

65

Fecha de presentación: febrero, 2022

Fecha de aceptación: mayo, 2022

Fecha de publicación: julio, 2022

GESTIÓN

DE LA COMUNICACIÓN PARA LA EFICIENCIA PRODUCTIVA EN LAS COOPERATIVAS CAFETALERAS DEL PERÚ

COMMUNICATION MANAGEMENT FOR PRODUCTIVE EFFICIENCY IN COFFEE COOPERATIVES IN PERU

Patricia Ramos La Rosa¹

E-mail: pramos@unjfsc.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3945-0899>

Ada Lucia Gallegos Ruiz Conejo²

E-mail: ada.gallegos@urp.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8264-711X>

David Julio Jiménez Heredia³

E-mail: djimenez@uroosevelt.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6747-7688>

Aarón José Alberto Oré León⁴

E-mail: aaajoalore@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8520-8553>

Jesús Martín Orna Barillas⁵

E-mail: jornab@unmsm.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6910-5754>

¹ Universidad José Faustino Sánchez Carrión. Perú

² Universidad Ricardo Palma. Perú

³ Universidad Privada de Huancayo Franklin Roosevelt. Perú

⁴ Universidad de San Martín de Porres

⁵ Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Ramos La Rosa, P., Gallegos Ruiz, A. L., Jiménez Heredia, D. J., Oré León J. A., & Orna Barillas, J. M., (2022). Gestión de la comunicación para la eficiencia productiva en las cooperativas cafetaleras del Perú. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(4), 628-637.

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue explicar la influencia de la gestión de la comunicación interna en dinamizar la eficiencia productiva de las cooperativas cafetaleras en el Perú. El tipo de investigación es aplicada, con método de investigación descriptivo, explicativo y mixto y diseño de investigación transversal, correlacional. La población estuvo compuesta por 604 socios. La muestra fue 148 socios. Las técnicas aplicadas fueron; observación, análisis documental, entrevistas estructuradas, encuestas. La investigación arrojó en el análisis cuantitativo un nivel de significancia de ,000 y una correlación directa y fuerte de $Rho=,802$ entre la gestión de la comunicación y la eficiencia productiva. En la consideración cualitativa mostró que se ratificaron las categorías de la variable gestión de la comunicación y eficiencia productiva. Además, se identificó las subcategorías emergentes, generación de relaciones, aspectos culturales, lingüísticos e históricos, relevo generacional, gobernanza empresarial y valor social. La investigación concluyó que la gestión de la comunicación interna influye en dinamizar los tres ejes que constituye la eficiencia productiva en las cooperativas cafetaleras, donde destaca un enfoque de behaviorismo.

Palabras clave: información, desarrollo, cultura, formación

ABSTRACT

The objective of this research is to explain the influence of internal communication management in boosting productive efficiency of coffee cooperatives in Peru. The applied research method is used, with a descriptive, explanatory and mixed research methods and a cross-sectional, correlational research design. The population consisted of 604 members. The sample consisted of 148 members. The techniques applied were: observation, documentary analysis, structured interviews and surveys. In the quantitative analysis, the research yielded a significance level of .000 and a direct and strong correlation of $Rho=,802$ between communication management and productive efficiency. In the qualitative consideration, it showed that the categories of the variable communication management and productive efficiency were ratified. In addition, the emerging subcategories, relationship generation, cultural, linguistic and historical aspects, generational change, corporate governance and social value were identified. The research concluded that the management of internal communication influences the dynamization of the three axes that constitute productive efficiency in coffee cooperatives, where a behaviorist approach stands out.

Keywords: information, development, culture, training

INTRODUCCIÓN

El café es un cultivo permanente o perenne que en el Perú se siembra en los valles interandinos y se extiende por toda la banda oriental de la cordillera de los Andes, comúnmente llamada selva alta o yungas. Esta ecorregión es sumamente vulnerable. En la Amazonía peruana la deforestación es un problema creciente: en el periodo 2000-2015 se talaron y quemaron en promedio 120 mil ha/año (156 mil ha específicamente en 2015). Los cafetales se instalan en este bosque tropical húmedo de laderas pronunciadas y suelos con alto riesgo de erosión, lo que pone en peligro la capacidad productiva de la tierra a largo plazo, produce el declive de la productividad y determina la pérdida del potencial de medios de vida de las futuras generaciones de agricultores (Díaz & Willems, 2017).

El Perú es el cuarto país del mundo con más bosques tropicales, que cubren el 60% de su territorio. Estos ecosistemas, cuyos bienes y servicios son producidos en el hábitat de pueblos indígenas, constituyen emporios de biodiversidad y desempeñan un papel fundamental en la estabilización del clima y el ambiente. La tala y la quema de bosques, así como el cambio de uso de la tierra (USCUSS), son responsables del 51% del total de GEI que el país emite anualmente. La causa principal (de acuerdo con la Estrategia Nacional sobre Bosques y Cambio Climático-ENBCC) es la expansión de la agricultura de pequeña y mediana escala (más de 80% de la deforestación ocurre en polígonos de menos de 5 ha por año), principalmente en tierras que carecen de categoría de zonificación u ordenamiento forestal y de derechos asignados sobre ellas (47%) (Díaz & Willems, 2017).

El café es el cultivo de mayor cobertura en la Amazonía (ocupa el 25% del área utilizada para la agricultura). La rápida expansión agrícola desgobernada se ha producido en áreas de bosque primario (45%), siendo el 25% de establecimiento de nuevos cafetales en purmas. (Díaz & Willems, 2017).



Figura 1. La tipología estructural del cafetal varía en función del porcentaje de sombra (ICRAF). Fuente: Adaptado de (Díaz & Willems, 2017).

La producción de café en el Perú desde el 2010 al 2019 mostró un crecimiento acumulado de 23 % en la producción, lo que permitió ubicarse al país en el segundo productor mundial de café orgánico (Gonzales et al, 2017) {Gonzales, 2017 #4344}{Gonzales, 2017 #4344}. Las cooperativas tienen una participación del 20 % en las exportaciones de café. Las cooperativas superan el papel de sociedad mercantil, debido a que agrupa los principios de asociación con los objetivos empresariales, lo que permite revelar la lógica comunitaria de la organización, lo que demanda a estas organizaciones autónomas de una comunicación eficiente entre los actores.

Según (Díaz & Willems, 2017) aproximadamente más el 30% del volumen de café no se comercializan en función a su calidad y valor, conllevando a una comercialización injusta para los productores. Por otro lado, la calidad del grano se ve expuesto a perder valor, debido a la débil comprensión de técnicas de cultivo aplicados a las parcelas de café. La inadecuada aplicación de técnicas de cultivo conlleva a la degradación de suelo que reduce en mediano y largo plazo los volúmenes de producción de café, por lo cual, los productores incrementan el riesgo crediticio.

Las cooperativas han perdido participación en las exportaciones, debido a la inestabilidad de la gobernanza empresarial, débil transparencia de información, distorsión de la información en los procesos de comunicación, debilitamiento del sentido de pertenencia, lo que reduce los beneficios económicos de las cooperativas hacia los socios, y reduce el impacto de los servicios generados, debilitando la imagen de social de las cooperativas. Las cooperativas del rubro cafetalero son susceptibles a estar expuesto a la presión cultural y económica, suscitada por las perturbaciones de comunicación que trastocan las expectativas de los socios (Díaz & Willems, 2017).

La institucionalidad del sector es bastante débil y se encuentra muy dispersa. Los servicios brindados a los productores son deficientes y el acceso a crédito y financiamiento es una limitación importante. Si bien la comercialización no es un problema, "porque todo el café se vende", gran parte de la producción peruana que es certificada como orgánica se termina vendiendo como café convencional. Los productores y los gremios precisan que el precio final de venta es menor en por lo menos 3 soles por kilo que el costo de producción. Esto incide en un débil desarrollo social, económico y ambiental de las zonas cafetaleras, que continúan viviendo en situación de pobreza y extrema pobreza.

La producción de café genera más de dos millones de empleos y tiene presencia las 17 regiones del Perú, lo

que beneficia a más 200 mil familias en el Perú que participan en los beneficios económicos. La investigación se justifica en la importancia del sector cafetalero en el país. Por otro lado, se ha podido identificar que el sector cuenta con limitadas investigaciones vinculados a la gestión de comunicación e indicadores de eficiencia social y económica en las cooperativas. Además, el vínculo cooperativo se ha visto deteriorado por el ruido de comunicación, al cual están expuestas las cooperativas por presión cultural y social de los socios, por lo tanto, la investigación aporta información para la construcción de planes de comunicación, lo que promueve la gobernanza empresarial en las cooperativas cafetaleras (Leyva-Vázquez et al, 2013; Medina et al, 2020).

En la revisión de literatura se considera la comunicación como un proceso de interacción e intercambio de información entre los actores internos y externos de la organización. La información en la comunicación se transfiere en datos codificados hacia los actores, los cuales deben decodificar el mensaje, siendo esta etapa expuesta al ruido e interferencia del ambiente. El sistema de comunicación requiere interacción social directa, con identificación precisa de soporte que conlleve el tipo de mensaje a su correcta decodificación. Por lo tanto, abordar la comunicación está vinculado a establecer proceso de gestión que garanticen implementación de estrategias en los planes de comunicación orientados a acelerar el flujo de mensaje entre actores intervinientes (Bartoli, 1992).

La comunicación interna no debe ser abordada por las organizaciones como un acto espontáneo y de naturaleza social de los actores, debido a que, las organizaciones requieren sistemas de comunicación que se ciñan o se ajusten a los requerimientos sociales y culturales de los actores receptores. El moldear los sistemas de comunicación en las organizaciones posibilita la creación de valor estratégico que coadyuva a alcanzar los objetivos empresariales, a través de, la disposición de enlaces entre los miembros de la organización (Dvoskin, 2004).

El ordenamiento de información entre los miembros pretende crear compromisos y sentimientos de pertenencia de los participantes en los objetivos organizacionales. El tratar eficientemente la gestión de la comunicación interna favorece a los directivos a conectar con los colaboradores y socios, estimula el fortalecimiento del vínculo entre colaboradores y genera que el colaborador pueda relacionarse e identificarse con sus funciones laborales. La generación de los vínculos de los actores dentro de la organización se relaciona con la dirección de la comunicación, ya sea de forma vertical o horizontal en sentido ascendente o descendente (Ladino, 2017).

La comunicación interna requiere de una sistematización entre actores, mensaje y trasmisión. Los actores determinan su perfil en relación con su rango jerárquico, acción de intermediarios, y su actuación en la coincidencia temporal. El mensaje como parte de la sistematización requiere identificar el tipo de mensaje y soporte de notificación del mensaje. La trasmisión como eje de la sistematización establece el canal, el flujo de información y determina la intención del mensaje en la comunicación (Leyva et al, 2021).

Las ventajas que genera emprender una adecuada sistematización de la comunicación interna, está relacionado con generar condiciones de igualdad de acceso de información entre los colaboradores, reduciendo la asimetría de información en la comunicación interna. Además, se mejora la relación de directivos y empleados que conlleva al alineamiento de los objetivos de los colaboradores con los objetivos de la empresa, lo que propicia mejorar la eficiencia y la productividad en sinergia con la creación de conocimiento, promoviendo aptitudes de cooperación en la cultura organizacional. En similar posición se encuentra (Mmutle, 2018), señaló que, los beneficios simultáneos de los actores en relación con la información que reciben, el cual requiere identificar y potenciar el soporte del mensaje.

La eficiencia productiva en las cooperativas es abordada como la capacidad de lograr los objetivos basados en los principios que rigen la cooperativa. Los objetivos de las cooperativas se consideran en la eficiencia operacional, eficiencia de asignación y eficiencia de mercado. La determinación por parte de la cooperativa de brindar servicio y beneficios eficientes a los socios, se considera principio eje de la eficiencia operacional. Lo relacionado con la capacidad de administrar eficientemente los activos conferidos por los socios, es lo que se denomina eficiencia de asignación, la cual, requiere promover vínculos de confianza. La calidad y efectividad de los servicios orientado a los socios son indicadores de evaluación de la eficiencia de asignación (Medina et al, 2020).

La captación del valor social de la cooperativa por parte del consumidos y mercado, se considera eje de la eficiencia de mercado. El valor social contempla los temas de la responsabilidad social, inclusión social identidad cultural, mujer y población vulnerables, comercio justo, medioambiente entre otros. Generar una eficiencia productiva en la cooperativa, requiere desarrollar la gestión como un proceso de decisión, relacionado al control de calidad, permitiendo controlar el rendimiento económico y social de la cooperativa. Los factores como la edad de los colaboradores, el nivel de educación, acceso a créditos son

factores de interviene positivamente en el buen desempeño de la eficiencia productiva (Ben-Farah, 2018).

MATERIALES Y MÉTODOS

Para alcanzar el objetivo del estudio de explicar la influencia de la gestión de la comunicación interna en dinamizar la eficiencia productiva, se aplicaron dos cuestionarios:

1. 44 ítems para la variable gestión de la comunicación interna,
2. 41 ítems para la variable eficiencia productiva, ambos cuestionarios respondieron al enfoque cuantitativo del estudio.

Para abordar el enfoque cualitativo del estudio se desarrolló una guía de entrevista estructurada como sigue:

- compuestas por tres categorías y 8 subcategorías vinculadas a la variable gestión de la comunicación interna, y
- la variable eficiencia productiva se consideró en 3 dimensiones y 8 subcategorías.

Los instrumentos del enfoque cuantitativo se sometieron a estadística de confiabilidad, obteniendo:

- Cuestionario de gestión de la comunicación interna= alfa de Cronbach de ,871
- Cuestionario de eficiencia productiva= un alfa de ,902

Para la verificación de la validez de los instrumentos se sometido a juicio de expertos, compuesto por miembros que proporcionen una visión hermenéutica (Arráez et al, 2006; Penafiel et al, 2021):

- Un metodólogo
- Un experto por cada variable
- Un directivo de cooperativa
- Un representante de socio.

Se le aplicó la V de Aiken se obtuvo 0.8 y 0.9 respectivamente por cada variable, generando la validez de los instrumentos. Para el instrumento de enfoque cualitativo se aplicó una confiabilidad externa, el cual se apoyó en la precisión del nivel de participación, identificación de informantes y precisión de métodos de recolección, la validez se estableció a través de la triangulación de teorías, que generó la interpretación de los datos vinculados a las variables (Martínez, 2006; Medina-Quispe et al, 2020).

La población en la investigación estuvo compuesta por los socios de 41 cooperativas adscritas a la Junta Nacional

de Café. Para la obtención de la muestra se aplicaron criterios de inclusión y exclusión, relacionados a:

- antigüedad,
- certificación,
- capacitación, y
- predisposición a participar en la investigación.

Se aplicó la fórmula para población finita como se muestra en la ecuación 1. Donde se obtuvo una muestra de 148 para el enfoque cuantitativo:

$$n = \frac{Nz_{\alpha}^2pq}{d^2(N-1)+z_{\alpha}^2pq} \quad (1)$$

Donde:

N= total de la población (descrita anteriormente)

Z_{α} =1.96 al cuadrado (nivel de confianza del 95%)

p=proporción esperada (0.5)

q=1-p (0.50)

Los parámetros estadísticos para la investigación fueron los siguientes:

- Para la investigación se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio. En el enfoque cualitativo la muestra alcanzó su punto de saturación en la entrevista número 20. Las técnicas de recolección de datos se generaron a través de, la observación no participante, lo que permitió registrar hallazgos. De igual forma, se aplicó encuesta para medir los instrumentos cuantitativos y la entrevista estructurada permitió abordar el enfoque cualitativo de las variables. El análisis documental permitió estructurar el método mixto de la investigación.
- La investigación aplicó un método descriptivo, explicativo y mixto. En el método descriptivo; registró, describió la formación del problema. El método explicativo estableció las relaciones de causa - efecto para la prueba de hipótesis. El método mixto de tipo explicativo secuencial (DEXPLIS), después de la obtención de los datos cuantitativos se abordó las entrevistas a profundidad.
- El diseño de la investigación fue transversal, debido a que el estudio se generó en el periodo del 2021 y de diseño correlacional para medir la relación estadística de las variables. Los *softwares* utilizados en la investigación fueron; *Statistical Product and Service (SPSS)* versión 24.0 y Atlas.ti 8.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos se muestran a continuación:

Tabla 1. Correlación de la variable gestión de la comunicación y eficiencia productiva

			GESCOMU	EFIPRODUC
Rho de Spearman	GESCOMU	Coefficiente de correlación	1,000	,802**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	148	148
	EFIPRODUC	Coefficiente de correlación	,802**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Datos procesados en SPSS 22

La tabla 1 demostró que existe una correlación directa fuerte de Rho = ,802 y un nivel de significancia de ,000 entre la gestión de la comunicación interna y la eficiencia productiva. Por lo tanto, la correlación directa de la investigación coincide con la investigación de (Charry, 2018) en el cual, se encontró correlación directa de Rho=.959 entre sus variables comunicación interna y clima organizacional. La investigación demostró que la variable gestión de la comunicación interna presenta injerencia en la variable eficiencia productiva.

Además, el resultado obtenido de correlación presenta similitud con los resultados de (Ramos, 2017) Lima.2016.</title></titles><pages>117</pages><dates><year>2017</year></dates><publisher>Lima: Universidad César Vallejo.</publisher><work-type>Tesis para la obtención del grado académico de: Maestra en Gestión Pública</work-type><urls><related-urls><url>https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6906/Ramos_CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y</url></related-urls></urls></record></Cite></EndNote> este trabajo obtuvo correlación directa fuerte de Rho=.716, entre la variable gestión de la comunicación interna y la gestión de procesos administrativos. La triangulación de la variable gestión de la comunicación interna consideró las bases teóricas que sustentan las categorías y subcategoría, las cuales se vincularon al análisis de las entrevistas a profundidad, este proceso permitió validar categorías, subcategorías e identificar las categorías y subcategorías emergentes que la investigación proporcionó.

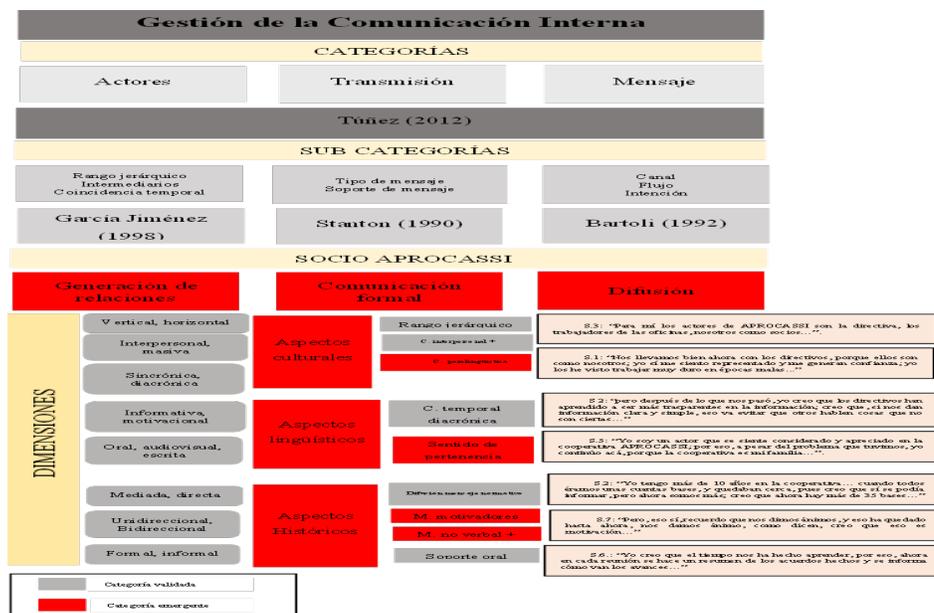


Figura 2. Triangulación de datos de la variable gestión de la comunicación interna (Parte I). Fuente: Entrevistas analizadas en Atlas ti. 8

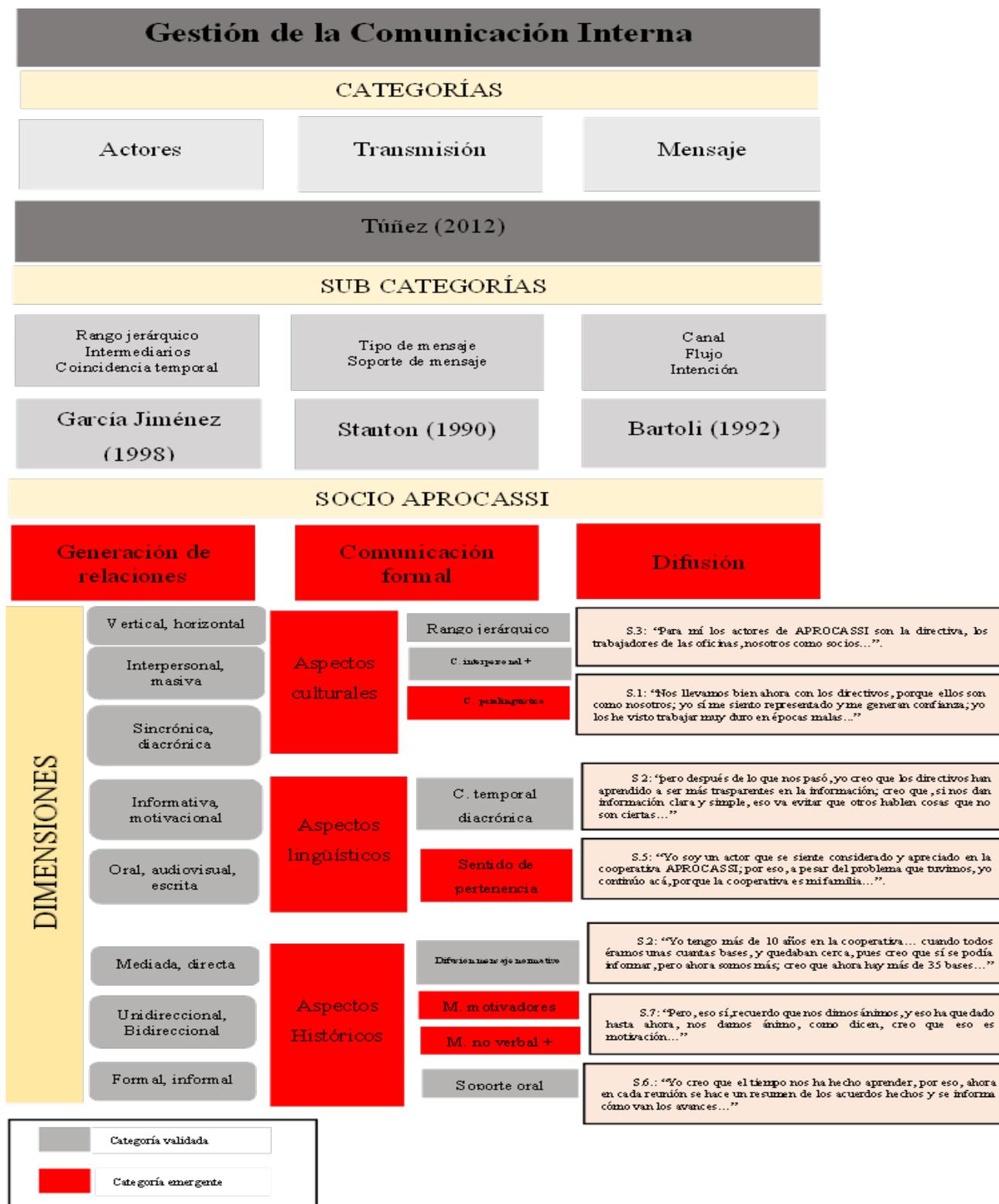


Figura 3. Triangulación de datos de la variable gestión de la comunicación interna (Parte II). Fuente: Entrevistas analizadas en Atlas.ti. 8

En las figuras 2 y 3, los elementos sombreados de gris fueron validados por los entrevistados y los rojos son los elementos emergentes. Los socios los reconocen e identifican en la gestión de comunicación interna que ellos ejercen. Los socios se autodefinen en la categoría actores, e identifican a los directivos y personal administrativo en la categoría, esta validación es coherente con el aporte de (Ben-Farah, 2018) donde el identifica conductas de cohesión en los socios de cooperativas, los cuales se definen como actores, que se consideran vitales en la cadena de producción. Por otro lado, en el análisis se identificó la categoría emergente generación de relaciones, que se caracteriza por la necesidad de construir confianza entre los actores, esto considera aspectos culturales, que se determinan por factores geográficos e históricos.

Según (Ben-Farah, 2018) los actores asociados desarrollan estrechos vínculos de cooperación, lo que suscita el pilar cultural, como eje en organizaciones de perfil cooperativista. Por otro lado, la categoría mensaje es validada, pero se vincula con la categoría emergente comunicación formal, como freno a la comunicación informal. indicaba la vulnerabilidad de las organizaciones cooperativista a la presión social y cultural, que puede generar desordenes y distorsiones de información, el cual, está vinculado a la comunicación informal, que, según las experiencias de los socios genera problemas en la gobernanza empresarial. Asimismo, la comunicación formal se vincula de forma directa con considerar e incorporar los aspectos lingüísticos de la zona en la gestión de planes de comunicación. Para (Bartoli, 1992) la comunicación en su interacción tiene que considerar el factor cultural para la construcción de la codificación del mensaje, siendo el idioma, dialectos considerados en la construcción de un proceso de comunicación.

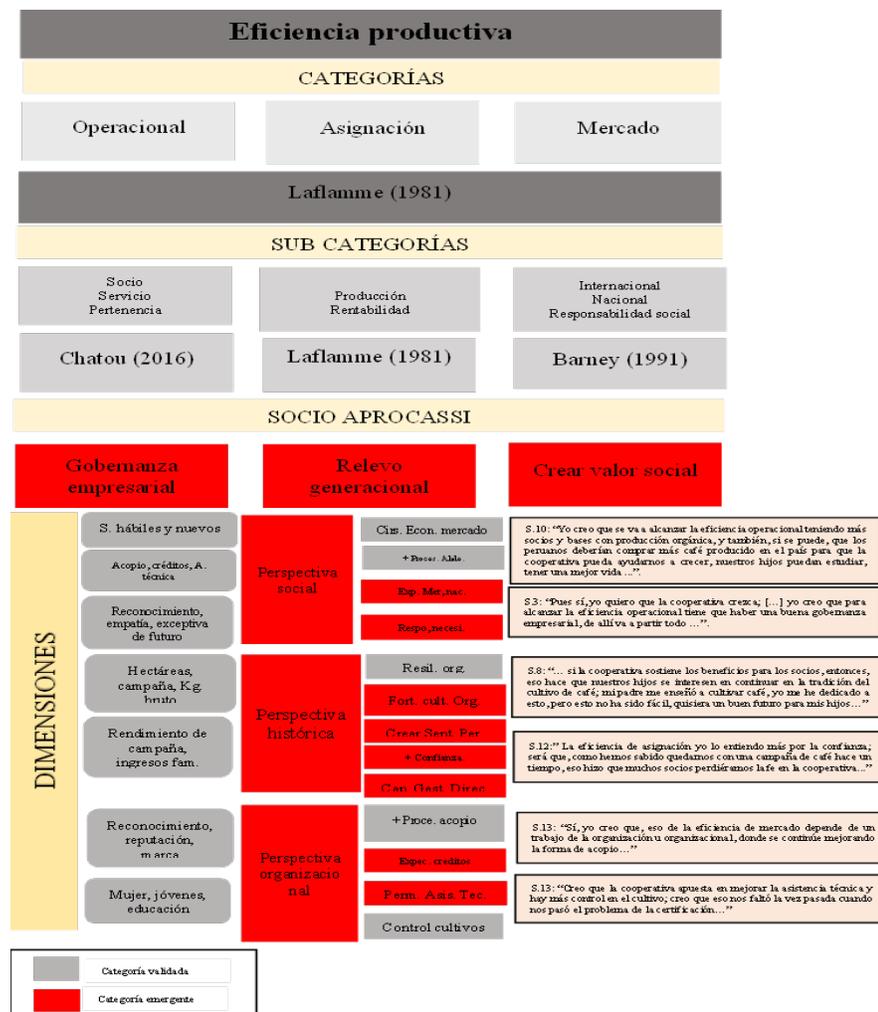


Figura 4. Triangulación de datos de la variable eficiencia productiva (Parte I). Fuente: Entrevistas procesadas en Atlas Ti.8

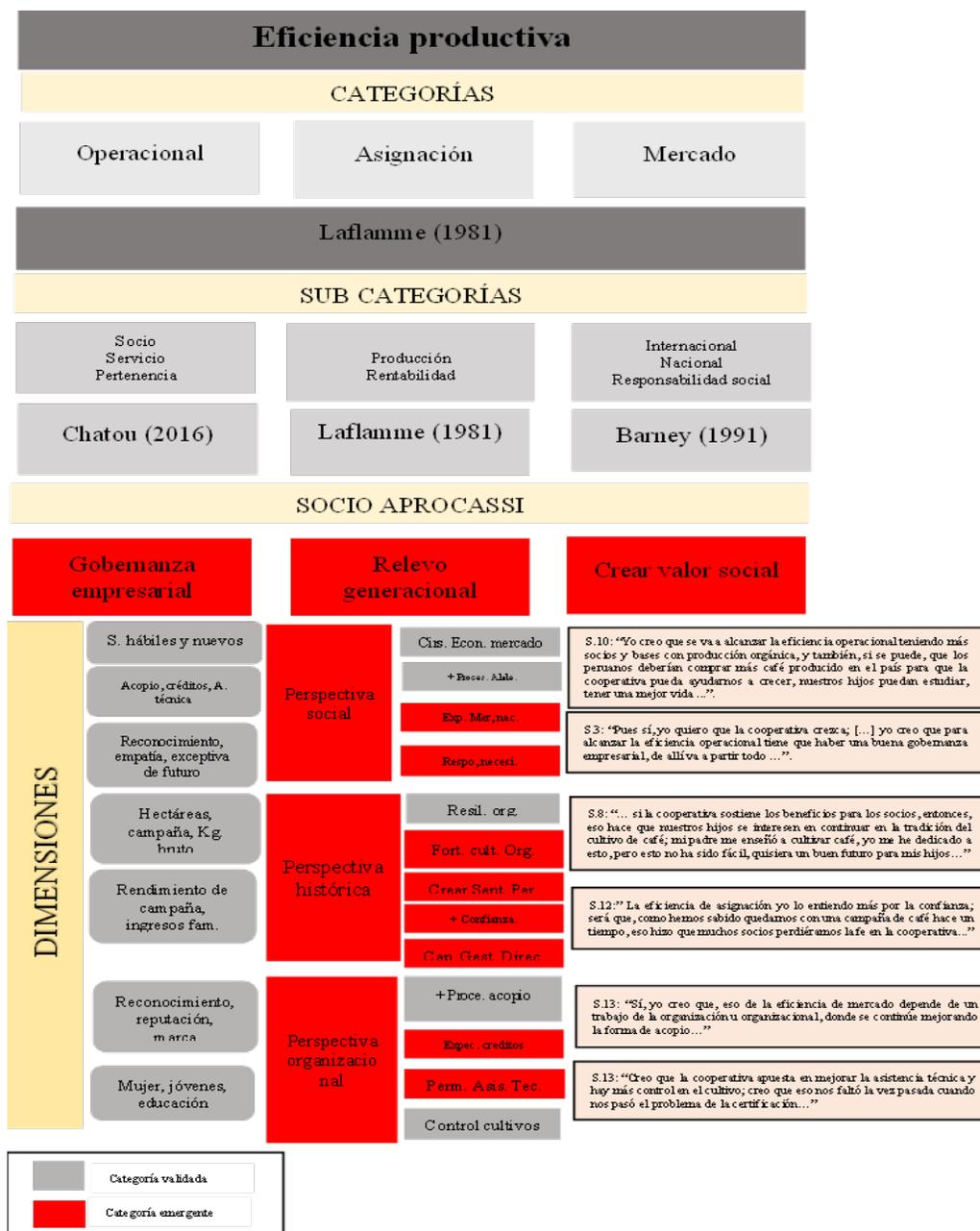


Figura 5. Triangulación de datos de la variable eficiencia productiva (Parte II). Fuente: Entrevistas procesadas en Atlas Ti.8

Las figuras 4 y 5 indican que los elementos sombreados de gris se consideraron válidos y los sombreados de rojo, se valoró como elementos emergentes. El proceso de triangulación de datos permitió validar las categorías de eficiencias operacional, asignación y de mercado. En la eficiencia operacional y de asignación los socios, reconocen sus expectativas económicas y de servicios proporcionados por la cooperativa. La presión social que ejercen los actores en las organizaciones cooperativistas está asociadas a las expectativas de los socios, por lo tanto, generar objetivos realistas orientan la gestión a poder alcanzar eficiencia productiva.

La categoría emergente gobernanza empresarial es identificada en relación con la transparencia y las buenas prácticas de gestión, el hallazgo de la investigación está relacionado con (Ben-Farah, 2018) que considera que la cohesión de

los actores de las organizaciones cooperativistas requiere generar una cultura erigida en valores. La categoría emergente, relevo generacional, sobresale en el análisis de las entrevistas, puesto que, esta categoría determina el crecimiento o declive de las organizaciones cooperativistas. Para los entrevistados, si la actividad cafetalera no garantiza mejores condiciones de mercado y apoyo de gobierno central, repercute en que no exista relevo de productores.

CONCLUSIONES

La investigación concluye que en el análisis de correlación con Rho: ,802 se demuestra la vinculación entre la variable gestión de la comunicación interna y la eficiencia productiva. Siendo esta influencia a través de la forma como los actores gerenciales de las cooperativas construyan e incorporen los aspectos culturales, lingüísticos en la gestión de los planes de comunicación interna.

La eficiencia productiva se dinamiza con procesos enmarcados en las buenas prácticas de la gobernanza empresarial. La comunicación interna incide en identificar las expectativas de los actores, lo que propicia, desarrollar objetivos claros y realizables, que coadyuva a alcanzar la eficiencia productiva, generando condiciones favorables para promover el relevo generacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arráez, M., Calles, J., & Moreno de Tovar, L. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 7(2), 171-181. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152006000200012
- Bartolli, A. (1992). *Comunicación y Organización: La organización comunicante y la comunicación organizada*. Paidós.
- Ben-Farah, S. (2018). *Évaluation de l'efficacité technique des exploitations oléicoles en Tunisie (cas de Chbika)*. (tesis de maestría de la Université Laval). <https://corpus.ulaval.ca/jspui/bitstream/20.500.11794/28264/1/34003.pdf>
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, 9(1), 25-34. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Díaz, C., & Willems, M. (2017). Línea de base del sector café en el Perú. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. https://www.undp.org/content/dam/peru/docs/Publicaciones%20medio%20ambiente/Libro%20cafe_PNUD_PE.pdf
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Ediciones Granica SA.
- Gonzales, D., Sánchez, C., Fernández, K., & Céspedes, J. (2017). *Estudio de mercado del café peruano*. Cooperación Suiza-SECO. 41p.
- Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación* (Vol. 1er edición). Fundación Universitaria del área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1399/Teor%C3%ADas%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Leyva, M., Hernández, R., & Estupiñán, J. (2021). Análisis de sentimientos: herramienta para estudiar datos cualitativos en la investigación jurídica. *Universidad Y Sociedad*, 13(S3), 262-266. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2476/2432>
- Leyva-Vázquez, M., Pérez-Teruel, K., Febles-Estrada, A., & Gulín-González, J. (2013). Causal knowledge representation techniques: A case study in medical informatics. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud (ACIMED)*, 24(1), 73-83. <https://www.medigraphic.com/pdfs/acimed/aci-2013/aci131f.pdf>
- Martínez, M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*, 27(2), 07-33. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000200002
- Medina, J., Quintana, L., & Olaya, M. (2020). Modelo diagnóstico empresarial: caso "Fábrica de café y chocolate El Agrario" San Vicente de Chucurí, Santander. *Ciencia y Agricultura*, 17(3), 37-48. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/ciencia_agricultura/article/view/10999/9672
- Medina-Quispe, F., Castillo-Rojas, W., & Meneses Villegas, C. (2020). Métricas para el apoyo de la exploración visual de componentes en modelos de minería de datos. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(4), 596-611. <https://www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v28n4/0718-3305-ingeniare-28-04-596.pdf>
- Mmutle, J. (2018). *Strategic communication management for governance and sustainability: a participatory communication perspective for inclusive citizenry engagement* (Doctoral dissertation, University of Pretoria). https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/69929/Mmutle_Strategic_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peñafiel, A., Estupiñán, J., Cruz, I., & España, M. (2021). Phenomenological Hermeneutical Method and Neutrosophic Cognitive Maps in the Causal Analysis of Transgressions against the Homeless. *Neutrosophic Sets and Systems*, 44(1), 1-11. https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1866&context=nss_journal

Ramos, M. (2017). La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte, Lima.2016. (tesis de grado de la Universidad César Vallejo). https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6906/Ramos_CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y