



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



#### **COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA INCIDENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA NACIONAL DE VIVIENDA RURAL EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS BENEFICIARIOS DE LOS CENTROS POBLADOS PANTIHUECO A Y PANTIHUECO B-**

**ILAVE, 2021**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. ROXANA HANCCO HERRERA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**PUNO – PERÚ**

**2022**



## DEDICATORIA

*A mi querida familia, a mis padres Angelino e Isabel por confiar en mis decisiones, además de la educación y formación necesaria que me permitieron triunfar en mi vida personal, animándome con sus esfuerzos y sacrificios a seguir el camino correcto y alcanzar mis sueños.*

*A mis hermanos Edy, Wilber, Edison, Fabiola y Nelson; que me dan su amor, cariño y apoyo incondicional, motivándome siempre y en todo momento a continuar adelante sin desanimarme.*

*Especialmente a mis amigos Ricardo, Erwin, Danny, Julián, Judith y Moisés por su apoyo y consejos en los proyectos desarrollados y los que están por venir.*

*A todos ustedes que son las personas que han inspirado e inspirarán la lucha imparable en mi vida. A ti que has sido la piedra angular para completar esta etapa de mi vida. Le estoy muy agradecido.*

*Roxana Hanco Herrera*



## AGRADECIMIENTOS

### *Expreso mis sinceros agradecimientos:*

*A la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, el Alma Mater de la educación, por la formación integral.*

*- Al profesorado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, por impartir sus conocimientos que me ayudaron a alcanzar mis objetivos.*

*- A los jurados de la tesis, reconocimiento y agradecimiento por sus correcciones, a la presidenta del jurado Dra. María Del Rosario Vera Del Carpio; al primer miembro del jurado, Hernán Porto Bravo; al segundo miembro del jurado calificador, M.Sc. Víctor Raúl Pancca Parillo, quienes me apoyaron con sus acertadas observaciones y me sirvió de guía para la realización de la tesis.*

*- Al asesor y director de tesis, Lic. Leoncio Efraín Alemán Cruz, por sus sabias enseñanzas y sugerencias que permitieron la realización de esta investigación.*

*- A los beneficiarios del proyecto "Mejoramiento de Viviendas Rurales en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, Ilave - El Collao - Puno"; Núcleo Ejecutor Convenio N° 134- 2020-PUN/PNVR/VMVU, por su colaboración en la recolección de datos, que fue de gran ayuda para realizar la investigación.*

*- Al Programa Nacional de Vivienda Rural, al Núcleo Ejecutor N° 134 - 2020-PUN/PNVR/VMVU, que me dio la oportunidad de formar parte del equipo técnico durante la ejecución del proyecto y me proporcionó información valiosa para el trabajo de investigación.*

*De igual forma doy gracias a toda mi familia de comunicación que me apoyaron durante el transcurso de mi vida universitaria y ejecución de tesis, muchas gracias.*



# ÍNDICE GENERAL

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTOS**

**ÍNDICE GENERAL**

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**ÍNDICE DE TABLAS**

**INDICE DE ANEXOS**

**ÍNDICE DE ACRÓNIMOS**

**RESUMEN..... 14**

**ABSTRACT ..... 15**

## **CAPITULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

**1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 17**

**1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ..... 19**

1.2.1. Problema General..... 19

1.2.2. Problemas Específicos ..... 19

**1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN ..... 20**

1.3.1. Hipótesis General..... 20

1.3.2. Hipótesis Específicas ..... 20

**1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN ..... 20**

**1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 21**

1.5.1. Objetivo General ..... 21

1.5.2. Objetivos específicos ..... 22



## CAPITULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>23</b>
2.1.1. A nivel internacional .....	23
2.1.2. A nivel nacional .....	25
2.1.3. A nivel local .....	26
<b>2.2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>27</b>
2.2.1. Estrategias .....	27
2.2.2. Comunicación .....	28
2.2.3. Comunicación para el desarrollo.....	30
2.2.4. Comunicación para el cambio social.....	31
2.2.4.1. Funciones de la comunicación para el desarrollo e incidencia ....	32
2.2.5. Comunicación para la incidencia .....	32
2.2.6. Estrategia de Comunicación para la Incidencia .....	33
2.2.7. Comunicación estratégica .....	33
2.2.8. Dimensiones de la comunicación para la incidencia social .....	35
2.2.8.1. Dimensión Informativa – Información.....	36
2.2.8.2. Dimensión interaccional – Participación.....	42
2.2.8.3. Dimensión ideológica – sensibilización.....	44
2.2.8.4. Dimensión sociocultural – Comunicación social.....	45
2.2.9. Calidad de Vida.....	45
2.2.9.1. Dimensiones de calidad de vida.....	46
<b>2.3. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>47</b>



## CAPITULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

<b>3.1. UBICACIÓN .....</b>	<b>50</b>
3.1.1. Localización y entorno .....	50
3.1.1.1. Terreno .....	51
3.1.1.2. Clima .....	51
<b>3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>51</b>
<b>3.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>51</b>
<b>3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>52</b>
<b>3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....</b>	<b>52</b>
3.5.1. Población.....	52
3.5.2. Muestra.....	53
3.5.2.1. Muestra censal .....	53
<b>3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>54</b>
3.6.1. Técnicas.....	54
3.6.1.1. Encuesta.....	54
3.6.2. Instrumentos .....	55
3.6.2.1. Cuestionario.....	55

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

<b>4.1. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>56</b>
4.1.1. Comunicación Estratégica de información en los beneficiarios .....	59
4.1.2. Comunicación estratégica de participación en los beneficiarios .....	67
4.1.3. Calidad de vida y comunicación estratégica en los beneficiarios.....	76
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>94</b>



<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>96</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>98</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>105</b>

**ÁREA:** Comunicación para el desarrollo

**TEMA:** Comunicación estratégica

**FECHA DE SUSTENTACIÓN:** 23 de agosto del 2022



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Edad de los beneficiarios.....	57
<b>Figura 2</b>	Sexo de los beneficiarios.....	58
<b>Figura 3</b>	Participación por Centro Poblado .....	59
<b>Figura 4</b>	Satisfacción con la información que se brindó sobre los objetivos y fines del PNVR.....	60
<b>Figura 5</b>	Satisfacción con la información que proporcionó el PNE sobre las rendiciones .....	62
<b>Figura 6</b>	Medios de comunicación por el que se informaron para acudir a los talleres de capacitación que realizó el PNE .....	64
<b>Figura 7</b>	Medios de comunicación que se utilizaron para convocar a las rendiciones	66
<b>Figura 8</b>	Satisfacción con las capacitaciones que hizo el PNE del PNVR .....	68
<b>Figura 9</b>	Frecuencia de participación en las actividades de las capacitaciones.....	70
<b>Figura 10</b>	Frecuencia de sesiones informativas de rendición de cuentas .....	71
<b>Figura 11</b>	Frecuencia de visitas domiciliarias por el Personal del Núcleo Ejecutor .....	73
<b>Figura 12</b>	Frecuencia de participación en el cumplimiento de sus aportes y compromisos .....	75
<b>Figura 13</b>	Calificación de la comodidad de la construcción de viviendas rurales Sumaq Wasi .....	76
<b>Figura 14</b>	Las viviendas rurales mejoran la calidad de vida: reducción de casos de IRAS .....	78
<b>Figura 15</b>	Las viviendas rurales, mejoran la calidad de vida: reducción de casos EDAS .....	81
<b>Figura 16</b>	Opinión sobre los animales domésticos; que deben dormir en la vivienda rural .....	83





<b>Figura 17</b> Opinión sobre el mejoramiento del comportamiento emocional y social de los hijos que cuenten con sus propios espacios. ....	85
<b>Figura 18</b> Responsabilidades de las labores de limpieza de la vivienda familiar.....	87
<b>Figura 19</b> Opinión sobre las orientaciones en las capacitaciones ayudaron en el bienestar emocional de los beneficiarios.....	88
<b>Figura 20</b> Opinión sobre las estrategias de comunicación que se aplicaron para mejorar el bienestar emocional y bienestar social.....	90
<b>Figura 21</b> Opinión de las actividades de sensibilización y visitas motivacionales, respecto al bienestar emocional y social. ....	92



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Edad de los beneficiarios. ....	56
<b>Tabla 2</b>	Sexo de los beneficiarios. ....	57
<b>Tabla 3</b>	Participación por Centro Poblado .....	58
<b>Tabla 4</b>	Satisfacción con la información que se proporcionó sobre los objetivos y fines del PNVR. ....	59
<b>Tabla 5</b>	Satisfacción con la información que proporcionó el PNE sobre las rendiciones .....	61
<b>Tabla 6</b>	Medios de comunicación por el que se informaron para acudir a los talleres de capacitación que realizó el PNE.....	63
<b>Tabla 7</b>	Medios de comunicación que se utilizaron para convocar a las rendiciones .	65
<b>Tabla 8</b>	Satisfacción con las capacitaciones que hizo el PNE del PNVR.....	67
<b>Tabla 9</b>	Frecuencia de participación en las actividades de las capacitaciones .....	69
<b>Tabla 10</b>	Frecuencia de sesiones informativas de rendición de cuentas .....	71
<b>Tabla 11</b>	Frecuencia de visitas domiciliarias por el Personal del Núcleo Ejecutor .....	73
<b>Tabla 12</b>	Frecuencia de participación en el cumplimiento de sus aportes y compromisos .....	74
<b>Tabla 13</b>	Calificación de la comodidad de la construcción de viviendas rurales Sumaq Wasi.....	76
<b>Tabla 14</b>	Las viviendas rurales mejoran la calidad de vida: reducción de casos de IRAS .....	78
<b>Tabla 15</b>	Las viviendas rurales, mejoran la calidad de vida: reducción de casos EDAS .....	80
<b>Tabla 16</b>	Opinión sobre los animales domésticos; que deben dormir en la vivienda rural. ....	83



<b>Tabla 17</b> Opinión sobre el mejoramiento del comportamiento emocional y social de los hijos que cuenten con sus propios espacios. ....	84
<b>Tabla 18</b> Responsabilidades de las labores de limpieza de la vivienda familiar .....	86
<b>Tabla 19</b> Opinión sobre las orientaciones en las capacitaciones ayudaron en el bienestar emocional de los beneficiarios. ....	88
<b>Tabla 20</b> Opinión sobre las estrategias de comunicación que se aplicaron para mejorar el bienestar emocional y bienestar social .....	90
<b>Tabla 21</b> Opinión de las actividades de sensibilización y visitas motivacionales, respecto al bienestar emocional y social.....	91



## INDICE DE ANEXOS

<b>Anexo A</b> Matriz de Consistencia.....	106
<b>Anexo B</b> Instrumento de Investigación .....	107
<b>Anexo C</b> Documento del PNVR .....	111
<b>Anexo D</b> Fotografías .....	119



## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

<b>PNVR</b>	: Programa Nacional de Vivienda Rural
<b>MVCS</b>	: Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento
<b>ONU</b>	: Organización de la Naciones Unidas
<b>INEI</b>	: Instituto Nacional de Estadística e Informática
<b>NE</b>	: Núcleo Ejecutor.
<b>PNE</b>	: Personal del Núcleo Ejecutor.
<b>RNE</b>	: Representantes del Núcleo Ejecutor
<b>IRAS</b>	: Infecciones Respiratorias Agudas
<b>EDAS</b>	: Enfermedades Diarreicas Agudas
<b>OMS</b>	: Organización Mundial de la Salud
<b>RD</b>	: Resolución Directoral
<b>PMHF</b>	: Plan Multisectorial ante Heladas y Friaje 2019 – 2021
<b>INEI</b>	: Instituto Nacional de Estadística e Informática
<b>CENEPRED</b>	: Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo
<b>ODS</b>	: Objetivos del Desarrollo Sostenible
<b>TICs</b>	: Tecnologías de la información y comunicación
<b>PNUD</b>	: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
<b>RSE</b>	: Responsabilidad Social Empresarial
<b>OCDE</b>	: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
<b>FOP</b>	: Frente de Organizaciones Populares



## RESUMEN

La investigación titulada “Comunicación estratégica para la incidencia social del Programa Nacional de Vivienda Rural en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B-Ilave 2021”, se hizo porque es una experiencia novísima en el ámbito de la comunicación para el desarrollo. El objetivo fue analizar la comunicación estratégica en la incidencia social, empleadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural, contando con el fin de mejorar las condiciones de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave. La metodología de investigación se hizo desde el enfoque cuantitativo y de tipo descriptivo, utilizándose una muestra censal de 81 unidades de estudio y se aplicó una encuesta de forma directa a los beneficiarios del proyecto de “Mejoramiento de Vivienda Rural en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, Ilave - El Collao – Puno”. Los resultados obtenidos de la encuesta fueron organizados en una base de datos para su procesamiento estadístico en el software Microsoft Excel, ordenando y analizándolos según los objetivos específicos planteados. Al final se obtuvo una incidencia positiva de la comunicación estratégica en el Programa Nacional de Vivienda Rural, mejorando de la calidad de vida de los beneficiarios respecto a la ejecución del Proyecto Sumaq Wasi (viviendas mejoradas) en las zonas rurales dispersas, de la población considerados pobres y pobre extremo.

**Palabras clave:** Comunicación estratégica, incidencia, social, calidad de vida.



## ABSTRACT

The research entitled "Strategic communication for the social impact of the National Rural Housing Program on the quality of life of the beneficiaries of the Pantihueco A and Pantihueco B-Ilave 2021 Villages" was carried out because it is a very new experience in the field of communication for development. The objective was to analyze the strategic communication in the social incidence, used by the National Rural Housing Program, with the purpose of improving the living conditions of the beneficiaries of the Pantihueco A and Pantihueco B Populated Centers, Ilave district. The research methodology was based on a quantitative and descriptive approach, using a census sample of 81 study units and a direct survey was applied to the beneficiaries of the project "Improvement of Rural Housing in Pantihueco A and Pantihueco B, Ilave - El Collao - Puno". The results obtained from the survey were organized in a database for statistical processing in Microsoft Excel software, ordering and analyzing them according to the specific objectives. In the end, a positive impact of strategic communication in the National Rural Housing Program was obtained, improving the quality of life of the beneficiaries with respect to the implementation of the Sumaq Wasi Project (improved housing) in dispersed rural areas, of the population considered poor and extremely poor.

**Keywords:** Strategic communication, incidence, social, quality of life



# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de proyectos sociales por parte de las organizaciones estatales requiere esfuerzo y atención especial desde la perspectiva comunicacional, porque sin una comunicación adecuada entre beneficiarios y organización, puede ser insulsa, incluso la mejor intervención de un programa social puede fracasar.

En esta investigación se analizó la comunicación estratégica para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural, en la mejora de la calidad de vida de los beneficiarios en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave, para alcanzar los objetivos relacionados, de la acción y respuesta por parte de las personas involucradas, en el conocimiento y cambio de actitud respecto, al Proyecto Sumaq Wasi.

La investigación consta de cuatro capítulos que a continuación se detallan: El Capítulo I, planteamiento del problema, comprende la formulación del problema, objetivos, hipótesis, y justificación de la investigación.

En el Capítulo II, se establece la revisión de literatura que contiene antecedentes de investigaciones, bases teóricas, científicas y marcos conceptuales respecto de las variables, dimensiones e indicadores que permite darle soporte a la información recogida.

En el Capítulo III se hace referencia al enfoque cuantitativo y el tipo de investigación que son parte de la metodología de investigación. La población de estudio y la muestra considerada, y las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recopilación de datos, también han sido consideradas. Asimismo, las herramientas de investigación, descripción del procesamiento de datos y el análisis estadístico.

El Capítulo IV contiene los resultados de la investigación, presentados a través de tablas y figuras para una mejor ilustración y entendimiento. Cada una de ellas con la





interpretación y análisis desde los resultados, experiencias y marco teórico en algunos casos. Todo con el fin de comparar y verificar las hipótesis planteadas en el proyecto.

Finalmente se incluyen conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las políticas públicas se desarrollan a través de programas sociales que son ejecutados a través de proyectos sociales. Existen diferentes entidades que están dedicadas a implementar proyectos, muchas veces sin tener en cuenta los factores socioculturales, religiosos y políticos específicos de la zona a intervenir. Sin embargo, han buscado la aprobación social empleando una comunicación vertical con pocas alternativas de retroalimentación, lo que generalmente ha concluido en conflictos sociales.

Mediante el decreto supremo N° 001-2012-VIVIENDA, se crea el Programa Nacional de Vivienda Rural (PNVR), que contribuye al cuidado de la salud mejorando la calidad de vida de las familias pobres y de extrema pobreza, en la población que están expuestas a efectos de desastres. De esta manera se inició la intervención del PNVR para mejorar la calidad de vida de la población, implementando módulos habitacionales de adobe, ladrillo, bloquetas de concreto y madera, a través de diseños de modelo bioclimático, orientados a generar confort térmico.

Según la *Información institucional-PNVR* (2019), la intervención del PNVR, se centra en la población pobre expuesta a la ocurrencia de heladas y friajes que está comprendida en los centros poblados focalizados en el Plan Multisectorial ante Heladas y Friaje 2019 – 2021 con prioridad de atención 1 y 2, de acuerdo a lo que corresponda, sobre un total de 185,564 familias. El cual establece una meta de 21,232 viviendas en zonas de heladas, y 2,793 viviendas en zonas de friajes, donde la información del Censo



INEI 2017 y el grado de susceptibilidad a heladas y friajes, elaborado por Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo (CENEPRED) indica los probables beneficiarios del programa.

Mediante Resolución Directoral de fecha 22 de setiembre del 2020, se aprueba la ejecución del proyecto, “Mejoramiento de vivienda rural en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B – distrito de Ilave – provincia de El Collao – departamento de Puno”, el cual consta de 81 módulos habitacionales (Sumaq Wasi), siendo el objetivo principal mejorar la calidad de vida, donde se fomenta el desarrollo del sector rural, involucrando a los beneficiarios directos, de igual manera a la población en general de la comunidad en intervención, el cual conlleva a tener una armoniosa comunicación entre el personal designado para la ejecución y la población de la comunidad.

Una de las dificultades en la zona rural es el lenguaje que se emplea y utiliza por parte de los que intervienen en la comunidad. Asimismo, las costumbres y el grado de educación de la población, son factores a tomar en cuenta. Es aquí donde las estrategias de comunicación se hacen necesarias para lograr un mejor desarrollo y entendimiento de los objetivos del PNVR.

Los que ejecutan el proyecto, muchas veces prestan una atención importante a los detalles técnicos y presupuestarios, sin embargo, se olvidan de las estrategias de información y participación que deben utilizarse para mejorar el cumplimiento de los objetivos del programa social y del proyecto. La insatisfacción o satisfacción va a depender mucho de este tipo de estrategias a emplearse. Muchas intervenciones han sido cuestionadas, otras también aceptadas, por eso es importante conocer la opinión de los beneficiarios respecto de cómo se ha realizado este proceso comunicativo entre los ejecutantes y beneficiarios.



La comunicación estratégica para la incidencia social, puede ayudar a garantizar que el diseño y el plan de gestión social del proyecto de desarrollo como éste, tenga en cuenta los conocimientos previos, actitudes, necesidades y capacidades de las personas a las que el proyecto pretende ayudar. Muchos proyectos han fracasado en el pasado porque se dio por sentada la voluntad y la actitud de la gente para incorporar nuevas tecnologías y las infraestructuras de desarrollo a su forma de vivir y trabajar.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema General**

- ¿Cómo es la comunicación estratégica para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural, en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave 2021?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- ¿Cuál es la acogida que tiene la comunicación estratégica de información para la incidencia social que aplica el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B?
- ¿Cuál es la frecuencia de la comunicación estratégica de participación para la incidencia social que utiliza el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B?
- ¿Cómo es la calidad de vida de los beneficiarios en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, después de utilizar la comunicación estratégica por el Programa Nacional de Vivienda Rural?



### **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Hipótesis General**

- La incidencia social de la comunicación estratégica utilizada por el Programa Nacional de Vivienda Rural, es favorable en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave 2021

#### **1.3.2. Hipótesis Específicas**

- La incidencia social de la comunicación estratégica de información utilizada por el Programa Nacional de Vivienda Rural, es positivo y tuvo acogida en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B
- La incidencia social de la frecuencia de comunicación estratégica de participación utilizada por el Programa Nacional de Vivienda Rural, es positivo en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B
- La calidad de vida de los beneficiarios en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, han mejorado con la intervención del Programa Nacional de Vivienda Rural y las estrategias comunicativas aplicadas en el proceso.

### **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El estudio sobre el mejoramiento de viviendas rurales en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantithueco B, ayudará a las instituciones públicas y privadas a gestionar el desarrollo y mostrará la importancia de incorporar procesos de comunicación para asegurar la sostenibilidad del proyecto y la aceptación de la población. Pretende cambiar la visión errónea de que las estrategias de comunicación se presentan como un proceso paralelo y no se incorporan a los procesos de gestión, sino que sólo se utilizan cuando se dispone de tiempo o recursos una vez finalizado el proyecto, lo que provoca que la



población reciba muchas comunicaciones deficientes sobre una misma acción o recurso; es decir, una difusión inadecuada.

También, se busca demostrar la importancia de involucrar a los profesionales de las ciencias de la comunicación en los distintos proyectos de desarrollo. La tendencia a minimizar la planificación y los conocimientos técnicos aportando al desarrollo de un proceso de comunicación para el desarrollo sostenible.

Para que los comunicadores puedan demostrar los resultados de una excelente gestión de la comunicación para el desarrollo, es necesario consultar las experiencias de los países que han tenido éxito en la práctica de esta nueva corriente de comunicación; también para conocer sus errores, obstáculos, principios, fases, métodos, etc. Para ello, se explicarán con más detalle algunos términos relacionados con el desarrollo, la comunicación y la educación para el desarrollo sostenible, la participación social y algunos otros aspectos que siguen apareciendo en la práctica profesional.

En el ámbito social, la investigación pretende mostrar las distintas posibilidades de información, comunicación y participación de las que disponen, a la población rural y urbana, para conseguir el desarrollo que cada comunidad necesita y sentirse estable económica, social, tecnológica, medioambiental y políticamente.

## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. Objetivo General**

- Analizar la comunicación estratégica para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural, en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave 2021.



### 1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar la acogida que tiene la comunicación estratégica de información para la incidencia social que aplica el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B
- Identificar la frecuencia de la comunicación estratégica de participación para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B
- Conocer la calidad de vida de los beneficiarios en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, luego de la intervención del Programa Nacional de Vivienda Rural y sus estrategias comunicativas aplicadas en el proceso.



## CAPITULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. A nivel internacional

En el ámbito internacional existen diferentes trabajos de investigación. Camarán et al. (2019) hace referencia a los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) manifestando que: “Son una oportunidad para que las empresas amplíen la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), iniciativa que constituye uno de los esfuerzos globales por traducir en algo concreto y medible el desarrollo sostenible”. (p. 41)

En tal sentido, el objetivo de la investigación consistió en describir las operaciones de una empresa de servicios industriales y de ingeniería de la región Centroccidental, de tal manera que permitiera diagnosticar si la misma realiza acciones de responsabilidad social empresarial en función a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), recogidos en el documento de la CEPAL Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe. (p. 41)

El presente estudio se ubica en la categoría de estudio descriptivo, la metodología empleada fue de naturaleza cualitativa, utilizando el método de estudio de casos. El Instrumento de recolección de datos empleado fue el cuestionario, como guía durante las entrevistas en profundidad aplicadas a los 3 informantes clave (presidente, gerente de administración y supervisor de operaciones), y se revisaron informes privados con la finalidad de triangular la información obtenida para garantizar la rigurosidad del método utilizado. (p. 45)

Las nuevas tecnologías de información han facilitado a amplios sectores sociales disponer de las herramientas para presionar a las organizaciones



empresariales a realizar un aporte que trascienda lo financiero para dar paso a lo social. Lo que ha conllevado a una evolución de la RSE de la mera filantropía hacia una actuación en procura de lograr objetivos organizacionales desarrollando procesos productivos en función de la rentabilidad, la sociedad y el medio ambiente. (p. 51)

En relación a la incidencia de la comunicación estratégica Pérez Silva (2018), en el trabajo de investigación denominado: “La Incidencia de la Comunicación Estratégica y el Diseño Gráfico en las ventas, dirigido a los microempresarios de Urdesa Central, Centro Comercial Plaza Triángulo, en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, periodo 2017 – 2018”, plantea como objetivo: “Identificar los factores de la comunicación estratégica y el diseño gráfico que influyen en las ventas, dirigidos a los microempresarios del Centro Comercial Plaza Triángulo de Urdesa Central”.(p. 9)

Asimismo, Pérez Silva (2018) realizó la investigación mediante el método cuantitativo, en el cual obtuvo la siguiente conclusión:

Como primer punto se debe entender claramente que el tema es de entero beneficio para cada individuo que practica el emprendimiento y que produce un pequeño negocio. El impulso en la productividad es una técnica que mantiene una misión clara de la propuesta, es decir que su objetivo es incitarles a dar un paso dentro de la práctica de estas asignaturas. (p. 70)

También, Gómez (2010), en su estudio titulado “Propuesta de estrategia de comunicación para el desarrollo en la Fundación Guillermo Toriello” de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se planteó como objetivo:

Diseñar una estrategia de comunicación para el desarrollo para implementarse en la Fundación Guillermo Toriello ejecutado bajo la metodología de tipo cualitativo – descriptivo, llegaron a la conclusión siguiente: se determinó que todas las





personas involucradas en el trabajo de la Fundación Guillermo Toriello, independientemente de su función, tienen disposición de aportar en la construcción e implementación de una Estrategia de Comunicación para el Desarrollo. (p. 55)

### **2.1.2. A nivel nacional**

A nivel nacional la tesis de Turpo-Gebera & Gonzales-Miñan (2019), en el trabajo titulado Comunicación para el desarrollo en tesis universitarias de Perú, plantea que:

“El objetivo de esta investigación consiste en estructurar una cartografía disciplinar en torno a la situación y evolución de su producción científica, los campos, subcampos temáticos que lo componen, así como los espacios y sujetos de intervención”. (p. 142)

La revisión analítica de las investigaciones conducentes a la titulación en las universidades peruanas, representa un avance en torno al conocimiento de las investigaciones sobre la Comunicación para el Desarrollo. De ese modo, se ha determinado aspectos relevantes que configuran una cartografía disciplinar que da cuenta del trabajo acumulado y disperso, y al ser delimitado y representado de manera organizada, permite ahondar en las líneas de investigación abiertas. (p. 158)

En el trabajo: Influencia de las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas por Southern Perú Copper Corporation, en la opinión de los pobladores de la ciudad de Ilo, en el distrito de la Pampa Inalámbrica de enero a marzo del 2017, Bravo Gutiérrez & Boza Monzón (2017), proponen como objetivo principal: “determinar la influencia de las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas por la Empresa Minera Southern Perú Copper Corporation, en la opinión de los pobladores de la ciudad de Ilo en el distrito emergente de la Pampa Inalámbrica”. (p. 104)



Finalmente, concluye que la estrategia de comunicación para el desarrollo adoptada por Southern Perú Copper tiene un impacto negativo en la opinión pública de los habitantes de Pampa Inalámbrica, Ilo, lo que se traduce en un desconocimiento de los trabajos de responsabilidad social realizadas por la empresa minera y una falta de espacio para la sensibilización social. (p. 152)

### **2.1.3. A nivel local**

Con respecto al ámbito local, se presentan estudios elaborados en relación al tema de investigación. Bustincio (2016), en su tesis de grado denominado Influencia de las estrategias comunicacionales en la promoción de una maternidad saludable y segura en el Centro de Salud Vallecito de Puno-2015, plantea como objetivo: “Identificar la influencia de las estrategias comunicacionales en la promoción de una maternidad saludable y segura en el Centro de Salud Vallecito de Puno”. (p. 21)

“El presente estudio es una investigación no experimental, cuyo diseño fue descriptivo simple, empleándose el enfoque cuantitativos con la intervención de datos cualitativos, los mismos que al ser recolectados fueron analizados y vinculados entre sí”. (p. 55)

Concluyendo, que las estrategias de comunicación en salud influyen de manera adecuada en la promoción de una maternidad saludable y segura en el Centro de Salud Vallecito de Puno, porque estas estrategias brindan información necesaria y a la vez orientan a las madres gestantes en todo el proceso de la maternidad que involucra la planificación familiar, atención prenatal, atención del parto y atención de post parto. (p. 86)

Por último, en relación a los antecedentes del ámbito local; Torres Patana (2008), en su trabajo de investigación: Importancia de la comunicación en el cambio social y para el fortalecimiento de las organizaciones sociales – Caso Frente de Organizaciones



Populares (FOP) de la ciudad de Puno, plantea como objetivo: “conocer e identificar la importancia de la comunicación en las organizaciones sociales, para un desarrollo y cambio social. El presente trabajo de carácter investigativo y descriptivo”. (p. 7)

En el mismo estudio se concluyó que el Frente de Organizaciones Populares (FOP) de Puno, es poco aceptado y reconocido como organización social, existe un desconocimiento de su trabajo y un sentimiento de desconfianza hacia la población; el uso de estrategias de comunicación para la sociedad es mínimo debido a la falta de comunicación, sensibilización y participación de la población, por lo que la sociedad puneña no se siente representada por esta organización social. En este sentido, la organización social, en este caso el Frente de Organizaciones Populares (FOP) de la ciudad de Puno, debe prestar mayor atención a la comunicación en sus diferentes estrategias y medios, en todos los programas, actividades y acciones que realiza en la sociedad como organización social. (p. 47)

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. Estrategias**

Existe una gran cantidad de definiciones de estrategias. Una de ellas corresponde a: Bracker, (1980, como se citó Castro et al., 2007) sostiene que:

La estrategia consiste en desarrollar la gestión cooperativa del trabajo, centrada en el ejercicio de la autoridad con el fin de mantener el control de los recursos fijados, y adquirir nuevos territorios privilegiados para acceder a nuevos recursos. También, los autores afirman que la estrategia se basa en una evaluación de la situación actual, de los recursos disponibles y de los procedimientos a seguir para alcanzar el objetivo trazado (p. 38).

Por consiguiente, es necesario tener en cuenta la vinculación entre estrategia y competitividad; es decir, ambas tienen como objetivo la utilización de los recursos para



un fin determinado, por lo que la estrategia se basa en el concepto de planificación y se entiende como planificación estratégica.

Por su parte, Davies (2000, como se citó en Contreras Sierra, 2013), en relación al tema de estrategias, afirma que:

La estrategia tiene muchos caminos y resultados, por lo mismo que considera a la estrategia como una “Torre de Babel”, donde muchos aspiran que sus ideas sean tomadas en cuenta, pero no todos escuchan las ideas de los demás, considerando el contexto histórico de la palabra, una estrategia puede definir los logros políticos de una guerra. (p. 155)

Por tal motivo, es necesario entender que una estrategia no es permanente y que la competencia puede infiltrarse de alguna manera y las acciones e ideas que se elaboran pueden ser copiadas.

Mientras que Dandira (citado por Contreras Sierra, 2013) refiere que:

La gestión de estrategias, algunos estudios han demostrado que la mayor parte de las personas que ascienden a cargos superiores dentro de una organización, comunidad y otros, se les denomina automáticamente “estrategas”; sin embargo, este no es el caso, estos altos directivos considerados como estrategas, asumen dirigir el trabajo incluso sin contar con un plan de estrategia, debido al desconocimiento en relación a la gestión estratégica. (p. 56)

Desde el punto de vista del autor define la estrategia como parte del éxito, y se crean cuando se trazan los objetivos de la organización, en caso de que los estrategas asignados, no tienen claro qué es lo que realmente desean lograr.

### **2.2.2. Comunicación**

La comunicación consiste en la integración de dos a más individuos que son parte de la sociedad, es una forma de intercambio de conocimientos que genera un proceso de



creación y fomenta el entendimiento sobre la base del desarrollo humano, siendo así, una necesidad vital de intercambio de información y mantener una relación con los demás sin distinción.

La comunicación es un medio importante para relacionarnos dentro de la sociedad, mediante el intercambio de ideas entre el emisor, responsable de enviar el mensaje al receptor. Para que la comunicación sea un acto eficaz y eficiente, nada debe interferir o distorsionar el mensaje que se envía. Las interferencias suelen denominarse ruidos, que distraen al receptor y distorsionan la transmisión del mensaje al público objetivo. Al respecto, Santos Garcia (2012) define la comunicación de la siguiente manera:

Es un proceso por el que un emisor envía un mensaje a un receptor en un contexto que determina el lenguaje, la reacción, el proceso de descodificación, los códigos y la respuesta. La respuesta del receptor puede dar lugar a otro mensaje que, a su vez, convierte a esa persona en emisor. El proceso se convierte así en un proceso cíclico con posibilidades ilimitadas (p. 8).

De acuerdo con Díaz-Criado (2017) la comunicación:

Es la difusión de información producida por una organización pública o privada y dirigida a un público específico. En otras palabras, la comunicación es una herramienta para influir en las decisiones de los demás, o incluso un arma de poder. Las ideas y decisiones que no se comunican eficazmente no tienen ningún efecto (p. 17).

Por naturaleza, el ser humano no puede vivir aislada física, mental y socialmente; se relacionarse en su entorno, por lo que la comunicación se considera un medio fundamental de interacción social. Busca transmitir múltiples mensajes, pensamientos y emociones.



Por su parte S. Massoni (2016) considera que la comunicación “es encuentro en la diversidad, una reconfiguración espacio-temporal que actúan. Acciones y sentidos compartidos por actores transformándose en el comunicar” (p. 67).

### **2.2.3. Comunicación para el desarrollo**

La comunicación para el desarrollo sostenible se ha enfrentado a nuevos desafíos en la última década, como consecuencia de la globalización, la liberalización de los medios, el rápido cambio económico y social y la emergencia de nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs). (Servaes, 2012, p. 32)

Desde la posición de Jenatsch Thomas & Bauer Richard (2016):

“La comunicación para el desarrollo es una herramienta para la incidencia social y política. Promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las modernas tecnologías de la información”. (p. 10).

Los objetivos de la Comunicación para el desarrollo son los siguientes: facilitar el acceso a la información, involucrar y participar, empoderar e incidir en políticas públicas.

La comunicación representa uno de los componentes fundamentales del intercambio de ideas, sentimiento, costumbres y otras. Tal como lo señala Beltrán (2006):

La comunicación para el desarrollo es el uso de los medios de comunicación-masivos, interpersonales o mixtos-como factor instrumental para alcanzar el objetivo planteado de la institución u organización que ejecutan proyectos de desarrollo económico y social. La comunicación para el desarrollo es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr el desarrollo de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material. (p. 59)



La comunicación para el desarrollo se centra en las actividades orientadas a la participación que faciliten el dialogo de un grupo de personas; ya que la base fundamental es incrementar el información y conocimiento del público objetivo, fomentando la articulación de los actores sociales del proceso del desarrollo.

#### **2.2.4. Comunicación para el cambio social**

Desde la perspectiva de Servaes (2012) refiere que: “El cambio social sostenible puede conseguirse solamente combinando e incorporando otros aspectos de un más amplio entorno que influye (y facilita) el cambio estructural y sostenible”. (p. 27)

Es el modelo más reciente, que forma parte de las experiencias de comunicación alternativa y participativa, y en parte en las medidas de comunicación para el desarrollo.

Desde la posición de Gumucio-Dragon (2011), define “a la comunicación para el cambio social es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos de los actores sociales”. (p. 57)

La participación de la población objetiva, es parte fundamental del componente social, de acuerdo al proceso de creación y difusión de mensaje en la población beneficiaria (en talleres, visitas domiciliarias, video, trípticos, rotafolios). Los mensajes, la difusión de éstos no es sino un elemento complementario en el proceso de comunicación. Otra semejanza con la comunicación alternativa es la importancia que se otorga a la apropiación del proceso comunicacional, y no únicamente de los medios (medios alternativos, medios tradicionales y otros). (p. 37).

En síntesis, la comunicación para el cambio social es el proceso de diálogo entre los actores sociales que buscan definir quiénes son, cuáles son sus pretensiones, qué es lo



que requieren y cómo desenvolverse en la sociedad, para lograr los objetivos planteados mejorando su condición de vida de la población usuaria, denominado cambio social.

#### **2.2.4.1. Funciones de la comunicación para el desarrollo e incidencia social**

La importancia de la comunicación para el desarrollo para lograr cambios sociales. Tal como lo sugieren Jenatsch Thomas & Bauer Richard (2016), que lo primordial “es promover el acceso a la información y al conocimiento, como paso principal para el desarrollo” (p. 13).

En concordancia, la comunicación ayuda a promover al acceso a la información mediante la colaboración de los medios de comunicación internacionales, nacionales y locales, así mismo influye en la participación de la toma de decisiones sociales, políticos y otros, la apropiación de comportamientos que promueven el desarrollo sostenible; la comunicación facilita el diálogo en condiciones de transparencia e igualdad.

#### **2.2.5. Comunicación para la incidencia**

Con respecto a la comunicación para la incidencia, son acciones organizadas que tienen por finalidad de influir en un grupo de personas, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2011) refiere:

La comunicación para la incidencia, es un medio que busca el cambio en la gobernabilidad, las relaciones de poder, las relaciones sociales, las actitudes e incluso el funcionamiento de las instituciones. A través de los procesos de promoción existentes (que deberían integrarse en una estrategia global de comunicación para el desarrollo), es posible influir en los responsables de la toma de decisiones, en los líderes sociales y políticos a todos los niveles para crear y mantener un entorno legislativo y político favorable; así como, una distribución equitativa de los recursos. (p. 8).





Incidencia social se relaciona con los cambios que se generan en la sociedad y en el medio ambiente. La incidencia social está relacionada con la igualdad, la calidad de vida, la salud, y otros factores que son cruciales para el desarrollo de la población.

#### **2.2.6. Estrategia de Comunicación para la Incidencia**

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE (1999), la elaboración de mensajes para cualquier tipo de estrategia de comunicación tiene posibilidades de éxito; si el mensaje o producto se difunde de forma adecuada, sencillo, breve, real y otros componentes necesarios.

La estrategia de “Comunicación para la incidencia social es el uso de los procesos, técnicas y medios comunicativos para ayudar a las personas a obtener una plena conciencia de su situación y sus opciones para cambiar, para resolver conflictos, para trabajar hacia el consenso, para ayudar a las personas a planificar acciones para el cambio y el desarrollo sostenible, ayuda a las personas a adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para mejorar su condición sus de vida y en la sociedad, y para mejorar la eficacia de las instituciones”.

#### **2.2.7. Comunicación estratégica**

En una organización se desarrollan estrategias de comunicación, para comunicar de manera eficiente y alcanzar los objetivos fijados.

Con respecto a la comunicación estratégica S. Massoni (2005, 2007a) refiere:

“Una estrategia de comunicación es en este marco un proyecto de comprensión, un principio de inteligibilidad que busca aborda las múltiples dimensiones de la comunicación como fenómeno complejo, porque incluye múltiples dimensiones y fluido, debe estar en movimiento, la comunicación es acción”.

“La comunicación estratégica trabaja a partir de un enfoque conceptual y constructivista que utiliza el método comparativo en la recogida de datos y el



método de lo contingente en su interpretación. A través de la comparación etnográfica y discursiva se trabaja en captar la construcción social y lúbil de la realidad social para reflexionar y actuar sobre ella. El objetivo es indagar en cada caso la genealogía de los vínculos para dar cuenta de su operar en relaciones concretas”.

Por otra parte Manucci (2004; 2006; 2008) considera que:

“La comunicación estratégica como un espacio de sincronía y gestión de significados”.

“La comunicación se transforma en estratégica cuando se posiciona como un proceso que permite otorgar un sentido a las percepciones, a los significados y las distintas señales del entorno cotidiano en función de objetivos corporativos compartidos”.

“La comunicación estratégica permite diseñar y gestionar significados”.

En relación con el tema, Scheinsohn (2009) define:

“La comunicación estratégica es una interactividad, una hipótesis de trabajo para asistir a los procesos de significación (...) es una visión compleja de los procesos comunicacionales, radicalmente opuesta a las posturas mecanicistas”.

La comunicación estratégica se refiere al conjunto de procesos que tienen lugar en diferentes espacios, especialmente en el campo de la información, que permiten obtener una ventaja competitiva sobre otros grupos, es decir, obtener una ventaja en la distinción entre información y acción. Lo que la comunicación estratégica necesita también es una imagen, una persona que aporte más empatía, previsión e intuición que otras personas.

La relación con los medios de comunicación no es sólo técnica, ya que su impacto también influye a la cultura y los valores de la sociedad. Por lo tanto, las estrategias para



crear sentido e imaginación para el cambio deben dirigirse también a los medios de comunicación, asumiendo su responsabilidad y compromiso con el bien común.

La difusión de materiales de información y socialización a través de los medios de comunicación tradicionales con el fin de "educar" y provocar un cambio en el comportamiento individual del receptor, y que a su vez debería provocar un cambio en la sociedad.

### **2.2.8. Dimensiones de la comunicación para la incidencia social**

“La Incidencia consiste en realizar diferentes esfuerzos organizados y emprender acciones basadas en la realidad. Dichas acciones organizadas buscan resaltar temas críticos que hayan sido ignorados y excluidos, para influir la opinión pública y para formular e implementar leyes y políticas públicas con el objeto de hacer realidad la visión ideal de una sociedad justa y decente. Los derechos humanos – políticos, económicos y sociales- son un marco global para estas visiones”. (Cohen, De la Vega, & Watson, 2004)

La incidencia política para el desarrollo es la acción política, que en la práctica solo para algunos tiene como fin último la toma y ejercicio del poder en la gestión del Estado a través del gobierno, es para la mayoría de la ciudadanía una labor de incidencia que busca debatir, aportar e influir en el rumbo de los acontecimientos y en las decisiones que los organismos del Estado adoptan en nombre del conjunto del pueblo. (Uranga, 2014, p. 5)

Desde la posición Ojeda Pinta (2018) considera:

Que la incidencia política es un proceso que incluye la coordinación de los esfuerzos con las personas para cambiar políticas, ideas y principios que perpetúan la desigualdad, los prejuicios y la exclusión; además, refuerza la capacidad de las



personas para tomar decisiones y crea instituciones que ejercen el poder de manera más responsable y equitativa. (p. 32)

La incidencia social es la que genera el involucramiento de la población beneficiaria en la eficiencia de las políticas públicas, se refiere a la participación de grupos de interés del estudio. (Taguenca Belmonte et al., 2021, p. 119)

La comunicación para la incidencia social, se refiere a la transmisión de mensaje, utilizando diferentes medios y estrategias de comunicación, generando en la audiencia un cambio de actitud frente a un determinado hecho; fortaleciendo procesos de comunicación que contribuyan al diseño e implementación de acciones de la organización

De acuerdo con Massoni (2007), señala que “la Comunicación Estratégica incorpora a la teoría de la comunicación como llave, como una forma de interpelación de problemáticas reconociendo sus racionalidades comunicacionales, esto es, sus formas de operar el encuentro sociocultural”.

Teniendo en cuenta a Massoni (2013), “las dimensiones de la comunicación y los procesos comunicacionales son las siguientes”: (p. 6)

#### **2.2.8.1. Dimensión Informativa – Información**

En cuanto a la información, según es un proceso de comunicación que se centra en captar el funcionamiento de los datos; y contribuye así a la transmisión de la información.

En este sentido S. Massoni & Pérez (2008) define la dimensión informativa “como un proceso de conocimiento elaborado en el registro de cómo opera el dato (qué contribuye y qué evita a los actores) no sólo desde la prioridad institucional del dato técnico”, sino también considerando a la población beneficiaria y los demás actores sociales que intervienen en el proyecto.

##### **1. Medios masivos**



Producciones relativas a la relación con los medios masivos de comunicación, tanto los productos generados institucionalmente para establecer contactos y vinculaciones con dichos medios, como también lo difundido (sobre un tema específico o sobre la organización) que se haya registrado en el proceso de seguimiento del material publicado/emitido por el medio. (S. Massoni et al., 2013, p. 10)

Se necesitan medidas claras para informar a los beneficiarios, de forma oportuna y con enfoque intercultural adecuado, de las medidas que pueden adoptar para mejorar las condiciones de vida de la población beneficiaria, así como la difusión de materiales de información mediante de los medios de comunicación y las buenas prácticas de “Mi vivienda saludable” y “Uso adecuado de la vivienda”. Dentro de los medios masivos está la televisión y radio.

## 2. Medios impresos y gráficos

De acuerdo con S. Massoni et al. (2013) describe que “son documentos impresos en soporte papel, cuyo contenido incorpora textos e imágenes de cualquier tipo: figuras, ilustraciones o fotografías”. (p. 10)

Estos materiales son elaborados por la misma entidad responsable o puede ser encargado su producción a terceros, teniendo en cuenta presente los objetivos comunicacionales determinados por los responsables del proyecto. Los materiales gráficos pueden poseer distintos formatos, diseños y tamaños: folletos, afiches, carteles, trípticos, rotafolios y otros.

### - Volantes

“Es un papel impreso en el tiro, generalmente del tamaño A5 (media cuartilla), en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo”. (Salazar Endara, 2013, p. 74), que se distribuye directamente de la mano a las personas y en el que se anuncia, solicita,

cuestiona o explica algo. Es corto y conciso en su mensaje, lo que lo distingue de los trípticos y folletos, aunque un volante podría considerarse una especie de folleto corto.

- Folletos

El folleto es un impreso encuadernado que puede ser o no, cosido a lomo. Proporciona una información más extensa sobre el producto o servicio y se ilustra con fotografías de los productos que anuncia indicando sus principales características técnicas, prácticas, económicas, de diseño, etc. (Forero Ramírez, 2008, p. 45)

Los folletos suelen utilizarse para promocionar información, ideas, productos o servicios. Es una manera de publicidad masiva de pequeña o de comunicación comunitaria.

- Trípticos

De acuerdo con Salazar Endara (2013) define que “es un folleto informativo doblado en tres partes (3 cuerpos)” (p. 74); es decir tiene una hoja, dos plisados y 6 caras, brindan la posibilidad de poder añadir una mayor cantidad de información, en textos, figuras y gráficos, debido a la estructuración ofrecen mayor posibilidad de comprensión e información, de acuerdo a tema específico y el objetivo a lograr.

- Rotafolios

Según Atiquipa Tomayquispe (2022) define que “es un material didáctico, un instrumento de formato A1 que se utiliza en las presentaciones que contiene imágenes que se presenta en una campaña, los cuales se van desarrollando conforme va avanzando la exposición” (p. 20). Consiste en mantener una secuencia figuras unidas por anillos. Este material es muy práctico para las consultas personalizada a los beneficiarios, cuando no se dispone de equipos audiovisuales que complementen la información que se brinda en una activad. Este material informativo se utiliza mayormente en las zonas rurales dispersas, que no cuentan con los servicios básicos o no tienen los equipos necesarios.



- Afiche

“Es mensajero de la comunicación visual urbana, el cual debe desarrollar un mensaje que capte la atención de un perceptor generalmente desbordado por múltiples estímulos” (Salazar Endara, 2013, p. 79). También llamado cartel es una forma de publicidad. No se expone o desarrolla un tema, este produce un efecto emocional al revivir o infundir ideas, o al ayudar a crear opiniones o un enfoque sobre el tema.

Además S. Massoni et al. (2013) en esta estrategia de información, también incluye los “materiales multimedia y digitales, son productos que utilizan contenidos participativos incorporando en forma conjunta y simultáneamente varios recursos, tales como textos, animaciones, hipertextos, videos, sonidos e imágenes fijas”. (p. 10)

En esta categoría se considera los medios alternativos como: correo electrónico, redes sociales, página web y otros.

- Redes sociales:

Como lo hace notar Jenatsch Thomas & Bauer Richard (2016) sostiene que cada vez “existe una mayor cantidad de personas que pasan más tiempo en las redes sociales y en las plataformas de intercambio de Internet. Quien quiera difundir informaciones, movilizar a gente y lanzar debates no puede ignorar las redes sociales” (p. 26)

- Facebook:

Según Jenatsch Thomas & Bauer Richard (2016) refiere al “apogeo de los medios sociales, el Facebook y otros sistemas de interacción abren nuevas dimensiones para la comunicación interactiva. Para las ONG y las agencias de desarrollo, los medios sociales se perfilan como plataformas para compartir e interactuar con socios y beneficiarios”. (p. 29)



De este modo, se puede definir como una red social amplia, debido a que la mayor cantidad de población tienen acceso con mayor, que ofrece la posibilidad de crear y difundir contenido de responsabilidad.

- Correo electrónico:

El correo electrónico es una herramienta para la transferencia de mensajes con carácter asincrónica (no requiere la presencia del receptor).

Por tanto, Sánchez Upegui & Puerta Gil (2010) considera el correo electrónico como un mediador entre dicho lenguaje que le permite al facilitador orientar los temas de aprendizajes, las actividades y poner en escena el acto formativo. Como podemos ver, el lenguaje y el adecuado uso lingüístico en la construcción de los mensajes es determinante para que se dé una adecuada comprensión del tema. (p. 42)

También se pueden considerar otros medios informativos específicos que se utilizó en el proyecto, cuya producción no se han podido incluir en los anteriores medios informativos debido a que no se ajustaban a los datos solicitados.

- WhatsApp

El WhatsApp podría ser una buena herramienta de difusión que facilita la comunicación directa con los beneficiarios del proyecto, si se utiliza correctamente. Ya que, facilita la comunicación inmediata.

Desde la posición de Casademont et al. (2019) define que:

La aplicación representa una de las características más importantes de un teléfono inteligente, ya que permite una comunicación sencilla y directa, a través de mensajes de texto o voz entre dos o más personas, y fundamentalmente su propósito continúa siendo el de mantener a las personas comunicadas pese a la distancia. (p. 6)





- Mensajes de texto

Los teléfonos móviles, “permite al usuario enviar mensajes públicos en un chat global o enviar mensajes privados a un usuario en particular, según lo que prefiera” (Ramírez Fuentes, 2016, p. 26). La aplicación tiene la capacidad de enviar y recibir mensajes de textos que ofrecen un valor añadido en la transmisión de mensajes, un nuevo concepto de comunicación basado en la disponibilidad absoluta de los beneficiarios del proyecto, que les permite conocer de manera inmediata la información corroborando el mensaje desde el lugar que se encuentren y con gran rapidez, como si estarían presentes en la reunión de acuerdos.

- Llamadas de celular

Desde el punto de vista Culqui Medina (2013), señala “que le permite realizar control de llamadas manteniendo el estado completo de las mismas para obtener información de los tramos de la llamada; lo cual significa la conexión entre dos dispositivos” (p. 68)

El teléfono móvil es un gran facilitador de la comunicación inmediata. Actualmente, una persona, en este caso el beneficiario puede estar en cualquier lugar de la zona de intervención sin importar la distancia y recibir una llamada de voz en su móvil como si estuvieran en conversando con el personal encargado del proyecto, pues en ciertos casos son más eficientes.

- Comunicado

Según el Diccionario de la Real Academia Española – REA, define el comunicado como una “nota, declaración o parte que se divulga para conocimiento público”

Se difunde con la finalidad de lograr los objetivos planteados a través de sitios estratégicos; es decir lugares más concurridos. Se entiende que el principal objetivo del



facilitador es que el mensaje llegue a la mayor cantidad de beneficiarios posible y en los términos sencillos que ellos comprendan.

- Citación

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española – REA, la citación es el acto por el cual se le hace comunicar al beneficiario del proyecto el tema de la actividad a realizarse, dando a conocer el lugar, la fecha y hora. Se realiza la entrega de manera personal, a través del volanteo o la difusión de un medio de comunicación local.

La citación al beneficiario del proyecto es de vital importancia durante el proceso constructivo, por cuanto se trata de un acto formal emanada por el personal encargado para informar acerca de un acto importante a realizarse.

Desde mi punto de vista, en esta categoría podríamos considerar las herramientas de comunicación, que hoy en día lo utilizamos a diario el teléfono móvil; un medio de comunicación a alcance de toda la población sin distinción alguna, se da a conocer a través de los mensajes de textos, llamadas de voz, comunicado, citación y otros.

**2.2.8.2. Dimensión interaccional – Participación.**

Es una forma de acción a la población beneficiaria, que se busca convocar en torno al aspecto de las actividades programadas en el proyecto, que se aborda en la estrategia comunicacional para el fortalecimiento de sus capacidades generando el empoderamiento de cada uno de ellos.

En cuanto a la interacción, se trata de un proceso de comunicación que facilita la interacción con los demás y, por tanto, contribuye a la potenciación de los participantes. En esta dimensión identifica veinte categorías por Massoni et al. (2015), “las cuales fueron validadas por profesionales de la comunicación con una amplia experiencia en el ámbito organizacional. A continuación se detalla la tipología de indicadores de la dimensión interaccional” (p. 94-97)



- Seminario:

De acuerdo con S. Massoni et al. (2015) “es un encuentro de especialistas alrededor de una temática previamente definida, que interesa trabajar en un ambiente de mutua colaboración” (p. 95). Son espacios en los que se presentan al público nuevos conceptos, ideas o propuestas de un establecimiento, estimados importantes para fomentar el diálogo y la reflexión sobre temas importantes.

- Talleres interactivos:

Teniendo en cuenta a Massoni et al. (2015) indica que son espacio para adquirir conocimientos, poniendo en práctica el aprendizaje, organizado específicamente para un público objetivo para compartir conocimientos. “Se caracteriza por una forma de trabajo que incluye necesariamente la problematización, reflexión y experimentación, a partir de los saberes de los beneficiarios en la situación que se aborda”. (p. 95)

El taller, permite al beneficiario a la interacción y el apoyo mutuo de las habilidades comunicativas para promover el pensamiento crítico, que es un componente esencial del proceso intelectual.

- Reunión

Desde el punto de vista de S. Massoni et al. (2015) expresa que: “Es un encuentro presencial con objetivos comunicacionales fijados y señalados en el programa de la convocatoria. Puede ser una reunión informativa, de planificación, de sistematización y otros”. (p. 94). Sin embargo, durante la ejecución del proyecto Sumaq Wasi, se realizaron reuniones de manera presencial y mensual.

- Asambleas

Tal como Jenatsch Thomas & Bauer Richard (2016) expresa; es “la comunicación verbal cara a cara es la forma de comunicación más antigua, directa y emocional. Sirve para generar confianza, en los primeros contactos con población beneficiaria del



proyecto, definiendo las necesidades, planificando y solucionando los conflictos” existentes. (p. 22)

- Visita domiciliaria

Se trata de una herramienta de intervención caracterizada por el acceso a la familia, con el objetivo de orientar, asesorar y seguimiento. Las visitas domiciliarias, como estrategia de prestación de servicios a las familias beneficiarias del proyecto, influenciando a comprometer a todos los integrantes de la familia a participar en las actividades del proceso constructivo del proyecto.

“Las visitas domiciliarias con beneficiarios de proyectos son útiles también para comprobar la realidad y fortalecer el diálogo con las familias de los beneficiarios que se deben beneficiar de los proyectos”. (Jenatsch Thomas & Bauer Richard, 2016, p. 22).

Actividad realizada por personal técnico del proyecto capacitado con el objetivo de desarrollar acciones de persuasión, acompañamiento, monitoreo y seguimiento a las familias beneficiarias del NE, evaluar el mantenimiento y uso adecuados de los espacios de la vivienda rural

**2.2.8.3. Dimensión ideológica – sensibilización.**

Considerado como un proceso de comunicación motivacional a los actores sociales a promover la "conciencia" de la importancia del mensaje que se quiere transmitir. Es una forma de “cambiar la actitud del beneficiario” generando cambios de manera positiva en el comportamiento del beneficiario del proyecto.

En la dimensión ideológica se generó indicadores comunicacionales. Según Massoni et al. (2016), “cada categoría de la tipología se estableció a partir de sus rasgos generales respecto del tipo de encuentro que la sustenta: propósitos comunicacionales, recursos que dan cuenta de la intencionalidad de la operación simbólica y modalidades del vínculo intersubjetivo que se establecen en cada Estrategia Comunicacional”.(p. 340).



#### **2.2.8.4. Dimensión sociocultural – Comunicación social.**

Entendida como campo de encuentro y un momento de relacionarse con la diversidad sociocultural. Acciones de ejercicio del protagonismo del beneficiario que pone en marcha los cambios, modificando hábitos y comportamientos en relación con el medio ambiente, creando un equilibrio entre sus compromisos y sus responsabilidades durante la ejecución del proyecto.

Mientras tanto Massoni et al. (2013), sostiene que el “encuentro sociocultural son acciones y sentidos compartidos con otros, promoviendo transformaciones en torno a problemas sociales, incorporando incluso los procesos anteriores; como el de información, la sensibilización, la participación y este”. (p. 6)

#### **2.2.9. Calidad de Vida**

La calidad de vida se trata que las personas tienen las facultades para satisfacer sus necesidades básicas a cabalidad. La calidad de vida es la sensación que tiene el ser humano de su existencia en el contexto de la cultura y el sistema de valores en el que vive. La calidad de vida se refiere a los aspectos de salud física, estado mental, grado de independencia, relaciones sociales y su relación con los elementos básicos del entorno que tiene el ser humano. Es necesario considerar a la calidad de vida, como un instrumento social, que ayuda a los profesionales en los proyectos sociales y la evaluación de resultados.

La definición que propone Ardila (2003), integra todos los aspectos relevantes referente al tema:

La Calidad de vida es un estado de satisfacción general, derivado de la realización de las potencialidades de la persona. Posee aspectos subjetivos y aspectos objetivos. Es una sensación subjetiva de bienestar físico, psicológico y social. Incluye como aspectos subjetivos la intimidad, la expresión emocional, la



seguridad percibida, la productividad personal y la salud objetiva. Como aspectos objetivos el bienestar material, las relaciones armónicas con el ambiente físico y social y con la comunidad, y la salud objetivamente percibida (p. 163)

La calidad de vida personal, Verdugo et al. (2013) considera como: “la buena vida”.

Un estado deseado de bienestar personal compuesto por varias dimensiones centrales que están influenciadas por factores personales y ambientales. Estas dimensiones centrales son iguales para todas las personas, pero pueden variar individualmente en la importancia y valor que se les atribuye. La evaluación de las dimensiones está basada en indicadores que son sensibles a la cultura y al contexto en que se aplica. (p. 446)

Sin embargo, nos enfocaremos en tres aspectos objetivos: el bienestar físico, psicológico y social, con mayor interés los tres ejes de la calidad de vida que consideramos fundamentales para la presente investigación.

#### **2.2.9.1. Dimensiones de calidad de vida.**

El ser humano logra tener una calidad de vida cuando sus necesidades básicas son cumplidas y además tiene la posibilidad de mejorar sus condiciones de vida en los principales espacios de actividad vital para el ser humano.

##### **- Bienestar físico:**

“Tener buena salud, sentirse en buena forma física, tener hábitos de alimentación saludables. Incluye los indicadores: atención sanitaria, sueño, salud y sus alteraciones, actividades de la vida diaria, acceso a ayudas técnicas y alimentación”. (Verdugo et al. 2013, p. 447)



Se refiere que, si el ser humano no se siente en óptimas condiciones de salud física, es difícil que alcance tener un bienestar emocional y social y, por lo cual, una calidad de vida deseada.

- Bienestar Social - Relaciones interpersonales

“Es aquello que una persona consigue hacer, ser o estar y que es fundamental tanto para su ser individual como para su implicación recíproca con la sociedad” (Actis Di Pasquale, 2015, p. 20).

En este sentido se refiere a las relaciones valiosas con la familia, así en este caso los integrantes del proyecto como; beneficiario, representantes del Núcleo Ejecutor, Personal del Núcleo Ejecutor, personal del PNVR, autoridades comunales y locales, aportando a la calidad de vida y satisfacción asociada a las relaciones interpersonales.

- Bienestar emocional

Es una “sensación de calma, seguridad, sin estrés ni nerviosismo. Se evalúa mediante los siguientes indicadores: Satisfacción, imagen de sí mismo y ausencia de estrés o sentimientos negativos”. (Verdugo et al., 2013, p. 447)

Es decir, se relaciona con la satisfacción, la felicidad, el bienestar general y la percepción de la consecución de objetivos y aspiraciones personales. También se incluyen las creencias relacionadas con la espiritualidad, es por ello que la salud emocional es considerada un ente muy importante para el desarrollo de la autoestima y autoaceptación sea apropiado con el medio físico y social para obtener la calidad de vida deseada.

## **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

### **Comunicación**

De manera esta manera afirma Pelayo (2001) la comunicación como trasvase de información de una máquina a otra. Se trata que, desde una fuente de información un



transmisor puede emitir una señal a través de un canal a un receptor que la convierta en un mensaje de codificable para un destinatario mediante un código (p. 11).

### **Estrategia**

Según el diccionario de la lengua española - RAE (2014), “es el arte de dirigir operaciones militares o en general el arte de dirigir un asunto”. En el contexto de un proceso regulable, se define como el conjunto de reglas, normas que aseguran el resultado óptimo de una decisión en todo momento.

### **Comunicación estratégica**

Es como un marco ordenador que integra los recursos de comunicación corporativa en un diseño de largo plazo, conforme a objetivos coherentes, adaptables y rentables para la empresa. (Garrido, 2017)

Procura delinear una sistema integrador, sinérgico y coherente a través del cual se articulan todas las comunicaciones de nivel táctico (Scheinsohn, 2009)

### **Incidencia**

Es una magnitud que cuantifica la dinámica de ocurrencia de un determinado evento en una población dada. generalmente, la población está conformada por personas y los eventos son enfermedades, pero esto es sólo uno de los posibles casos particulares. En ese sentido puede deducirse abstrayendo las particularidades que encierran las distintas medidas de incidencia que se definen en textos epidemiológicos. (Tapia Granados, 1994, p. 140)

### **Social**

En este sentido se comprende como lo relativo a la sociedad o a la realidad social. En lo esencial, una de las dimensiones de la persona, concebida como un “ser en relación” o un “ser de relaciones”. Se refiere a la capacidad de la persona para establecer relaciones





consigo misma, y con su entorno. De cualquier proceso que apunte a fomentar el desarrollo de la persona.(Aldana, 2008, p. 66).

### **Calidad de Vida**

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) definió la salud como el completo bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedad. Este término ha evolucionado desde una definición conceptual hasta una serie de escalas que permiten medir la percepción general de salud (Velarde-Jurado & Avila-Figueroa, 2002, p. 350).



## CAPITULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. UBICACIÓN

- Localidad y/o CC.PP. PANTIHUECO A Y PANTIHUECO B
- Distrito: ILAVE
- Provincia: EL COLLAO
- Departamento: PUNO

#### Vías de acceso

DE	HASTA	TIPO DE VIA	DISTANCIA
PUNO	ILAVE	ASFALTADA	54.0 km
ILAVE	RIO ZAPATILLA (PUENTE)	ASFALTADA	9.40 km
RIO ZAPATILLA (PUENTE)	C.C.P.P. PANTIHUECO MUNICIPIO	TROCHA	5.42 km
C.C.P.P. PANTIHUECO	(ALMACÉN CENTRAL)	TROCHA	0.20 km
(ALMACÉN CENTRAL)	A PUNTO DE CARRETERA (VIVIENDAS)	TROCHA	0.87 Km (prom.)

##### 3.1.1. Localización y entorno

Los centros poblados del proyecto están ubicados en el distrito de Ilave, provincia de El Collao, departamento de Puno. La altura promedio de la zona es 3889 m.s.n.m. y la actividad principal es la agricultura, aunque la misma es para el auto sostenimiento de los pobladores, a su vez, se practica la ganadería con similar alcance.

La vía de acceso a los Centros Poblados es a través de una trocha que nace del desvío del río Zapatilla, y se bifurca hacia los Centros Poblados de Pantihueco A y B del proyecto (3889 m.s.n.m.).



### **3.1.1.1. Terreno**

El relieve del área a intervenir es irregular, sin embargo, existen pendientes pronunciadas; gran parte del área tiene pendientes que oscilan entre el 6 – 10 %. El clima es frío, con especial agresividad por las noches. La flora natural existente se basa en: el Iru, el Ichu y la Ccoya, que le brindan el característico color verde alfombrado a toda su superficie propia de zona agrícola, en época de lluvias.

### **3.1.1.2. Clima**

En los Centros Poblados de Pantihueco A y B, y alrededores en el periodo de lluvia es nublado, el período de sequía es despejado y es seco durante el transcurso del año. Durante todo el año, la temperatura generalmente varía de  $-5^{\circ}\text{C}$  a  $16^{\circ}\text{C}$  y rara vez baja a menos de  $-10^{\circ}\text{C}$  o sube a más de  $18^{\circ}\text{C}$

## **3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación es cuantitativo y de tipo descriptivo. A su vez no experimental debido a que no influye en ninguna de las variables con el objetivo de ver su estado actual.

Para la parte cuantitativa de la investigación, hay que operacionalizar las preguntas de investigación convirtiéndolas en indicadores, y seleccionar la muestra que proporcionen la información buscada.

Como dice Hernández et al. (2010) “la investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre las variables se realizan sin intervención o influencia directa”(p. 150).

## **3.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para Novoa (2017) la investigación cuantitativa:



“Es aplicada al campo social, asume una concepción de la realidad constante y adaptable en el tiempo, por otra parte, contribuye a establecer una posición objetiva del investigador, demostrando relaciones entre causas-efectos entre variables, orientando su actividad desde lo particular a lo general en torno al planteamiento del problema y la hipótesis formulada”(p. 14).

La investigación se elaboró bajo el enfoque cuantitativo. Para el autor el enfoque cuantitativo que utiliza para la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con la finalidad de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

### **3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

En este sentido Tamayo (2004), considera que “la investigación descriptiva; comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. Es decir, la investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta de los mismos”.

Ahora bien, tomando en cuenta la idea del autor, considera como una investigación de tipo descriptiva debido a que se investiga la variable objeto de estudio y las estrategias comunicacionales que inciden en los beneficiarios del proyecto en mención. Es decir, los datos esperados se distribuyen en la tabla, con los porcentajes correspondientes para cada variable.

### **3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.5.1. Población**

La población se define como un conjunto de unidades infinito o finito de sujetos que son parte de proceso de estudio.

Para Arias Gonzáles & Covinos Gallardo (2021);



La población finita, es cuando se conoce la cantidad de sujetos que integran la población y la población infinita que es cuando no se tiene el dato exacto acerca de la cantidad de sujetos de la población, o también se denomina población infinita cuando existen más de cien mil sujetos que conforman la población (p. 113).

En todo caso, la población se refiere a la totalidad de unidades a analizar, considerado como el universo por el investigador.

Por esta razón, la población de estudio para la presente investigación está compuesto por 81 beneficiarios del proyecto, porque son la totalidad de unidades a analizar.

### **3.5.2. Muestra**

Es un grupo de sujetos tomados de la población para estudiar un fenómeno estadístico. La muestra es la que puede identificar el problema; ya que es capaz de generar los datos con los que identificaron los errores del proceso.

La muestra es un subgrupo de la población, según (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018), considerado como una parte representativa de la población o el universo, los datos recolectados serán obtenidos de la muestra y la población se perfila desde la situación problemática de la investigación.

#### **3.5.2.1. Muestra censal**

Se denomina, porque se selecciona el 100% de la población, lo que se considera un número manejable de personas.

En este sentido Tamayo (2004), “la muestra intencional o de expertos ocurre cuando el investigador selecciona los elementos o unidades de población que a su juicio son representativos. Estas muestras son útiles y válidas cuando el objetivo del estudio así lo requiere”. (p. 153). Considerándose como una muestra de tipo censal.



En el muestreo censal, se recogen datos de todas las unidades de la población sobre las preguntas, bloques, que son objeto del censo. Los datos se recogen en una muestra que representa a toda la población, ya que ésta es pequeña y finita.

Para el presente trabajo de investigación se tomó en cuenta el 100% de la población que representa 81 beneficiarios del proyecto.

### **3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.6.1. Técnicas**

La técnica es un medio para obtener la información, según Vines & Franco (2020) refiere que es el conjunto de pautas e instrucciones que le permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación.

Se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento. Fue aplicado a los beneficiarios del proyecto de “Mejoramiento de Vivienda Rural en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, Distrito de Ilave, Provincia de El Collao, Departamento de Puno-2020”.

##### **3.6.1.1. Encuesta**

Es una técnica de recolección de datos que se usa, como instrumento con preguntas previamente seleccionadas, estructurado de acuerdo a los objetivos planteados y que recoge información para ser tratada estadísticamente, desde la perspectiva de Vines & Franco (2020), “es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Además, es impersonal porque el cuestionario no pide nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no es necesario esos datos”. (p. 35)

Para el proceso de recolección de datos se aplicaron las encuestas a los 81 beneficiarios del proyecto de Mejoramiento de vivienda rural en los centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, con un cuestionario de 21 preguntas.

### **3.6.2. Instrumentos**

Son aquellos instrumentos de investigación que han sido validados en diferentes investigaciones, por lo cual no requieren que se efectúe ninguna otra prueba de validez y de confiabilidad. Tal como lo indica Vines & Franco (2020), “el instrumento es el mecanismo que utiliza el investigador para recolectar y registrar la información”.

#### **3.6.2.1. Cuestionario**

Es un instrumento de recolección de datos utilizados durante el proceso de investigación, tal como lo afirma Arias González & Covinos Gallardo (2021);

Consiste en una serie de preguntas presentadas y enumeradas con respectivas posibles respuestas que el encuestado debe responder. No existen respuestas correctas o incorrectas, todas las respuestas llevan a un resultado diferente y se aplican a una población conformada por personas.(p. 82)

La finalidad del cuestionario es obtener información de manera sistemática y ordenada, respecto a lo que las personas, hacen, opinan, piensan, sienten, esperan, desean, aprueban o desaprueban respecto del tema objeto de investigación.

Para valorar la variable 1 sobre la comunicación estratégica para la incidencia social se tomó en cuenta nueve ítems y la variable 2 de calidad de vida contiene 09 ítems. Asimismo, se consideró de manera introductoria 03 ítems sobre algunas características de la población. El instrumento de medición que se utilizó fue el cuestionario de tipo cerrado, con 21 preguntas establecidas. (Ver anexo N° 02: cuestionario)

De tal forma para la variable 1 Comunicación estratégica para la incidencia social y la variable 2 Calidad de vida, se calificó a través de una escala Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni en desacuerdo ni de acuerdo (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5).

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al concluir con la aplicación del instrumento de recolección de información, se procedió a tabular ordenadamente los resultados de la encuesta aplicada directamente a los beneficiarios del proyecto; “Mejoramiento de Vivienda Rural en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, Ilave - El Collao – Puno”.

Una vez procesado la información, obtenida mediante el cuestionario, aplicado a los beneficiarios del Proyecto, los resultados son los siguientes.

#### 4.1. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En las tres primeras tablas, se procederá a presentar información de algunas características de los pobladores encuestados, que permitirán contextualizar en la explicación de los tres ítems de la discusión e interpretación de los resultados:

Tabla 1

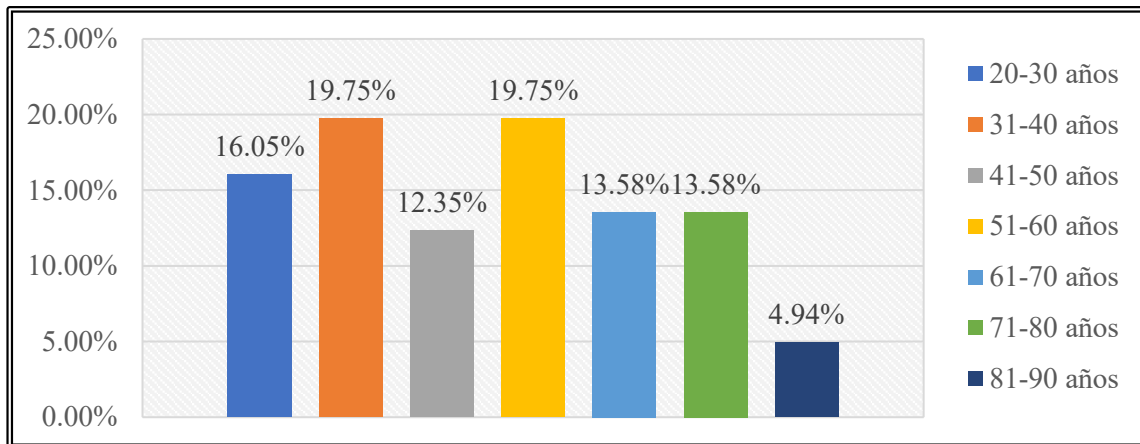
*Edad de los beneficiarios.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
20-30 años	13	16.05%
31-40 años	16	19.75%
41-50 años	10	12.35%
51-60 años	16	19.75%
61-70 años	10	12.35%
71-80 años	12	14.81%
81-90 años	4	4.94%
Total	81	100.00%



Figura 1

*Edad de los beneficiarios.*



En la Tabla N°1 y la Figura N°1, del 100% de población encuestada se halló que el 19,75% de las personas tienen entre 31 a 40 años, al igual que de 51 a 60 años. Entendiéndose ambos grupos de pobladores como los más necesitados de la intervención social. Los beneficiarios jóvenes como familia, también representan un considerable 16,05% en el rango de 20 a 30 años de edad. Si se suma los rangos de edades de 61 a 70, de 71 a 80 y de 81 a 90 años, representan casi el tercio de la población beneficiada, siendo la tercera edad un grupo familiar que ha sido considerado por el proyecto.

Tabla 2

*Sexo de los beneficiarios.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	29	35.80%
Masculino	52	64.20%
Total	81	100%

Figura 2

*Sexo de los beneficiarios.*



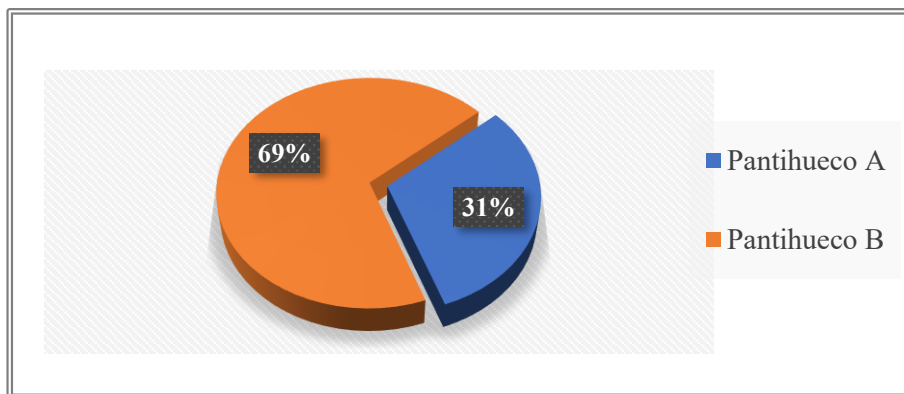
De la tabla N°2 y figura 2, del 100% de la población encuestada, el 64.20% representa a pobladores de sexo masculino y el 35.80% al de sexo femenino, lo que implica que han sido considerados como jefes de familia en esas proporciones, sin embargo, teniendo en cuenta la zona rural, es un tercio de mujeres que representan a sus familias en la intervención, lo que implica un protagonismo importante de las beneficiarias de la zona.

Tabla 3

*Participación por Centro Poblado*

Centro Poblado	Beneficiarios	Porcentaje
Pantihueco A	25	30.86%
Pantihueco B	56	69.14%
Total	81	100.00%

*Participación por Centro Poblado*



En la Tabla N°3 y la Figura N°3, del 100% de la población encuestada del proyecto de investigación, la mayor parte de los encuestados son del Centro poblado de Pantihueco B con un 69 % que consta de 56 beneficiarios de los cuales, (34 son varones y 22 mujeres), mientras que en el Centro Poblado Pantihueco A, cuenta con 31 % que consta de 25 beneficiarios de los cuales 18 son varones y 07 son mujeres.

**4.1.1. Comunicación Estratégica de información en los beneficiarios del proyecto**

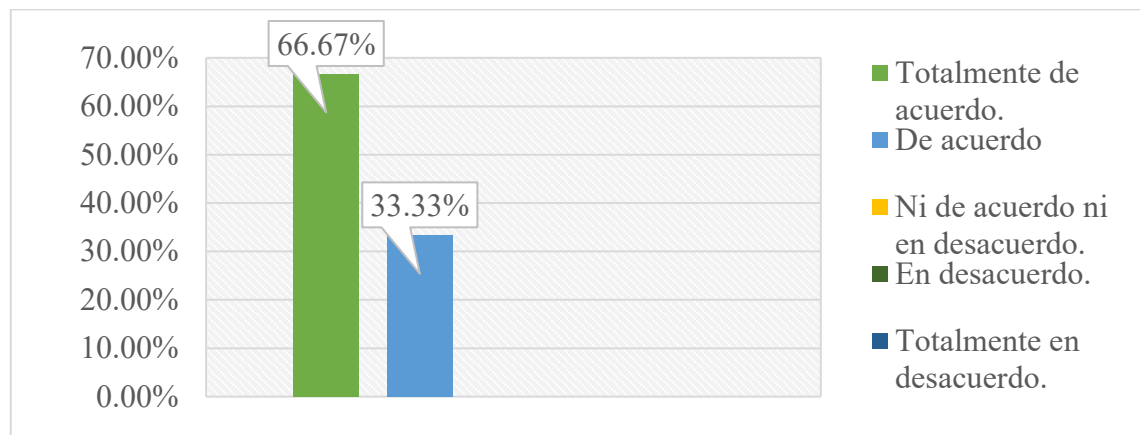
Tabla 4

*Satisfacción con la información que se proporcionó sobre los objetivos y fines del PNVR.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	54	66.67%
De acuerdo	27	33.33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	0	0.00%
En desacuerdo.	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 4

*Satisfacción con la información que se brindó sobre los objetivos y fines del PNVR*



En la Tabla N°4 y Figura N°4, del 100% de la población encuestada, se observa que el 66.67%, opina que están totalmente de acuerdo con la información que proporcionó el Personal del Núcleo Ejecutor respecto a los objetivos y fines del Programa Nacional de Vivienda Rural, mientras que el 33.33% está de acuerdo. Por consiguiente, se deduce que la población beneficiaria recibió sin interferencias comunicacionales el tema tratado respecto del proyecto Sumaq Wasi.

El Programa Nacional de Vivienda Rural, a través de Personal del Núcleo Ejecutor del Proyecto, brindó asistencia técnica y social a los beneficiarios mediante reuniones, talleres, visitas domiciliarias y consejería personalizada, utilizando diferentes herramientas de comunicación. La información fue proporcionada a los beneficiarios para que conozcan los objetivos y beneficios del proyecto. Durante el proceso de ejecución del proyecto se tuvieron algunas dificultades con las personas adultas por el uso del idioma de la zona, sin embargo, los capacitadores de los RNE estaban capacitados para traducir, lo que también coadyuvó a que la información haya llegado con claridad.

La información puede transmitirse de varias formas. La estrategia de información es el “proceso comunicacional centrado en el registro de cómo opera el dato. Aporta a la transferencia” (Massoni, 2013). El propósito principal de esta estrategia es transmitir un



mensaje a los beneficiarios del proyecto acerca de los objetivos, beneficios y otros aspectos de importancia del Proyecto de Mejoramiento de Vivienda Rural a través del Programa Nacional de Vivienda Rural.

E Programa Nacional de Vivienda Rural, tiene la obligación que sus informaciones lleguen y sensibilicen a los beneficiarios. Así está establecido en la Guía de gestión social del Núcleo Ejecutor, que según la RD 129-2017-PNVR manifiesta que: “tiene como objetivo sensibilizar a las familias beneficiarias para que participen activamente en las actividades programadas en los Centros Poblados que intervienen el personal capacitado explica claramente a las familias participantes el objetivo del Programa Nacional de Vivienda Rural y la modalidad de intervención, información acerca del Proyecto de Mejoramiento de Viviendas Rurales bajo la modalidad de Núcleo Ejecutor”. Este aspecto, también ayudó a que los jefes de familia hayan sido informados de la mejor manera.

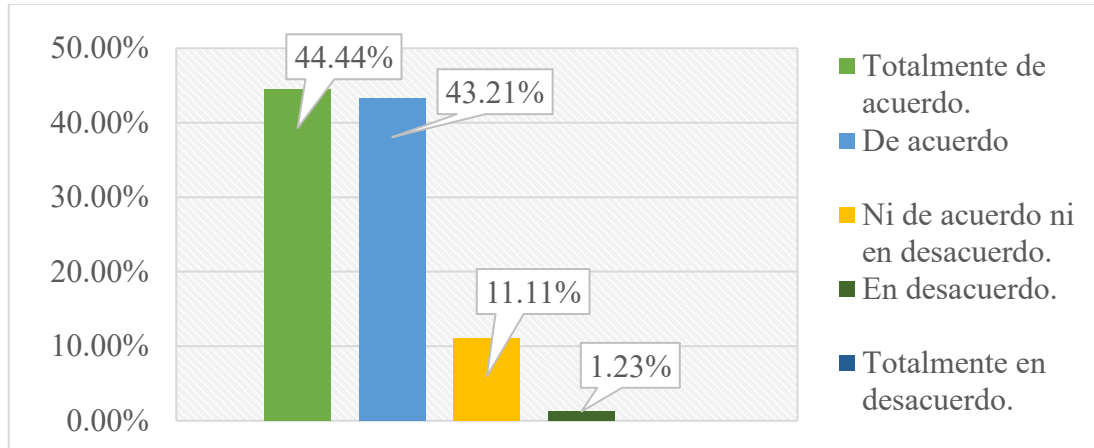
Tabla 5

*Satisfacción con la información que proporcionó el PNE sobre las rendiciones de cuentas realizadas.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	36	44.44%
De acuerdo	35	43.21%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	9	11.11%
En desacuerdo.	1	1.23%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 5

*Satisfacción con la información que proporcionó el PNE sobre las rendiciones de cuentas realizadas.*



A pesar que los dos primeros indicadores (44.44% totalmente de acuerdo, y 43.21% de acuerdo) suman un porcentaje satisfactorio y considerable, en la tabla y figura se observa un porcentaje que no entiende las rendiciones de cuenta o que no estén satisfechos con las rendiciones de cuentas. El 11% se muestra indiferente ante tal acto. En un proyecto de intervención siempre existirá descontento de parte de los beneficiarios, pero en este caso el porcentaje no es muy elevado que pueda generar preocupación, sin embargo, es importante tener en cuenta en futuras intervenciones.

Las Rendiciones de cuentas ejecutadas por el personal del Núcleo Ejecutor y los Representantes de Núcleo Ejecutor, se han realizado mensualmente y han consistido en dar a conocer a los beneficiarios los avances financieros, físicos y sociales; a través de papelógrafos, carteles y proyector multimedia. En el proceso de rendición hubo algunas disconformidades, pero se esclareció detalladamente haciendo uso del idioma aymara. Es lo que se puede reflejar en los resultados de la tabla. A pesar de los esclarecimientos, siempre quedará beneficiarios inconformes.

La estrategia informativa “comprende el campo de los procesos reales y la descripción de datos homogéneos y correspondencias cuantitativas centrándose en los



mensajes y su distribución. Esta estrategia da cuenta de la comunicación como un proceso de transmisión de información con una finalidad establecida” (Massoni, 2013). En este caso, el objetivo de las rendiciones de cuentas era informar a la población beneficiaria acerca de los gastos realizados de acuerdo al mes de ejecución.

Al respecto el Programa Nacional de Vivienda Rural, por medio de la RD 129-2017-PNVR y la Guía de gestión social del Núcleo Ejecutor, establece que:

La rendición de cuenta mensual se refiere a los gastos incurridos en la ejecución de obra; realizada por los Representantes del Núcleo Ejecutor y el Personal del Núcleo Ejecutor. El informe de rendición de cuentas contiene los procesos de adquisiciones, estado de las cuentas bancarias y los gastos incurridos en el periodo del informe y publicaran los resúmenes del estado financiero y manifiesto de gastos, en lugares visibles y de fácil acceso, debiendo permanecer en el lugar hasta que se reemplacen por los siguientes, suscribiéndose el acta de Rendición Mensual.

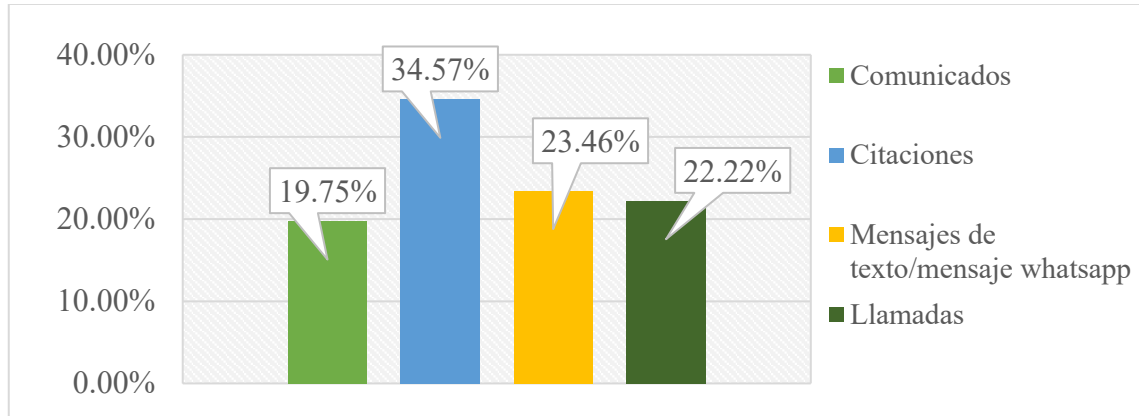
Tabla 6

*Medios de comunicación por el que se informaron para acudir a los talleres de capacitación que realizó el PNE*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Comunicados	16	19.75%
Citaciones	28	34.57%
Mensajes de texto/mensaje WhatsApp	19	23.46%
Llamadas	18	22.22%
Total	81	100.00%

Figura 6

*Medios de comunicación por el que se informaron para acudir a los talleres de capacitación que realizó el PNE*



De la tabla y figura 6 se puede discernir que es variado las respuestas en torno a la forma cómo se les hizo recuerdo para asistir a las capacitaciones. Sin embargo, considerando que el 52 por ciento de los encuestados está dentro de 41-90 años, las citaciones y comunicados siguen siendo útiles en la zona rural, a pesar de la existencia de la tecnología. Los más jóvenes, que representan el 29 por ciento son los que tienen mayor destreza para utilizar los medios de comunicación digital como son los mensajes de texto, mensajes de WhatsApp y llamadas de voz. Por lo que, se concluye que es necesario emplear medios de comunicación de acuerdo a la edad de la población intervenida.

La estrategia de comunicación aplicada a los beneficiarios para el proceso de convocatoria a los talleres y charlas fue la informativa. Consistió en utilizar medios impresos (citaciones y comunicados), medios alternativos y digitales (WhatsApp, mensajes de texto y llamadas de celular). El objetivo fue persuadir a los beneficiarios para que no se olviden de estar presentes en las charlas y talleres programados por el proyecto.

Los medios impresos y gráficos, son materiales que usan texto son muy útiles cuando se quiere informar a la gente sobre actividades a desarrollarse y para



proporcionar conocimientos técnicos sobre temas específicos (Massoni et al., 2013).

La citación es un papel impreso, normalmente de la mitad del tamaño de una hoja, que se distribuye directamente a los beneficiarios y en el que se anuncia la actividad de sensibilización a desarrollarse, mencionando el lugar, tiempo y hora. Es corto y conciso en su mensaje. Sin embargo, el comunicado es aglutinado en lugares más concurridos por los beneficiarios y difundido por los medios masivos de la zona.

Los medios alternativos y digitales se utilizan de acuerdo a la segmentación de la población beneficiaria, de ahí la importancia de la personalización de la información, debido a que los más adultos y beneficiarios de la tercera edad, no cuentan con un aparato de celular. Y si los tuvieran el uso es limitado.

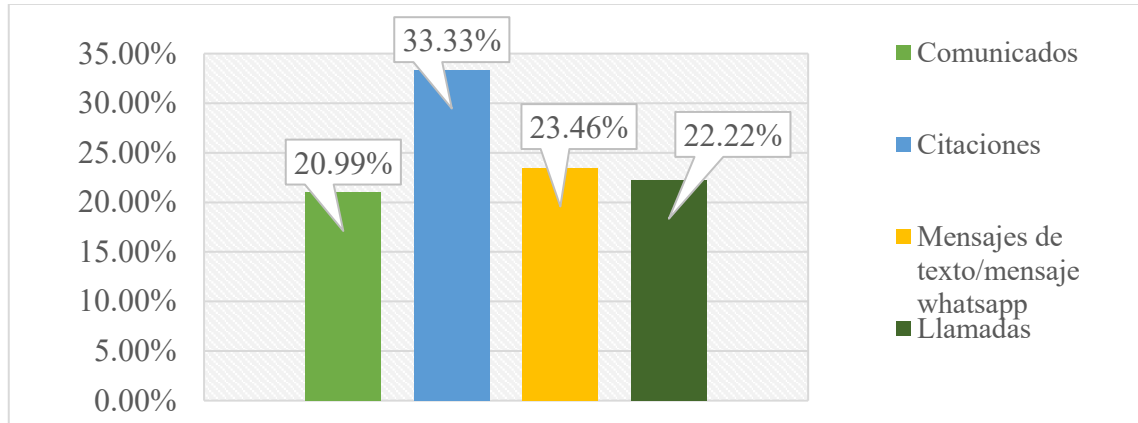
Tabla 7

*Medios de comunicación que se utilizaron para convocar a las rendiciones de cuentas del PNVR*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Comunicados	17	20.99%
Citaciones	27	33.33%
Mensajes de texto/mensaje WhatsApp	19	23.46%
Llamadas	18	22.22%
Total	81	100.00%

Figura 7

*Medios de comunicación que se utilizaron para convocar a las rendiciones de cuentas del PNVR*



Como se observa en la Tabla N°7 y la Figura N°7, del 100% de la población encuestada, el 33.33% afirmó que el medio de información por el cual se enteraron para participar en las rendiciones de cuentas, fue la citación. Por otra parte, el 23.46% expresó que se informó a través de mensajes de textos y/o mensajes de whatsapp, el 22.22% de las personas encuestadas indicaron que se enteraron por llamadas de voz, es decir recibieron llamadas telefónicas a sus respectivos celulares móviles. Por último, el 20.99% indica que el medio de información por el cual se les convocó a las rendiciones de cuentas fue el comunicado.

Para las actividades de rendición de cuentas, el personal y Representantes del Núcleo Ejecutor, realizaron la difusión de dicho evento; por estrategias de comunicación – informativa, medios impreso volantes (citaciones y comunicados), medios alternativos y digitales (correo electrónico, WhatsApp, mensajes de texto y llamadas de celular), estos medios de comunicación son usados para llegar a un gran número de beneficiarios, y es importante implementar estrategias y herramientas de comunicación, según las características de la población intervenida y de las condiciones socioculturales de la zona.

La estrategia de información en este estudio está conformada por medios impresos y gráficos, son materiales que usan cuando se quiere informar a la gente sobre eventos y para proporcionar conocimientos técnicos sobre temas específicos (Massoni et al., 2013). Mientras las citaciones son distribuidas directamente a los beneficiarios y difusión de comunicados, en el que se anuncia asistir a la rendición de cuentas del proyecto, de acuerdo al cronograma establecido.

Las nuevas tecnologías han dado lugar a la sociedad de la información, estos medios escritos, alternativos y digitales se utilizan de acuerdo al tipo de población beneficiaria, de ahí la importancia de la personalización de la información por los medios digitales.

#### **4.1.2. Comunicación estratégica de participación en los beneficiarios del proyecto**

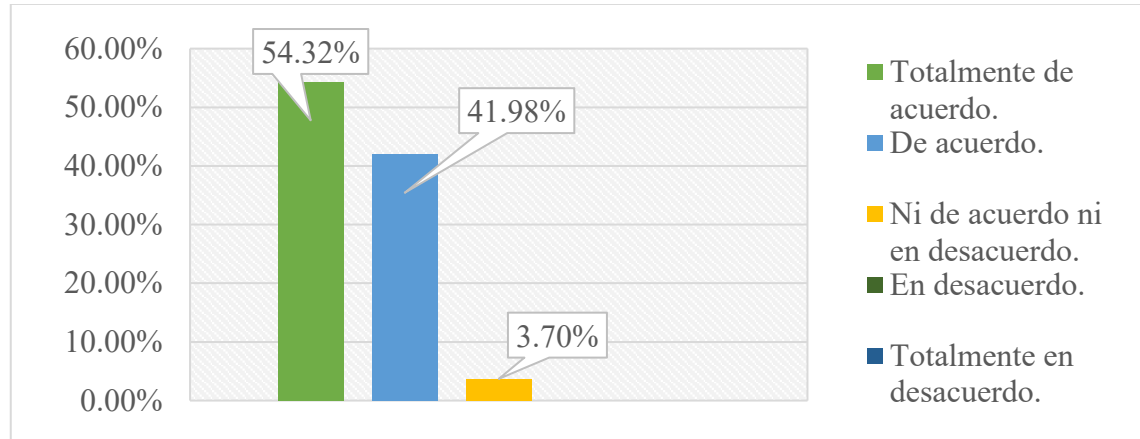
Tabla 8

*Satisfacción con las capacitaciones que hizo el PNE del Programa Nacional Vivienda Rural.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	44	54.32%
De acuerdo.	34	41.98%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	3	3.70%
En desacuerdo.	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 8

*Satisfacción con las capacitaciones que hizo el PNE del Programa Nacional Vivienda Rural.*



En la tabla N°8 y figura N°8, la población encuestada indica que el 54.32% y 41.98% está totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente. Mostrando su satisfacción con las diversas capacitaciones que se dieron por parte del Personal del Núcleo Ejecutor del Programa Nacional de Vivienda Rural. El temario de las capacitaciones ha estado enfocado en mejorar sus condiciones de vida familiar a través del proyecto. Un mínimo porcentaje ha mostrado su indiferencia o disconformidad frente a la capacitación. Se tiene conocimiento que las capacitaciones también han sido en el idioma aimara, lo que sin duda ayuda mucho en una percepción positiva de parte de los beneficiarios.

El Personal del Núcleo Ejecutor realizó talleres de capacitación que se denominaron de inducción y orientación para la buena gestión del proyecto. Para el desarrollo de los talleres de capacitación se utilizaron estrategias de información de ayuda audiovisual como el video y folletos ilustrativos, a través de talleres, charlas y consejería. La participación de los beneficiarios en las actividades planificadas ha sido muy importante y por eso que se logró en parte el fortalecimiento de capacidades humanas de los jefes de familia y de los integrantes del Núcleo Ejecutor del Proyecto.



En cuanto a la capacitación, se trata de un proceso de comunicación que facilita la interacción con los beneficiarios y, por tanto, contribuye al fortalecimiento de capacidades. De acuerdo con Massoni et al. (2015) en relación con el procesamiento de la información de la dimensión interaccional, manifiesta que los informes están orientados a dar cuenta de la correlación de procesos y productos comunicacionales en los distintos espacios (cursos, charlas, reuniones, visitas domiciliarias seminarios).

Las estrategias de capacitación requieren la participación conjunta de los involucrados (PNE, RNE, integrantes del NE y la comunidad), para generar aprendizaje, adquirir habilidades y lograr el cambio en sus condiciones de vida.

Asimismo, el PNVR mediante la RD 129-2017-PNVR Guía de gestión social del Núcleo Ejecutor, considera que: Los talleres de capacitación son destinados a fortalecer capacidades de los beneficiarios, que contribuyan a la ejecución participativa, eficiente, eficaz y transparente en la ejecución de mejoramiento de la vivienda rural mediante la modalidad de núcleos ejecutores que financia el Programa Nacional de Vivienda Rural.

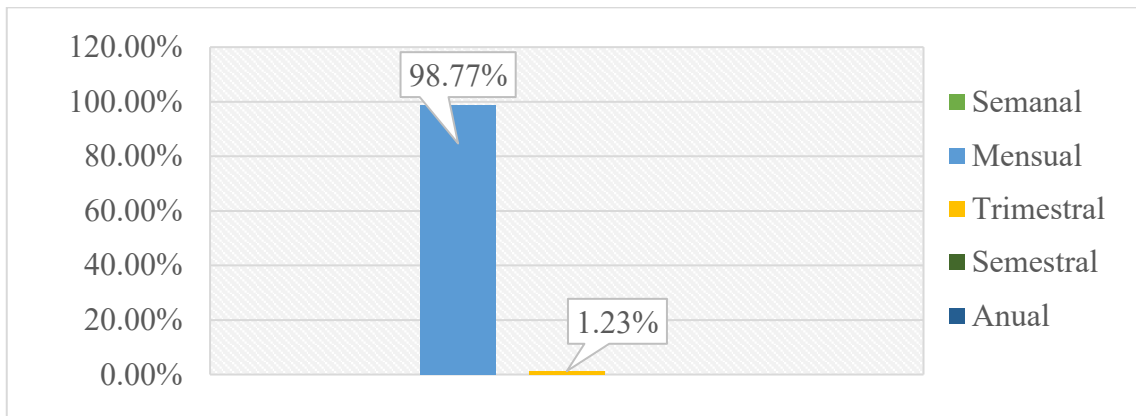
Tabla 9

*Frecuencia de participación en las actividades de las capacitaciones y sensibilizaciones*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	0	0.00%
Mensual	80	98.77%
Trimestral	1	1.23%
Semestral	0	0.00%
Anual	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 9

*Frecuencia de participación en las actividades de las capacitaciones y sensibilizaciones*



En la tabla N°9 y la figura N°9, del 100% de la población encuestada, indica que el 98.77% tiene una participación mensual, sobre todo en los talleres de capacitación dados por el Programa Nacional de Vivienda Rural. Solo el 1.23% afirmó que participó de manera trimestral. Según el proyecto, las reuniones de trabajo se deben de realizar en forma mensual, lo que implica que los beneficiarios han cumplido con esa participación en casi el ciento por ciento.

Los talleres de capacitación se realizaron según a la RD 129-2017-PNVR “Guía de gestión social del NE”, los beneficiarios son conocedores de las actividades programadas de manera mensual durante el proceso de construcción del proyecto de Mejoramiento de vivienda rural.

La frecuencia es el número de veces que se realiza una actividad en un periodo de tiempo determinado, en este caso se realizaron actividades de sensibilización y capacitación mensualmente, tomando en cuenta, que la población beneficiaria tiene labores diarias que cumplir. Probablemente esta sea la característica más difícil de satisfacer, ya que requiere dedicar una cierta cantidad de tiempo para su realización; interrumpiendo o cancelando otras actividades diarias.

El PNVR ratifica que los Representantes del Núcleo Ejecutor y el Gestor Social, son los organizadores de las actividades de sensibilización, convocando de manera mensual a los beneficiarios del proyecto, según al plan de trabajo del componente social y Guía de Gestión Social del NE. Se desarrollaron talleres de capacitación sobre el “Rol del Núcleo Ejecutor en la gestión del proyecto, compromisos y aportes”, “Mi vivienda saludable”, “Mantenimiento y uso apropiado del módulo habitacional”, “Vigilancia Ciudadana” y la retroalimentación de algunos temas que fueron considerados importantes.

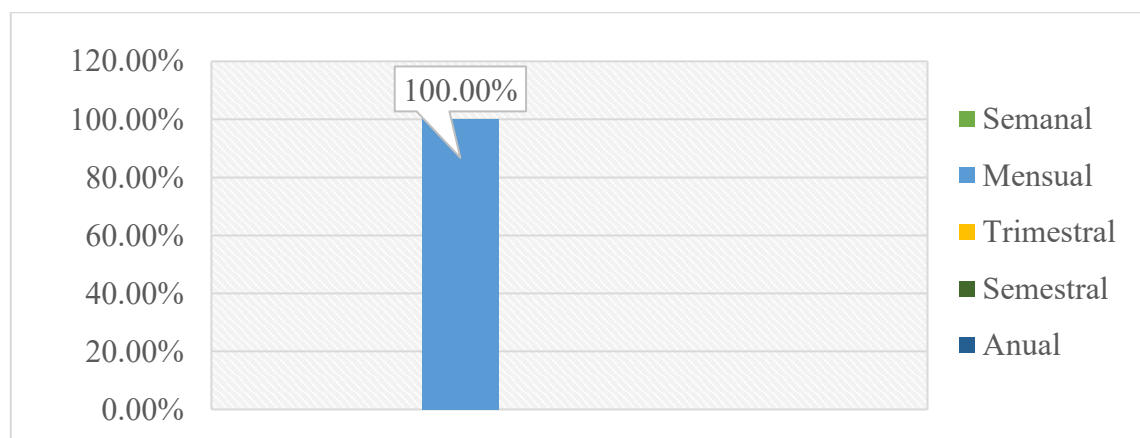
Tabla 10

*Frecuencia de sesiones informativas de rendición de cuentas*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	0	0.00%
Mensual	81	100.00%
Trimestral	0	0.00%
Semestral	0	0.00%
Anual	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 10

*Frecuencia de sesiones informativas de rendición de cuentas*





En la tabla N°10 y Figura 10, del 100% de la población encuestada, se observa que el 100% de la población encuestada afirma que participaron de manera mensual en la información de rendiciones de cuentas. La participación de la población beneficiaria fue activa respecto de la situación financiera del proyecto. Además, que existe interés de parte de los beneficiarios en conocer de cómo se está invirtiendo en el proyecto del cual es beneficiario.

Las sesiones informativas de rendición de cuentas que realizaron el Personal y Representante del Núcleo Ejecutor, se ejecutaron de manera mensual, según la R D. 010-2015 “Guía de ejecución y liquidación de proyectos financiados a través del Programa Nacional de Vivienda Rural bajo la modalidad de Núcleos Ejecutores”. El Núcleo Ejecutor, dentro de un plazo máximo de siete (07) días calendario posteriores a cada mes de ejecución de la intervención, deben presentar al Programa Nacional de Vivienda Rural, la rendición de cuentas mensuales de ejecución física y financiera, adjuntando el sustento documentario pertinente. (p. 11)

Los Representantes del Núcleo Ejecutor y el Residente obra, en asamblea de beneficiarios del proyecto de manera mensual son convocados, rinden sobre los gastos incurridos, publican y distribuyen los resúmenes del estado financiero en lugares visibles y de fácil acceso. Asimismo, se suscribe el acta de rendición mensual. El gestor social apoyará en la convocatoria a través de (citaciones y/o comunicados) y participar en la asamblea. RD. 010-2015-VIVIENDA/VMVU/PNVR.



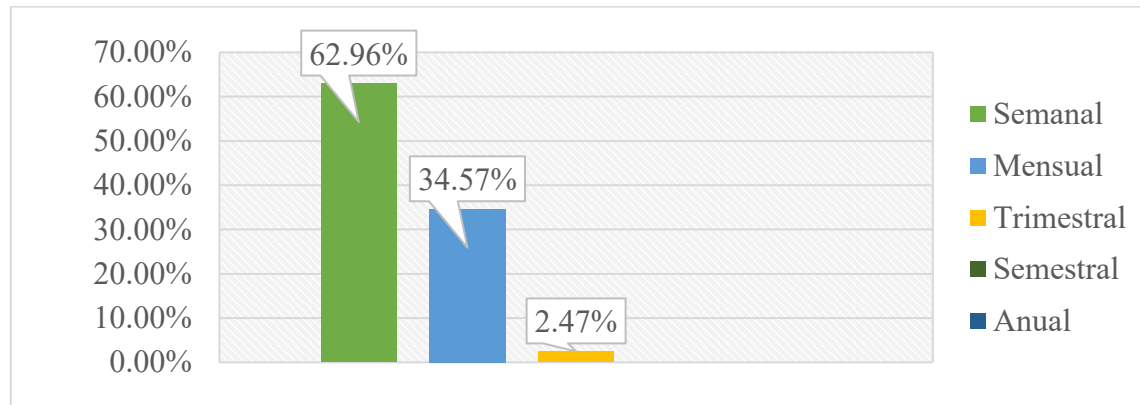
Tabla 11

*Frecuencia de visitas domiciliarias por el Personal del Núcleo Ejecutor*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	51	62.96%
Mensual	28	34.57%
Trimestral	2	2.47%
Semestral	0	0.00%
Anual	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 11

*Frecuencia de visitas domiciliarias por el Personal del Núcleo Ejecutor*



En la tabla N°11 y la figura N°11, del 100% de la población encuestada, se observa que el 62.96% de la población encuestada afirmó que el Personal del Núcleo Ejecutor, hizo visitas domiciliarias de forma semanal a los beneficiarios del Proyecto, en tanto el 34.57% de la población señala que las visitas domiciliarias fueron mensualmente, mientras que el 2.47% de la población beneficiaria menciona que las visitas domiciliarias fueron realizadas trimestralmente. Fue una incidencia favorable y los promotores tuvieron que desplazarse de un lugar a otro. Una visita siempre es gratificante para cualquier persona.

Las visitas domiciliarias son parte de las actividades de reforzamiento e inicialmente estaban previstas para los adultos de 60 a 90 años, sin embargo, siendo una técnica importante se aplicó a todos los beneficiarios.

Las actividades que realizan el personal del NE, es con el objetivo de desarrollar trabajos de capacitación, acompañamiento y seguimiento a la familia del Núcleo Ejecutor, monitoreando el mantenimiento y uso adecuados de los espacios de la vivienda rural. RD. 129-2017-VIVIENDA/VMVU/PNVR “Guía de Gestión Social del Nucleo Ejecutor”.

Desde la perspectiva de Jenatsch & Bauer (2016) refiere que las visitas domiciliarias son del personal capacitado a beneficiarios, con la finalidad de fomentar el intercambio y aprendizaje informal, a través de relaciones personales con los integrantes, facilitando la gestión de nuevos conocimientos y promueven la aceptación espontánea de nuevas experiencias. Las visitas domiciliarias por el PNE y RNE, son provechosos para comprobar la realidad y fortalecer el diálogo con los beneficiarios del proyecto.

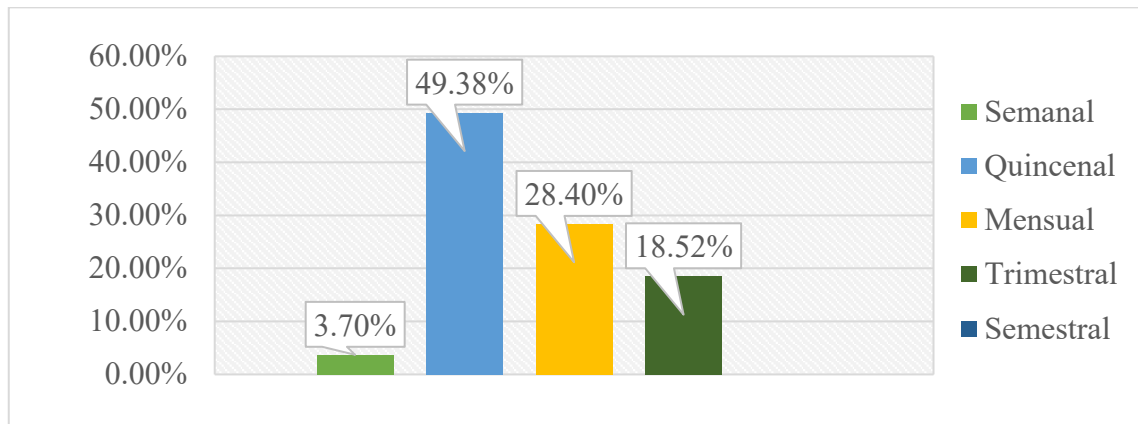
Tabla 12

*Frecuencia de participación en el cumplimiento de sus aportes y compromisos*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	3	3.70%
Quincenal	40	49.38%
Mensual	23	28.40%
Trimestral	15	18.52%
Semestral	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 12

*Frecuencia de participación en el cumplimiento de sus aportes y compromisos*



En esta tabla N°12 y la figura N°12, se observa que los beneficiarios sí han cumplido con sus aportes de manera diferentes en relación al tiempo. Casi el 50 por ciento de los pobladores han cumplido quincenalmente, mientras que los demás han realizado sus compromisos en un mes y en tres meses respectivamente. Solo un reducido grupo ha cumplido con sus compromisos semanales. El aporte y compromisos tienen que ver con la mano de obra no calificada. asimismo, entrega de terrenos completamente nivelados, excavación de zanjas y cumplir con el traslado de los materiales,

Los beneficiarios del proyecto, cumplen con la ejecución de sus aportes y compromisos, según al proceso de construcción del proyecto de mejoramiento de vivienda rural; para lo cual, el personal y Representantes del Núcleo Ejecutor realizan permanentemente el acompañamiento, monitoreo y seguimiento de los aportes (actividades de mano de obra no calificada).

Por su parte, el PNVR por medio de la RD 020-2021 Aprobación de la Directiva de Programa N° 002-2021 “Directiva de ejecución y liquidación de proyectos financiados a través del Programa Nacional de Vivienda Rural bajo la modalidad de Núcleos Ejecutores”, el aporte de los beneficiarios del Núcleo Ejecutor, es con mano de obra no calificada, mediante mecanismos de Ayni, faenas, etc. Para ello el Personal y los

Representantes del Núcleo ejecutor, realizan el seguimiento y monitoreo de dichas actividades para el cumplimiento oportuno de estas.

#### 4.1.3. Calidad de vida y comunicación estratégica en los beneficiarios del proyecto

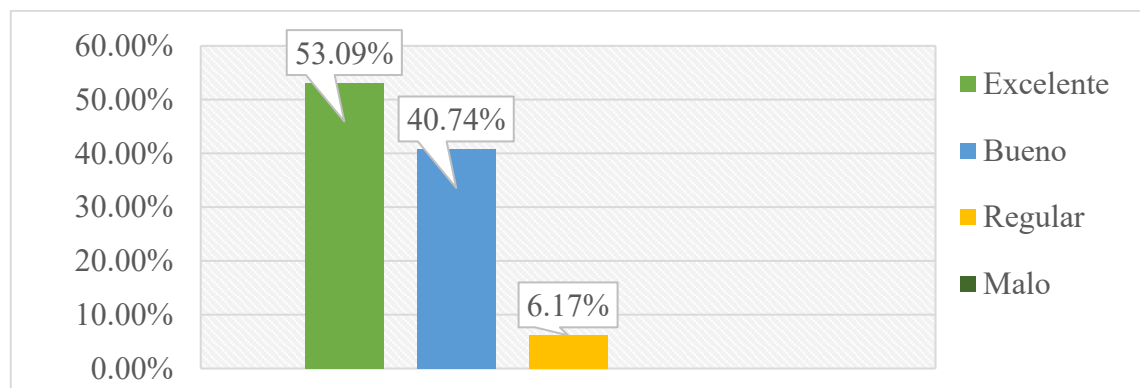
Tabla 13

*Calificación de la comodidad de la construcción de viviendas rurales Sumaq Wasi*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	43	53.09%
Bueno	33	40.74%
Regular	5	6.17%
Malo	0	0.00%
Deficiente	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 13

*Calificación de la comodidad de la construcción de viviendas rurales Sumaq Wasi*



En la tabla N°13 y la figura N°13, del 100%, la construcción de viviendas rurales Sumaq Wasi, es un proyecto social que viene ejecutando el Programa Nacional de Vivienda Rural, para reducir los casos de extrema pobreza, mejorando sus condiciones de vida, por ser una zona rural. Con respecto a calificación de la construcción de viviendas rurales, se observa que el 53.09% señala que es excelente, asimismo, un 40.74% afirman



que es bueno, mientras un 6.17% de la población encuestada califica de forma regular dicho proyecto. Llegando a concluir que los objetivos principales del Programa Nacional de Vivienda Rural, tiene una aceptación de más del 94% según la encuesta realizada. A pesar de los resultados favorables, se hace necesario fortalecer el trabajo coordinado y continuar implementando otras estrategias de comunicación.

Los beneficiarios del proyecto consideran la construcción de viviendas rurales, como excelente y bueno; que resalta la satisfacción, la tranquilidad y la comodidad de la vivienda rural que brinda el PNVR, ya que existen muy pocas instituciones u organizaciones del Estado que construyen viviendas en zonas rurales para familias que son considerados pobres y extremo pobre, que viven distanciados y aislados por las vías de comunicación, por ello, los beneficiarios se sienten reconocidos e integrados socialmente y no sólo han recibido una vivienda, sino, también han desarrollado sus capacidades. Además, se han compartido conocimientos sobre temas de salud, lo cual no es suficiente, pero al menos se han impartido conocimientos.

La calidad de vida se refiere a la sensación subjetiva de bienestar físico, psicológico y social. Incluye como aspectos subjetivos la intimidad, la expresión emocional, la seguridad percibida, la productividad personal y la salud objetiva (Ardila, 2003).

El Programa Nacional de Vivienda Rural realiza intervenciones de infraestructura social básica, que son las actividades para la ejecución de pequeñas obras, cuyo objeto es contribuir y satisfacer las necesidades básicas de la población rural en situación de pobreza y extrema pobreza, entre ellas las vinculadas al mejoramiento de vivienda social. (*Resolución Directoral N° 020-2021-VIVIENDA/VMVU-PNVR*, 2021, p. 8)

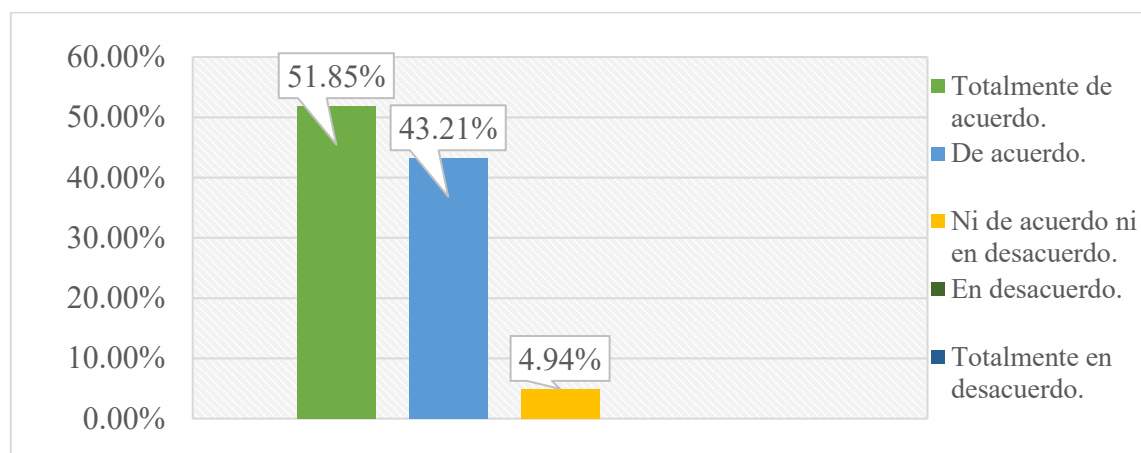
Tabla 14

*Las viviendas rurales mejoran la calidad de vida: reducción de casos de IRAS*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	42	51.85%
De acuerdo.	35	43.21%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	4	4.94%
En desacuerdo.	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 14

*Las viviendas rurales mejoran la calidad de vida: reducción de casos de IRAS*



En la tabla N°14 y la figura N°14, del 100% de la población encuestada, se aprecia que el 51.85% de la población afirma que está totalmente de acuerdo que las viviendas rurales Sumaq Wasi mejoran la salud y disminuyen los casos de IRAS (fiebre, congestión y secreción nasal, tos, dolor de garganta, dificultad para respirar), el 43.21% de la población encuestada se encuentra de acuerdo con la opinión que se ha reducido los casos de infecciones respiratorias. Finalmente, el 4.94% no se encuentra ni de acuerdo o desacuerdo, por lo que se concluye que más del 95% está de acuerdo con que se mejora la salud y reducen los casos de enfermedades, sin embargo, un porcentaje inferior al 5%



desconoce los beneficios de vivienda o el poco interés durante las actividades de sensibilización.

De acuerdo a los beneficiarios del proyecto de mejoramiento de vivienda rural, manifiestan que, en comparación con años anteriores, el número de casos de IRAS han reducido, esto se debe a los cambios brusco de temperatura en el traslado entre la vivienda rural y el área exterior donde realizan sus actividades desde muy tempranas horas de la mañana (5:00 am) o estando en el confort de su vivienda durante la noche.

Se puede determinar que, a pesar de haber mejorado la construcción de la vivienda por el Programa Nacional de Vivienda Rural, en el aspecto de salud sobre todo en las infecciones respiratorias agudas - IRAS, se ha reducido gradualmente, En los Centros Poblados de intervención del proyecto, el clima es frío en los meses de in invierno y en temporada de lluvia es nublado. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$  a  $16\text{ }^{\circ}\text{C}$  y a veces baja a menos de  $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$  o sube a más de  $18\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, las IRAs, “son una causa importante de infecciones de las vías respiratorias bajas; *Streptococcus pneumoniae* es la causa más común de neumonía extrahospitalaria en muchos países. Con todo, casi todas las infecciones respiratorias agudas son causadas por virus o por infecciones mixtas víricas y bacterianas. Las infecciones respiratorias agudas que pueden causar pandemias y representan un riesgo para la salud pública justifican la adopción de precauciones especiales y medidas de preparación”. (Organización Mundial de la Salud, 2020)

Según el *Centro de tratamiento de infecciones respiratorias agudas graves* (2020): Estas infecciones constituyen la causa principal de mortalidad y morbilidad por enfermedades infecciosas en el mundo. Cada año, mueren por

infecciones respiratorias agudas casi 4 millones de personas y el 98% de esas defunciones son causadas por infecciones de las vías respiratorias bajas.

Las bacterias son una causa importante de infecciones de las vías respiratorias bajas; *Streptococcus pneumoniae* es la causa más común de neumonía. Con todo, casi todas las infecciones respiratorias agudas son causadas por virus o por infecciones mixtas víricas y bacterianas. (p. 1)

La incidencia, distribución y desenlace de determinadas infecciones respiratorias agudas varían de conformidad con varios factores, como los siguientes: condiciones ambientales, como la presencia de contaminantes del aire, el hacinamiento, la humedad, la higiene, la estación del año y la temperatura; para transmitir la infección, el estado inmunitario de las personas, el estado nutricional, las infecciones anteriores o concurrentes con otros agentes de las enfermedades.

Tabla 15

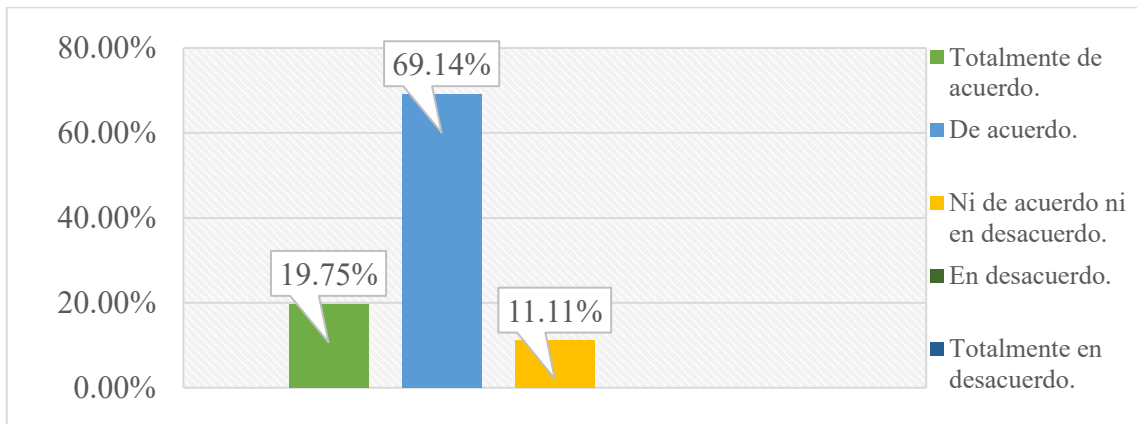
*Las viviendas rurales, mejoran la calidad de vida: reducción de casos EDAS*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	16	19.75%
De acuerdo.	56	69.14%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	9	11.11%
En desacuerdo.	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%



Figura 15

*Las viviendas rurales, mejoran la calidad de vida: reducción de casos EDAS*



En esta tabla N°15 y la figura N°15, del 100% de la población encuestada, sobre la salud del beneficiario en relación a los casos de enfermedades de infecciones diarreicas (diarrea, fiebre, dolor de estómago y malestar general) y respecto a las condiciones de su vivienda actual, considera que está totalmente de acuerdo y de acuerdo con un 69.14% y 19.75% respectivamente de la población encuestada.

Por otra parte, un 11.11% de la población tiene otra opinión: ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto conlleva a la falta de entendimiento por parte del beneficiario. Se concluye que la incidencia en la reducción de casos de enfermedades diarreicas agudas en los beneficiarios es mínima, porque existen otros factores que provocan las EDAS.

Las enfermedades más frecuentes en el sector rural son las enfermedades diarreicas agudas (EDAS), se refieren a las múltiples enfermedades que ha sufrido el beneficiario, antes de la construcción del módulo habitacional a través del Programa Nacional de Vivienda Rural. Haciendo un balance de la opinión de la población beneficiaria, los casos de enfermedades diarreicas agudas (EDAS) han bajado, y desde el punto de vista del hacinamiento, se puede interpretar que al contar con más espacio y distribuir de mejor manera la vivienda familiar, ayuda en este aspecto.



Se puede determinar que por más se realizaron mejoras en la vivienda por el Programa Nacional de Vivienda Rural, aun se tienen casos de enfermedades diarreicas agudas - EDAS, se reduce en lo mínimo, evidentemente porque en los Centros Poblados de intervención del proyecto, el clima durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$  a  $16\text{ }^{\circ}\text{C}$  y rara vez baja a menos de  $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$  o sube a más de  $18\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

Según la Organización Mundial de la Salud - OMS (2017), sostiene que las enfermedades diarreicas son la segunda mayor causa de muerte de niños menores de cinco años. Son enfermedades prevenibles y tratables.

Define como diarrea la deposición, tres o más veces al día (o con una frecuencia mayor que la normal para la persona) de heces sueltas o líquidas. La deposición frecuente de heces formes (de consistencia sólida) no es diarrea, ni tampoco la deposición de heces de consistencia suelta y “pastosa” por bebés amamantados.

La diarrea tiene un síntoma de una infección del tracto estomacal, que puede ser causada por diversos organismos bacterianos, víricos y parásitos. La infección se transmite por alimentos o agua de consumo contaminados y la higiene deficiente.

Las intervenciones destinadas a prevenir las enfermedades diarreicas, en particular el acceso al agua potable, el acceso a buenos sistemas de saneamiento y el lavado de las manos con jabón permiten reducir el riesgo de enfermedad.

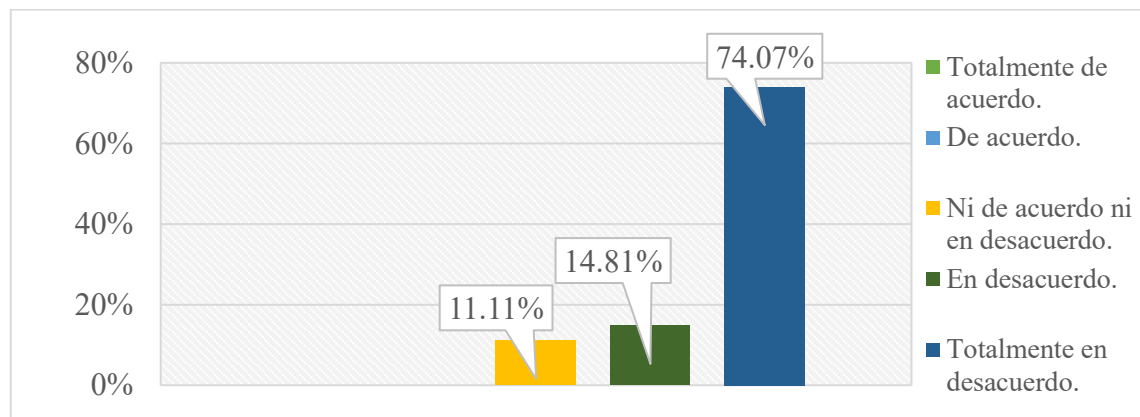
Tabla 16

*Opinión sobre los animales domésticos; que deben dormir en la vivienda rural, junto a los hijos.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	0	0.00%
De acuerdo.	0	0.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	9	11.11%
En desacuerdo.	12	14.81%
Totalmente en desacuerdo.	60	74.07%
Total	81	100.00%

Figura 16

*Opinión sobre los animales domésticos; que deben dormir en la vivienda rural, junto a los hijos.*



En la tabla N°16 y la figura N°16, del 100% de la población encuestada, se observa que el 74.07% está totalmente en desacuerdo que los animales domésticos deban dormir al interior de la vivienda Sumaq Wasi. Fue un punto de la capacitación que se les dio en este proceso de intervención. Asimismo, el 14.81% está en desacuerdo que los animales domésticos puedan dormir dentro de la vivienda rural Sumaq Wasi, por lo que se concluye que más del 88% están informados adecuadamente sobre este aspecto y que los animales deben contar con sus propios espacios fuera de la vivienda en donde pernoctan los



pobladores. La incidencia de la comunicación fue buena, pudiendo mejorar en las capacitaciones sobre usos adecuados de los módulos habitacionales.

Según la RD 129-2017-PNVR “Guía de gestión social del NE”, taller de capacitación mi vivienda saludable, los animales domésticos (mascota: perros, gatos y otros) deben contar con su propio espacio fuera de la vivienda; ya que estos pueden contar con enfermedades que puede afectar en la salud de las personas.

Es por ello que en el taller de capacitación mi vivienda saludable, tiene el objetivo de fortalecer las capacidades de los beneficiarios, fomentar aplicar los conocimientos adquiridos durante las actividades de sensibilización, contando con una vivienda saludable, eficiente, y eficaz que contribuye a mejorar la calidad de vida de las familias beneficiarias.

El Programa Nacional de Vivienda Rural, realizó actividades que promueven el fortalecimiento de capacidades de los beneficiarios del proyecto, a través de un conjunto de estrategias de comunicación orientadas a desarrollar y fortalecer capacidades técnicas, sociales o de gestión de los beneficiarios, para el adecuado uso adecuado y mantenimiento de los módulos habitacionales que se construyen el Núcleo Ejecutor con el financiamiento del Programa Nacional de Vivienda Rural.

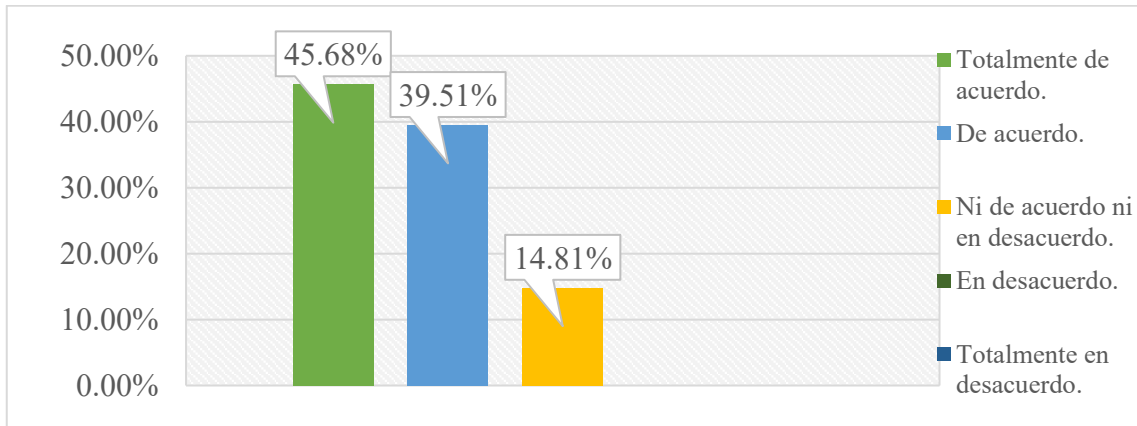
Tabla 17

*Opinión sobre el mejoramiento del comportamiento emocional y social de los hijos que cuenten con sus propios espacios.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	37	45.68%
De acuerdo.	32	39.51%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	12	14.81%
En desacuerdo.	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 17

*Opinión sobre el mejoramiento del comportamiento emocional y social de los hijos que cuenten con sus propios espacios.*



En la tabla N°17 y la figura N°17, se observa la necesidad de los beneficiarios por una mejora en la implementación de sus viviendas rurales y uso adecuado de espacios. El 56.7% de los pobladores se halla totalmente de acuerdo y el 39.51% está de acuerdo. Se puede deducir que buscan el bienestar emocional y social de sus hijos, mejorando su desarrollo personal en la sociedad y en su calidad de vida, se entiende que este proceso de cambio tuvo sus resultados como consecuencia de los saberes aprendidos en los talleres de orientación. Por otro lado, el 14,81% de los pobladores se mantienen al margen. Esto evidencia una vez más que el verdadero problema no se ha observado, mucho menos se ha tratado de las estrategias de información y capacitación, esto se debe al factor tiempo y económico; ya que, la aceptación es alta en cuanto al proyecto Sumaq Wasi. El problema que se debe tomar en cuenta el aspecto económico, social, cultural arraigado de los beneficiarios.

Consideran que, como beneficiarios del Programa Nacional de Vivienda Rural, les ha permitido conocer y discutir otros temas en las reuniones y actividades realizadas con las autoridades comunales y locales, Representantes del Núcleo Ejecutor y personal técnico del proyecto que seguramente han desarrollado capacidades de comunicación para negociar y gestionar el apoyo social.

La construcción de la vivienda rural permitió que las familias tengan una mejor organización, en la distribución de espacios para cada miembro de la familia, generando un ambiente de confianza y lograr una mejor interacción intrafamiliar, intercambiando sus experiencias, la planificación de las actividades de la casa, entre otras cosas.

Las condiciones psicológicas de los niños y niñas en su vida cotidiana, sus pensamientos, sentimientos, y emociones, influye considerablemente en su desarrollo personal; cabe mencionar que sus acciones, pensamientos, sentimientos y emociones son reflejo del entorno donde viven, por ello es muy importante tener un ambiente adecuado para que su autoestima y autoaceptación, sean aceptados en la sociedad, logrando mejorar su calidad de vida.

De acuerdo con Verdugo et al. (2013) plantea que el bienestar social se refiere a relación que existe con las personas (hijos, hermanos, padres, abuelos, tíos, primos y llevarse bien con la gente como vecinos, compañeros y otros). Y este aporta en el desarrollo personal del hijo. De nuevo autor señala que el bienestar social es sentirse tranquilo, seguro, sin agobios, no estar nervioso. Se evalúa mediante los indicadores: Satisfacción, autoconcepto y ausencia de estrés o sentimientos negativos.

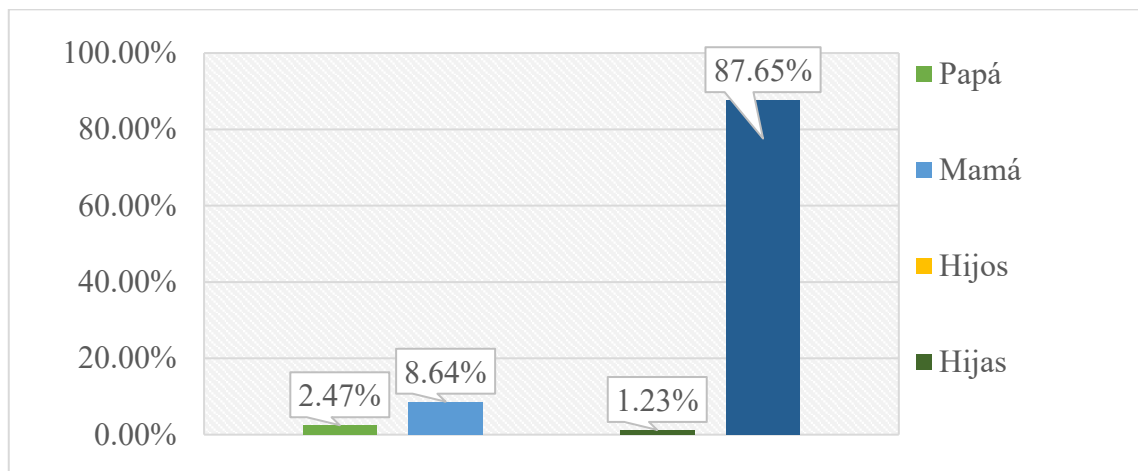
Tabla 18

*Responsabilidades de las labores de limpieza de la vivienda familiar*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Papá	2	2.47%
Mamá	7	8.64%
Hijos	0	0.00%
Hijas	1	1.23%
Todos los integrantes de la familia	71	87.65%
Total	81	100.00%

Figura 18

*Responsabilidades de las labores de limpieza de la vivienda familiar*



En la tabla N°18 y la figura N°18, se aprecia que el 87.65% de la población encuestada afirma que según a las sesiones de capacitación realizadas por el personal del Núcleo Ejecutor, las labores de limpieza de los ambientes de su vivienda (cocina, baño, almacén, módulo sumaq wasi), deben realizar todos los integrantes de la familia. Y en escalas similares mencionan que las labores de la casa corresponden en un 8.64% a las mamás, el 2.47% indican los papás y un 1.23% de la población señalan que los hijos deben realizar las labores de limpieza de vivienda.

De acuerdo al desarrollo del taller de capacitación “Mi Vivienda Saludable”, el beneficiario aprendió, el uso y mantenimiento adecuado de sus viviendas saludables a partir de las capacitaciones y enseñanzas que se dio estratégicamente para mantener una Vivienda Saludable. Promoviendo hábitos y buenas prácticas saludable entre los ocupantes de la vivienda en el nivel familiar, impartiendo conciencia de las enfermedades que conlleva la falta de hábitos, saludables, estos buenos hábitos conllevan a un bienestar de la familia, asimismo, se fomenta compartir las tareas de casa.

La aceptación social se basa en la confianza y aceptación en la familia y en su entorno social, donde se compartirán tareas en la vivienda familiar, pues esto resulta

imprescindible para la integración y fortalecimiento dentro de la familia y en comunidad, pues esto lleva a una salud mental sana (Keyes, 1998).

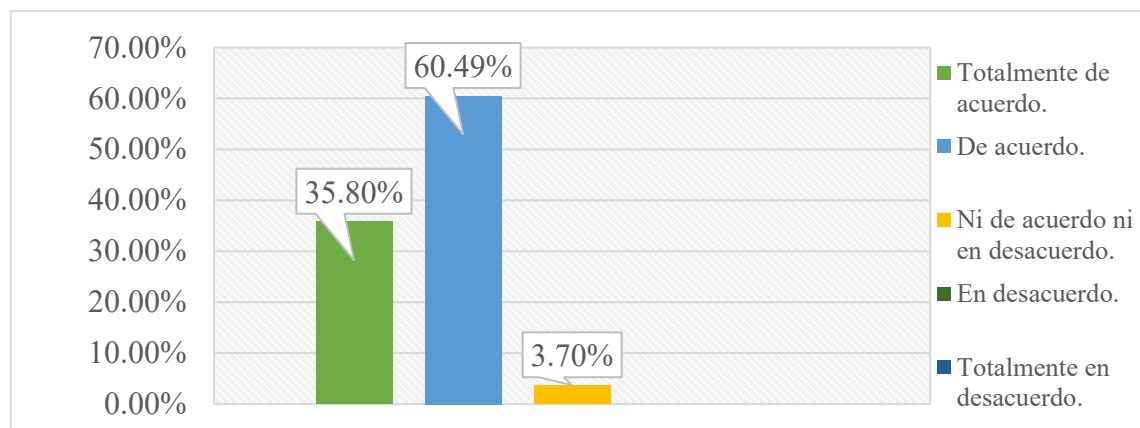
Tabla 19

*Opinión sobre las orientaciones en las capacitaciones ayudaron en el bienestar emocional de los beneficiarios.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	29	35.80%
De acuerdo.	49	60.49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	3	3.70%
En desacuerdo.	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 19

*Opinión sobre las orientaciones en las capacitaciones ayudaron en el bienestar emocional de los beneficiarios.*



En la tabla N°19 y la figura N°19, se observa que, respecto a las sesiones de orientación realizadas por el Personal asignado por el Programa Nacional de Vivienda Rural, es de gran ayuda para el bienestar emocional de las familias beneficiarias. Si bien un 60,49% está de acuerdo y un 35,80% están totalmente de acuerdo y de acuerdo con las sesiones de orientación que sensibilizan a la población beneficiaria, el 3,70% prefiere





mantenerse al margen, lo que nos permite inferir que una pequeña parte de la población son indiferentes a las actividades de sensibilización o no hubo una estrategia de llegar al ciento por ciento de los beneficiarios. Para un amplio grupo de los beneficiarios las sesiones de orientación fueron de gran ayuda, en el bienestar emocional de los integrantes de cada una de las familias beneficiarias lo que creó una participación activa en ellos.

El Programa Nacional de Vivienda Rural, a través del Personal de Núcleo Ejecutor realizaron un conjunto de actividades de sensibilización, como talleres de capacitación, visitas domiciliarias, asesoramiento individual y otras, que consisten en compartir conocimientos, los cuales son complementados por estrategias de comunicación informativa, materiales informativos impresos, digitales, audiovisuales y demás, logrando el fortalecimiento de capacidades de los beneficiarios.

Mediante las capacitaciones y talleres se da a conocer a los beneficios de una vivienda rural como beneficiarios, de la importancia, del bienestar que conlleva de cada uno de los beneficiarios, se evidencia que contribuyó satisfactoriamente, mejorando su autoestima, el cual, es un indicador de desarrollo humano, siendo el objetivo del programa.

El bienestar son los sentimientos y emociones que hace diferente de cada ser humano, donde las emociones cambian a partir de una serie de factores que determinan la sensación de bienestar son factores, internos de la persona (que se manifiestan según sus valores, temperamento, cultura, crianza, experiencia de vida y otros), siendo estos factores determinantes, que influyen en la sensación de bienes de la persona.

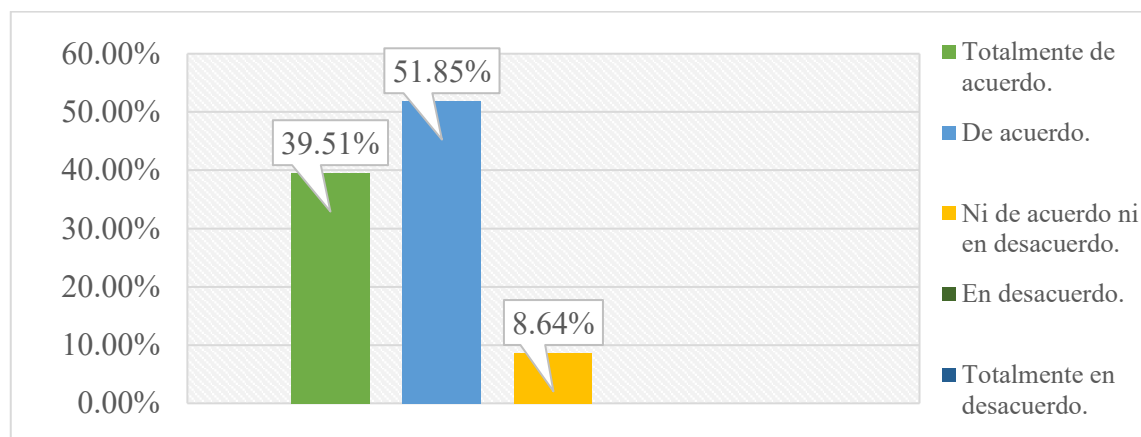
Tabla 20

*Opinión sobre las estrategias de comunicación que se aplicaron para mejorar el bienestar emocional y bienestar social*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo.	32	39.51%
De acuerdo.	42	51.85%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo.	7	8.64%
En desacuerdo.	0	0.00%
Totalmente en desacuerdo.	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 20

*Opinión sobre las estrategias de comunicación que se aplicaron para mejorar el bienestar emocional y bienestar social*



En esta tabla N°20 y figura N°20, del 100% de la población encuestada, se observa que el 51.85% está de acuerdo y el 39.51% totalmente de acuerdo, con las estrategias de comunicación que aplicó el Programa Nacional de Vivienda Rural, para mejorar el bienestar emocional y bienestar social. Sin embargo, el 8.64% se mantiene al margen ni de acuerdo ni en desacuerdo, debido al poco interés e insuficiente disponibilidad para participar en las actividades de sensibilización, por lo tanto, se recomienda aplicar nuevos

métodos donde el beneficiario pueda interactuar de una mejor manera conjuntamente con el proyecto.

Las estrategias de comunicación que aplicó el Programa Nacional de Vivienda Rural aportaron, en mejorar el bienestar emocional y bienestar social de los beneficiarios, a través de las estrategias de información, capacitación que se realizaron constantemente, logro influir en el cambio de hábitos, costumbres de vida, fomentando el uso de adecuado del módulo habitacional a través de actividades, de inducción, charlas y talleres.

Según la 020-2021-VIVIENDA/VMVU/PNVR, la ejecución del proyecto se orienta al cumplimiento de los fines, metas y objetivos del convenio de cooperación, priorizando estos sobre la realización de formalidades no esenciales, garantizando la efectiva y oportuna satisfacción de los fines públicos para que tengan una repercusión positiva en las condiciones de vida de los beneficiarios. (RD-020, 2021)

Dice Pena-Trapero (2009), que el bienestar social se llama al conjunto de factores que participan en la calidad de vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que den lugar a la tranquilidad y satisfacción humana.

Un adecuado bienestar psicológico, es aquel individuo que se muestra feliz, ve la vida positivamente, satisfecho con la vida y emocionalmente equilibrado.

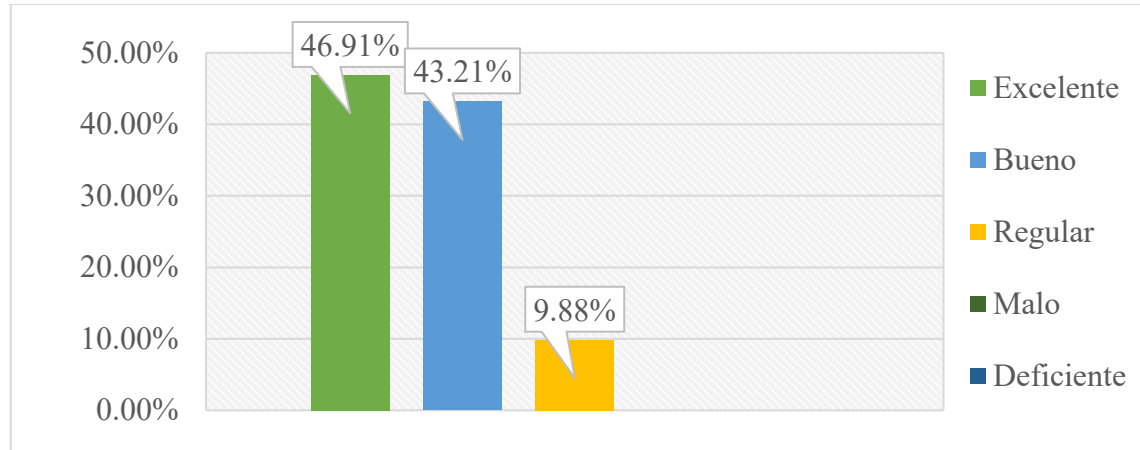
Tabla 21

*Opinión de las actividades de sensibilización y visitas motivacionales, respecto al bienestar emocional y social.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	38	46.91%
Bueno	35	43.21%
Regular	8	9.88%
Malo	0	0.00%
Deficiente	0	0.00%
Total	81	100.00%

Figura 21

*Opinión de las actividades de sensibilización y visitas motivacionales, respecto al bienestar emocional y social.*



La opinión del beneficiario sobre las actividades de sensibilización y visitas domiciliarias motivacionales, respecto al bienestar emocional y social, se muestra en la tabla N°21 y figura N°21 donde el 46.91% de la población encuestada afirma que fue excelente. El 43,21% considera que es bueno y finalmente el 9.88 % piensa que fue regular. Se observa que ha incidido en el cambiado emocional y social, debido al permanente acompañamiento y seguimiento del Personal del Núcleo Ejecutor durante el proceso de ejecución del proyecto Sumaq Wasi.

Las relaciones en el aspecto social que se da entre los integrantes de la familia (padres e hijos). Esta dimensión Verdugo et al. (2013) considera calidad de la relación entre los integrantes de la familia, del Núcleo Ejecutor y la comunidad, su percepción de soporte que ellos tienen. El bienestar social es la relación con los integrantes de la familia, comunidad, proyecto y otros entes, el individuo se siente aceptado e incorporado en el grupo, mientras que un inadecuado soporte social muestra que el individuo se siente excluido y rechazado por el grupo.



Asimismo, “El bienestar social es sentirse tranquilo, seguro, sin agobios, no estar nervioso. Se evalúa mediante los indicadores: satisfacción, autoconcepto y ausencia de estrés o sentimientos negativos (Verdugo et al., 2013).

Las dimensiones del bienestar emocional se relacionan positivamente y significativamente entre ellas y lo mismo sucede con las dimensiones del bienestar social. Sin embargo, hay dos excepciones: el bienestar emocional, la autonomía no se relaciona con el dominio del entorno, y el bienestar social, la integración social no se asocia a aceptación social. probablemente este incide incidiendo el aspecto cultural de encajar con el entorno en términos de lo que cada cultura expone como los criterios sociales de competencia.(Zubieta & Delfino, 2010)

La satisfacción con la vida se asocia positivamente a tres dimensiones del bienestar emocional: autoaceptación, dominio del entorno y propósito de la vida; y a tres dimensiones del bienestar social: integración, contribución y actualización social.(Zubieta & Delfino, 2010).



## V. CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Las estrategias de información, capacitación y participación del Programa Nacional de Vivienda Rural, han incidido satisfactoriamente en la mejora de la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave en el año 2021, mostrando su satisfacción por la construcción de viviendas rurales mejoradas; porque a través del Programa Nacional de Vivienda Rural, se viene interviniendo en los módulos denominados Sumaq Wasi, en distintas partes del país.
- SEGUNDA:** La comunicación estratégica de información para la incidencia social que utilizó el Programa Nacional de Vivienda Rural, tuvo una incidencia positiva en el convencimiento a los beneficiarios del proyecto porque se empleó citas, mensajes de texto por whatsapp, llamadas telefónicas y comunicados, mostrando aceptación con distintos medios de comunicación que se utilizó para persuadir a los beneficiarios del Núcleo Ejecutor por parte de los Representantes del Núcleo Ejecutor.
- TERCERA:** La frecuencia de realización de talleres de capacitación, asambleas de rendición de cuentas y visitas domiciliarias; así como el cumplimiento de participación en los aportes y compromisos comunales, incidieron positivamente en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, porque la realización mensual y semanal de las actividades permitieron cumplir con los objetivos del proyecto, siendo indicadores importantes de la comunicación estratégica de participación que tuvo el Programa Nacional de Vivienda Rural.
- CUARTA:** La comunicación estratégica tuvo incidencia positiva en la calidad de vida de los beneficiarios, quienes calificaron de manera favorable las



condiciones de las viviendas rurales mejoradas Sumaq Wasi, para reducir caso de IRAs y EDAs, así como mejorar el estado emocional y social de los integrantes del grupo familiar por la distribución y uso de los espacios adecuados.



## VI. RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Que el Programa Nacional de Vivienda Rural, continúe considerando a los actores sociales de la zona de intervención como los pobladores, autoridades comunales, dirigentes de gestión y otras organizaciones en este tipo de experiencias lo que redundará en el fortalecimiento de la incidencia social con respecto a las actividades que realiza, acompañado de un buen plan de comunicación estratégica en el que se tome en cuenta el idioma de la zona intervenida. Asimismo, tomar en cuenta el conocimiento de sus culturas y tradiciones, lo cual se deberán incluir en las estrategias de comunicación para lograr un desarrollo sostenible del proyecto.
- SEGUNDA:** Se debe redoblar esfuerzos en los profesionales del área de gestión social, que trabajan directamente con los beneficiarios en cuanto a procesos de comunicación, porque los beneficiarios tienen distintas edades y grados de instrucción lo que aún es una limitación para el buen entendimiento de los mensajes que los programas sociales ofertan en las zonas de intervención.
- TERCERA:** Se debe fortalecer los espacios de sensibilización social, fortaleciendo el cambio de las estrategias de comunicación, de modo que pueda activar las acciones las acciones de desarrollo sostenible que llevara a cabo el Programa Nacional de Vivienda Rural, donde el objetivo a alcanzar la mejora de los resultados a corto plazo, traducándose en cambios inmediatos en el estilo de vida que llevan los beneficiarios de los centros poblados que son focalizados por el PNVR.
- CUARTA:** Se debe de utilizar estratégicamente formas de comunicación elaborando los mensajes en su idioma, nativo de la zona, utilizando alternativas como,





medios audiovisuales y otros, de esta manera se garantizará un mejor entendimiento de la población beneficiaria.

**QUINTA:** Que el Programa Nacional de Vivienda Rural, tome de referencia esta investigación y utilice los datos obtenidos, para mejorar el componente social en las siguientes intervenciones del Programa Nacional de Vivienda Rural.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actis Di Pasquale, E. (2015, septiembre). Hacia una definición conceptual de bienestar social. El debate desde la economía del bienestar hasta enfoque de las capacidades. *VI Encuentro Regional de Estudios del Trabajo, Tandil [ARG], 7-8 septiembre 2015*. ISBN 978-950-658-376-7. <http://nulan.mdp.edu.ar/2342/>
- Aldana, A. L. C. (2008). Una aproximación al concepto de “lo social” desde trabajo social. *Revista Tendencias & Retos*, 13, 55-70.
- Ardila, R. (2003). Calidad de vida: Una definición integradora. *2003*, 35(2), 161-164.
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Atiquipa Tomayquispe, L. (2022). Apreciación de materiales comunicacionales de un organismo público en prevención de enfermedades en adultos mayores en un mercado limeño, 2019. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/87501>
- Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en latinoamérica: Un recuento de medio siglo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 4(8), 53-76.
- Bravo Gutiérrez, J. V., & Boza Monzón, Y. P. (2017). *Influencia de las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas por Southern Perú Copper Corporation, en la opinión pública de los pobladores de la Ciudad de Ilo, en el distrito de la Pampa Inalámbrica de enero a marzo del 2017* [Universidad Nacional de San Agustín]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/2475>
- Bustincio, M. (2016). *Influencia de las estrategias comunicacionales en la promoción de una maternidad saludable y segura en el Centro de salud Vallecito – Puno 2015* [Universidad Nacional del Altiplano].



[http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2675/Bustincio\\_Cahui\\_Moises.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2675/Bustincio_Cahui_Moises.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Camarán, M. L., Barón M, L., & Rueda S, M. P. (2019). La Responsabilidad social empresarial y los objetivos del desarrollo sostenible (ODS). *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 11(24), 41-52.
- Casademont, D. R. B., Meza, S. M. S., Heymann, S. S. C., & Sebastià, S. E. R. (2019). *El uso de whatsapp como herramienta de información política*. 19.
- Castro, L. A. O., Chavarro-Bohórquez, D. A., & Rodríguez, H. A. R. (2007). *Estrategia y conocimiento en la gestión organizacional*. 37-58.
- Centro de tratamiento de infecciones respiratorias agudas graves*. (2020).  
<https://www.who.int/es/publications/i/item/10665-331603>
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, 35, 152-181.
- Culqui Medina, A. N. (2013). *Diseño de un sistema de telefonía IP basado en software libre e integración con la red de datos; como alternativa de comunicación de voz sobre el protocolo IP entre dependencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra*.  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1778>
- Díaz-Criado, E. S. (2017). *Comunicación estratégica: Origen y evolución del concepto*. 22.
- Española (RAE), R. A. (2020). INFORME DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA sobre el uso del lenguaje inclusivo en la Constitución Española, elaborado a petición de la Vicepresidenta del Gobierno. *Boletín de Información Lingüística de la Real Academia Española*, 14(0), 5-207.



- Forero Ramírez, C. del P. (2008). Análisis de la publicidad pautaada en medios impresos del Club Pachuca en el período enero-mayo de 2008. *instname: Universidad Autónoma de Occidente*. <http://hdl.handle.net/10614/7517>
- Garrido, F. (2017). *Comunicación estratégica / F.J. Garrido M.*
- Gómez, C. Y. (2010). “Propuesta de estrategia de comunicación para el desarrollo en la Fundación Guillermo Toriello” [Cualitativo - descriptivo]. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Gumucio-Dragon, A. (2011). Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 26-39.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5. Ta ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Información institucional*. (s. f.). Recuperado 14 de julio de 2022, de <https://www.gob.pe/institucion/pnvr/institucional>
- Jenatsch Thomas & Bauer Richard. (2016). Comunicación para el desarrollo: Una guía práctica. 2016, 78.
- Keyes, C. L. M. (1998). Social Well-Being. *Social Psychology Quarterly*, 61(2), 121-140. <https://doi.org/10.2307/2787065>
- Manucci, M. (2004). *Comunicación Corporativa estratégica. De la persuasión a la creación de realidades compartidas*. Marcelo Manucci.
- Manucci, M. (2006). *La estrategia de los cuatro círculos*. Editorial Norma.
- Manucci, M. (2008). *Impacto corporativo*. Marcelo Manucci.



- Massoni, S. (2005). Estrategias como mapas para navegar un mundo fluido. *Revista Académica del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*, 1(2).
- Massoni, S. (2007a). *Estrategias: Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*.
- Massoni, S. (2007b). Modelo de comunicación estratégica. *Modelo de comunicación estratégica*.
- Massoni, S. (2013). Metodologías de la comunicación estratégica. *Del inventario al encuentro sociocultural*. Ediciones HomoSapiens. Colección Comunicación. Rosario, Argentina.
- Massoni, S. (2016). *Avatares del comunicador complejo y uido Del per l del comunicador social y otros devenires*. Ediciones Ciespal.
- Massoni, S. H., Mascotti, M., & Piola, M. (2016). *Comunicación estratégica: Indicadores comunicacionales en la dimensión ideológica*. 1, 16.
- Massoni, S., Mascotti, M., & Margherit, L. (2013). *Medición de procesos comunicacionales en organizaciones y proyectos: la dimensión informativa desde la comunicación estratégica*. 22.
- Massoni, S., & Pérez, R. A. (2008). La nueva teoría estratégica. *Ariel, Barcelona, España*.
- Massoni, S., Spagnolo, J., & Gerson, E. (2015). Comunicación estratégica: Indicadores comunicacionales en la dimensión interaccional. *Mediaciones*, 11(14), 88-102.
- Novoa, C. A. B. (2017). *Investigación cuantitativa* (p. 143).
- Ojeda Pinta, P. A. (2018). *Aportes al fortalecimiento de las instancias de participación ciudadana para el periodo de postconflicto. El caso del Consejo Territorial de Planeación del Municipio de Chachagüi – Departamento de Nariño – Colombia*.  
<http://repository.unad.edu.co/handle/10596/20873>



- Organización Mundial de la Salud, O. (2020). Manual práctico para instalar y gestionar un centro de tratamiento de las infecciones respiratorias agudas graves y una zona para el tamizaje de estas en los establecimientos de asistencia médica. 2020, 144.
- Pelayo, N. (2001). *Lenguaje y comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación*. El Nacional.
- Pena-Trapero, B. (2021). La medición del Bienestar Social: Una revisión crítica. *Studies of Applied Economics*, 27(2), 299-324. <https://doi.org/10.25115/eea.v27i2.4919>
- Pérez Silva, C. A. (2018). *La incidencia de la comunicación estratégica y el diseño gráfico en las ventas, dirigido a los microempresarios de Urdesa Central, centro comercial Plaza Triángulo, en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil* [Universida de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/29405>
- PNUD, P. de las N. U. para el D. (2011). *Communication form development oslo c4d\_pda\_es.pdf*.
- Ramírez Fuentes, B.- bryramir@gmail com. (2016). *Software para el intercambio seguro de mensajes y archivos entre dispositivos móviles a través de la Internet*. <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/2973>
- Resolución Directoral N° 020-2021-VIVIENDA/VMVU-PNVR*. (s. f.). Recuperado 14 de julio de 2022, de <https://www.gob.pe/institucion/vivienda/normas-legales/1896209-020-2021-vivienda-vmvu-pnvr>
- Salazar Endara, S. B. (2013). *Diseño de un plan de marketing estratégico para la empresa Byca Trading Comany Cía. Ltda., dedicada a la producción y comercialización de material digitalmente impreso sobre cualquier sustracto y estructura, ubicado en el Distrito Petropolitano de Quito*. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4202>



- Sánchez Upegui, A. A., & Puerta Gil, C. A. (2010). *El correo electrónico: Herramienta que favorece la interacción en ambientes educativos virtuales*.  
<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/27560>
- Santos Garcia, D. V. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. 161.
- Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación Estratégica*. Ediciones Granica S.A.
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 17(0), 17-40.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2012.v17.39256](https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39256)
- Taguenca Belmonte, J. A., Lugo Neria, B., Taguenca Belmonte, J. A., & Lugo Neria, B. (2021). La incidencia de la participación ciudadana en la eficiencia: El caso del Fondo de Infraestructura Social Municipal (FISM) en Hidalgo. *Gestión y política pública*, 30(1), 101-125. <https://doi.org/10.29265/gypp.v30i1.807>
- Tamayo, M. T. y. (2004). *El proceso de la investigación científica*. Editorial Limusa.
- Tapia Granados, J. A. (1994). *Incidencia: Concepto, terminología y análisis dimensional*. 103, 4.
- Torres Patana, E. (2008). *Importancia de la comunicación en el cambio social y para el fortalecimiento de las organizaciones sociales – caso frente de Organizaciones Populares (FOP) de Puno*. Universidad Nacional del Altiplano.
- Turpo-Gebera, O. W., & Gonzales-Miñan, M. del C. (2019). Comunicación para el desarrollo en tesis universitarias de Perú: Hacia una cartografía disciplinar. *Revista de ciencias sociales*, 25(2), 141-162.
- Uranga, W. (2014). Comunicación para la incidencia política propuesta de matriz para analizar capacidades y habilidades comunicacionales de las organizaciones en la acción política. *Ponencia presentada en ALAIC, Perú*.



- Velarde-Jurado, E., & Avila-Figueroa, C. (2002). Evaluación de la calidad de vida. *Salud Pública de México*, 44(4), 349-361.
- Verdugo, M., Schalock, R., Arias, B., Gómez, L., & Urrías, F. (2013). *Calidad de Vida* (pp. 443-461).
- Vinces, Á. O. M., & Franco, J. M. R. (2020). *Aprendiendo metodología de la investigación*. 65.
- Zubieta, E. M., & Delfino, G. (2010). Satisfacción con la vida, bienestar psicológico y bienestar social en estudiantes universitarios de Buenos Aires. *Anuario de investigaciones*, 17, 277-283.





## ANEXOS

### Anexo A: Matriz de Consistencia

TÍTULO: "COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA INCIDENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA NACIONAL DE VIVIENDA RURAL EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS BENEFICIARIOS DE LOS CENTROS POBLADOS PANTIHUECO A Y PANTIHUECO B-ILAVE, 2021"						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODOLÓGIA
<p><b>GENERAL</b></p> <p>¿Cómo es la comunicación estratégica para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural, en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave 2021?</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>1. ¿Cuál es la acogida que tiene la comunicación estratégica de información para la incidencia social que aplica el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B?</p> <p>2. ¿Cuál es la frecuencia de la comunicación estratégica de participación para la incidencia social que utiliza el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B?</p> <p>3. ¿Cómo es la calidad de vida de los beneficiarios en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, después de utilizar la comunicación estratégica por el Programa Nacional de Vivienda Rural?</p>	<p><b>GENERAL</b></p> <p>Analizar la comunicación estratégica para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural, en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave 2021</p> <p><b>ESPECÍFICOS</b></p> <p>1. Identificar la acogida que tiene la comunicación estratégica de información para la incidencia social que aplica el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B.</p> <p>2. Identificar la frecuencia de la comunicación estratégica de participación para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B.</p> <p>3. Conocer la calidad de vida de los beneficiarios en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, luego de la intervención del Programa Nacional de Vivienda Rural y sus estrategias comunicativas aplicadas en el proceso.</p>	<p><b>GENERAL</b></p> <p>La incidencia social de la comunicación estratégica utilizada por el Programa Nacional de Vivienda Rural, es favorable en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito Ilave 2021.</p> <p><b>ESPECÍFICAS</b></p> <p>1. La incidencia social de la comunicación estratégica de información utilizada por el Programa Nacional de Vivienda Rural, es positivo y tuvo acogida en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B</p> <p>2. La incidencia social de la frecuencia de comunicación estratégica de participación utilizada por el Programa Nacional de Vivienda Rural, es positivo en los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B</p> <p>3. La calidad de vida de los beneficiarios en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, han mejorado con la intervención del Programa Nacional de Vivienda Rural y las estrategias comunicativas aplicadas en el proceso.</p>	<p><b>INDEPENDIENTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación estratégica para la incidencia social</li> </ul> <p><b>DEPENDIENTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de vida</li> </ul>	<p>1. Estrategias de comunicación Incidencia Social</p> <p>1. Bienestar físico</p> <p>2. Bienestar emocional</p> <p>3. Bienestar social</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategia de información</li> <li>- Estrategias de capacitación</li> <li>- Estrategias de participación</li> </ul> <p>1. Bienestar físico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Casos de IRAS</li> <li>- Casos EDAS</li> </ul> <p>2. Bienestar emocional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estados de actitud</li> </ul> <p>3. Bienestar social</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones interpersonales</li> <li>- Interacción con su entorno <u>familiar y comunal</u></li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>descriptivo</p> <p><b>Técnicas e instrumentos</b></p> <p><b>Técnica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> </ul> <p><b>Instrumento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionario</li> </ul> <p><b>Unidades de estudio</b></p> <p><b>Población</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 81 beneficiarios</li> </ul> <p><b>Muestra</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Población censal 81 beneficiarios</li> </ul>



## Anexo B: Instrumento de Investigación



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



### ENCUESTA

Dirigido a los beneficiarios del proyecto de "Mejoramiento de Vivienda Rural en los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, llave - El Collao - Puno"

**OBJETIVO:** Analizar la comunicación estratégica para la incidencia social utilizadas por el Programa Nacional de Vivienda Rural, en la calidad de vida de los beneficiarios de los Centros Poblados Pantihueco A y Pantihueco B, distrito llave 2021

**Edad:** ..... **Sexo:** M ( ) F ( ) **Lugar:**.....

**Ante la siguiente afirmación, con cuál de las alternativas se queda.**

#### **I. Comunicación Estratégica de información en los beneficiarios del proyecto**

- 1) Satisfacción con la información que se proporcionó sobre los objetivos y fines del PNVR.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
- 2) Satisfacción con la información que proporcionó el PNVR sobre las rendiciones de cuentas realizadas.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
- 3) Medios de comunicación por el que se informaron para acudir a los talleres de capacitación que realizó el PNVR.
  - a. Comunicados
  - b. Citaciones
  - c. Mensajes de texto/mensaje whatsapp
  - d. Llamadas
- 4) Medios de comunicación que se utilizaron para convocar a las rendiciones de cuentas del PNVR.
  - a. Comunicados
  - b. Citaciones
  - c. Mensajes de texto/mensaje whatsapp
  - d. Llamada



## II. Comunicación estratégica de participación en los beneficiarios del proyecto

- 5) Satisfacción con las capacitaciones que hizo el PNE del Programa Nacional Vivienda Rural.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
- 6) Frecuencia de participación en las actividades de las capacitaciones y sensibilizaciones.
  - a. Semanal
  - b. Mensual
  - c. Trimestral
  - d. Semestral
  - e. Anual
- 7) Frecuencia de sesiones informativas de rendición de cuentas.
  - a. Semanal
  - b. Mensual
  - c. Trimestral
  - d. Semestral
  - e. Anual
- 8) Frecuencia de visitas domiciliarias por el Personal del Núcleo Ejecutor.
  - a. Semanal
  - b. Mensual
  - c. Trimestral
  - d. Semestral
  - e. Anual
- 9) Frecuencia de participación en el cumplimiento de sus aportes y compromisos.
  - a. Semanal
  - b. Quincenal
  - c. Mensual
  - d. Trimestral
  - e. Semestral



### III. Calidad de vida y comunicación estratégica en los beneficiarios del proyecto

- 10) Calificación de la comodidad de la construcción de viviendas rurales Sumaq Wasi.
  - a. Excelente
  - b. Bueno
  - c. Regular
  - d. Malo
  - e. Deficiente
- 11) Las viviendas rurales mejoran la calidad de vida: reducción de casos de IRAS.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
- 12) Las viviendas rurales, mejoran la calidad de vida: reducción de casos EDAS.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
- 13) Opinión sobre los animales domésticos; que deben dormir en la vivienda rural, junto a los hijos.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
- 14) Opinión sobre el mejoramiento del comportamiento emocional y social de los hijos que cuenten con sus propios espacios.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.



- 15) Responsabilidades de las labores de limpieza de la vivienda familiar.
  - a. Papá
  - b. Mamá
  - c. Hijos
  - d. Hijas
  - e. Todos los integrantes de la familia
  
- 16) Opinión sobre las orientaciones en las capacitaciones ayudaron en el bienestar emocional de los beneficiarios.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
  
- 17) Opinión sobre las estrategias de comunicación que se aplicaron para mejorar el bienestar emocional y bienestar social.
  - a. Totalmente de acuerdo.
  - b. De acuerdo.
  - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
  - d. En desacuerdo.
  - e. Totalmente en desacuerdo.
  
- 18) Opinión de las actividades de sensibilización y visitas motivacionales, respecto al bienestar emocional y social.
  - a. Excelente
  - b. Bueno
  - c. Regular
  - d. Malo
  - e. Deficiente



## Anexo C: Documento del PNVR



# RESOLUCIÓN DIRECTORAL

N° 077 - 2021-VIVIENDA/VMVU-PNVR

Lima, 31 de agosto de 2021

### VISTO:

Los Informes Nos. 1210, 1209, 1273, 1252, 1250 y 1255-2021-VIVIENDA-VMVU/PNVR-UGT remitidos por la Unidad de Gestión Técnica respecto a las Hojas de Trámite Nos. 124741-2020-E, 138715-2020-E, 118002-2020-E, 68792-2021-E, 58953-2020-E y 170897-2019-E, respectivamente, con relación a la solicitud de aprobación de la Liquidación Final Técnico – Financiero de Proyectos de Mejoramiento de Vivienda Rural bajo la modalidad de núcleo ejecutor; y, el Informe Legal N° 160-2021-VIVIENDA/VMVU/PNVR-AAL del Área de Asesoría Legal del Programa Nacional de Vivienda Rural; y,

### CONSIDERANDO:

Que, el artículo 4 de la Ley N° 30156, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, establece que el Ministerio tiene por finalidad normar y promover el ordenamiento, mejoramiento, protección e integración de los centros poblados, urbanos y rurales, como sistema sostenible en el territorio nacional, así como facilitar el acceso de la población a una vivienda digna y a los servicios de saneamiento de calidad y sostenibles, en especial de aquella población rural o de menores recursos;

Que, mediante Decreto Supremo N° 016-2013-VIVIENDA, que modifica el Decreto Supremo N° 001-2012-VIVIENDA, se crea el Programa Nacional de Vivienda Rural en el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, bajo el ámbito del Viceministerio de Vivienda y Urbanismo, con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población pobre y extremadamente pobre asentada en los centros poblados rurales o asentada de manera dispersa, mediante acciones de dotación o mejoramiento de la unidad habitacional;

Que, mediante los Informes Nos. 1210, 1209, 1273, 1252, 1250 y 1255-2021-VIVIENDA-VMVU/PNVR-UGT del visto, la Unidad de Gestión Técnica sustenta y remite a la Dirección Ejecutiva los expedientes administrativos de Liquidación Final Técnico – Financiero de los proyectos que se detallan a continuación:



## RESOLUCIÓN DIRECTORAL

Cuadro N° 01 - Descripción de proyectos para liquidación final técnico - financiero

N°	NRO. DE RESOLUCIÓN DIRECTORAL DE APROBACIÓN DEL EXPEDIENTE TÉCNICO	DENOMINACIÓN DEL PROYECTO	N° DE CONVENIO	FECHA DE INICIO DE OBRA	FECHA DE CULMINACIÓN DE OBRA	MARCO DE INTERVENCIÓN **
1	Resolución Directoral N° 195-2020-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS PANTIHUECO A Y PANTIHUECO B - DISTRITO DE ILAVE - PROVINCIA DE EL COLLAO - DEPARTAMENTO DE PUNO	N° 134-2020-PUN/VMVU/PNVR	23/11/2020	1/06/2021	PMHF
2	Resolución Directoral N° 195-2020-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS DE LIMACUCHO - CARAGACHE, LORIPUNCO - CARAGACHE Y OTROS - DISTRITO DE CARACOTO - PROVINCIA DE SAN ROMAN - DEPARTAMENTO DE PUNO	N° 140-2020-PUN/VMVU/PNVR	23/11/2020	21/04/2021	PMHF
3	Resolución Directoral N° 301-2019-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CP. VISCHINCHA, VICHAVICHAY Y OTROS-DISTRITO DE COCAS; CENTROS POBLADOS CRUZ PATA Y RECIO-DISTRITO DE CASTROVIRREYNA-PROVINCIA DE CASTROVIRREYNA- DEPARTAMENTO DE HUANCAVELICA	N° 179-2019-HCA/VMVU/PNVR	15/10/2020	23/06/2021	PIRCC
4	Resolución Directoral N° 052-2019-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS CARPINTO CONCA, LLECCONE Y OTROS - DISTRITO DE SUYKUTAMBO - PROVINCIA DE ESPINAR - DEPARTAMENTO DE CUSCO	N° 030-2019-CUS/VMVU/PNVR	20/05/2019	30/11/2019	PMHF
5	Resolución Directoral N° 100-2020-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS LACAY PARQUE Y CANGALLI I - DISTRITO SAN ANTON - PROVINCIA DE AZANGARO; CENTRO POBLADO TULANI - DISTRITO DE ANTAUTA - PROVINCIA DE MELGAR - DEPARTAMENTO DE PUNO	N° 015-2020-PUN/VMVU/PNVR	17/07/2020	10/01/2021	PMHF





## RESOLUCIÓN DIRECTORAL

N°	NRO. DE RESOLUCIÓN DIRECTORAL DE APROBACIÓN DEL EXPEDIENTE TÉCNICO	DENOMINACIÓN DEL PROYECTO	N° DE CONVENIO	FECHA DE INICIO DE OBRA	FECHA DE CULMINACIÓN DE OBRA	MARCO DE INTERVENCIÓN **
6	Resolución Directoral N° 074-2019-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS CHILLCA, PHINAYA Y OTROS - DISTRITO DE PITUMARCA – PROVINCIA DE CANCHIS – DEPARTAMENTO DE CUSCO	N° 111-2019-CUS/VMVU/PNVR	4/09/2019	8/01/2020	PMHF

Fuente: Unidad de Gestión Técnica

Nota:

\*\* PIRCC = Plan Integral para la Reconstrucción con Cambios

\*\* PMHF = Plan multisectorial ante Heladas y Friaje 2019 - 2021

Que, el Manual de Operaciones del Programa Nacional de Vivienda Rural aprobado con Resolución Ministerial N° 168-2015-VIVIENDA y modificado por la Resolución Ministerial N° 306-2020-VIVIENDA, establece en el literal c) del artículo 23, que es función de la Unidad de Gestión Técnica, *“Dar conformidad y proponer los expedientes técnicos de las obras de mejoramiento para la aprobación de la Dirección Ejecutiva; así como evaluar y dar conformidad a las modificaciones de los expedientes técnicos y las Liquidaciones Finales Técnico - Financieras del proyecto o intervención; y, aprobar las modificaciones de los expedientes técnicos y de los convenios que no involucran ampliación del costo total del proyecto y las pre liquidaciones o rendiciones de gastos mensuales, informando a la Dirección Ejecutiva”*.

Que, por lo establecido en el considerando que antecede, los informes remitidos por la Unidad de Gestión Técnica y los documentos que corresponden a cada expediente administrativo conforme a las hojas de trámite del visto, sobre la solicitud de liquidación final técnico – financiero que sustentan la aprobación de las mencionadas liquidaciones, y por ende para la suscripción de la Dirección Ejecutiva, son de responsabilidad exclusiva de dicha Unidad;

Que, el referido Manual de Operaciones, señala en el artículo 11, literal k), que son funciones de la Dirección Ejecutiva, entre otras, aprobar, respecto de los proyectos o intervenciones que el PNVR ejecute, en cualquiera de sus modalidades, la liquidación final técnico - financiero del proyecto;

Que, asimismo, el literal h) del artículo antes mencionado, establece que la Dirección Ejecutiva, emite Resoluciones Directorales en el marco de su competencia;

Que, mediante Informe Legal N° 160-2021-VIVIENDA/VMVU/PNVR-AAL el Área de Asesoría Legal, por los fundamentos expuestos por la Unidad de Gestión Técnica como unidad responsable del sustento de la liquidación final técnico – financiero del proyecto y con la opinión de la Coordinación Técnica; concluye y recomienda entre otros aspectos, que



## RESOLUCIÓN DIRECTORAL

corresponde aprobar la Liquidación Final Técnico – Financiero de los **seis (06)** Proyectos descritos en el cuadro N° 01, mediante acto resolutivo;

De conformidad con los literales h) y k) del artículo 11 del Manual de Operaciones del Programa Nacional de Vivienda Rural, aprobado con Resolución Ministerial N° 168-2015-VIVIENDA, modificado por la Resolución Ministerial N° 306-2020-VIVIENDA;

Con el visto de la Coordinación Técnica, Área de Asesoría Legal y de la Unidad de Gestión Técnica;

### SE RESUELVE:

#### Artículo 1.- Aprobación de la Liquidación Final Técnico – Financiero

Aprobar la Liquidación Final Técnico – Financiero de **seis (06)** Proyectos ejecutados bajo la modalidad de núcleo ejecutor, que se detallan a continuación:

**Cuadro N° 01 - Descripción de proyectos para liquidación final técnico - financiero**

N°	NRO. DE RESOLUCIÓN DIRECTORAL DE APROBACIÓN DEL EXPEDIENTE TÉCNICO	DENOMINACIÓN DEL PROYECTO	N° DE CONVENIO	FECHA DE INICIO DE OBRA	FECHA DE CULMINACIÓN DE OBRA	MARCO DE INTERVENCIÓN **
1	Resolución Directoral N° 195-2020-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS PANTIHUECO A Y PANTIHUECO B - DISTRITO DE ILAVE - PROVINCIA DE EL COLLAO - DEPARTAMENTO DE PUNO	N° 134-2020-PUN/VMVU/PNVR	23/11/2020	1/06/2021	PMHF
2	Resolución Directoral N° 195-2020-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS DE LIMACUCHO - CARAGACHE, LORIPUNCO - CARAGACHE Y OTROS - DISTRITO DE CARACOTO - PROVINCIA DE SAN ROMAN - DEPARTAMENTO DE PUNO	N° 140-2020-PUN/VMVU/PNVR	23/11/2020	21/04/2021	PMHF
3	Resolución Directoral N° 301-2019-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CP. VISCHINCHA, VICHAVICHAY Y OTROS-DISTRITO DE COCAS; CENTROS POBLADOS CRUZ PATA Y RECIO-DISTRITO DE CASTROVIRREYNA-PROVINCIA DE CASTROVIRREYNA- DEPARTAMENTO DE HUANCABELICA	N° 179-2019-HCA/VMVU/PNVR	15/10/2020	23/06/2021	PIRCC



## RESOLUCIÓN DIRECTORAL

N°	NRO. DE RESOLUCIÓN DIRECTORAL DE APROBACIÓN DEL EXPEDIENTE TÉCNICO	DENOMINACIÓN DEL PROYECTO	N° DE CONVENIO	FECHA DE INICIO DE OBRA	FECHA DE CULMINACIÓN DE OBRA	MARCO DE INTERVENCIÓN **
4	Resolución Directoral N° 052-2019-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS CARPINTO CONCA, LLECCONE Y OTROS – DISTRITO DE SUYKUTAMBO - PROVINCIA DE ESPINAR – DEPARTAMENTO DE CUSCO	N° 030-2019-CUS/VMVU/PNVR	20/05/2019	30/11/2019	PMHF
5	Resolución Directoral N° 100-2020-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS LACAY PARQUE Y CANGALLI I - DISTRITO SAN ANTON - PROVINCIA DE AZANGARO; CENTRO POBLADO TULANI - DISTRITO DE ANTAUTA - PROVINCIA DE MELGAR - DEPARTAMENTO DE PUNO	N° 015-2020-PUN/VMVU/PNVR	17/07/2020	10/01/2021	PMHF
6	Resolución Directoral N° 074-2019-VIVIENDA/VMVU-PNVR	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA RURAL EN LOS CENTROS POBLADOS CHILLCA, PHINAYA Y OTROS - DISTRITO DE PITUMARCA – PROVINCIA DE CANCHIS – DEPARTAMENTO DE CUSCO	N° 111-2019-CUS/VMVU/PNVR	4/09/2019	8/01/2020	PMHF

Fuente: Unidad de Gestión Técnica

**Nota:**

\*\* PIRCC = Plan Integral para la Reconstrucción con Cambios

\*\* PMHF = Plan multisectorial ante Heladas y Friaje 2019 - 2021

El detalle general de la ejecución de los proyectos a que hace referencia el cuadro N° 01, se encuentran consignados en el anexo adjunto, que es parte integrante de la presente Resolución Directoral.

### Artículo 2.- Comunicación a la Oficina de Contabilidad del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento

Remitir la presente Resolución Directoral de aprobación de Liquidación Final Técnico – Financiero, a la Oficina de Contabilidad del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento; así como la ficha de aprobación de Liquidación del Convenio de Cooperación, para su registro y/o baja contable correspondiente; en aplicación de la parte final de la tercera disposición complementaria de los Lineamientos para el desarrollo de proyectos que se ejecutan a través de núcleos ejecutores por los programas del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, aprobado con Resolución Ministerial N° 112-2017-VIVIENDA y modificatoria.



## RESOLUCIÓN DIRECTORAL

### Artículo 3.- Notificación

Encargar a la Unidad de Gestión Técnica la notificación de la presente Resolución Directoral al Núcleo Ejecutor, al Supervisor del Proyecto y al Residente de Obra, para conocimiento y fines.

### Artículo 4.- Difusión

Disponer que la Coordinación Técnica, difunda los alcances de la presente Resolución Directoral, para conocimiento y fines de los órganos del Programa Nacional de Vivienda Rural.

**Regístrese y notifíquese.**

*Documento firmado digitalmente*

**Arq. Luis Alberto Sánchez Ballesteros**  
Director Ejecutivo  
Programa Nacional de Vivienda Rural

**FIRMA DIGITAL**



Firmado digitalmente por: SANCHEZ  
BALLESTEROS Luis Alberto FAU 20504743307  
hard

**VIVIENDA**

Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 2021/08/31 21:43:31-0500

**VISTO BUENO**



Firmado digitalmente por:  
YONG ESPINO Fernando  
Wilder FAU 20504743307 soft  
Motivo: Doy V° B°  
Fecha: 2021/08/31  
15:52:09-0500

**VIVIENDA**

**VISTO BUENO**



Firmado digitalmente por:  
ALEJANDRO ASCUE Tania  
Milusca FAU 20504743307 soft  
Motivo: Doy V° B°  
Fecha: 2021/08/31 19:58:57-0500

**VIVIENDA**

**VISTO BUENO**



Firmado digitalmente por: HORNA  
BENAVENTE Joan Paolo FAU  
20504743307 soft  
Motivo: Doy V° B°  
Fecha: 2021/08/31 20:33:40-0500

**VIVIENDA**

6





## Anexo D: Fotografías



Estrategias de participación dirigido a los beneficiarios, por parte del personal del PNVR.



Actividades de rendición de cuentas a los beneficiarios, por parte del personal técnico del NE.



Acompañamiento, seguimiento del cumplimiento de aportes de los beneficiarios del Proyecto por el PNE



Monitoreo, acompañamiento y seguimiento del cumplimiento de aportes a los beneficiarios, dirigido por PNE





Estrategias de capacitación y taller de sensibilización a los Representantes del Núcleo Ejecutor, desarrollado por el componente social.



Estrategias de capacitación taller de interacción a los Representantes del Núcleo Ejecutor, dirigido por parte del personal técnico (Gestor Social).



Asesoramiento en sus responsabilidades a los beneficiarios de la tercera edad, informado en su idioma materno, conjuntamente con los representantes del Núcleo ejecutor llevado por el personal técnico (gestor social)



Charlas motivacionales a beneficiario, absolviendo dudas duración la ejecución del proyecto, dirigido por el Gestos Social



Estrategias de capacitación e información; curso de capacitación a los beneficiarios, por parte componente social



Estrategias de capacitación e información; capacitación a los beneficiarios por parte del personal técnico (gestor social)



Actividades motivacionales con los beneficiarios, organizado por el Gestor Social



Actividades motivacionales con los beneficiarios



Visitas domiciliarias a los beneficiarios del proyecto por parte del componente Social



Entrega del módulo habitacional a los beneficiarios del proyecto



Aplicando el instrumento de investigación - encuesta



Aplicando el instrumento de investigación - encuesta



## AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo ROXANA HANCCO HERRERA  
identificado con DNI 71582269 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

, informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado  
 Título Profesional denominado:

"COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA INCIDENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA NACIONAL  
DE VIVIENDA RURAL EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS BENEFICIARIOS DE LOS  
CENTROS POBLADOS PANTIHUECO A y PANTIHUECO B - ILAVE, 2021

" Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.


En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 17 de AGOSTO del 2022

  
FIRMA (obligatoria)



Huella



## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo ROXANA HANCCO HERRERA  
identificado con DNI 71582269 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL  
informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado  
 Título Profesional denominado:

"COMUNICACIÓN ESTRATEGICA PARA INCIDENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA NACIONAL  
DE VIVIENDA RURAL EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS BENEFICIARIOS DE LOS  
CENTROS POBLADOS PANTIHUECO A y PANTIHUECO B - I'LAVE, 2021

" Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

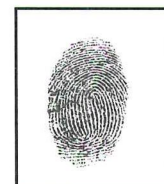
Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 17 de AGOSTO del 2022

  
FIRMA (obligatoria)



Huella