados para atender situaciones de conflicto; sin embargo, el 38,8 % de respuestas negativas y el 10,2 % de posturas neutrales advierten que todavía existe una percepción importante de insuficiencia, situación que exige fortalecer los canales de atención y las respuestas frente a los reclamos, porque una herramienta comunicativa solo resulta útil cuando la población siente que sus preocupaciones son escuchadas y atendidas..

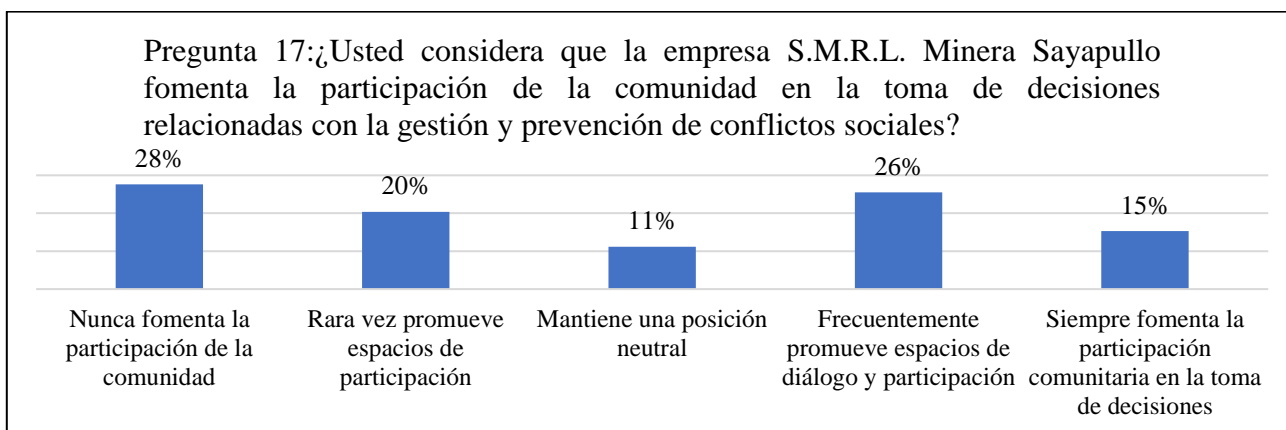
Dimensión: Participación Comunitaria

Tabla 43. Indicador: inclusión en la toma de decisiones

Pregunta 17: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo fomenta la participación de la comunidad en la toma de decisiones relacionadas con la gestión y prevención de conflictos sociales?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	P. (%)
Siempre fomenta la participación comunitaria en la toma de decisiones	15	15,3 %
Frecuentemente promueve espacios de diálogo y participación	25	25,5 %
Mantiene una posición neutral	11	11,2 %
Rara vez promueve espacios de participación	20	20,4 %
Nunca fomenta la participación de la comunidad	27	27,6 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 39. Distribución porcentual de la inclusión en la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La inclusión de la comunidad en la toma de decisiones presenta una valoración crítica, ya que el 47,9 % de respuestas negativas supera al 40,8 % de respuestas favorables, lo que evidencia que una parte importante de la población no siente que la empresa la tome en cuenta de manera suficiente en asuntos vinculados con la gestión y prevención de conflictos; esta situación resulta especialmente sensible porque, cuando la comunidad percibe que no participa en decisiones que afectan su entorno, pueden aumentar la desconfianza, los reclamos y la distancia frente a la empresa.

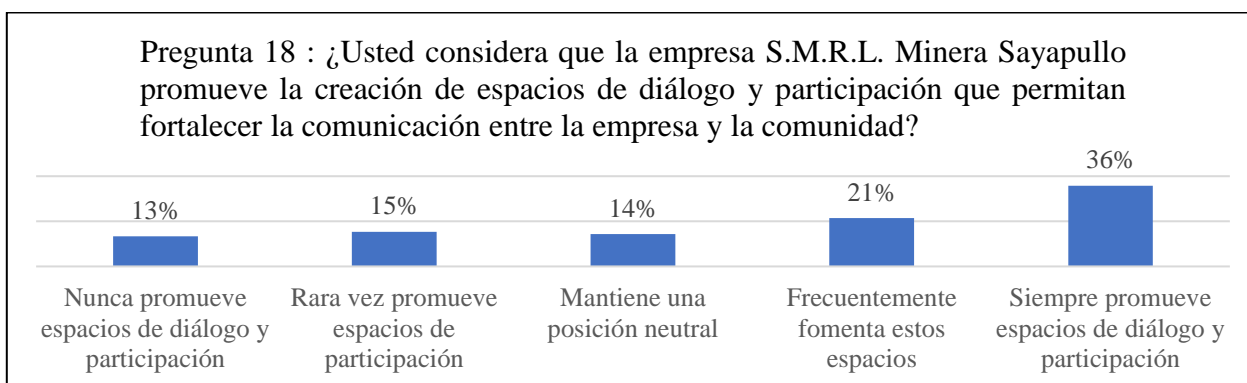
Dimensión: Participación Comunitaria

Tabla 44. Indicador: creación de espacios de participación

Pregunta 18 : ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo promueve la creación de espacios de diálogo y participación que permitan fortalecer la comunicación entre la empresa y la comunidad?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	P. (%)
Siempre promueve espacios de diálogo y participación	35	35,7 %
Frecuentemente fomenta estos espacios	21	21,4 %
Mantiene una posición neutral	14	14,3 %
Rara vez promueve espacios de participación	15	15,3 %
Nunca promueve espacios de diálogo y participación	13	13,3 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 40. Distribución porcentual de la creación de espacios de participación



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La creación de espacios de diálogo y participación muestra una valoración favorable, expresada en el 57,1 % de respuestas positivas, lo que indica que una parte importante de la comunidad reconoce que la empresa promueve momentos de encuentro para fortalecer la comunicación; sin embargo, el 28,6 % de respuestas negativas y el 14,3 % de posturas neutrales muestran que estos espacios todavía no llegan con la misma fuerza a toda la población, aspecto que debe reforzarse porque el diálogo solo ayuda a prevenir conflictos cuando es constante, abierto y permite que la comunidad exprese sus preocupaciones..

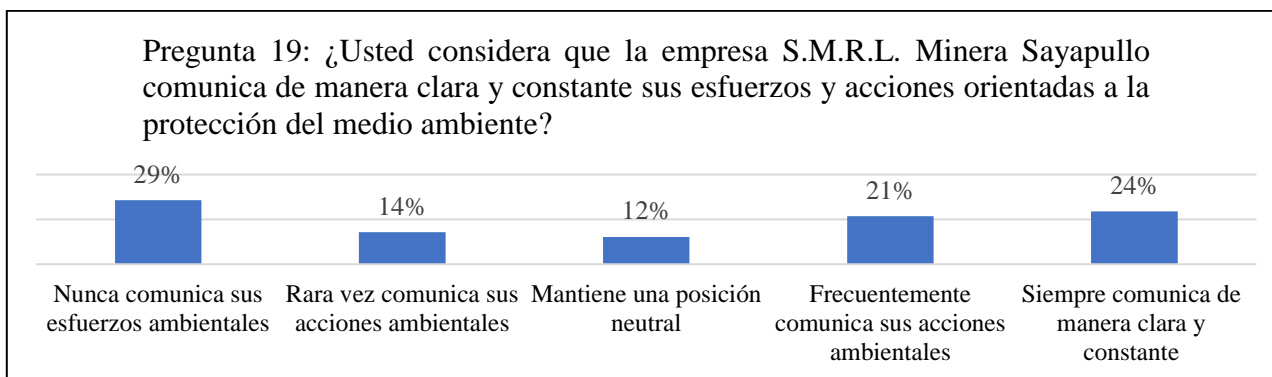
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 45. Indicador: percepción de responsabilidad ambiental

Pregunta 19: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera clara y constante sus esfuerzos y acciones orientadas a la protección del medio ambiente?		
Alternativa de respuesta	F.	P. (%)
Siempre comunica de manera clara y constante sus esfuerzos ambientales	23	23,5 %
Frecuentemente comunica sus acciones ambientales	21	21,4 %
Mantiene una posición neutral	12	12,2 %
Rara vez comunica sus acciones ambientales	14	14,3 %
Nunca comunica sus esfuerzos ambientales	28	28,6 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 41. Distribución porcentual de la percepción de responsabilidad ambiental



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comunicación sobre las acciones ambientales de la empresa presenta una valoración dividida, ya que el 44,9 % de respuestas favorables se encuentra muy cerca del 42,9 % de respuestas negativas, lo que muestra que la comunidad no tiene una opinión clara ni suficientemente compartida sobre la forma en que la empresa informa sus esfuerzos ambientales; esta situación es importante porque los temas ambientales suelen generar preocupación directa en la población, por lo que una comunicación poco visible o irregular puede alimentar dudas, desconfianza y reclamos sobre la responsabilidad de la empresa frente al territorio.

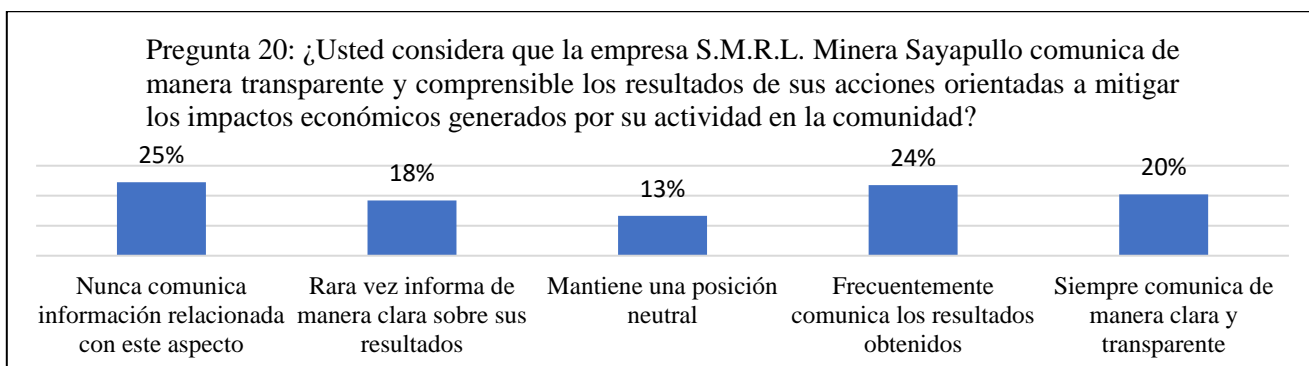
Dimensión: Confianza y legitimidad social

Tabla 46. Indicador: valoración de beneficios económicos

Pregunta 20: ¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera transparente y comprensible los resultados de sus acciones orientadas a mitigar los impactos económicos generados por su actividad en la comunidad?		
Alternativa de respuesta	Frecuencia	P. (%)
Siempre comunica de manera clara y transparente	20	20,4 %
Frecuentemente comunica los resultados obtenidos	23	23,5 %
Mantiene una posición neutral	13	13,3 %
Rara vez informa de manera clara sobre sus resultados	18	18,4 %
Nunca comunica información relacionada con este aspecto	24	24,5 %
Total	98	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Figura 42. Distribución porcentual de la valoración de beneficios económicos



Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario aplicado, 2023.

Interpretación

La comunicación sobre los beneficios económicos y las acciones para mitigar impactos presenta una valoración dividida, expresada en el 43,9 % de respuestas favorables frente al 42,9 % de respuestas negativas, lo que evidencia que la comunidad no percibe de manera clara ni suficiente los resultados que la empresa comunica en este aspecto; esta cercanía entre opiniones positivas y críticas debe atenderse, porque cuando los beneficios económicos no se explican con transparencia y de forma comprensible, pueden mantenerse dudas sobre la distribución de aportes, el cumplimiento de compromisos y la responsabilidad social de la empresa.

5.3. Presentación de resultados e interpretación de entrevistas

Con la finalidad de complementar el análisis cuantitativo de las encuestas y profundizar en la comprensión de los factores comunicacionales vinculados a la prevención de conflictos sociales, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a diez actores sociales de influencia directa en el entorno de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo durante el mes de agosto de 2023. Entre los entrevistados se consideraron representantes de rondas campesinas, asociaciones comunales, autoridades locales, personal del sector educativo y de salud, mineros artesanales formalizados y miembros del comité de regantes. Esta información cualitativa permitió identificar percepciones, experiencias y valoraciones relacionadas con la comunicación estratégica de la empresa, su incidencia en la confianza social, la participación comunitaria y el manejo de tensiones dentro del distrito de Sayapullo.

El procesamiento de la información se organizó en cinco categorías principales, definidas a partir de los bloques temáticos de la guía de entrevistas: a) comunicación e información, b) estrategias y confianza, c) prevención y manejo de conflictos, d) participación y diálogo, y e) percepción general sobre la gestión comunicacional. Para la interpretación de los hallazgos se empleó un análisis categorial temático, orientado a identificar coincidencias, diferencias y tendencias recurrentes en los testimonios, así como a contrastarlos con los resultados cuantitativos obtenidos mediante la encuesta.

A continuación, se presenta la Sistematización e interpretación analítica de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a los actores sociales de influencia directa en el entorno de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo – agosto 2023.

Tabla 47. Sistematización e interpretación analítica de las entrevistas

Categoría principal	Subcategorías	Evidencias representativas	Interpretación analítica narrativa
1. Comunicación e información	Claridad del mensaje, frecuencia, canales y acceso a la información.	Los entrevistados coinciden en que la empresa comunica con mayor claridad y respeto que en años anteriores, aunque las acciones informativas siguen siendo esporádicas. Se valora la explicación presencial y en lenguaje sencillo, pero se advierte que el mensaje pierde eficacia cuando se usa terminología técnica o se transmite solo a través de autoridades o radio.	La comunicación se percibe como un proceso en mejora, caracterizado por mayor apertura y formalidad, aunque limitado por la falta de constancia y la centralización de los canales. La claridad del mensaje es efectiva solo cuando se mantiene la presencia directa en el territorio, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la comunicación bidireccional y descentralizada para garantizar que toda la población, especialmente los caseríos periféricos, reciba información oportuna y comprensible.
2. Estrategias y confianza	Cumplimiento de compromisos, continuidad de acciones, percepción de escucha.	Los participantes destacan como acciones positivas las donaciones a instituciones educativas, la entrega de mobiliario e instrumentos musicales, la habilitación de caminos en época de lluvias, el apoyo al cerco del colegio y las actividades recreativas como el cine y los concursos infantiles. No obstante, señalan que estas acciones no se mantienen con	Las estrategias comunicativas han contribuido a generar confianza temporal basada en hechos visibles y cumplimiento puntual, pero dicha confianza resulta frágil cuando no se acompaña de seguimiento ni diálogo sostenido. La percepción de cumplimiento sin participación revela una comunicación unidireccional, en la que el mensaje se orienta más a informar que a construir acuerdos, por lo que se requiere consolidar una práctica de comunicación participativa y continua que refuerce la legitimidad social.

		regularidad y que la empresa suele ausentarse por largos periodos. Asimismo, perciben que las decisiones ya vienen definidas y que la participación comunitaria en la planificación es limitada.	
3. Prevención y manejo de conflictos	Oportunidad, transparencia y capacidad de respuesta ante tensiones.	Los entrevistados relataron situaciones en las que la comunicación permitió resolver desacuerdos antes de que escalen, como en los casos de aclaración sobre el uso de canales de riego, accesos a caminos o límites de la concesión minera. Reconocen que cuando la empresa explica con transparencia y muestra documentación, la población comprende y se calma. Sin embargo, cuando no se comunica a tiempo, proliferan rumores que generan desconfianza y división.	La comunicación temprana y basada en evidencias se consolida como la herramienta principal para prevenir conflictos sociales en Sayapullo. Los testimonios demuestran que la claridad y la inmediatez del mensaje reducen la incertidumbre y fortalecen la percepción de transparencia, mientras que el silencio informativo o la comunicación mediada prolonga los riesgos de tensión. En consecuencia, la empresa debe mantener un sistema de comunicación preventiva que combine información técnica con un lenguaje accesible y verificable para todos los sectores.
4. Participación y diálogo	Accesibilidad, representatividad, descentralización e inclusión.	Los actores reconocen la existencia de espacios de diálogo, aunque limitados a eventos puntuales o reuniones con autoridades municipales. Las mujeres, jóvenes y pobladores de caseríos	La participación y el diálogo son percibidos como procesos necesarios, pero aún débiles. La falta de descentralización y la limitada diversidad de participantes restringen el carácter inclusivo de la comunicación empresarial. Se evidencia la necesidad de crear

		alejados suelen quedar al margen. Se percibe que los encuentros se organizan en el centro del distrito y con los mismos dirigentes, lo que genera una representación parcial.	espacios permanentes y representativos que incluyan a todos los sectores sociales, de manera que la empresa no solo informe, sino también escuche, incorpore propuestas y rinda cuentas de manera transparente.
5. Percepción general sobre la comunicación estratégica	Imagen institucional, continuidad del vínculo y convivencia social.	De forma general, los entrevistados valoran la apertura y presencia de la empresa, así como su disposición al diálogo con autoridades y sectores locales. Consideran que existe un esfuerzo real por mejorar la relación con la comunidad. Sin embargo, señalan que la comunicación pierde impacto cuando se interrumpe o se circunscribe a fechas especiales.	La comunicación estratégica de la empresa es valorada positivamente, pero su eficacia depende de la continuidad, coherencia y reciprocidad. La comunidad asocia la confianza con la presencia sostenida, la transparencia y el cumplimiento de compromisos. Por tanto, consolidar la confianza social requiere mantener un flujo informativo constante y una relación comunicativa que trascienda lo instrumental para convertirse en un espacio permanente de diálogo y convivencia.

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas semiestructuradas, 2023.

A partir de la información sistematizada en la Tabla 47, se presenta a continuación la interpretación narrativa de los resultados cualitativos, con el propósito de explicar las percepciones de los actores sociales y su relación con las dimensiones comunicacionales identificadas en la investigación. Este desarrollo orienta, de manera más integral, cómo la comunicación estratégica incide en la prevención de conflictos sociales y en la consolidación del vínculo entre la empresa y la comunidad.

Interpretación narrativa por categorías

a) Comunicación e información

Los testimonios recogidos evidencian que los actores sociales perciben una mejora en la forma en que la empresa comunica sus acciones en comparación con periodos anteriores, especialmente en lo referido al trato respetuoso y a la disposición para explicar determinados temas; sin embargo, también se advierte que esta comunicación continúa siendo irregular y, en muchos casos, se concentra en determinados actores, principalmente autoridades locales o dirigentes, lo que limita el alcance efectivo del mensaje hacia otros sectores del territorio. En esa línea, varios entrevistados señalaron que la comunicación resulta más clara cuando los representantes de la empresa acuden directamente a la comunidad y utilizan un lenguaje sencillo, mientras que la información pierde eficacia cuando se transmite mediante intermediarios o a través de mensajes excesivamente técnicos.

Esta evidencia cualitativa confirma que la claridad y la comprensión del mensaje no dependen únicamente del contenido en sí mismo, sino también del modo en que la información circula y del grado de proximidad entre la empresa y la población. Asimismo, pone de manifiesto que los caseríos más alejados tienden a percibir mayores dificultades de acceso a la información, lo que puede generar sensaciones de exclusión comunicacional. En consecuencia, la comunicación directa, oportuna y territorializada se configura como una condición necesaria para fortalecer la transparencia, reducir malentendidos y mejorar la confianza social.

b) Estrategias y confianza

En relación con las estrategias desarrolladas por la empresa, los entrevistados reconocen acciones visibles que han sido valoradas positivamente por la población, como donaciones a instituciones educativas, entrega de mobiliario e instrumentos musicales, habilitación de caminos en época de lluvias, apoyo a infraestructura educativa y actividades recreativas dirigidas a niños y familias. Tales acciones son interpretadas como expresiones concretas de presencia institucional y de compromiso con el entorno, lo que contribuye a fortalecer temporalmente la confianza entre la comunidad y la empresa. No obstante, también se advierte que dicha confianza no se mantiene de manera estable cuando las acciones no tienen continuidad o cuando la empresa se ausenta por periodos prolongados.

Desde esta perspectiva, la confianza aparece como una construcción relacional frágil, que no depende únicamente de actos puntuales, sino de la persistencia del vínculo, del seguimiento a los compromisos asumidos y de la posibilidad de que la comunidad participe de manera más activa en la definición de prioridades. Los testimonios sugieren, además, que buena parte de la población percibe que las decisiones suelen llegar ya definidas, lo que limita la sensación de corresponsabilidad y reduce el carácter participativo de la comunicación. En consecuencia, la estrategia comunicacional de la empresa necesita transitar desde una lógica predominantemente informativa hacia una práctica más dialógica y sostenida, capaz de consolidar confianza en el tiempo.

c) Prevención y manejo de conflictos

Los hallazgos cualitativos muestran con claridad que la comunicación oportuna y transparente ha desempeñado un papel importante en la contención de tensiones y en la

resolución temprana de desacuerdos. Los entrevistados mencionan situaciones vinculadas con el uso de canales de riego, accesos a caminos y delimitación de áreas de concesión, en las que la intervención directa de representantes de la empresa, acompañada de explicaciones claras y documentación sustentatoria, permitió aclarar dudas y evitar que los desacuerdos escalen hacia conflictos mayores. Este aspecto resulta especialmente relevante porque evidencia que la población valora no solo la presencia de la empresa, sino también su capacidad para responder de manera inmediata, comprensible y verificable ante situaciones sensibles.

Por el contrario, cuando la información no llega a tiempo o se comunica de forma incompleta, surgen rumores, interpretaciones erróneas y divisiones internas dentro de la comunidad. Ello indica que la comunicación no debe ser entendida únicamente como un mecanismo de acompañamiento, sino como un recurso preventivo fundamental para reducir incertidumbre y fortalecer la percepción de transparencia institucional. En consecuencia, los testimonios refuerzan la idea de que la prevención de conflictos sociales en Sayapullo depende, en gran medida, de la capacidad de la empresa para mantener una comunicación temprana, clara, verificable y orientada a la resolución de tensiones antes de que estas se agraven.

d) Participación y diálogo

En cuanto a la participación, los entrevistados reconocen que la empresa ha promovido algunos espacios de diálogo, aunque estos suelen desarrollarse de manera esporádica y con una representatividad limitada. Según los testimonios, las reuniones tienden a concentrarse en el centro del distrito y a convocar principalmente a autoridades o dirigentes,

dejando fuera a mujeres, jóvenes y pobladores de caseríos alejados. Esta situación restringe la diversidad de voces presentes en los espacios de intercambio y reduce el carácter inclusivo de la comunicación empresarial.

Desde un punto de vista analítico, ello sugiere que la participación no debe evaluarse únicamente por la existencia formal de reuniones o encuentros, sino por la calidad de la interacción, la amplitud de la convocatoria, la inclusión efectiva de distintos sectores y el seguimiento dado a los acuerdos alcanzados. Los entrevistados proponen descentralizar los espacios de diálogo, ampliar las convocatorias y fortalecer mecanismos de retroalimentación que permitan incorporar propuestas de manera más visible. En consecuencia, la participación comunitaria emerge como un componente aún débil, pero decisivo, dentro de la prevención de conflictos, ya que su fortalecimiento contribuiría a reducir percepciones de exclusión y a consolidar relaciones más equilibradas entre empresa y comunidad.

e) Percepción general

En términos generales, los actores sociales valoran de manera positiva la evolución de la gestión comunicacional de la empresa, especialmente en comparación con etapas anteriores. Se reconoce una mayor apertura al diálogo, una disposición más clara para explicar acciones y una presencia institucional que, en determinados momentos, ha contribuido a mejorar el clima relacional en el distrito. Sin embargo, esta percepción favorable no se presenta como una condición plenamente consolidada, ya que los propios entrevistados subrayan que la eficacia de la comunicación depende de su continuidad, de la coherencia entre mensaje y acción, y del cumplimiento de los compromisos asumidos por la empresa.

En ese sentido, la población asocia la buena comunicación no solo con la entrega de información oportuna, sino también con la permanencia del vínculo, el respeto en el trato y la capacidad de la empresa para sostener un relacionamiento más allá de momentos puntuales. Esto permite afirmar que la percepción general sobre la comunicación estratégica es favorable, pero condicionada a su consistencia y sostenibilidad en el tiempo. De este modo, la comunicación estratégica es percibida por los actores sociales como una herramienta fundamental para la convivencia pacífica, la construcción de confianza y el desarrollo social del distrito.

5.4. Contrastación de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó a partir de los datos obtenidos mediante el cuestionario aplicado al ámbito interno y externo, con el propósito de analizar la relación entre la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo durante el año 2023.

Para este análisis se consideró un nivel de significancia de 0.05. Cuando el valor de significancia fue menor a dicho nivel, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, mientras que, cuando el valor fue mayor, se mantuvo la hipótesis nula.

La prueba Chi-cuadrado de independencia permitió identificar la existencia de asociación significativa entre las variables y dimensiones categorizadas. De manera complementaria, el coeficiente Rho de Spearman permitió valorar la dirección e intensidad de la relación entre los puntajes obtenidos a partir de la escala tipo Likert. Esta organización permitió diferenciar la función de cada prueba: Chi-cuadrado permitió reconocer si existía

asociación estadística, mientras que Spearman ayudó a precisar si la relación era positiva o negativa y qué nivel de fuerza presentaba.

5.5. Contrastación mediante Chi-cuadrado de independencia

La prueba Chi-cuadrado de independencia se aplicó para determinar si las variables y dimensiones de la investigación presentaban asociación significativa. Esta prueba fue pertinente porque las respuestas del cuestionario fueron organizadas en categorías de análisis, lo que permitió comparar la distribución de respuestas observadas con la distribución esperada en ausencia de asociación.

En esta etapa se contrastaron la hipótesis general y las hipótesis específicas, tomando como criterio de decisión el valor de significancia. Cuando p fue menor a 0.05, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna correspondiente.

5.5.1. Contraste hipótesis general mediante Chi-cuadrado de independencia

Hipótesis de investigación: La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis nula H_0 : La comunicación estratégica no influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis alterna H1: La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 48. Resultados de la prueba de hipótesis general

Público	Prueba estadística aplicada	Valor de χ^2 calculado	Grados de libertad (gl)	Valor de significancia (p)	Nivel de significancia (α)	Decisión
Interno (75 participantes)	Chi-cuadrado (χ^2) de independencia	18.57	4	$p < .001$.	0.05	Se rechaza H_0 y se acepta H_1
Externo (98 participantes)	Chi-cuadrado (χ^2) de independencia	20.21	4	$p < .001$.	0.05	Se rechaza H_0 y se acepta H_1

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados procesados en SPSS (2023).

Interpretación:

Los resultados de la prueba de Chi-cuadrado muestran que, tanto en el público interno como en el externo, el valor de significancia fue inferior al nivel crítico de 0.05. En el ámbito interno se obtuvo un valor de $\chi^2 = 18.57$, con 4 grados de libertad, y una significancia de $p < 0,001$; por su parte, en el ámbito externo se registró un valor de $\chi^2 = 20.21$, con 4 grados de libertad, y una significancia de $p < 0,001$. En consecuencia, en ambos casos se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Estos resultados permiten afirmar que existe evidencia estadística suficiente para sostener que la comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales en la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo durante el año 2023. En términos interpretativos, ello significa que cuando los procesos comunicacionales son

percibidos como más claros, continuos, accesibles y orientados al diálogo, tienden a asociarse con mejores condiciones para la reducción de tensiones, la construcción de confianza y la promoción de la participación comunitaria. En consecuencia, la hipótesis general del estudio queda empíricamente respaldada.

5.5.2. Contraste de hipótesis específica 1 mediante Chi-cuadrado de independencia

Hipótesis de investigación: La calidad del mensaje incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

H0: La calidad del mensaje no incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

H1: La calidad del mensaje incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 49. Resultados de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – HE 1

Resultados de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – Hipotesis especifica 1						
Prueba estadística aplicada	Valor de χ^2 calculado	Grados de libertad (gl)	Valor de significancia (p)	Nivel de significancia (α)	Coficiente de contingencia (C)	Decisión
Chi-cuadrado (χ^2) de independencia	78.412	10	p < .001.	0.05	0.551	Se rechaza H ₀ y se acepta H ₁

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación:

La aplicación de la prueba de Chi-cuadrado arrojó un valor de $\chi^2 = 78.412$, con 10 grados de libertad, una significancia de $p < 0,001$ y un coeficiente de contingencia de 0.551. Dado que el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Desde el punto de vista analítico, este resultado evidencia que la calidad del mensaje influye significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales. En otras palabras, cuando la población y el personal perciben que la información emitida por la empresa es clara, comprensible, relevante y pertinente, disminuyen las posibilidades de malentendidos, rumores e interpretaciones negativas que puedan escalar hacia situaciones conflictivas. Asimismo, el coeficiente de contingencia obtenido refleja una asociación de magnitud moderada, lo que confirma que la calidad del mensaje constituye un componente relevante en la prevención de tensiones dentro del entorno organizacional y comunitario.

5.5.3. Contraste de hipótesis específica 2 mediante Chi-cuadrado de independencia

Hipótesis de investigación: La gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis nula H0: La gestión comunicacional no influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis alterna H1: La gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 50. Resultado de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – HE 2

Resultado de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – Hipótesis específica 2						
Prueba estadística aplicada	Valor de χ^2 calculado	Grados de libertad (gl)	Valor de significancia (p)	Nivel de significancia (α)	Coefficiente de contingencia (C)	Decisión
Chi-cuadrado (χ^2) de independencia	66.985	8	0.001 < 0.05	0.05	0.429	Se rechaza H_0 y se acepta H_1

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación:

Los resultados estadísticos reportaron un valor de $\chi^2 = 66.985$, con 8 grados de libertad, una significancia de $p < 0,001$ y un coeficiente de contingencia de 0.429. En consecuencia, al ser el valor de p menor al nivel crítico establecido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Este hallazgo permite sostener que la gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social. Ello implica que la regularidad, continuidad y actualización de la información emitida por la empresa inciden en la opinión que los actores construyen sobre su actuación, en la confianza que esta genera y en la valoración que realizan sobre su comportamiento frente a temas sensibles como el ambiente y los beneficios económicos. Aunque la magnitud de la asociación es moderada, el resultado confirma que la confianza y la legitimidad no dependen únicamente de acciones materiales, sino también de

la forma en que la organización mantiene y sostiene su relación comunicacional con el entorno.

5.5.4. Contraste de hipótesis específica 3 mediante Chi-cuadrado de independencia

Hipótesis de investigación: La gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis nula H0: La gestión de canales y retroalimentación no influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis alterna H1: La gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 51. Resultado de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – HE 3

Resultado de la aplicación de la prueba Chi-cuadrado – Hipótesis específica 3						
Prueba estadística aplicada	Valor de χ^2 calculado	Grados de libertad (gl)	Valor de significancia (p)	Nivel de significancia (α)	Coefficiente de contingencia (C)	Decisión
Chi-cuadrado (χ^2) de independencia	88.210	10	p < .001.	0.05	0.593	Se rechaza H ₀ y se acepta H ₁

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación:

La prueba de Chi-cuadrado reportó un valor de $\chi^2 = 88.210$, con 10 grados de libertad, una significancia de $p < 0,001$ y un coeficiente de contingencia de 0.593. Dado que el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Este resultado evidencia que la gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria. En términos interpretativos, ello significa que la accesibilidad de los medios de comunicación y la efectividad de los mecanismos de interacción no solo facilitan la circulación de información, sino que también inciden en la disposición de la población a involucrarse en espacios de diálogo, consulta y toma de decisiones vinculados a la prevención de conflictos. Asimismo, el coeficiente de contingencia obtenido indica una asociación moderada a alta, siendo la más fuerte entre las hipótesis específicas contrastadas, lo que confirma que la participación comunitaria depende en gran medida de la existencia de canales accesibles, funcionales y capaces de promover retroalimentación real entre empresa y comunidad.

5.6. Análisis complementario mediante Rho de Spearman

Después de la prueba Chi-cuadrado, se aplicó el coeficiente Rho de Spearman para complementar la contrastación de hipótesis. Esta prueba se trabajó con los puntajes obtenidos de los ítems del cuestionario, ya que las respuestas fueron recogidas mediante escala tipo Likert y conservan un orden de valoración.

El análisis mediante Spearman permitió identificar si la relación entre las variables y dimensiones fue positiva o negativa, además de estimar su intensidad. De esta manera, la contrastación no se limita a señalar la existencia de asociación, sino que también precisa cómo se comporta la relación entre la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales.

5.6.1. Contraste de hipótesis general mediante Rho de Spearman

Hipótesis de investigación: La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis nula H_0 : La comunicación estratégica no influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis alterna H_1 : La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 52. Correlación: comunicación estratégica y prevención de conflictos sociales

Correlaciones				
			Comunicación estratégica	Prevención de conflictos sociales
Rho de Spearman	Comunicación estratégica	Coeficiente de correlación	1.000	.558**
		Sig. bilateral	.	.000
		N	173	173
	Prevención de conflictos sociales	Coeficiente de correlación	.558**	1.000
		Sig. bilateral	.000	.
		N	173	173
**. La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)				

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación:

El resultado del Rho de Spearman fue $\rho = .558$, con una significancia de $p < .001$, lo que indica una relación positiva moderada entre la comunicación estratégica y la prevención de conflictos sociales. Esto significa que, cuando la comunicación de la empresa es percibida como más clara, constante y abierta a la respuesta, también mejora la percepción sobre la prevención de tensiones con la población del distrito.

Como el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmándose que la comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

5.6.2. Contraste de hipótesis específica 1 mediante Rho de Spearman

Hipótesis de investigación: La calidad del mensaje incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

H0: La calidad del mensaje no incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

H1: La calidad del mensaje incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 53. Correlación: calidad del mensaje y gestión preventiva de tensiones sociales

Correlaciones				
			Calidad del mensaje	Gestión preventiva de tensiones sociales
Rho de Spearman	Calidad del mensaje	Coeficiente de correlación	1.000	.552**
		Sig. bilateral	.	.000
		N	173	173
	Gestión preventiva de tensiones sociales	Coeficiente de correlación	.552**	1.000
		Sig. bilateral	.000	.
		N	173	173

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación:

El resultado del Rho de Spearman fue $\rho = .552$, con una significancia de $p < .001$, lo que muestra una relación positiva moderada entre la calidad del mensaje y la gestión preventiva de tensiones sociales. Esto indica que los mensajes claros, comprensibles y

pertinentes ayudan a que la población perciba mejores condiciones para prevenir tensiones en su relación con la empresa.

Como la significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmándose que la calidad del mensaje incide significativamente en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito.

5.6.3. Contraste de hipótesis específica 2 mediante Rho de Spearman

Hipótesis de investigación: La gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis nula H0: La gestión comunicacional no influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis alterna H1: La gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 54. Correlación: gestión comunicacional y confianza y legitimidad social

Correlaciones				
			Gestión comunicacional	Confianza y legitimidad social
Rho de Spearman	Gestión comunicacional	Coeficiente de correlación	1.000	.435**
		Sig. bilateral	.	.000
		N	173	173
	Confianza y legitimidad social	Coeficiente de correlación	.435**	1.000
		Sig. bilateral	.000	.
		N	173	173
**. La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)				

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación:

El resultado del Rho de Spearman fue $\rho = .435$, con una significancia de $p < .001$, lo que indica una relación positiva moderada entre la gestión comunicacional y la confianza y legitimidad social. Esto significa que, cuando la comunicación de la empresa se percibe como más organizada, continua y coherente, también mejora la confianza de la población y la valoración social hacia la S.M.R.L. Minera Sayapullo.

Como la significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmándose que la gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa y la población del distrito de Sayapullo.

5.6.4. Contraste de hipótesis específica 3 mediante Rho de Spearman

Hipótesis de investigación: La gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis nula H0: La gestión de canales y retroalimentación no influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Hipótesis alterna H1: La gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.

Tabla 55. Correlación: canales y retroalimentación y participación comunitaria

Correlaciones				
			Gestión de canales y retroalimentación	Participación comunitaria
Rho de Spearman	Gestión de canales y retroalimentación	Coefficiente de correlación	1.000	.592**
		Sig. bilateral	.	.000
		N	173	173
	Participación comunitaria	Coefficiente de correlación	.592 **	1.000
		Sig. bilateral	.000	.
		N	173	173

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación:

El resultado del Rho de Spearman fue $\rho = .592$, con una significancia de $p < .001$, lo que muestra una relación positiva moderada entre la gestión de canales y retroalimentación y la participación comunitaria. Este resultado indica que, cuando la población reconoce canales más accesibles y respuestas más claras, también mejora su participación en los espacios de relación con la empresa.

Como la significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmándose que la gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la S.M.R.L. Minera Sayapullo.

Síntesis de la contrastación de hipótesis

En conjunto, la contrastación de hipótesis muestra que la comunicación estratégica se relaciona de manera significativa con la prevención de conflictos sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo durante el año 2023. Los resultados de Chi-cuadrado permitieron confirmar la existencia de asociación estadística en la hipótesis general y en las tres hipótesis específicas, mientras que el análisis complementario mediante Rho de Spearman permitió precisar que dicha relación mantiene una dirección positiva y una intensidad moderada.

Estos resultados indican que la comunicación estratégica no actúa como un elemento aislado, sino como parte del vínculo que la empresa construye con la población. La calidad del mensaje, la gestión comunicacional, los canales de información y la retroalimentación se relacionan con mejores condiciones para prevenir tensiones sociales, fortalecer la confianza y legitimidad social, y favorecer la participación comunitaria.

En consecuencia, se rechazan las hipótesis nulas y se aceptan las hipótesis alternas planteadas en la investigación. Esta decisión no debe entenderse como una causalidad absoluta, porque el estudio es no experimental y transversal, sino como una influencia

significativa en sentido estadístico y contextual, sustentada en los datos recogidos en los ámbitos interno y externo de la investigación.

6.1. Discusión

6.1.1. Interpretación de los Resultados

Los resultados de la investigación permiten sostener que la comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo durante el año 2023. Esta influencia no debe entenderse como una relación automática ni como una causalidad absoluta, porque el estudio fue no experimental y transversal, sino como una relación estadísticamente respaldada y coherente con el contexto analizado, donde una comunicación más clara, constante y abierta a la respuesta se asocia con mejores condiciones para prevenir tensiones sociales.

La prueba Chi-cuadrado confirmó la existencia de asociación significativa entre las variables y dimensiones estudiadas, mientras que el Rho de Spearman permitió precisar que esa relación mantiene una dirección positiva y una intensidad moderada. Esta lectura es importante porque no basta con señalar que las variables se relacionan, también interesa comprender cómo se comporta esa relación: los resultados muestran que, cuando mejora la valoración de la comunicación estratégica, también mejora la percepción sobre la prevención de conflictos sociales en la relación entre la empresa y la población.

En el ámbito interno, los resultados muestran una valoración más favorable de la comunicación estratégica, especialmente en la claridad de los mensajes, la comprensión del contenido, la accesibilidad de los canales y la percepción de que la comunicación ayuda a

reducir tensiones. Esto indica que el personal vinculado a la empresa reconoce avances en la forma como se organiza y transmite la información; sin embargo, las respuestas críticas e intermedias también muestran que la comunicación interna todavía no llega con la misma fuerza a todos, lo que puede afectar la preparación del personal frente a situaciones de tensión social.

En el ámbito externo, la valoración también es favorable, pero más moderada. La población y los actores locales reconocen ciertos esfuerzos de comunicación por parte de la empresa, aunque aparecen mayores dudas sobre la frecuencia de la información, la efectividad de los canales y la utilidad de los mensajes frente a preocupaciones concretas. Esta diferencia entre lo interno y lo externo es relevante, porque muestra que una comunicación puede funcionar mejor dentro de la empresa, pero no necesariamente ser recibida con la misma claridad por la población del distrito.

Respecto a la calidad del mensaje, los resultados indican que los mensajes claros, comprensibles y pertinentes se relacionan con una mejor gestión preventiva de tensiones sociales. En un territorio como Sayapullo, donde la minería forma parte de la historia local y convive con expectativas económicas, preocupaciones ambientales y presencia de distintos actores, la forma en que se explica una decisión puede acercar o alejar a la población. Cuando el mensaje no responde a lo que la comunidad necesita saber, quedan espacios para dudas, rumores o interpretaciones negativas.

En cuanto a la gestión comunicacional, los hallazgos muestran que la regularidad y la actualización de la información se vinculan con la confianza y la legitimidad social. Esto

permite afirmar que la población no solo valora que la empresa informe, sino que lo haga con continuidad, oportunidad y coherencia con sus acciones. Una comunicación ocasional puede servir para resolver una duda puntual, pero no siempre alcanza para sostener confianza; en cambio, una comunicación constante ayuda a que la población perciba mayor presencia, orden y disposición de respuesta.

La gestión de canales y retroalimentación aparece como uno de los aspectos más sensibles de la investigación. Los resultados muestran que los canales accesibles y la posibilidad de recibir respuesta favorecen la participación comunitaria, porque la población participa más cuando sabe por dónde informarse, a quién acudir y cómo hacer llegar sus preocupaciones. Esto confirma que los canales no deben entenderse solo como medios para difundir mensajes, sino como espacios que permiten escuchar, responder y sostener el vínculo entre la empresa y la población.

Las entrevistas complementan esta lectura, porque muestran que la comunicación es valorada cuando se percibe cercana, clara y vinculada con las preocupaciones reales del territorio. Los actores consultados no solo esperan recibir información sobre actividades de la empresa, también buscan explicaciones comprensibles, seguimiento de compromisos y espacios donde sus dudas puedan ser atendidas. Por ello, la comunicación estratégica adquiere valor preventivo cuando deja de ser una acción reactiva y se convierte en una práctica sostenida de relación con la población.

En conjunto, los resultados confirman que la prevención de conflictos sociales en Sayapullo no depende únicamente de factores técnicos, económicos o ambientales, aunque

estos sean importantes. También depende de la forma en que la empresa informa, escucha, responde y mantiene coherencia entre lo que comunica y lo que hace. Desde esta lectura, la comunicación estratégica no reemplaza la gestión social ni resuelve por sí sola las tensiones del territorio, pero sí contribuye a crear mejores condiciones para reducir malentendidos, fortalecer confianza y atender preocupaciones antes de que escalen hacia conflictos abiertos.

Esta discusión conecta directamente con la propuesta del Plan de Comunicación Estratégica, porque los resultados muestran la necesidad de fortalecer mensajes claros, canales accesibles, vocerías definidas, seguimiento de compromisos y espacios de diálogo con la población. La propuesta no surge como un añadido final, sino como respuesta a los hallazgos del estudio y a las diferencias encontradas entre la percepción interna y externa sobre la comunicación de la S.M.R.L. Minera Sayapullo.

6.2. Contrastación de resultados con antecedentes y bases teóricas

Los resultados obtenidos se relacionan con los antecedentes revisados, porque confirman que la comunicación estratégica cumple un papel importante en la relación entre empresa minera y población, especialmente cuando existen expectativas económicas, preocupaciones ambientales, demandas de información y necesidad de diálogo. En el caso de la S.M.R.L. Minera Sayapullo, la prueba Chi-cuadrado permitió identificar asociación significativa entre las variables, mientras que el Rho de Spearman precisó que esa relación tiene dirección positiva y fuerza moderada, lo que significa que una mejor comunicación se vincula con mejores condiciones para prevenir tensiones sociales.

Este resultado coincide con Carrillo Hoyos (2011, 2013), quien sostiene que los conflictos mineros no deben analizarse solo desde lo económico, lo político o lo ambiental,

porque también dependen de la manera en que los actores se comunican, se escuchan y construyen confianza. En Sayapullo ocurre algo similar: los datos muestran que la comunicación no puede quedar reducida a informar actividades, porque su valor preventivo aparece cuando los mensajes son claros, los canales funcionan y la población percibe que puede recibir respuesta frente a sus preocupaciones.

También existe relación con Eckhardt et al. (2009), quienes señalan que el vínculo entre empresa minera y población necesita estrategias de comunicación y relacionamiento adaptadas al contexto territorial. Los resultados de esta investigación refuerzan esa idea, ya que la comunicación interna fue valorada de manera más favorable que la externa, lo que muestra que el mensaje puede estar mejor organizado dentro de la empresa, pero no siempre llega con la misma claridad a la población. Esta diferencia confirma que la comunicación estratégica debe ajustarse a los públicos, canales y formas de relación propias del distrito.

Los hallazgos también dialogan con Herreros Alarcón (2024), quien encontró que la comunicación externa de una empresa minera no siempre mejora de manera suficiente el relacionamiento con la población. Esta comparación es útil porque evita una lectura simplista: comunicar no garantiza confianza por sí solo. En Sayapullo, los resultados son favorables, pero también muestran respuestas críticas e intermedias, sobre todo en el ámbito externo, lo que indica que la comunicación debe fortalecerse en frecuencia, claridad, pertinencia y capacidad de respuesta para tener mayor efecto preventivo.

De igual forma, los resultados se acercan a lo planteado por Calcina Quispe y Calderón Nayhua (2024), quienes relacionan las relaciones comunitarias con la prevención de conflictos socioambientales. Aunque su estudio se centra en relaciones comunitarias y no

directamente en comunicación estratégica, ambos trabajos coinciden en que la prevención depende de la confianza, la participación y el cumplimiento de compromisos. En la presente tesis, esa relación se observa con mayor claridad en la gestión de canales y retroalimentación, dimensión que presentó la relación más alta con la participación comunitaria.

Desde las bases teóricas, los resultados se sostienen en Hallahan et al. (2007), quienes entienden la comunicación estratégica como el uso intencional de la comunicación para cumplir los fines de una organización. En esta investigación, esa intención no se limita a difundir información empresarial, sino que se vincula con la prevención de tensiones, porque la empresa necesita decidir qué comunica, cómo lo comunica, a quién llega el mensaje y qué respuesta recoge de la población.

La lectura de Massoni (2019) también ayuda a comprender los resultados, porque la comunicación estratégica no se entiende como una acción vertical, sino como una relación donde intervienen distintos actores y formas de interpretar el territorio. En Sayapullo, la población no es uniforme: existen trabajadores, autoridades, rondas campesinas, proveedores, organizaciones, familias y personas vinculadas directa o indirectamente con la actividad minera, por lo que la comunicación preventiva debe reconocer esas diferencias si busca fortalecer confianza y participación.

Los resultados también se relacionan con Lederach (2009), quien plantea que los conflictos deben trabajarse desde la relación entre las partes y no solo desde el problema visible. Esta idea es clave para interpretar la prevención en la tesis, porque los conflictos sociales no aparecen únicamente cuando existe una protesta o reclamo abierto, sino cuando se acumulan dudas, rumores, desconfianza o sensación de falta de respuesta. Por ello, la

comunicación estratégica aporta cuando permite atender esas señales tempranas antes de que crezcan.

Finalmente, los hallazgos se vinculan con Suchman (1995), porque la legitimidad social depende de cómo la población valora las acciones de una organización dentro de sus normas, expectativas y creencias. En el caso de la S.M.R.L. Minera Sayapullo, la legitimidad no se construye solo con permisos o documentos formales, sino con mensajes comprensibles, canales accesibles, respuesta oportuna y coherencia entre lo que la empresa comunica y lo que realiza.

En conjunto, la contrastación con antecedentes y bases teóricas permite afirmar que los resultados de la investigación son coherentes con los estudios revisados y con el marco conceptual desarrollado. La comunicación estratégica influye en la prevención de conflictos sociales, pero esa influencia no debe entenderse como automática; depende de que la empresa comunique con claridad, mantenga continuidad, escuche a la población, responda a tiempo y sostenga una relación cercana con los actores del distrito. Por ello, el Plan de Comunicación Estratégica propuesto en la tesis no aparece como un añadido final, sino como una respuesta directa a los hallazgos del estudio.

6.3. Propuesta de Plan de comunicación estratégica preventiva y participativa



PLAN DE TRABAJO

2023

**ÁREA : COMUNICACIÓN
CORPORATIVA**

Elaborado por: Lucia Zulma Diaz Ortiz

Índice

1. Presentación del plan
2. Fundamentación basada en los resultados de la tesis
3. Diagnóstico territorial y comunicacional actualizado
4. Matriz de articulación entre resultados y acciones
5. Problema comunicacional identificado
6. Objetivos del plan
7. Públicos estratégicos
8. Enfoques del plan
9. Línea base comunicacional
10. Ejes estratégicos
11. Canales de comunicación adecuados a Sayapullo
12. Comité de Comunicación Preventiva
13. Guía breve para voceros
14. Protocolo de alerta temprana y atención de consultas
15. Ejemplos prácticos de comunicación
16. Formatos operativos
17. Cronograma de implementación
18. Indicadores de evaluación
19. Presupuesto referencial
20. Productos finales y sostenibilidad

6.3.1. Presentación del plan

El presente Plan de Comunicación Estratégica Preventiva y Participativa se propone como una herramienta de mejora para la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, tomando como punto de partida los resultados hallados en la investigación, donde se evidenció que la comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales. Esta relación ayuda a explicar que la comunicación no debe funcionar únicamente cuando aparece un reclamo, una duda sobre empleo, una preocupación ambiental o una tensión con la comunidad, sino antes, cuando todavía es posible aclarar, escuchar, corregir y sostener la confianza con los públicos vinculados a la actividad minera.

La propuesta se aleja de una mirada puramente informativa, porque en un territorio como Sayapullo la comunicación no se reduce a emitir comunicados ni a esperar que la población busque información por medios digitales. Las condiciones locales obligan a pensar el plan desde la realidad del distrito, donde no existe una emisora radial propia, donde ingresan algunas señales de La Libertad, donde el acceso a internet es limitado, donde las llamadas telefónicas dependen principalmente de una operadora con mejor cobertura y donde buena parte de la población adulta conserva formas presenciales y orales de relacionamiento. Por ello, el plan prioriza reuniones, visitas, cartillas impresas, actas visibles, voceros comunitarios y espacios de devolución, mientras que la radio regional, las llamadas y los mensajes digitales quedan como canales complementarios, no como base principal de la estrategia.

El plan se organiza desde las dimensiones trabajadas en la tesis: calidad del mensaje, gestión comunicacional, gestión de canales y retroalimentación, vinculándolas con la gestión preventiva de tensiones sociales, la confianza y legitimidad social, y la participación

comunitaria. Cada eje propone acciones concretas, responsables, productos verificables, ejemplos de aplicación, formatos e indicadores, con la finalidad de que la empresa pueda aplicar la propuesta de manera realista, sin depender de recursos difíciles de sostener ni de canales que no llegan a toda la población.

6.3.2. Fundamentación basada en los resultados de la tesis

La propuesta se fundamenta en los resultados de la investigación, los cuales muestran que la comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo durante el año 2023. La prueba Chi-cuadrado permitió identificar asociación estadística entre las variables y dimensiones del estudio, mientras que el análisis complementario mediante Rho de Spearman permitió precisar que dicha relación mantiene una dirección positiva y una intensidad moderada.

Esta lectura permite sostener que la comunicación estratégica no debe entenderse como una actividad aislada ni como una respuesta tardía frente a reclamos, sino como parte de la gestión preventiva de la relación empresa–población. En Sayapullo, comunicar con claridad, sostener canales cercanos, responder consultas y dar seguimiento a compromisos son acciones necesarias para reducir dudas, evitar rumores y atender tensiones antes de que crezcan.

Los resultados también muestran diferencias entre el ámbito interno y el ámbito externo. En el ámbito interno, la comunicación fue valorada de manera más favorable, especialmente en claridad de mensajes, comprensión del contenido y accesibilidad de canales; en cambio, en el ámbito externo, aunque existen valoraciones positivas, aparecen

mayores dudas sobre la frecuencia de la comunicación, la utilidad de los canales y la respuesta frente a preocupaciones concretas de la población.

Por ello, el plan no se limita a mejorar mensajes, sino que busca ordenar la comunicación preventiva de la empresa mediante vocerías claras, reuniones programadas, cartillas sencillas, registro de consultas, matriz de compromisos, espacios de devolución y una ruta de alerta temprana. La propuesta responde directamente a los hallazgos de la tesis y se adapta a las condiciones comunicacionales del distrito, donde no resulta suficiente depender de medios digitales o de una emisora local inexistente.

6.3.3. Diagnóstico territorial y comunicacional actualizado

El diagnóstico comunicacional muestra que Sayapullo requiere una comunicación cercana, directa y verificable. La población no recibe la información de una sola manera, porque existen trabajadores, autoridades, rondas campesinas, proveedores, organizaciones locales, familias y personas vinculadas directa o indirectamente con la actividad minera. Cada grupo tiene preocupaciones distintas: algunos se interesan por empleo y compras locales, otros por compromisos sociales, ambiente, seguridad, participación o beneficios para el distrito.

En este contexto, el principal reto comunicacional de la S.M.R.L. Minera Sayapullo no es solo informar más, sino informar mejor. Esto implica explicar con palabras sencillas, comunicar con continuidad, usar canales que la población realmente pueda utilizar, responder en plazos claros y dejar constancia de los acuerdos asumidos. Cuando la información no llega, llega tarde o se concentra en pocos actores, aparecen vacíos que pueden ser llenados por comentarios, rumores o interpretaciones negativas.

El diagnóstico también muestra que el plan debe evitar soluciones generales. La comunicación digital puede servir como apoyo, pero no debe ser la base del relacionamiento, porque el acceso a internet es limitado y no todos los actores del distrito reciben información por los mismos medios. Por esta razón, el plan prioriza reuniones presenciales, visitas informativas, cartillas impresas, pizarras comunales, actas visibles, voceros identificados y espacios de devolución pública.

6.3.3.1. Condiciones locales que deben orientar el plan

Condición identificada	Implicancia comunicacional	Ajuste propuesto en el plan
No existe emisora radial local en Sayapullo.	La radio no puede ser el canal principal del plan.	Usar radio regional de La Libertad solo como apoyo, previa verificación de alcance y audiencia.
Ingresa principalmente señales radiales provenientes de Trujillo y otros puntos de La Libertad.	Pueden servir para avisos generales, pero no aseguran llegada a todos los sectores.	Priorizar reuniones, cartillas y visitas; usar radio regional para mensajes de recordatorio.
El internet es limitado y pocas personas lo usan de manera constante.	WhatsApp y redes sociales no llegan a toda la población.	Mantener canales impresos y presenciales, con WhatsApp solo como complemento.
Las llamadas dependen de una operadora con mejor cobertura.	No todos podrán recibir llamadas o mensajes en el mismo momento.	Crear lista de contactos clave con cobertura comprobada y mantener avisos físicos.
Predomina población adulta con formas de comunicación oral y presencial.	La explicación directa tiene mayor fuerza que el comunicado digital.	Programar reuniones por sectores, visitas informativas y lectura pública de acuerdos.
Jóvenes vinculados a minería y con expectativas fuera del distrito.	Pueden actuar como puente informativo, pero no siempre permanecen en la zona.	Incluir jóvenes trabajadores como voceros internos, sin depender solo de ellos.

Paisaje rústico con viviendas de adobe, camionetas y crecimiento desordenado.	Existe cambio económico visible, pero también necesidades de orden y confianza.	Comunicar con claridad temas de empleo, compromisos, tránsito, seguridad y convivencia territorial.
---	---	---

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.4. Matriz de articulación entre resultados hallados y acciones del plan

La siguiente matriz muestra cómo los hallazgos de la tesis se traducen en acciones concretas. Esta articulación es necesaria porque un plan de comunicación no debe parecer una propuesta añadida al final de la investigación, sino una respuesta práctica a lo que los resultados evidenciaron.

Resultado hallado en la tesis	Lectura comunicacional del hallazgo	Acción concreta del plan	Producto verificable
La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales.	La comunicación debe asumirse como parte de la gestión preventiva, no como una actividad ocasional.	Implementar mensajes claros, voceros, canales presenciales, alerta temprana y seguimiento.	Plan aprobado, cronograma, actas y reportes mensuales.
La calidad del mensaje influye en la gestión preventiva de tensiones sociales.	Los mensajes poco claros pueden generar dudas, rumores o interpretaciones distintas.	Elaborar cartillas, preguntas frecuentes, reuniones explicativas y ejemplos sencillos.	Cartillas, comunicados validados y guía de preguntas.
La gestión comunicacional influye en la confianza y legitimidad social.	La confianza depende de la coherencia entre lo que la empresa dice, hace y responde.	Crear un comité, designar voceros, actualizar compromisos y ordenar reuniones.	Actas del comité, lista de voceros y matriz de compromisos.

La gestión de canales y retroalimentación influye en la participación comunitaria.	La población necesita canales de ida y vuelta, sobre todo presenciales.	Implementar registro de consultas, buzón físico, reuniones por sectores y devolución pública.	Registro de consultas, respuestas documentadas y listas de asistencia.
Las condiciones locales limitan radio local, internet y telefonía.	No se puede depender de medios digitales ni de una emisora propia.	Priorizar asambleas, cartillas, pizarras, perifoneo puntual y voceros comunitarios.	Material impreso, actas visibles y agenda de visitas.
La prevención requiere atender señales antes de que escalen.	Un rumor, un reclamo repetido o un compromiso no aclarado puede convertirse en tensión.	Aplicar semáforo de alerta y protocolo de atención de consultas, reclamos o rumores.	Matriz de alertas y reporte de casos atendidos.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.5. Mapeo de actores sociales y públicos estratégicos

El Plan de Comunicación Estratégica requiere identificar a los actores sociales que participan en la relación entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, porque la comunicación preventiva no puede dirigirse a todos de la misma manera. Cada actor se vincula con la empresa desde una posición distinta: algunos desde el trabajo, otros desde la autoridad local, la organización comunal, la provisión de servicios, la vigilancia territorial, la preocupación ambiental o la expectativa de beneficios para el distrito.

Este mapeo permite ordenar la comunicación del plan, ya que ayuda a definir qué mensaje corresponde priorizar, qué canal resulta más adecuado, quién debe comunicar y qué tipo de respuesta espera cada grupo. Su finalidad no es solo clasificar actores, sino anticipar posibles tensiones, evitar vacíos de información y fortalecer los espacios de diálogo antes de que las dudas o reclamos se conviertan en conflictos abiertos.

Tabla 56. Mapa de actores sociales y públicos estratégicos

Grupo de actores	Actores considerados	Interés o preocupación principal	Nivel de influencia	Riesgo comunicacional si no se atiende	Canal recomendado	Acción preventiva del plan
Empresa	Gerencia, administración, operaciones, seguridad, responsabilidad social, área legal, contabilidad y trabajadores	Ordenar mensajes, coordinar compromisos y responder con coherencia frente a la población	Alto	Mensajes contradictorios, respuestas tardías o falta de preparación del personal	Reuniones internas, actas, comunicados breves y guía de voceros	Unificar mensajes, definir voceros, preparar respuestas sobre ambiente, empleo, compromisos y actividades
Autoridades locales e instituciones públicas	Municipalidad Distrital de Sayapullo, subprefectura, juzgado de paz, Policía Nacional del Perú, sector salud y sector educación	Información confiable, coordinación institucional, atención de demandas y orden local	Alto	Circulación de versiones no verificadas, reclamos públicos o descoordinación frente a temas sensibles	Reuniones formales, oficios, actas, reportes periódicos y matriz de compromisos	Informar avances, coordinar reuniones trimestrales, registrar acuerdos y diferenciar responsabilidades entre empresa, Estado y municipalidad
Organizaciones sociales y comunales	Ronda campesina, Comité por el Desarrollo de Sayapullo, JASS, asociaciones locales, comités y	Participación, vigilancia territorial, ambiente, agua, cumplimiento de compromisos y trato directo	Alto	Desconfianza, percepción de exclusión o acumulación de reclamos no atendidos	Reuniones presenciales, visitas informativas, actas visibles, cartillas y espacios de devolución	Abrir reuniones por sectores, recoger preocupaciones, responder por escrito y hacer seguimiento público de compromisos

	organizaciones vecinales					
Actores económicos locales	Proveedores locales de bienes y servicios, comerciantes, transportistas, trabajadores locales y personas vinculadas a actividades económicas del distrito	Empleo, compras locales, oportunidades económicas, criterios de contratación y trato equitativo	Medio	Rumores sobre preferencias, reclamos por exclusión o expectativas económicas no aclaradas	Reuniones sectoriales, cartillas informativas, comunicados físicos y atención directa	Explicar criterios de contratación, compras y servicios; precisar límites de responsabilidad de la empresa y registrar consultas frecuentes
Población del distrito y zonas aledañas	Familias de Sayapullo, La Mora, Pueblo Nuevo y otros sectores cercanos al ámbito de influencia	Información clara sobre ambiente, empleo, compromisos, beneficios, riesgos y actividades de la empresa	Medio-alto	Rumores, malentendidos, sensación de distancia o desconfianza hacia la empresa	Asambleas, cartillas, pizarras comunales, visitas informativas, voceros y explicación oral	Comunicar con lenguaje sencillo, responder dudas frecuentes, explicar avances y realizar devoluciones públicas
Actores vinculados a minería informal	Personas o grupos relacionados con actividades mineras no formalizadas en el territorio	Uso del territorio, oportunidades económicas, control, responsabilidades e incertidumbre frente a la minería formal	Medio	Confusión sobre responsabilidades, atribución de impactos a la empresa formal o tensión por espacios de trabajo	Coordinación con autoridades, reuniones aclaratorias, mensajes diferenciados y cartillas explicativas	Diferenciar minería formal e informal, aclarar responsabilidades y coordinar con autoridades competentes sin asumir funciones del Estado

Líderes de opinión local	Docentes, comerciantes, representantes vecinales, dirigentes reconocidos y personas con influencia en comentarios locales	Acceso a información confiable, explicación directa y capacidad de trasladar mensajes a otros vecinos	Medio	Expansión de rumores, interpretaciones incompletas o pérdida de confianza en la comunicación oficial	Conversaciones directas, reuniones breves, cartillas, visitas y espacios de devolución	Identificar dudas frecuentes, aclarar información sensible y convertirlos en aliados informados, sin reemplazar los canales oficiales
Jóvenes vinculados directa o indirectamente a la minería	Trabajadores jóvenes, familiares de trabajadores y jóvenes con expectativas laborales dentro o fuera del distrito	Empleo, seguridad, movilidad, oportunidades económicas e información rápida	Medio	Información fragmentada por redes, expectativas laborales no aclaradas o circulación de versiones informales	Charlas breves, reuniones internas, mensajes impresos y canales digitales solo complementarios	Explicar oportunidades reales, límites de contratación, seguridad y compromisos, sin depender únicamente de WhatsApp o Facebook

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.6. Problema comunicacional identificado

El problema comunicacional identificado se expresa en la necesidad de consolidar una comunicación más clara, constante, ordenada y participativa entre la S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito. Los resultados de la tesis muestran que la comunicación estratégica tiene relación positiva con la prevención de conflictos sociales, pero también evidencian que esa relación puede debilitarse cuando los mensajes no son suficientemente claros, los canales no llegan a todos o la población no percibe una respuesta oportuna frente a sus preocupaciones.

Por tanto, el problema no consiste únicamente en la falta de información, sino en la necesidad de convertir la comunicación en un sistema preventivo. Esto supone informar antes de que aparezca el reclamo, escuchar antes de que la tensión crezca, responder antes de que el rumor se instale y hacer seguimiento antes de que un compromiso sea percibido como incumplido.

Desde esta lectura, la empresa necesita fortalecer un sistema de comunicación preventiva que permita organizar mensajes, voceros, canales, compromisos, alertas y respuestas, de acuerdo con la realidad social y comunicacional de Sayapullo.

6.3.7. Objetivos del plan

6.3.7.1. Objetivo general

Fortalecer la comunicación estratégica de S.M.R.L. Minera Sayapullo mediante acciones claras, prácticas y sostenidas de información, diálogo, retroalimentación, alerta temprana y seguimiento, priorizando canales presenciales e impresos adecuados a la realidad comunicacional del distrito, con la finalidad de contribuir a la prevención de conflictos

sociales, mejorar la confianza institucional y promover una participación comunitaria más ordenada en Sayapullo, La Libertad.

6.3.7.2. Objetivos específicos

1. Mejorar la calidad de los mensajes dirigidos a trabajadores, autoridades, líderes comunales y población, utilizando información clara, verificable y adaptada al lenguaje del territorio.
2. Ordenar la gestión comunicacional de la empresa mediante la definición de voceros, responsables, reuniones internas, agenda comunitaria y matriz de compromisos.
3. Fortalecer los canales de comunicación y retroalimentación, priorizando reuniones, visitas, cartillas, actas visibles y puntos físicos de consulta, debido a las limitaciones de radio local, internet y telefonía.
4. Implementar una ruta de alerta temprana comunicacional que permita identificar señales de malestar antes de que se conviertan en conflictos sociales.
5. Reforzar la confianza y legitimidad social de la empresa mediante información clara sobre ambiente, empleo local, actividades operativas, compromisos y beneficios comunitarios.
6. Promover la participación comunitaria a través de asambleas, reuniones sectoriales, visitas informativas y espacios de consulta donde la población pueda intervenir, preguntar y recibir respuestas.

6.3.8. Públicos estratégicos del plan

El plan considera públicos internos y externos, porque la comunicación preventiva no funciona si se concentra solo en la comunidad y descuida a los trabajadores, ni tampoco si se

organiza internamente, pero no llega a las autoridades, líderes y población que viven en el territorio. La estrategia debe reconocer que cada público tiene necesidades distintas y que, por las condiciones de conectividad, no todos reciben información por los mismos medios.

Público estratégico	Actores considerados	Necesidad comunicacional principal	Tipo de acción recomendada
Público interno	Trabajadores, personal administrativo, responsables operativos y áreas de apoyo.	Recibir información clara y uniforme sobre actividades, compromisos y relación con la comunidad.	Reuniones internas, boletines impresos, mensajes oficiales y guía para voceros.
Autoridades locales	Municipalidad, autoridades comunales, representantes sectoriales y funcionarios vinculados.	Contar con información confiable y actualizada sobre actividades, compromisos y temas sensibles.	Reuniones formales, actas, reportes trimestrales y matriz de compromisos.
Líderes comunales y organizaciones	Dirigentes, rondas, comités, representantes de sectores o caseríos.	Participar en espacios de diálogo y trasladar preocupaciones de la población.	Mesas de diálogo, visitas informativas, reuniones sectoriales y actas públicas.
Población adulta del distrito	Familias, vecinos, comerciantes, adultos mayores y población vinculada al entorno minero.	Comprender las actividades de la empresa y recibir respuestas presenciales o impresas.	Cartillas, asambleas, pizarras informativas, visitas y explicación oral.
Jóvenes vinculados a minería	Trabajadores jóvenes, familiares de trabajadores y jóvenes con expectativas fuera del distrito.	Acceder a información sobre empleo, seguridad y compromisos, actuando como puente informativo sin reemplazar canales oficiales.	Reuniones internas, mensajes impresos, charlas breves y grupos digitales solo complementarios.
Públicos de apoyo	Instituciones públicas, actores técnicos y organizaciones locales.	Articular información para prevenir tensiones y atender preocupaciones específicas.	Coordinaciones, informes, reuniones técnicas y seguimiento de acuerdos.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.9. Enfoques del plan

6.3.9.1. Enfoque preventivo

El plan asume que los conflictos sociales no aparecen de un día para otro, sino que se van formando cuando las dudas no se atienden, los rumores crecen, los compromisos no se explican, los reclamos se acumulan o la población siente que no tiene un espacio real para ser escuchada. Por ello, la comunicación debe actuar antes de que la tensión se vuelva pública o difícil de manejar.

6.3.9.2. Enfoque participativo

La propuesta entiende que la población no debe ser vista solo como receptora de información. La participación implica que las personas puedan preguntar, opinar, presentar preocupaciones y recibir respuestas. Una reunión donde la empresa habla y la comunidad solo escucha no es suficiente, por ello se requiere diálogo, registro de acuerdos y seguimiento.

6.3.9.3. Enfoque territorial

La comunicación debe adaptarse a Sayapullo, a su historia minera, a su población adulta, a sus limitaciones de conectividad y a sus formas presenciales de reunión. No se trata de copiar modelos de otras empresas, sino de construir una propuesta que pueda funcionar en el lugar, con lenguaje claro, canales accesibles y acciones realistas.

6.3.9.4. Enfoque de transparencia

La transparencia no consiste únicamente en publicar información, sino en explicar aquello que puede generar preocupación, especialmente temas ambientales, empleo local, compromisos, beneficios sociales y actividades operativas. La empresa debe comunicar antes de que el silencio sea llenado por versiones incompletas.

6.3.9.5. Enfoque de coherencia

La comunicación debe guardar relación con las acciones reales de la empresa. Si se informa un compromiso, debe registrarse; si se ofrece una respuesta, debe cumplirse; si se convoca a una reunión, debe dejarse acta; si se recoge una preocupación, debe darse seguimiento. La confianza se sostiene cuando lo dicho y lo hecho caminan juntos.

6.3.9.6. Enfoque de baja dependencia tecnológica

Debido a que el internet y la telefonía no alcanzan por igual a todos los sectores, el plan prioriza medios presenciales e impresos. Las llamadas, los mensajes digitales y la radio regional pueden apoyar, pero no reemplazarán las reuniones, cartillas, pizarras, visitas y actas comunitarias.

6.3.10. Línea base comunicacional para iniciar el plan

Antes de implementar el plan, la empresa debe levantar una línea base sencilla, que permita conocer cómo se encuentra la comunicación en ese momento. Esta línea base no requiere un estudio complejo, sino una revisión ordenada de canales, temas frecuentes, percepción inicial, compromisos pendientes y actores clave, tomando en cuenta que no todos usan internet, que las llamadas tienen cobertura limitada y que la comunicación presencial tiene mayor valor para buena parte de la población adulta.

Aspecto a evaluar	Pregunta guía	Cómo recoger la información	Para qué sirve
Canales actuales	¿Por dónde se informa actualmente a trabajadores y comunidad?	Revisión de reuniones, cartillas, avisos impresos, visitas, llamadas y grupos digitales existentes.	Identificar qué canales funcionan y cuáles deben reforzarse.

Alcance real de radio regional	¿Qué emisoras de La Libertad se escuchan y en qué sectores?	Consulta breve en reuniones y verificación de recepción en sectores.	Usar radio regional solo si realmente llega al público esperado.
Cobertura telefónica	¿Qué sectores tienen señal y con qué operadora?	Lista de contactos clave con verificación de llamadas.	Evitar depender de llamadas masivas y priorizar avisos presenciales.
Acceso a internet	¿Quiénes usan internet de manera frecuente?	Ficha breve a trabajadores, líderes y población.	Definir cuándo WhatsApp puede apoyar y cuándo no.
Temas frecuentes	¿Qué dudas o reclamos se repiten más?	Registro de consultas, entrevistas breves y revisión de reuniones previas.	Definir los mensajes prioritarios del plan.
Percepción inicial	¿La población considera que la empresa informa con claridad?	Ficha breve de percepción con escala sencilla.	Comparar si la comunicación mejora después de aplicar el plan.
Compromisos pendientes	¿Qué acuerdos existen y cuál es su estado?	Revisión de actas, acuerdos y reportes internos.	Evitar que la falta de información se interprete como incumplimiento.
Actores clave	¿Quiénes influyen en la opinión local?	Mapa de autoridades, líderes, rondas, organizaciones y sectores.	Priorizar reuniones, visitas y respuestas.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.11. Ficha breve para línea base

Pregunta	Alternativas sugeridas
¿Recibe información clara de la empresa?	Siempre / Casi siempre / A veces / Casi nunca / Nunca
¿Por qué canal recibe más información?	Reunión / Cartilla / Aviso público / Llamada / WhatsApp / Radio de La Libertad / Comentarios de terceros
¿Qué tema le preocupa más?	Ambiente / Empleo / Compromisos / Seguridad / Actividades de la empresa / Otro
¿La empresa responde cuando existen dudas?	Sí / No / A veces
¿Qué canal considera más útil para recibir información?	Asamblea / Visita informativa / Cartilla / Pizarra pública / Llamada / WhatsApp
¿Tiene acceso frecuente a internet?	Sí / No / Solo algunas veces
¿Recibe llamadas con normalidad?	Sí / No / Solo con una operadora / Depende del lugar
¿Considera necesario realizar más reuniones de explicación?	Sí / No / Solo cuando exista un tema urgente

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Esta información inicial permitirá que el plan no se aplique a ciegas. Si la línea base muestra que la población se informa más por comentarios que por canales oficiales, la empresa deberá reforzar mensajes directos; si evidencia que las preocupaciones más frecuentes son ambientales, las cartillas y reuniones deberán priorizar ese tema; si muestra baja participación, se tendrán que revisar horarios, lugares y forma de convocatoria.

6.3.12. Ejes estratégicos del plan

Los ejes estratégicos ordenan la propuesta según las dimensiones de la tesis y según la realidad comunicacional del distrito. Cada eje incluye un objetivo operativo, acciones,

responsables, productos y ejemplos, porque la finalidad es que el plan pueda ejecutarse y evaluarse, no solo presentarse como intención general.

6.3.12.1. Eje 1: Calidad del mensaje para prevenir tensiones sociales

La calidad del mensaje es el punto de partida del plan, porque una información mal explicada puede generar más dudas que certezas. En Sayapullo, los mensajes deben ser claros, breves, verificables y conectados con preocupaciones concretas, sin depender de lenguaje técnico ni de plataformas digitales que no todos usan. No basta con comunicar que la empresa realiza actividades, también se debe explicar qué se hará, por qué se hará, a quién puede interesar, qué medidas se tomarán y dónde se pueden presentar consultas.

Objetivo operativo: lograr que la información emitida por la empresa sea comprendida por trabajadores, autoridades, líderes y población, reduciendo dudas, rumores e interpretaciones incompletas sobre actividades, compromisos y decisiones institucionales.

Criterio	Pregunta de control
Claridad	¿El mensaje se entiende sin explicación técnica adicional?
Brevedad	¿Evita rodeos, frases largas y palabras innecesarias?
Pertinencia	¿Responde a una preocupación real del público?
Veracidad	¿La información fue validada por el área responsable?
Oportunidad	¿Se comunica antes de que la duda o rumor crezca?
Canal adecuado	¿Se usa un medio que llega realmente al público?
Retroalimentación	¿El mensaje deja abierta una vía para preguntas?
Accesibilidad	¿Puede entenderlo una persona adulta que no usa internet ni lenguaje técnico?

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Acción	Descripción práctica	Público	Responsable	Producto verificable
Mensajes clave institucionales	Redactar mensajes simples sobre ambiente, empleo, compromisos, seguridad y actividades.	Interno y externo	Comunicación / relaciones comunitarias	Banco de mensajes aprobados.
Adaptación del lenguaje técnico	Convertir información técnica en explicaciones simples, con ejemplos y preguntas frecuentes.	Comunidad y trabajadores	Área técnica y comunicación	Cartillas o fichas explicativas.
Cartillas comunitarias impresas	Entregar hojas informativas con letras legibles, preguntas frecuentes y canal de consulta.	Población adulta y líderes	Comunicación	Cartillas distribuidas y registro de entrega.
Lectura pública de comunicados	Explicar verbalmente los avisos en reuniones, para quienes no leen con frecuencia o prefieren explicación oral.	Población	Vocero / relaciones comunitarias	Acta de reunión.
Revisión previa de mensajes sensibles	Validar mensajes antes de difundirlos, especialmente si tratan ambiente, empleo o compromisos.	Todos	Comité de comunicación	Comunicado validado.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.12.2. Eje 2: Gestión comunicacional para fortalecer confianza y legitimidad social

La confianza no se construye únicamente con información, sino con orden, presencia, cumplimiento y respuesta. Este eje busca que la empresa tenga una ruta clara para comunicar, con responsables definidos y mensajes coherentes. Si cada área informa por separado, si un trabajador responde sin información validada o si los compromisos no se registran, la comunicación puede generar confusión, aunque la intención sea positiva.

Objetivo operativo: ordenar la gestión comunicacional de la empresa, definiendo responsables, voceros, reuniones, cronograma de relacionamiento, registro de compromisos y mecanismos de seguimiento.

Acción	Descripción práctica	Público	Responsable	Producto verificable
Comité de Comunicación Preventiva	Equipo encargado de organizar mensajes, revisar alertas, validar respuestas y monitorear compromisos.	Interno y externo	Gerencia	Actas de reunión.
Voceros oficiales	Definir quiénes pueden informar sobre temas laborales, ambientales, comunitarios y operativos.	Todos	Gerencia	Lista de voceros aprobada.
Reuniones internas de alineamiento	Informar al personal sobre temas sensibles, actividades y compromisos.	Trabajadores	Administración / RR.HH.	Lista de asistencia.
Agenda de relacionamiento comunitario	Programar reuniones con autoridades, líderes, sectores o caseríos priorizados.	Externo	Relaciones comunitarias	Agenda ejecutada.
Matriz de compromisos	Registrar acuerdos, responsables, plazos, estado y evidencia.	Empresa y comunidad	Relaciones comunitarias	Matriz actualizada.
Reporte de avances	Informar a autoridades y líderes sobre actividades, acuerdos y respuestas pendientes.	Externo	Comité	Reporte comunitario.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

La gestión comunicacional permite que la empresa no actúe de manera improvisada frente a dudas o reclamos. Cuando existe un comité, voceros y una matriz de compromisos, la información circula con mayor coherencia, los trabajadores saben qué comunicar, los

líderes conocen a quién acudir y la población percibe que sus preocupaciones no quedan sueltas.

6.3.12.3. Eje 3: Gestión de canales y retroalimentación con baja dependencia tecnológica

La comunicación estratégica no puede limitarse a emitir mensajes. Para que sea útil en la prevención de conflictos, debe permitir ida y vuelta: informar, escuchar, registrar, responder y devolver información. En Sayapullo este eje exige priorizar medios presenciales e impresos, porque el internet es limitado, no hay emisora local y las llamadas no ingresan por todas las operadoras.

Objetivo operativo: implementar canales accesibles y mecanismos de retroalimentación que permitan recoger preocupaciones, responder oportunamente y promover mayor participación comunitaria, sin excluir a quienes no usan internet o no cuentan con cobertura telefónica constante.

Acción	Descripción práctica	Público	Responsable	Producto verificable
Canal presencial de atención	Establecer días y horarios para recibir consultas en un punto conocido.	Comunidad	Relaciones comunitarias	Registro de consultas.
Buzón físico de retroalimentación	Colocar un buzón en punto acordado con autoridades o líderes, con revisión quincenal.	Interno y externo	Comité	Reporte de aportes.
Pizarra o panel informativo	Publicar avisos, fechas de reunión y estado de compromisos en lugar visible.	Población adulta	Comunicación	Fotografía y actualización.
Reuniones sectoriales	Reuniones con grupos específicos, según zona, tema o preocupación.	Líderes y población	Relaciones comunitarias	Acta y lista de asistencia.

Devolución de respuestas	Informar qué se hizo con las consultas recibidas, de preferencia en reunión o acta visible.	Actores que consultaron	Responsable asignado	Ficha de respuesta.
Lista de contactos con cobertura comprobada	Identificar líderes y responsables que sí reciben llamadas con la operadora disponible.	Gestión interna	Relaciones comunitarias	Lista actualizada.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

La retroalimentación permite que la población no sienta que la comunicación es unilateral. Una consulta no respondida puede convertirse en rumor, un reclamo no registrado puede reaparecer con mayor fuerza y una preocupación ignorada puede afectar la confianza. Por ello, el plan propone canales que no solo reciban información, sino que permitan cerrar el proceso con una respuesta, una evidencia y una fecha de seguimiento.

6.3.12.4. Eje 4: Alerta temprana comunicacional frente a tensiones sociales

La prevención de conflictos exige reconocer señales antes de que el problema crezca. Un rumor sobre incumplimiento, una preocupación ambiental repetida, una baja asistencia a reuniones, una queja laboral o una versión contradictoria pueden ser señales iniciales de tensión. La alerta temprana comunicacional permite ordenar estas señales y responder de manera proporcional.

Objetivo operativo: detectar y atender oportunamente dudas, reclamos, rumores o malestares vinculados con la empresa, antes de que se transformen en conflictos sociales abiertos.

Nivel	Situación identificada	Respuesta comunicacional	Plazo sugerido	Evidencia
Verde	Consultas simples, dudas menores, necesidad de información adicional.	Responder por canal regular, registrar la consulta y reforzar el mensaje.	3 a 7 días	Ficha de atención.
Amarillo	Rumores, reclamos reiterados, percepción de incumplimiento, malestar visible.	Activar revisión del comité, emitir aclaración y convocar reunión si corresponde.	24 a 72 horas	Acta, comunicado o registro.
Rojo	Tensión abierta, convocatoria a protesta, ruptura de diálogo, confrontación verbal.	Activar comité de emergencia, vocería única, reunión urgente y coordinación con autoridades.	Inmediato	Informe de alerta y acuerdos.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.12.5. Eje 5: Transparencia ambiental, social y laboral

En contextos mineros, los temas que más suelen generar dudas están relacionados con ambiente, empleo local, compromisos y beneficios sociales. La transparencia no debe aparecer solo cuando existe presión, sino como una práctica permanente. Por ello, este eje propone comunicar de manera sencilla aquello que puede generar preocupación, evitando que la población se informe únicamente mediante comentarios.

Objetivo operativo: comunicar con claridad los temas ambientales, laborales, sociales y de cumplimiento de compromisos, reforzando la confianza de la población y reduciendo interpretaciones incompletas.

Tema sensible	Acción comunicacional	Público	Responsable	Producto verificable
Ambiente	Reuniones explicativas sobre medidas de prevención, cuidado y control, con cartilla impresa.	Comunidad y autoridades	Área ambiental / comunicación	Acta y material informativo.
Empleo local	Información clara sobre criterios de contratación y oportunidades reales.	Población y trabajadores	RR.HH.	Comunicado laboral.
Compromisos sociales	Actualizar avances, pendientes y responsables, usando matriz visible para líderes.	Líderes y autoridades	Relaciones comunitarias	Matriz de compromisos.
Actividades operativas	Explicar actividades que puedan generar dudas por ruido, tránsito u horarios.	Población cercana	Área operativa / comunicación	Aviso informativo.
Apoyo comunitario	Informar criterios, alcance y beneficiarios de apoyos sociales.	Comunidad	Gerencia / relaciones comunitarias	Reporte comunitario.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Tema	Prioridad	Motivo
Ambiente y agua	Alta	Puede generar preocupación directa en la población.
Empleo local	Alta	Se relaciona con expectativas económicas del entorno.
Cumplimiento de compromisos	Alta	Si no se informa el avance, puede interpretarse como incumplimiento.
Actividades operativas	Media	Requieren explicación cuando afectan percepción de seguridad o tranquilidad.
Apoyo social	Media	Debe comunicarse con claridad para evitar comparaciones o malentendidos.
Coordinación interna	Alta	Los trabajadores también transmiten información hacia la comunidad.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.13. Canales de comunicación adecuados a Sayapullo

Los canales deben elegirse según el público y según el alcance real que tienen en el distrito. En Sayapullo, la estrategia debe partir de la comunicación presencial e impresa, porque la radio local no existe, la radio disponible ingresa desde La Libertad, el internet llega a pocas personas y las llamadas dependen de la cobertura de una operadora. Por ello, los canales digitales y radiales no se eliminan, pero se ubican como apoyo, nunca como medio principal.

Canal	Nivel de prioridad	Uso recomendado	Público principal	Observación para Sayapullo
Asambleas comunitarias	Alta	Presentar avances, compromisos y temas sensibles.	Población, autoridades y líderes	Canal principal por su carácter presencial y participativo.
Reuniones sectoriales	Alta	Atender preocupaciones específicas por zona o grupo.	Sectores, caseríos o líderes	Útiles cuando no todos pueden asistir a una asamblea general.
Visitas informativas	Alta	Explicar temas concretos y recoger consultas.	Familias, líderes y adultos	Adecuadas para población adulta y zonas con baja conectividad.
Cartillas impresas	Alta	Explicar ambiente, empleo, compromisos y canales.	Comunidad	Deben tener letra legible, lenguaje simple y preguntas frecuentes.
Pizarra o panel informativo	Alta	Publicar avisos, fechas, compromisos y respuestas.	Población general	Debe ubicarse en un punto de tránsito o reunión reconocido.
Actas públicas	Alta	Dejar constancia de acuerdos, preguntas y respuestas.	Autoridades y líderes	Ayudan a evitar versiones contradictorias.

Perifoneo o parlante móvil	Media	Convocar a reuniones o avisar temas urgentes.	Población cercana	Debe usarse con mensajes cortos y horarios adecuados.
Radio de La Libertad	Media-baja	Reforzar avisos generales, si se comprueba que se escucha.	Población con acceso a esa señal	No reemplaza reuniones ni cartillas porque no hay emisora local.
Llamadas telefónicas	Media-baja	Avisar a líderes con cobertura comprobada.	Autoridades y líderes	Dependen de una operadora, por ello no deben ser canal único.
WhatsApp o mensajes digitales	Baja-complementaria	Enviar recordatorios a quienes sí tienen internet.	Trabajadores, jóvenes, líderes con acceso	Solo apoyo, no canal central.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.14. Comité de Comunicación Preventiva

Para que el plan sea aplicable, se propone conformar un Comité de Comunicación Preventiva, encargado de organizar la información, validar mensajes, revisar alertas, coordinar reuniones y hacer seguimiento a compromisos. Este comité no debe entenderse como una oficina nueva ni como una estructura costosa, sino como un equipo responsable de ordenar lo que la empresa ya comunica y de evitar que las respuestas se den tarde, de manera informal o con versiones diferentes.

Integrante	Función concreta	Producto que debe entregar
Gerencia	Aprobar mensajes sensibles, respaldar compromisos y tomar decisiones institucionales.	Acta de aprobación, autorización o acuerdo.
Relaciones comunitarias	Coordinar reuniones, recibir consultas, registrar reclamos y hacer seguimiento.	Registro de consultas, actas y matriz de compromisos.

Área ambiental	Explicar medidas ambientales con lenguaje sencillo y responder dudas técnicas.	Ficha ambiental, cartilla o reunión explicativa.
Recursos humanos	Informar criterios de contratación, oportunidades y temas laborales.	Comunicado laboral o ficha informativa.
Comunicación o responsable designado	Redactar mensajes, preparar materiales y organizar canales.	Comunicados, cartillas, boletines.
Voceros internos	Alinear la información dentro de la empresa y evitar versiones contradictorias.	Reporte de reunión interna.
Representantes comunitarios invitados	Trasladar preocupaciones y validar acuerdos en reuniones específicas.	Acta de participación o lista de acuerdos.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Actividad	Frecuencia	Resultado esperado
Reunión ordinaria	Mensual	Revisión de consultas, compromisos y alertas.
Reunión extraordinaria	Cuando exista alerta amarilla o roja	Respuesta rápida y vocería única.
Actualización de matriz de compromisos	Mensual	Información ordenada sobre avances y pendientes.
Revisión de mensajes sensibles	Según necesidad	Comunicados claros y validados.
Informe de comunicación preventiva	Mensual	Balance breve de actividades, respuestas y alertas.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.15. Guía breve para voceros

La vocería debe ser entendida como una responsabilidad institucional, no como una intervención espontánea. Un vocero no debe responder desde su opinión personal, tampoco debe prometer soluciones sin autorización, porque una frase mal dicha puede generar

expectativas, dudas o tensión. Por ello, se propone una guía sencilla para orientar la respuesta en situaciones frecuentes.

Situación	Qué debe hacer el vocero	Qué debe evitar
Consulta simple	Responder con información validada y registrar la consulta.	Dar opiniones personales o respuestas improvisadas.
Reclamo comunitario	Escuchar, registrar y explicar el procedimiento de atención.	Minimizar la preocupación o responder con molestia.
Rumor sensible	Indicar que se revisará el caso y activar el protocolo.	Desmentir agresivamente sin verificar información.
Tema ambiental	Coordinar con el área técnica y explicar con lenguaje sencillo.	Usar términos técnicos sin aclaración.
Compromiso pendiente	Revisar la matriz y comunicar el estado real.	Decir “ya se verá” o dejar sin fecha de seguimiento.
Tema laboral	Explicar criterios y derivar a RR.HH.	Ofrecer puestos o beneficios sin respaldo.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Frase orientadora para voceros: “Vamos a registrar su consulta para responderla con información clara y validada. Si el tema requiere revisión, se indicará un responsable y una fecha de respuesta, de modo que la preocupación no quede sin seguimiento”.

6.3.16. Protocolo de alerta temprana y atención de consultas

La atención de consultas, reclamos o rumores no debe quedar en respuestas informales, porque una explicación aislada, sin registro ni seguimiento, puede generar nuevas interpretaciones. Por ello, el plan propone una ruta sencilla, pero ordenada, que permita

recibir la preocupación, clasificar su nivel de riesgo, asignar un responsable, responder por un canal adecuado y verificar si la información fue comprendida.

Paso	Acción	Responsable	Plazo	Evidencia
1	Recibir la consulta, reclamo o rumor.	Relaciones comunitarias / vocero interno	Inmediato	Registro inicial.
2	Anotar fecha, tema, actor involucrado y canal de ingreso.	Relaciones comunitarias	Mismo día	Ficha de registro.
3	Clasificar el caso como verde, amarillo o rojo.	Comité de comunicación	24 horas	Semáforo actualizado.
4	Asignar responsable de respuesta.	Gerencia / comité	24 horas	Registro de responsable.
5	Preparar respuesta clara y validada.	Área correspondiente	24 a 72 horas	Mensaje, informe o comunicado.
6	Entregar respuesta por canal adecuado.	Vocero oficial / relaciones comunitarias	Según nivel de alerta	Acta, mensaje o lista de asistencia.
7	Verificar si la respuesta fue comprendida.	Relaciones comunitarias	3 a 7 días	Ficha de seguimiento.
8	Cerrar el caso o mantenerlo en observación.	Comité	Según evaluación	Estado actualizado.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.16.1. Ejemplo aplicado del protocolo

Paso	Aplicación práctica
Recepción	Un líder comunica que varias familias comentan que la empresa “se olvidó” de un acuerdo.
Registro	Se anota fecha, sector, compromiso mencionado y personas que solicitan explicación.
Clasificación	Alerta amarilla, porque el rumor puede generar malestar si no se responde rápido.

Responsable	Relaciones comunitarias revisa la matriz de compromisos y gerencia valida la información.
Respuesta	Se convoca a una reunión breve con el sector involucrado.
Evidencia	Se presenta el estado del compromiso: cumplido, en proceso o pendiente.
Seguimiento	Se fija fecha para informar avances y se deja constancia en acta.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.17. Ejemplos prácticos de comunicación

6.3.17.1. Mensaje para trabajadores

Se comunica al personal que, durante la presente semana, la empresa sostendrá reuniones con representantes locales para revisar avances de compromisos comunitarios y recoger consultas sobre temas ambientales, laborales y sociales. Se solicita que toda duda o comentario recibido fuera de la empresa sea derivado al responsable de relaciones comunitarias, para brindar respuestas claras y evitar versiones incompletas. La participación de los trabajadores es importante, porque la información que circula dentro y fuera de la empresa también influye en la confianza con la población.

6.3.17.2. Mensaje para la comunidad

La empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica a las autoridades, líderes y población del distrito que se realizará una reunión informativa para presentar los avances de los compromisos asumidos, atender consultas y recoger preocupaciones vinculadas a las actividades desarrolladas en la zona. La reunión busca mantener una comunicación directa, clara y respetuosa, por lo que se invita a los vecinos a participar y plantear sus preguntas, las cuales serán registradas para su respectivo seguimiento.

6.3.17.3. Comunicado sobre tema ambiental

La empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo informa que las acciones de control y cuidado ambiental serán explicadas en una reunión abierta con autoridades y representantes comunales, donde se abordarán las medidas preventivas aplicadas, los cuidados considerados en la zona y los canales disponibles para presentar dudas o preocupaciones. La finalidad de esta comunicación es que la población cuente con información clara, comprensible y verificable, evitando que los temas ambientales sean conocidos únicamente por comentarios o versiones incompletas.

6.3.17.4. Respuesta frente a un rumor

Frente a los comentarios que vienen circulando sobre un posible incumplimiento de compromisos, la empresa precisa que revisará el caso junto con los representantes del sector involucrado, a fin de aclarar la información y actualizar el estado de los acuerdos. Para evitar confusiones, se convocará a una reunión breve donde se presentará la matriz de compromisos, los avances alcanzados y los puntos pendientes, dejando constancia de las consultas y respuestas brindadas.

6.3.17.5. Mensaje sobre empleo local

La empresa informa que toda convocatoria laboral será comunicada mediante canales oficiales y con criterios previamente establecidos. Las consultas sobre empleo local serán atendidas por el área correspondiente, evitando que circulen versiones no confirmadas o expectativas que no hayan sido aprobadas. Se recomienda a la población revisar los comunicados oficiales y presentar sus dudas por el canal comunitario de atención.

6.3.17.6. Aviso impreso para pizarra comunitaria

Aviso a la población: el día ___ a horas ___ se realizará una reunión informativa para explicar el avance de compromisos, recoger consultas y atender dudas sobre temas ambientales, laborales y comunitarios. La reunión se realizará en ____. Se solicita la participación de autoridades, líderes y vecinos, porque las preguntas serán registradas y respondidas en acta.

6.3.17.7. Mensaje para perifoneo o parlante móvil

Vecinos de Sayapullo, se invita a la reunión informativa de S.M.R.L. Minera Sayapullo, que se realizará el día ___ a horas ___ en ____. Se informará sobre compromisos, consultas de la población y temas de interés comunitario. Su participación es importante para recibir información clara y dejar constancia de sus preguntas.

6.3.17.8. Mensaje breve para llamada a líder con cobertura

Buenos días, se le comunica que la empresa realizará una reunión informativa el día ___ a horas ____. Se tratarán avances de compromisos y consultas de la población. Le pedimos apoyar con la convocatoria de su sector y trasladar las preguntas que considere necesarias para registrarlas en acta.

6.3.18. Formatos operativos del plan

Los siguientes formatos permiten que el plan sea aplicable. Su finalidad es registrar lo que se escucha, ordenar compromisos, dejar evidencia de reuniones y evaluar si la información fue comprendida.

6.3.18.1. Registro de consultas, reclamos o rumores

Campo	Información a completar
Fecha de registro	
Nombre o sector que comunica la preocupación	
Tipo de caso	Consulta / reclamo / rumor / solicitud
Tema principal	Ambiente / empleo / compromiso / actividad operativa / otro
Descripción breve	
Canal por el que ingresó	Reunión / visita / llamada / autoridad / buzón / otro
Nivel de alerta	Verde / amarillo / rojo
Responsable asignado	
Respuesta brindada	
Fecha de respuesta	
Estado	Cerrado / en seguimiento / pendiente
Evidencia	Acta / comunicado / fotografía / lista de asistencia / mensaje

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.18.2. Matriz de compromisos comunitarios

Compromiso	Actor involucrado	Responsable	Plazo	Estado	Evidencia	Próxima acción
Reunión informativa sobre medidas ambientales	Autoridades y líderes	Área ambiental / relaciones comunitarias	—	En proceso	Acta de reunión	Convocar próxima reunión.
Revisión de solicitud laboral	Representantes del sector	RR.HH.	—	Pendiente	Registro de solicitud	Informar criterios de contratación.
Actualización de compromisos sociales	Comunidad / autoridad local	Relaciones comunitarias	—	En proceso	Matriz actualizada	Presentar avances.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.18.3. Acta breve de reunión comunitaria

Dato	Información
Fecha	
Lugar	
Tema de la reunión	
Participantes	
Preguntas principales	
Respuestas brindadas	
Acuerdos asumidos	
Responsable de seguimiento	
Fecha de próxima revisión	
Firma de representantes	

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.18.4. 16.4. Ficha de evaluación rápida después de una reunión

Pregunta	Respuesta
¿La información brindada fue clara?	Sí / parcialmente / no
¿Se respondieron las preguntas principales?	Sí / parcialmente / no
¿Qué tema quedó pendiente?	
¿Qué canal prefiere para recibir información?	Asamblea / visita / cartilla / pizarra / llamada / WhatsApp
¿Considera necesario realizar otra reunión?	Sí / no
Observaciones adicionales	

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.18.5. Cartilla informativa comunitaria

Pregunta	Respuesta clara
¿Por qué se entrega esta cartilla?	Para que la población conozca cómo comunicarse con la empresa, dónde presentar consultas y cómo hacer seguimiento a compromisos.
¿Qué temas se pueden consultar?	Ambiente, empleo local, compromisos, actividades operativas, reuniones comunitarias y otros temas de interés.
¿Dónde se puede presentar una consulta?	En reuniones comunitarias, mediante el responsable de relaciones comunitarias, en el buzón físico o en el canal presencial definido por la empresa.
¿En cuánto tiempo se responderá?	Las consultas simples serán respondidas en un plazo máximo de 7 días hábiles, mientras que los casos sensibles serán revisados por el comité.
¿Cómo se hará seguimiento a los compromisos?	Cada compromiso será registrado en una matriz con responsable, plazo, estado de avance y evidencia.
¿Qué hacer si circula un rumor?	Comunicarlo al canal oficial para que la empresa revise la información y brinde una aclaración directa.
¿Cómo puede participar la población?	Asistiendo a reuniones, planteando consultas, revisando la matriz de compromisos y proponiendo temas para próximas reuniones.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.19. Cronograma de implementación

6.3.19.1. Cronograma por fases

Fase	Actividades principales	Tiempo estimado	Producto
Fase 1. Organización interna	Conformación del comité, designación de voceros, revisión de canales existentes.	Primer mes	Comité instalado y voceros definidos.
Fase 2. Línea base	Identificación de temas sensibles, actores clave, canales, conectividad y percepción inicial.	Primer y segundo mes	Informe de línea base.

Fase 3. Implementación de canales	Registro de consultas, buzón físico, pizarra informativa, reuniones internas y agenda comunitaria.	Segundo y tercer mes	Canales activos.
Fase 4. Diálogo y participación	Reuniones comunitarias, visitas informativas, cartillas y devolución de respuestas.	Desde el tercer mes	Actas, cartillas y reportes.
Fase 5. Alerta temprana	Aplicación del semáforo, seguimiento de rumores y respuesta rápida.	Permanente	Matriz de alertas.
Fase 6. Evaluación	Revisión de indicadores, percepción y cumplimiento de compromisos.	Semestral	Informe de evaluación.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.19.2. Ejemplo de cronograma mensual

Semana	Actividad	Público	Responsable	Producto
Semana 1	Reunión interna de alineamiento sobre mensajes clave.	Trabajadores	Administración / relaciones comunitarias	Lista de asistencia y mensajes aprobados.
Semana 1	Actualización de matriz de compromisos.	Gestión interna	Comité de comunicación	Matriz actualizada.
Semana 2	Visita informativa a sector priorizado.	Comunidad	Relaciones comunitarias	Registro de consultas.
Semana 2	Colocación de aviso en pizarra o panel informativo.	Población	Comunicación	Fotografía del aviso y fecha de actualización.
Semana 3	Reunión con autoridades o líderes comunales.	Actores externos	Gerencia / relaciones comunitarias	Acta de reunión.
Semana 3	Revisión de alertas y rumores identificados.	Comité	Comité de comunicación	Semáforo actualizado.
Semana 4	Devolución de respuestas pendientes.	Comunidad / trabajadores	Responsable asignado	Registro de respuestas.
Semana 4	Informe mensual de comunicación preventiva.	Gerencia	Comité	Informe breve.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.20. Indicadores de evaluación del plan

El plan debe evaluarse no solo por la cantidad de reuniones realizadas, sino por la calidad de la respuesta, la comprensión de los mensajes, la participación lograda y la atención de tensiones antes de que escalen.

Resultado esperado	Indicador	Meta sugerida	Medio de verificación
Mejor comprensión de mensajes	Porcentaje de participantes que indican haber entendido la información.	80 % de comprensión favorable.	Ficha posterior a reuniones.
Mayor respuesta a consultas	Porcentaje de consultas respondidas dentro del plazo.	90 % en máximo 7 días hábiles.	Registro de consultas.
Mayor participación comunitaria	Número de asistentes a reuniones o espacios de diálogo.	Incremento trimestral.	Listas de asistencia.
Menor circulación de rumores	Número de rumores identificados y aclarados.	100 % de rumores sensibles atendidos.	Matriz de alerta temprana.
Mejor seguimiento de compromisos	Porcentaje de compromisos actualizados en la matriz.	100 % mensual.	Matriz de compromisos.
Mayor confianza	Variación de percepción favorable antes y después del plan.	Mejora semestral.	Encuesta comparativa.
Comunicación interna ordenada	Número de reuniones internas realizadas.	Mínimo 2 al mes.	Actas o listas de asistencia.
Transparencia	Número de reportes o cartillas difundidas.	1 reporte trimestral y 1 cartilla bimestral.	Evidencia física o digital.

Adecuación al contexto local	Número de acciones presenciales o impresas ejecutadas frente a acciones digitales.	Predominio de canales presenciales.	Cronograma y evidencias de difusión.
------------------------------	--	-------------------------------------	--------------------------------------

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.20.1. Evaluación antes, durante y después

Momento	Qué se evalúa	Instrumento	Responsable
Antes	Percepción inicial sobre claridad, confianza, canales y participación.	Ficha breve de línea base.	Relaciones comunitarias.
Durante	Cumplimiento de reuniones, respuestas y compromisos.	Matriz de seguimiento.	Comité de comunicación.
Después de 6 meses	Cambios en comprensión, participación y confianza.	Encuesta comparativa.	Comité / gerencia.
Después de 12 meses	Sostenibilidad del plan y reducción de alertas.	Informe anual.	Gerencia.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

La evaluación permitirá verificar si las acciones propuestas producen cambios visibles en la relación entre la empresa y sus públicos. Para ello, no basta contar reuniones, también se debe revisar si la información fue comprendida, si las consultas recibieron respuesta, si la población participó con mayor frecuencia y si las tensiones fueron atendidas antes de convertirse en conflictos abiertos.

6.3.21. Presupuesto referencial sencillo

El presupuesto referencial debe entenderse como una inversión básica en prevención, porque muchas acciones del plan no requieren grandes gastos, sino organización, constancia

y registro. La mayor parte de actividades puede ejecutarse con recursos internos de la empresa, mientras que los costos externos se concentran en materiales impresos, movilidad, perifoneo, cartillas y apoyo logístico para reuniones.

Actividad	Recurso necesario	Frecuencia	Costo referencial	Observación
Reuniones comunitarias	Impresiones, movilidad, refrigerio básico.	Mensual	S/ ____	Ajustable según número de participantes.
Cartillas informativas	Diseño e impresión.	Bimestral	S/ ____	Útiles para temas ambientales o compromisos.
Pizarra o panel informativo	Tablero, impresiones, mica protectora o material similar.	Actualización mensual	S/ ____	Prioritario por baja conectividad.
Perifoneo o parlante móvil	Parlante, movilidad o servicio de convocatoria.	Según necesidad	S/ ____	Útil para convocar reuniones, no para explicar temas complejos.
Radio regional de La Libertad	Espacio radial externo.	Solo si se verifica audiencia	S/ ____	Canal complementario, no principal.
Visitas informativas	Movilidad y material de registro.	Mensual	S/ ____	Priorizar sectores con mayor preocupación.
Capacitación de voceros	Material y sesión interna.	Trimestral	S/ ____	Puede ser realizada por responsable interno.
Seguimiento de compromisos	Matriz digital e impresión de reportes.	Mensual	Bajo costo	Requiere orden más que gasto elevado.
Evaluación del plan	Fichas, encuestas y sistematización.	Semestral	S/ ____	Permite medir avances.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

6.3.22. Productos finales y sostenibilidad del plan

Producto	Descripción	Periodicidad
Boletín interno	Información breve para trabajadores sobre actividades, compromisos y mensajes clave.	Quincenal.
Cartilla comunitaria	Material simple sobre temas sensibles, canales o compromisos.	Bimestral.
Matriz de compromisos	Registro de acuerdos, responsables, plazos y avances.	Actualización mensual.
Reporte comunitario	Resumen de actividades, respuestas y compromisos.	Trimestral.
Semáforo de alertas	Clasificación de tensiones, rumores o reclamos.	Mensual.
Informe de evaluación	Balance de indicadores y recomendaciones de mejora.	Semestral.
Guía de voceros	Orientaciones para responder consultas o reclamos.	Actualización trimestral.
Pizarra comunitaria actualizada	Avisos, fechas de reuniones y estado de compromisos.	Mensual o según necesidad.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Para que el plan no dependa únicamente de una etapa inicial, su continuidad deberá asegurarse mediante reuniones mensuales del comité, actualización permanente de la matriz de compromisos, revisión trimestral de los canales utilizados y evaluación semestral de los indicadores. La sostenibilidad de la propuesta no exige crear una estructura compleja, sino mantener una práctica ordenada de información, escucha y respuesta, de modo que la comunicación se convierta en parte habitual de la gestión de la empresa y no en una reacción frente a situaciones de presión.

CONCLUSIONES

PRIMERA: La comunicación estratégica guarda una relación significativa con la prevención de conflictos sociales en la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo durante el año 2023, debido a que la claridad de la información, la apertura de canales y la respuesta oportuna contribuyen a reducir dudas, ordenar la relación con los públicos vinculados y atender tensiones en una etapa temprana; sin embargo, los resultados muestran que este avance se percibe con mayor fuerza en el ámbito interno que en el externo, donde aún persisten demandas relacionadas con participación, ambiente y beneficios económicos.

SEGUNDA: La calidad del mensaje influye en la gestión preventiva de tensiones sociales, porque los mensajes claros, comprensibles y pertinentes permiten que trabajadores y población entiendan mejor las acciones de la empresa; no obstante, en el ámbito externo todavía se identifican percepciones de insuficiencia informativa, por lo que la comunicación debe ser más sencilla, directa y vinculada con las preocupaciones reales del distrito de Sayapullo.

TERCERA: La gestión comunicacional se relaciona con la confianza y legitimidad social de la empresa, ya que la regularidad de la información, la actualización de los mensajes y la coherencia entre lo comunicado y lo realizado favorecen una mejor percepción institucional; aun así, los resultados externos evidencian que la confianza no se encuentra plenamente consolidada, especialmente en temas ambientales y económicos, donde la población demanda explicaciones más claras, visibles y sostenidas.

CUARTA: La gestión de canales y retroalimentación influye en la participación comunitaria orientada a la prevención de conflictos sociales, porque los canales accesibles y las respuestas oportunas permiten que las dudas, reclamos y preocupaciones no se acumulen; sin embargo, en Sayapullo aún se requiere ampliar la participación de la comunidad en los asuntos que afectan su entorno, mediante espacios de escucha, seguimiento de acuerdos y devolución pública de respuestas.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda a S.M.R.L. Minera Sayapullo aplicar el Plan de Comunicación Estratégica propuesto en esta investigación de manera gradual, con responsables, fechas y revisión mensual, para que la información no aparezca solo cuando hay reclamos, sino como parte del trabajo permanente con los trabajadores y la comunidad.

SEGUNDA: Los mensajes dirigidos a trabajadores, autoridades y población deben ser más sencillos, directos y cercanos a la realidad de Sayapullo, especialmente cuando se trate de actividades mineras, cuidado ambiental, compromisos asumidos y beneficios económicos, porque una información tardía o poco clara deja espacio para rumores y malentendidos.

TERCERA: La empresa necesita ordenar sus reuniones con la comunidad, preparar reportes breves sobre lo avanzado y señalar responsables visibles para cada tema, de modo que la población sepa qué se cumplió, qué falta atender y a quién acudir cuando tenga una duda, pedido o reclamo.

CUARTA: Es necesario abrir más espacios de escucha en los caseríos y sectores que participan poco, incorporando también a mujeres, jóvenes y pobladores alejados, no solo para informarles, sino para recoger sus preocupaciones, responderlas y hacer seguimiento a los acuerdos antes de que los problemas crezcan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aparicio Huaspa, A. (2014). *Comunicación y conflictos sociales en el Perú*. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Arévalo Martínez, R. I. (2022). El valor de la comunicación organizacional: Una visión desde los profesionales, académicos y consultores. *Sintaxis*, 8, 12–31. <https://doi.org/10.36105/stx.2022n8.01>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6.ª ed.). Editorial Episteme.
- Bances Gandarillas, P. V. (2018). *Gestión de la comunicación en el conflicto social minero, caso Tía María y su impacto en el crecimiento económico de la provincia de Islay* [Tesis de maestría, Universidad Privada San Juan Bautista].
- Bardales Ruiz, J. D., & Polo Ávila, G. R. (2015). *Reconocimiento de las acciones comunicativas que se desarrollan en situaciones de conflicto entre la empresa minera y la comunidad campesina de la cuenca del Chuyugual, en el distrito de Sanagorán, provincia de Sánchez Carrión, región La Libertad* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
- Barker, R., & Angelopulo, G. (2006). *Comunicación organizacional integrada*. Juta Academic.
- Bebbington, A. (2007). *Minería, movimientos sociales y respuestas campesinas: Una ecología política de transformaciones territoriales*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Calcina Quispe, I. A., & Calderón Nayhua, J. L. (2024). *Relaciones comunitarias y prevención de conflictos socioambientales de la Unidad Minera Minsur – San Rafael en el distrito de Antauta – 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano].
- Carrillo Durán, M. V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(2), 22–46. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.2.04>
- Carrillo Hoyos, S. V. (2011). *Comunidades y minería: La comunicación en el conflicto* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP.
- Carrillo Hoyos, S. V. (2013). El valor de la comunicación estratégica para la gestión responsable y la prevención de conflictos mineros. *Pangea. Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 4(1), 325–360.

- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1987). *Nuestro futuro común*. Organización de las Naciones Unidas.
- CooperAcción. (2024). ¿Los conflictos se activan y complejizan? *Actualidad Minera del Perú*. CooperAcción.
- Coser, L. A. (1956). *The functions of social conflict*. Free Press.
- Cotrina Friaz, N. (2020). *Impacto de la actividad minera en el desarrollo socioeconómico en la región La Libertad, 2012–2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
- Dahrendorf, R. (1971). *Sociedad y libertad: Hacia un análisis sociológico del conflicto*. Tecnos.
- De Echave, J., Diez, A., Huber, L., Revesz, B., Ricard, X., & Tanaka, M. (2009). *Minería y conflicto social*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Defensoría del Pueblo. (2007). *Conflictos sociales y minería en el Perú: Balance anual*. Defensoría del Pueblo.
- Defensoría del Pueblo. (2014). *El conflicto social en el Perú: Balance anual 2013*. Defensoría del Pueblo.
- Defensoría del Pueblo. (2022). *Reporte mensual de conflictos sociales n.º 225: Noviembre 2022*. Defensoría del Pueblo.
- Defensoría del Pueblo. (2024). *Reporte mensual de conflictos sociales n.º 250: Diciembre 2024*. Defensoría del Pueblo.
- Del Ángel Cortés, L., Clemente Martínez, G., Torres Grimaldo, J. A., & Calvillo Villicaña, M. E. (2024). Comunicación interna en las organizaciones: Factores que revelan la difusión de la información, la sostenibilidad social, satisfacción y la productividad. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(4), 2095–2103. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2396>
- Díaz-Álava, B. D., Chiriboga-Mendoza, F. R., & Zambrano-Pilay, E. C. (2025). Comunicación estratégica y gestión social empresarial. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 8(15), 95–103. <https://doi.org/10.46296/rc.v8i15.0316>
- Eckhardt, K., Girona, A., Lugo, J., Oyola, W., & Uzcátegui, R. (2009). *Empresas mineras y población: Estrategias de comunicación y relacionamiento*. Universidad ESAN.

- Enríquez Jaya, I. M. (2010). *Comunicación para el desarrollo a través de la radio, una estrategia para la minería sustentable en Zamora Chinchipe* [Tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca].
- Escobedo Baylón, J. C. (2016). *Propuesta de modelo de responsabilidad social para mejorar las relaciones con los grupos de interés de la empresa minera SMRL Melva N.º 20 de Trujillo – Huamachuco* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
- Espinoza Guadalupe, L. (2015). *Responsabilidad social empresarial en minería y su influencia en la percepción social*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fernández, B. (2002). *Desarrollo sostenible y gestión ambiental en América Latina*. IEPALA.
- Fernández López, J. (2016). Responsabilidad social corporativa y dirección estratégica de recursos humanos: Modelo conceptual y análisis empírico. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 19(1), 38–48.
<https://doi.org/10.1016/j.cede.2015.04.002>
- Figueroa Infantes, C. L. (2025). *Responsabilidad social y minería en Quiruvilca* [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Nacional de Trujillo].
- Flores Marceliano, M. I. (2015). *Estrategias de responsabilidad social en la imagen corporativa de la Minera Barrick Misquichilca S.A., distrito de Huamachuco, 2014* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
- Flores Rodríguez, L. C. (2014). *Caracterización de las prácticas comunicativas establecidas entre la empresa minera San Simón y las comunidades de Tres Ríos y Coñachugo, Santiago de Chuco, en situaciones de conflicto* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
- Galtung, J. (1998). *Tras la violencia, 3R: Reconstrucción, reconciliación y resolución: Afrontando los efectos visibles e invisibles de la guerra y la violencia*. Gernika Gogoratuz.
- García Solano, E. C. (2023). *Minería transnacional, territorio y planeamiento: La extracción carbonífera en Colombia* [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid].
- González Oñate, C. (2015). *Planificación estratégica de la comunicación en las organizaciones*. McGraw-Hill.

- Gordo-Molina, V., & Diez-Martin, F. (2020). ¿Cómo conseguir legitimidad? Una revisión sistemática. *Revista Espacios*, 41(50), 370–388. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n50p26>
- Grunig, J. E. (2000). Collectivism, collaboration, and societal corporatism as core professional values in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), 23–48.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa* (Vols. I–II). Taurus.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Heath, R. L. (Ed.). (2001). *Handbook of public relations*. Sage.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Herreros Alarcón, N. E. (2024). *Incidencia de la comunicación externa de una empresa minera en el relacionamiento con los pobladores de Chalhuhhuacho, Apurímac, 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].
- ISO. (2010). *ISO 26000: Guía de responsabilidad social*. Organización Internacional de Normalización.
- Karmy Bolton, J. E. (2024). *Análisis del conflicto entre Minera Los Pelambres y las comunidades de la Provincia del Choapa* [Tesis de magíster, Universidad de Chile].
- Kemp, D., & Owen, J. R. (2013). Community relations and mining: Core to business but not “core business”. *Resources Policy*, 38(4), 523–531.
- Kemp, D., Owen, J. R., Gotzmann, N., & Bond, C. J. (2011). Just relations and company–community conflict in mining. *Journal of Business Ethics*, 101(1), 93–109.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales*. McGraw-Hill.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Harvard University Press.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. En L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Row.

- Lederach, J. P. (2009). *El pequeño libro de la transformación de conflictos*. Good Books.
- Lozano Vásquez, N. E., & Márquez-Yauri, H. Y. (2025). Enfoques y prácticas de la comunicación organizacional interna: Una revisión sistemática en el contexto nacional e internacional. *Arandu UTIC*, 12(2), 106–127. <https://doi.org/10.69639/arandu.v12i2.895>
- Lozeco, R. (2015). *La comunicación estratégica en conflictos sociales*. La Crujía.
- Luhmann, N. (1996). *Confianza*. Anthropos.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martínez Roa, O. G., Guzmán Rodríguez, C. H., & Lara Avilés, G. L. (2023). Una revisión sistemática de la comunicación para el cambio social (2015–2021). *Cuadernos.info*, 55, 332–354. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.56201>
- Massoni, S. (2019). *Teoría de la comunicación estratégica enactiva: Un aporte latinoamericano a la comunicación organizacional*. Homo Sapiens Ediciones.
- Miller, K. (2012). *Organizational communication: Approaches and processes* (6th ed.). Wadsworth.
- Ministerio del Ambiente. (2023). *Diálogos socioambientales: Prevención y gestión de conflictos socioambientales*. Ministerio del Ambiente.
- Muñoz Hernández, J. F. (2024). *Corporate communication and community engagement strategies: A multi-case study in the copper mining industries in the north of Chile* [Master's thesis, Universidade Católica Portuguesa].
- Oficina Nacional de Diálogo y Sostenibilidad. (2012). *Guía metodológica para la gestión del diálogo y la prevención de conflictos sociales*. Presidencia del Consejo de Ministros.
- Pasquali, A. (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Monte Ávila Editores.
- Peña Santos, M. C. (2014). *Imagen corporativa de la Compañía Minera Minasampa S.A.C. para mejorar su presencia en la comunidad de Sarín – Sánchez Carrión* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
- Pérez González, R. A. (2001). *Estrategias de comunicación*. Ariel.

- Pérez González, R. A., & Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia: Cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Ariel.
- Posso Menco, L., & Fontalvo Ortiz, A. (2024). Desarrollo de la comunicación estratégica y sus aportes a la comunicación de ciudad: Un recorrido documental por sus usos en el ámbito territorial. *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 16, e20230413. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.016.e20230413>
- Pradana, F. J. (2024). Las relaciones públicas desde la perspectiva latinoamericana. *Cuadernos.info*, 58, 103–128.
- Puentes-Rivera, I., & Compte-Pujol, M. (Coords.). (2022). *Las relaciones públicas y la confianza*. Revista de Ciencias de la Comunicación e Información.
- Putnam, L. L., & Mumby, D. K. (Eds.). (2014). *The SAGE handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (3rd ed.). Sage.
- Redding, W. C. (1972). *Communication within the organization: An interpretive review of theory and research*. Industrial Communication Council.
- Rodríguez, M. (2007). *Responsabilidad social corporativa y gestión empresarial*. ESIC Editorial.
- Rodríguez Córdor, L. I. (2019). *Efectos de la Sociedad Minera de Responsabilidad Limitada Minera Sayapullo en el distrito de Sayapullo, La Libertad* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio UNT.
- Saladrigas Medina, H. (2025). *Teorías de la comunicación social: Apuntes sobre sus rasgos en la actualidad*. Ocean Press y Ocean Sur.
- Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership*. Jossey-Bass.
- Schramm, W. (1954). *The process and effects of mass communication*. University of Illinois Press.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Smith, A. D. (1991). *National identity*. University of Nevada Press.
- Soca Machado, G. Y. (2023). *De la comunicación en las organizaciones*. Ocean Press y Ocean Sur.

- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Valenzuela Contreras, G. C. (2016). *La incidencia de las estrategias comunicacionales implementadas por la compañía minera Antapaccay en las percepciones de los beneficiarios del proyecto Planta de Lácteos – Desarrollo del sector ganadero en Espinar en torno a su desarrollo económico local sostenible: Un estudio a partir de la materialidad* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Vargas Coloma, C. (2014). *La comunicación estratégica en la gestión de conflictos sociales*. Abya-Yala.
- Viereck, H., Cox, L., & Luna, R. (2019). Gestión y estrategia comunicacional en escenarios de conflicto: Dos casos comparados. *Revista Pensamiento Académico*, 2(1), 69–89. <https://doi.org/10.33264/rpa.201901-05>

ANEXOS

Tabla 57. Matriz de consistencia

INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PREVENCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES EN LA EMPRESA S.M.R.L. MINERA SAYAPULLO, DISTRITO DE SAYAPULLO, LA LIBERTAD -2023						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
PG: ¿En qué medida la comunicación estratégica influye en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?	OG: Determinar la influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.	HG. La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales en la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, distrito de Sayapullo, región La Libertad, durante el año 2023.	Variable Independiente: Comunicación estratégica	Calidad del mensaje. Gestión comunicacional. Gestión de canales y retroalimentación.	Claridad de los mensajes; Comprensión del contenido; Relevancia del contenido; Pertinencia social; Regularidad en la comunicación; Actualización constante de la información; Accesibilidad de los canales; Efectividad de los canales utilizados	Enfoque: mixto con predominio Tipo de investigación: aplicada. Nivel de investigación: explicativo. Diseño de investigación: no experimental, de corte transversal. Método: hipotético-deductivo. Técnica: encuesta. Instrumento: cuestionario estructurado. Escala de medición: Likert de cinco
PE1. ¿Cómo incide la calidad del mensaje en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?	OE1: Determinar la incidencia de la calidad del mensaje en la gestión preventiva de tensiones sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.	HG: La comunicación estratégica influye significativamente en la prevención de conflictos sociales entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.				

						niveles.
PE2. ¿Cómo influye la gestión comunicacional en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?	OE2: Establecer la influencia de la gestión comunicacional en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.	HE2: La gestión comunicacional influye significativamente en la confianza y legitimidad social entre la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y la población del distrito de Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.	Variable Dependiente: Prevención de conflictos sociales	Gestión preventiva de tensiones sociales. Confianza y legitimidad social. Participación comunitaria	Disminución de conflictos; Prevención de nuevos conflictos; Intensidad de tensiones; Manejo oportuno; Opinión sobre la empresa; Confianza generada; Percepción de responsabilidad ambiental; Valoración de beneficios económicos; Inclusión en la toma de decisiones; Creación de espacios de participación	Población: 225 actores sociales vinculados al área de influencia de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo. Tamaño de muestra: 173 Muestra: muestreo probabilístico estratificado por ámbito (interno y externo) Periodo de estudio: año 2023. Análisis de datos: estadística descriptiva, Chi-cuadrado de independencia y Rho de Spearman.
PE3. ¿De qué manera la gestión de canales y retroalimentación influye en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023?	OE3: Determinar la influencia de la gestión de canales y retroalimentación en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.	HE3: La gestión de canales y retroalimentación influye significativamente en la participación comunitaria de la población del distrito de Sayapullo en su relación con la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, Gran Chimú – La Libertad, 2023.				

Tabla 58. Cuestionario

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN MARKETING SOCIAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
CUESTIONARIO – PÚBLICO INTERNO

Estimado(a) participante: La presente encuesta forma parte de la tesis titulada: “Influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales en la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, distrito de Sayapullo, La Libertad – 2023”. Su participación es voluntaria y la información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos, manteniendo la confidencialidad de sus respuestas.

Agradezco su colaboración y sinceridad al responder cada pregunta.

DATOS GENERALES

1. Sexo: Masculino () Femenino ()
2. Edad: _____ años
3. Lugar de procedencia: _____
4. Grado de instrucción: _____
5. Área o cargo: _____

INSTRUCCIONES

Marque con una “X” una sola alternativa por cada pregunta, según su nivel de acuerdo o valoración.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	No sabe / No opina	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Dimensión	N.º	Pregunta	Respuesta
Calidad del mensaje	1	¿Usted considera que los mensajes internos emitidos por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo están redactados con claridad, utilizan un lenguaje comprensible y facilitan su adecuada comprensión de las actividades que desarrolla la organización?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Calidad del mensaje	2	¿Usted considera que el contenido comunicado por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo facilita la comprensión de los objetivos institucionales relacionados con la prevención de conflictos sociales?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión comunicacional	3	¿Usted se encuentra satisfecho(a) con la frecuencia con la que recibe información sobre las actividades que realiza la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión comunicacional	4	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera constante y oportuna las acciones que realiza para prevenir conflictos sociales dentro y fuera de su entorno laboral?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión de canales y retroalimentación	5	¿Usted considera que los canales de comunicación interna empleados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son accesibles, fáciles de utilizar y permiten que la información circule de manera oportuna entre todos los trabajadores?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión de canales y retroalimentación	6	¿Usted considera que los canales de comunicación interna empleados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son efectivos para difundir de manera clara, oportuna y completa las estrategias dirigidas a la prevención de conflictos sociales dentro de la organización?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Calidad del mensaje	7	¿Usted considera que el contenido de los mensajes comunicados internamente por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo es pertinente, útil y se relaciona directamente con sus funciones y con las estrategias orientadas a la prevención de conflictos sociales?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Calidad del mensaje	8	¿Usted considera que los temas tratados en la comunicación interna de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo despiertan su interés, resultan pertinentes y contribuyen a comprender mejor las acciones sociales que desarrolla la organización?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []

Dimensión	N.º	Pregunta	Respuesta
Confianza y legitimidad social	9	¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han tenido un impacto positivo en la percepción de los colaboradores respecto a la gestión de los conflictos sociales y las relaciones con la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	10	¿Usted considera que las estrategias comunicativas aplicadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a reducir las tensiones tanto en el entorno laboral interno como en las relaciones con la comunidad externa?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	11	¿Usted considera que la comunicación interna desarrollada por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo ha contribuido a disminuir los conflictos sociales en el entorno laboral y comunitario?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	12	¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a prevenir la aparición de nuevos conflictos sociales en el entorno laboral y comunitario?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	13	¿Usted considera que la comunicación estratégica desarrollada por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo ha contribuido a mejorar la percepción general que tienen los colaboradores sobre la organización y sus actividades?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	14	¿Usted considera que las acciones comunicativas desarrolladas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a generar confianza entre los colaboradores y las comunidades del entorno?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	15	¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a reducir las tensiones internas y externas relacionadas con los conflictos sociales en su entorno laboral?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	16	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo cuenta con herramientas comunicativas adecuadas que le permiten resolver de manera eficiente los conflictos sociales tanto en el ámbito laboral como en el comunitario?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Participación comunitaria	17	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo fomenta la participación activa de los colaboradores en la toma de decisiones relacionadas con la gestión y prevención de conflictos sociales dentro de la organización?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Participación comunitaria	18	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo promueve la creación de espacios de diálogo y participación que permitan fortalecer la comunicación entre los colaboradores y las comunidades vinculadas a sus actividades?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	19	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera clara y constante sus esfuerzos y acciones orientadas a la protección del medio ambiente, generando una percepción positiva entre los colaboradores?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	20	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera transparente y comprensible los resultados de sus acciones orientadas a mitigar los impactos económicos generados por su actividad en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []

Muchas gracias por su participación.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN MARKETING SOCIAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
CUESTIONARIO – PÚBLICO EXTERNO

Estimado(a) participante: La presente encuesta forma parte de la tesis titulada: “Influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales en la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, distrito de Sayapullo, La Libertad – 2023”. Su participación es voluntaria y la información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos, manteniendo la confidencialidad de sus respuestas.

Agradezco su colaboración y sinceridad al responder cada pregunta.

DATOS GENERALES

1. Sexo: Masculino () Femenino ()
2. Edad: _____ años
3. Lugar de procedencia: _____
4. Comunidad, organización o institución: _____
5. Cargo o rol que desempeña: _____

INSTRUCCIONES

Marque con una “X” una sola alternativa por cada pregunta, según su nivel de acuerdo o valoración.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	No sabe / No opina	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Dimensión	N.º	Pregunta	Respuesta
Calidad del mensaje	1	¿Usted considera que los mensajes emitidos por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son claros, utilizan un lenguaje comprensible y facilitan una adecuada comprensión de sus actividades y objetivos dentro de la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Calidad del mensaje	2	¿Usted considera que el contenido comunicado por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo facilita la comprensión de sus objetivos y acciones vinculadas a la prevención de conflictos sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión comunicacional	3	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo mantiene una comunicación constante y oportuna con la comunidad sobre sus actividades, proyectos y acciones sociales?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión comunicacional	4	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo informa de manera constante y oportuna sobre las acciones que realiza para prevenir conflictos sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión de canales y retroalimentación	5	¿Usted considera que los canales de comunicación utilizados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son accesibles y permiten una transmisión efectiva de la información hacia la comunidad y los actores externos?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión de canales y retroalimentación	6	¿Usted considera que los canales de comunicación empleados por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son efectivos para transmitir información y estrategias relacionadas con la prevención de conflictos sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Calidad del mensaje	7	¿Usted considera que el contenido comunicado por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo es relevante y responde a los intereses, preocupaciones y necesidades de la comunidad o de su organización?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Calidad del mensaje	8	¿Usted considera que los temas abordados en la comunicación de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo son interesantes, promueven su participación y contribuyen a comprender mejor las acciones sociales y ambientales que desarrolla?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	9	¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han tenido un impacto positivo en la percepción de la comunidad respecto a su gestión social y ambiental?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []

Dimensión	N.º	Pregunta	Respuesta
Gestión preventiva de tensiones sociales	10	¿Usted considera que las estrategias de comunicación aplicadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a disminuir las tensiones sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	11	¿Usted considera que la comunicación desarrollada por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo ha contribuido a disminuir los conflictos sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	12	¿Usted considera que las estrategias de comunicación de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han sido efectivas para prevenir nuevos conflictos sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	13	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo genera una percepción favorable en la comunidad a partir de su gestión comunicacional y social?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	14	¿Usted considera que las acciones comunicativas desarrolladas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a generar confianza en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	15	¿Usted considera que las estrategias de comunicación implementadas por la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo han contribuido a reducir las tensiones sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Gestión preventiva de tensiones sociales	16	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo cuenta con herramientas comunicativas adecuadas que le permiten resolver de manera eficiente los conflictos sociales en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Participación comunitaria	17	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo fomenta la participación de la comunidad en la toma de decisiones relacionadas con la gestión y prevención de conflictos sociales?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Participación comunitaria	18	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo promueve la creación de espacios de diálogo y participación que permitan fortalecer la comunicación entre la empresa y la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	19	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera clara y constante sus esfuerzos y acciones orientadas a la protección del medio ambiente?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []
Confianza y legitimidad social	20	¿Usted considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera transparente y comprensible los resultados de sus acciones orientadas a mitigar los impactos económicos generados por su actividad en la comunidad?	1 [] 2 [] 3 [] 4 [] 5 []

Muchas gracias por su participación.

Guía de entrevista semiestructurada

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN MARKETING SOCIAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA – PÚBLICO EXTERNO

Estimado(a) participante:

La presente entrevista forma parte de la tesis titulada: **“Influencia de la comunicación estratégica en la prevención de conflictos sociales en la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo, distrito de Sayapullo, La Libertad – 2023”**. Su participación es voluntaria y la información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos, manteniendo la confidencialidad de sus respuestas.

Agradezco su colaboración y sinceridad al responder cada pregunta, ya que sus opiniones permitirán comprender mejor la relación comunicacional entre la empresa y la comunidad, así como los aspectos que pueden contribuir a la prevención de conflictos sociales.

DATOS GENERALES

1. Sexo: Masculino () Femenino ()
2. Edad: _____ años
3. Lugar de procedencia: _____
4. Comunidad, organización o institución: _____
5. Cargo o rol que desempeña: _____

INSTRUCCIONES

La entrevista contiene preguntas abiertas relacionadas con la comunicación de la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo y su influencia en la prevención de conflictos sociales.

Responda con libertad, de acuerdo con su experiencia, percepción y conocimiento de la relación entre la empresa y la comunidad.

Las preguntas no tienen respuestas correctas o incorrectas; lo importante es conocer su opinión de manera sincera.

CALIDAD DEL MENSAJE

1. Desde su experiencia, ¿considera que la empresa S.M.R.L. Minera Sayapullo comunica de manera clara y comprensible la información relacionada con sus actividades, compromisos y

acciones dentro de la comunidad? ¿Por qué?

2. Cuando la empresa brinda información sobre temas relacionados con ambiente, beneficios locales o actividades mineras, ¿considera que la población logra comprender adecuadamente esos mensajes o todavía existen dudas y confusiones?

3. ¿Piensa usted que la información proporcionada por la empresa llega de manera oportuna a la población o muchas veces se comunica cuando ya existe preocupación, reclamo o tensión social?

GESTIÓN COMUNICACIONAL Y CONFIANZA

4. ¿Cómo describiría la relación comunicacional que mantiene actualmente la empresa con la comunidad y las autoridades locales?

5. ¿Considera que la empresa mantiene una comunicación constante con la población o solo incrementa la comunicación cuando aparece algún problema o situación sensible?

6. Desde su percepción, ¿la forma en que la empresa se comunica contribuye a fortalecer la confianza de la población hacia sus actividades? ¿Por qué?

PARTICIPACIÓN Y PREVENCIÓN DE CONFLICTOS

7. ¿La población cuenta con espacios suficientes para expresar dudas, preocupaciones o sugerencias relacionadas con las actividades de la empresa?

8. ¿Considera que la participación comunitaria ayuda a prevenir tensiones o posibles conflictos sociales? ¿De qué manera?

9. ¿Qué aspectos considera que debería mejorar la empresa en su comunicación con la población para fortalecer la relación con la comunidad y prevenir conflictos sociales?



Reunión con actores sociales y representantes de organizaciones en Sayapullo



Reunión con personal de Minera Sayapullo sobre socialización de estrategias



Reunión con el sector educativo: socialización de dificultades y retos



Reunión con personal de Minera Sayapullo sobre socialización de estrategias



Reunión con autoridades del Distrito de Sayapullo



Socialización de estrategias de comunicación



Campana navideña con escolares



Reunión de socialización con el sector educativo nivel primario



Campana de socialización de beneficios de empresas mineras formales



Campana navideña



Reunión de socialización con el sector educativo nivel secundario



Reunión de socialización con el sector educativo nivel secundario