



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**

Estrategia comunicativa y calidad de información del sistema
de focalización de hogares en un municipio local de Huarochirí,
2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa**

AUTORA:

Moreno Llaque, Yesenia Medalit (orcid.org/0009-0003-6274-8700)

ASESORES:

Mg. Saavedra Sánchez, María del Pilar (orcid.org/0000-0003-2630-8671)

Mg. Díaz Agreda, Jorge Luis (orcid.org/0000-0003-1260-0727)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios, por su infinito amor y fortaleza para seguir adelante. A mis padres y hermanos a quienes les debo todo lo que soy y por confiar siempre en mí pase lo que pase.

A mi abuelita Manuela y hermanito Juan Manuel que desde el cielo velan mis pasos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mi Virgencita de Guadalupe, porque nunca me han soltado de su mano.

A mis padres y hermanos, por ser el complemento perfecto de mi superación y logros.

A la Universidad César Vallejo, por darme la oportunidad de convertirme en magister.

A mis asesores, por su gran paciencia, apoyo incondicional y complementar con su experiencia el fruto de mi esfuerzo.

A los trabajadores de la municipalidad por brindarme el permiso para realizar la investigación y a los pobladores del distrito, por colaborar en la aplicación de los instrumentos, lo cual me permitió culminar con éxito el presente estudio.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SAAVEDRA SÁNCHEZ MARÍA DEL PILAR, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022", cuyo autor es MORENO LLAQUE YESENIA MEDALIT, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

TRUJILLO, 13 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SAAVEDRA SÁNCHEZ MARÍA DEL PILAR DNI: 40590905 ORCID: 0000-0003-2630-8671	Firmado electrónicamente por: MSAAVEDRAS el 13- 08-2023 08:23:16

Código documento Trilce: TRI - 0589621





ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, MORENO LLAQUE YESENIA MEDALIT estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
MORENO LLAQUE YESENIA MEDALIT DNI: 46502728 ORCID: 0009-0003-6274-8700	Firmado electrónicamente por: YMORENOLL el 06-09- 2023 07:51:48

Código documento Trilce: INV - 1300200

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5. Procedimiento	22
3.6. Método de análisis	23
3.7. Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS.....	25
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES.....	36
VII. RECOMENDACIONES.....	37
REFERENCIAS	38
ANEXOS.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Relación entre la estrategia comunicativa y la calidad de información..	25
Tabla 2. Relación entre la estrategia comunicativa y dimensión intrínseca de la calidad de información	26
Tabla 3. Relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión contextual de la calidad de información	27
Tabla 4. Relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión presentación de la calidad de información.....	28
Tabla 5. Relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión accesibilidad de la calidad de información.....	29
Tabla 6. Normalidad de los datos de la variable calidad de información con sus dimensiones	93
Tabla 7. Normalidad de los datos de la variable estrategia comunicativa con sus dimensiones	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Curva de normalidad de la variable calidad de la información	93
Figura 2. Curva de normalidad de la variable estrategia comunicativa	94

RESUMEN

El presente estudio tuvo por objetivo determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares. La investigación fue de tipo básica bajo los criterios de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, así como tipo y nivel de investigación transversal correlacional, para ello el estudio contó con un tamaño de muestra de 351 ciudadanos de una población de 4 165, en la que se aplicó como instrumento dos cuestionarios para conocer la información de ambas variables en todas las dimensiones. Respecto, a la medición de la confiabilidad del instrumento se aplicó el Alfa de Cronbach, donde se obtuvo un 0,982 para la estrategia comunicativa y 0,901 para calidad de información, lo que determinó el alto nivel de confiabilidad del instrumento. Los resultados mostraron un 0.713 de coeficiente de Spearman, lo que evidenció una relación altamente significativa directa y de intensidad alta entre ambas variables, resultado que condujo a rechazar la H_0 ($p < 0,05$). Finalmente, se llegó a la conclusión que a medida que la estrategia comunicativa se difunda más, la calidad de información aumentará de manera significativa.

Palabras clave: Estrategia, información, público, Sisfoh, canales.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between the communication strategy implemented by a local city hall of Huarochirí and the quality of information provided to the population on the Household Targeting System. The research was of a basic type under the criteria of quantitative approach, non-experimental design, as well as the type and level of correlational cross-sectional research, for which the study had a sample size of 351 citizens from a population of 4,165, in which Two questionnaires were applied as an instrument to know the information of both variables in all dimensions. Regarding the measurement of the reliability of the instrument, Cronbach's Alpha was applied, where a 0.982 was obtained for the communication strategy and 0.901 for information quality, which determined the high level of reliability of the instrument. The results showed a 0.713 Spearman coefficient, which evidenced a highly significant direct and high intensity relationship between both variables, a result that led to rejecting H_0 ($p < 0.05$). Finally, it was concluded that as the communication strategy spreads more, the quality of information will increase in a meaningful way.

Keywords: Strategy, information, public, Sisfoh, means.

I. INTRODUCCIÓN

Las estrategias comunicativas y la calidad de información desempeñaron siempre un papel primordial, debido a que, sin una sólida estrategia, era imposible transmitir información de calidad, y como consecuencia, la organización no alcanzaba sus objetivos trazados. Frente a ello, era importante que las empresas contaran primero con una planificación estratégica para establecer los objetivos y metas, así como diseñar las estrategias comunicacionales, para lograr el éxito organizacional. En ese sentido, la comunicación estratégica o estrategia de comunicación, surgió y ganó aceptación a nivel mundial, tal es así que un informe realizado en 50 países europeos y a 3.387 profesionales de la comunicación, mostró un 86.8% de respaldo hacia la comunicación estratégica, considerándola como un soporte para alcanzar los logros a nivel operacional y los procesos en las instituciones; mientras, que un 84.5% destacó el trabajo de alinear la comunicación con la estrategia (European Communication Monitor, 2017).

Asimismo, una investigación de la Universidad de Huddersfield de Reino Unido (2018) que contó con aportes de 1400 expertos académicos de 9 países, destacó a la comunicación como la capacidad para alinear las estrategias con los objetivos organizacionales, siendo incorporada dentro de las 11 capacidades globales que tiene la organización para gestionar mejores relaciones y cumplir metas trazadas. De la misma forma, un estudio de Morillas et al. (2020) resaltó que desde el 2013, se empezó a dar mayor importancia a las estrategias comunicacionales en las organizaciones de España, tras ser vista como el medio para alcanzar los objetivos, esto luego de analizar 39 campañas publicitarias, las cuales utilizaron estrategias que consiguieron la eficacia y el logro de metas. En tanto, la VIII Encuesta de Comunicación Interna de la Universidad del Desarrollo de Chile (2020), aplicada a 381 trabajadores de empresas chilenas, evidenció un 46.9 % de respaldo hacia las estrategias, considerándola como un tema primordial a trabajar en las organizaciones.

Por otro lado, para el logro de los objetivos organizacionales, resultó importante la difusión de mensajes claros, accesibles, y confiables. Precisamente, un informe realizado por Almazán et al. (2017) evidenció que 133 pequeñas empresas de México, que proporcionaron información de calidad, es decir a

tiempo, actualizada, útil, relevante, concisa, y comprensible, obtuvieron la satisfacción de los usuarios al contar con información acorde a sus necesidades, lo que originó el logro de los objetivos. Para ello, también fue necesario identificar los medios más adecuados para transmitir la información de manera oportuna. Por ejemplo, un informe de la Revista Visión Antataura (2022) mostró que el 89.2 % de medianas y pequeñas empresas de Panamá, utilizaron las redes sociales, como medio para ofertar sus productos o servicios, debido a la interacción y confianza generada entre sus consumidores. Al respecto, la European Communication Monitor (2020) reveló la tendencia de crecimiento de los canales digitales, ocupando un 88% los social media o redes sociales, un 82 % los sitios web, e-mails e intranets, 80% los medios periodísticos online y un 75 % la comunicación móvil.

Pasando al ámbito nacional, en el Perú se evidenció carencias de estrategias bien planificadas, ejecutadas, y respaldadas por una alta calidad de información. Tal es así, que en una nota periodística de Perú 21 (2020), expertos en comunicación, sociología y salud, revelaron que el gobierno tuvo serias deficiencias en su estrategia de comunicación contra el COVID-19, debido a que falló en sus mensajes que transmitió y que necesitó estructurar una fuerte campaña comunicacional, utilizando canales de comunicación adecuados y pertinentes. Además, faltó segmentar a la población para que la información llegue de forma efectiva y oportuna a todos. Por otro lado, una publicación del Banco Mundial (2017) señaló que el gobierno peruano carecía de mecanismos y/o estrategias, que le impidieron identificar los problemas más severos como fue el caso de la contaminación ambiental, debido a la falta de información y planificación estratégica, que son cruciales para controlar y anticipar problemas sociales.

En tanto, a nivel local, se observó que en la mayoría de organizaciones municipales, las estrategias resultaron inefectivas, debido a la falta de visión con la importancia de la comunicación estratégica para lograr los objetivos. Justamente, este panorama se vivió en el municipio distrital, donde se realizó la investigación, debido a que fueron muy pocas las actividades comunicacionales ejecutadas para mantener informada a la población sobre las acciones de los Sistemas de Focalización de Hogares (SISFOH), entre ellas la importancia de

empadronarse, y obtener su clasificación socioeconómica (CSE) para acceder a los beneficios que otorga el Estado.

Su estrategia comunicacional presentó varias limitaciones, entre ellas: falta de recurso humano, debido a que solo dos personas se encargaban de todo el trabajo de la Unidad Local de Empadronamiento (ULE); asimismo, carencia de equipos de cómputos modernos y falta de presupuesto para realizar las actividades enmarcadas en el plan de trabajo anual, dificultando la realización de acciones integrales o en coordinación con otras instituciones, y solo se priorizaron actividades de difusión a través del volanteo, la publicación de algunos comunicados referente al SISFOH por la página de Facebook de la comuna, y las visitas casa por casa para el empadronamiento. En tanto, el contenido de la información difundida al público no contó con un lenguaje claro y conciso, y utilizó más tecnicismos que dificultaron la comprensión. Asimismo, no fue presentada oportunamente y tampoco estaba fácilmente disponible, debido a que la difusión de los mensajes era esporádica, ocasionando mucha desinformación sobre el sistema de focalización en la población.

En ese sentido, esta desinformación, se vio reflejada en el bajo número de hogares afiliados a los programas sociales, pues de acuerdo al reporte de InfoMIDIS de mayo del 2023, se verificó que, en dicho municipio, solo 39 hogares pobres y pobres extremos fueron incorporados al programa Juntos y, 33 adultos mayores al programa Pensión 65, considerando que el distrito cuenta con una población de 6 542 habitantes de acuerdo al INEI (2017), y que el 81 % ya tiene su condición socioeconómica, requisito para acceder a estos programas. A partir de esa situación, nació la necesidad de visibilizar la importancia que tiene una estrategia comunicativa para aportar soluciones a un problema detectado, como fue el caso de esta municipalidad.

Con base en lo anterior, se formuló como problema de investigación: ¿Cuál es la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el sistema de focalización de hogares? Asimismo, se planteó la justificación teórica, la cual fue contribuir al conocimiento, mediante la indagación científica de las dos variables de estudio, y del sistema de focalización, desde la Teoría Situacional de los Públicos de Grunig y la Teoría de la Calidad de la Información

de Wang y Strong. En cuanto, a su justificación social se fundamentó la importancia del SISFOH como herramienta para mejorar la distribución justa de los recursos del Estado y la necesidad de evaluar las estrategias comunicativas empleadas por las municipalidades para informar a la población sobre el sistema de focalización. Su justificación práctica radicó en que este estudio, permitió identificar las fortalezas y debilidades de la estrategia comunicativa actual, y proponer recomendaciones para mejorar la calidad de información sobre el sistema de focalización en la ciudadanía.

Finalmente, su justificación metodológica se orientó en la aplicación utilizando las técnicas de encuesta de la guía de cuestionarios y la guía de análisis de documental, se midió la correlación de las variables de investigación, y los resultados tuvieron un impacto significativo para otras municipalidades y organismos gubernamentales que buscan mejorar su estrategia comunicativa para informar a la población sobre el sistema, contando con la entera confiabilidad.

Por lo tanto, se planteó como propósito general del estudio: Determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares. Teniendo los siguientes objetivos específicos: OE1 determinar la relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión intrínseca de la información. OE2 establecer la relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión contextual de la información OE3 establecer la relación de la estrategia comunicativa y la dimensión de presentación de la información y el OE4 determinar la relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión de accesibilidad de la información.

Por otro lado, se tuvo como hipótesis general: Existe relación significativa y directa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares y como hipótesis específicas: HE1 Existe relación significativa y directa entre la estrategia comunicativa y la dimensión intrínseca de la información. HE2 La estrategia comunicativa y la dimensión contextual de la información, se relacionan de forma significativa y directa. HE3 Existe relación significativa y directa entre la estrategia comunicativa y la

dimensión de presentación de la información y la HE4 La relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión de accesibilidad de la información, es significativa y directa.

II. MARCO TEÓRICO

Acerca de los antecedentes se ubicaron investigaciones a nivel internacional, nacional y local, las cuales se relacionaron con la investigación. En el plano internacional, Ortega (2023) desarrolló su investigación: Estrategias de divulgación y sensibilización del piso de protección social en Colombia, cuyo objetivo fue sensibilizar a la población colombiana sobre el piso de protección mediante una estrategia. La metodología del estudio fue descriptiva y el enfoque cuantitativo. Se enfocó en una revisión bibliográfica y sistemática de artículos publicados entre 2010 y 2021. La población objetivo fueron personas activas con ingresos inferiores a un salario mínimo, a quienes se les explicaron del acceso a una protección en la vejez, Como resultado se evidenció que un gran número de personas están fuera del sistema o que muchas en edad de jubilación no cumplieron con los requisitos requeridos para la obtención de sus beneficios, debido a la falta de información en su momento. Como conclusión, se sugirió la implementación de la estrategia propuesta por la autora y la promoción de campañas de socialización masiva a fin de facilitar el acceso y reconocimiento de la iniciativa de piso para la protección social por parte de la población colombiana.

Asimismo, Arenas & Bohóquez (2020) plantearon su estudio: La tecnología de la Información y Comunicación en las estrategias de focalización de los gastos sociales en Colombia, se enfocó en analizar el rendimiento de SISBEN IV y la migración de SISBEN III a esta versión en Cúcuta, utilizando tecnologías de información. La metodología incluyó revisión documental, observación, cuestionarios y entrevistas. Se empleó un enfoque mixto y se aplicaron estos métodos a 100 usuarios y 8 funcionarios del SISBEN. Los resultados destacaron la exitosa exportación del 75% de los datos a la nueva versión, mejoras en la rapidez de actualización y un incremento del 75% en la comprensión de la población sobre la recolección de datos. Se concluyó que es crucial fortalecer la gestión de información, establecer marcos éticos y legales sólidos, y educar a los usuarios para mejorar la eficiencia y el conocimiento público del sistema.

A nivel nacional, Aranda (2022) llevó a cabo una investigación destinada a establecer la conexión entre la administración y la gratificación de los usuarios del Registro General de Vivienda del SISFOH. Esto se logró a través de una tipología

elemental, con un diseño no experimental y la aplicación de métodos cuantitativos descriptivos y correlacionales. La muestra consistió en 30 empleados municipales de diversos departamentos relacionados con programas sociales. Los resultados arrojaron una sólida y significativa correlación, representada por un coeficiente de Rho Spearman de 0,766 con un valor de Sig. de 0,000, entre las variables investigadas. Como conclusión, se determinó que la mejora en la gestión administrativa conlleva a una mayor satisfacción de los usuarios y un aumento en su conocimiento sobre los servicios brindados por la municipalidad.

Una investigación de López (2021) propuso analizar el impacto de la información proporcionada por el Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH) en el acceso de la población más vulnerable del distrito chiclayano de José Leonardo Ortiz a los programas de Pensión 65 y otros subsidios estatales. Se empleó un diseño transversal correlacional explicativo de tipo no experimental con enfoque cuantitativo, utilizando una muestra de 299 ciudadanos. La confiabilidad del instrumento se evaluó mediante el Alfa de Cronbach. Los resultados revelaron una significativa influencia de la información proporcionada por el SISFOH en el acceso de los grupos más vulnerables al programa Pensión 65 y otros subsidios estatales, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.664 y un nivel de significancia ($p=0.000$). Como conclusión, se recomendó que la municipalidad implemente estrategias para mejorar el acceso a los programas sociales, incluyendo la capacitación del personal encargado de la focalización para ofrecer información precisa a la ciudadanía y realizar un censo eficiente.

Una investigación de Huamán (2022) señaló en su propuesta para identificar la relación que existe entre la gestión del programa vaso de leche en Cajamarca y el proceso de atención social. Además, la metodología de tipo básica, enfoque cuantitativo correlacional, con diseño no experimental. Igualmente, la aplicación del instrumento de encuesta consideró una muestra de 384 integrantes del programa del vaso de leche. También, los resultados mostraron una relación significativa entre la gestión del programa vaso de leche y la optimización de los procesos de la comuna, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.809**, además, el 53% de los consejos manifestaron que la gestión del vaso de leche programa fue deficiente porque no cumplieron con el objetivo de ayudar a superar la inseguridad alimentaria y un 63% calificó como

malo el nivel de proceso para integrar el vaso de leche. Las conclusiones mostraron que para optimizar el servicio del programa vaso de leche, fue necesario realizar una evaluación que permitiera identificar los factores que impidieron la optimización del servicio y en base a ello diseñar estrategias para el manejo óptimo de tiempo, recursos y capital humano.

A nivel local, se encontró la investigación de Ochoa (2023) que el acceso a la información pública y calidad de los servicios en la municipalidad de Lima. Donde su propósito fue determinar la relación entre dos variables de estudio. Trabajamos con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. De la misma manera, los tipos de estudio fue nivel descriptivo-correlacional y corte transversal. Además, la población del estudio consistió en 47 trabajadores municipales a quienes administramos un cuestionario específico para recopilar datos. También, los resultados muestran que existe una correlación positiva entre el acceso a la información pública y la calidad del servicio urbano, con un nivel de significancia de $0,001 < 0,05$. Por ello, se concluyó que es importante facilitar el acceso a la información pública y fomentar la transparencia en el sector público, mediante la generación de canales de comunicación, para que la población encuentre información de primera mano de las ocurrencias en la institución, de manera actualizada, creíble, y oportuna.

De la misma forma, Ayllón (2022) buscó estudiar la relación entre la transparencia y la calidad del acceso a la información pública en una ciudad de la región Lima. Igualmente, el método es cuantitativo, relacional y no experimental, utilizando como instrumento una encuesta a 100 trabajadores. Además, los resultados muestran que existió una relación significativa entre la gestión de la transparencia de las ciudades de estudio y la calidad del acceso a la información pública, con un Rho de Spearman de 0,427. Para finalizar, enfatizó la importancia de brindar información relevante y acorde a las necesidades de los usuarios, pero para ello es necesario que la municipalidad capacite y fortalezca las competencias básicas de sus colaboradores.

Para sustentar la investigación se consideró las siguientes teorías y enfoques conceptuales. Primero iniciaremos hablando de la variable estrategia comunicativa, la cual se fundamentó en la teoría y modelo de Grunig: 'Teoría situacional de los públicos' y 'modelo simétrico bidireccional'.

Cabe destacar que Grunig es un reconocido teórico de la comunicación estratégica y las Relaciones Públicas, propuso la Teoría Situacional de los Públicos (TSP) en el año 1978, tomando como base la definición de 'público' de Blumer & Dewey para desarrollar su teoría, que radicó en que las organizaciones deben identificar a sus públicos, averiguar sus necesidades y expectativas para adecuar su comunicación (Miranda et al., 2018). Esto permitió diseñar estrategias de comunicación efectivas de acuerdo a cada tipo de público, con el fin de lograr las metas propuestas. Para lograrlo, se requirió de una comunicación bidireccional que promoviera una interacción efectiva y significativa entre dos o más partes; por eso, se tomó de referencia al Modelo Simétrico Bidireccional de Grunig.

En 1984, Grunig y Todd Hunt mencionaron sobre los 4 modelos de relaciones públicas: agencia de prensa, información pública, bidireccional asimétrica y bidireccional simétrica. Siendo el Modelo Simétrico Bidireccional, el más aclamado, debido a que promueve la comprensión mutua entre la organización y sus públicos, generando una relación de diálogo, retroalimentación y participación activa (Enciclopedia Comunicólogos, 2023). De acuerdo a un estudio de la Revista Prima Social (2020) son muchas las organizaciones que apuntan hacia este modelo a la hora de elaborar sus acciones estratégicas para lograr el impacto positivo esperado con su público específico, siendo algunas de ellas compañías que practican la escucha activa y organizaciones que manejan miles de preguntas a las semanas mediante las redes sociales y las responden en tiempo récords. Para Paricio et al. (2019) los modelos de Grunig se adaptaron a los contextos digitales para que las organizaciones puedan comunicarse estratégicamente y conectarse con las audiencias.

En la teoría de Grunig se propuso cuatro tipos de públicos siendo los siguientes: a) público latente, formados por individuos que, a pesar de enfrentarse a un problema similar, no lo detectan; b) público informado o consciente, reconocen el problema, pero no hacen nada; c) públicos activos, se ven afectados, reconocen el problema y emprenden acciones; y d) los no-públicos, no identifican ningún problema (Miranda et al., 2018) en ese sentido, dicha clasificación permitió a la comunicación estratégica conocer el tipo de público al que irá dirigido cada estrategia de acuerdo al problema identificado.

Asimismo, Grunig diseñó cinco variables para conocer la percepción de los públicos cuando enfrentan un problema, tres de ellas fueron variables independientes: reconocimiento del problema, reconocimiento de las restricciones y nivel de implicación o involucración, y dos variables dependientes: búsqueda de información y procesamiento de la información (Universidad Complutense Madrid, 2021). Esto aportó a las organizaciones un panorama de cómo aplicar estrategias de comunicación más efectivas, partiendo del diagnóstico para conocer la percepción del público frente a un determinado tema, a fin de lograr que no solo reciba la información, sino que también se involucre, participe y aporte para potenciar las estrategias.

Es importante conocer que es una estrategia comunicativa y por ello, Capriotti et al. (2021) indicaron que la palabra 'estrategia', tiene orígenes militares y su concepto se transfirió al campo de la gestión empresarial hacia mediados del siglo XX, consolidándose en las décadas de los años 1960 y 1970.

En tanto, los docentes investigadores Ríos et al. (2020) en su libro 'Estrategias de comunicación', se conciben como un conjunto de iniciativas y procedimientos que surgen tras la identificación de posibles desafíos en una comunidad u entidad, ya sea a través de diagnósticos aplicados o tras la detección de necesidades relacionadas con la comunicación, proyección, percepción, interacción y participación ciudadana, entre otros aspectos, que se manifiestan en un contexto particular. Los autores precisaron que existen tres componentes básicos al momento de diseñar las estrategias como son: los mensajes, el canal y los públicos objetivos, lo que va a garantizar la eficacia de la estrategia comunicacional. Por su parte, Morillas et al. (2020) agregaron que antes de elaborar una estrategia es importante definir el perfil del público objetivo, el problema a resolver, y realizar una descripción completa del problema a tratar. Asimismo, Márquez et al. (2018) agregaron que la estrategia debe planificarse y administrarse, ya que es el primer paso para construir una imagen positiva de la empresa en la comunidad.

De acuerdo a Ríos et al. (2020) existen diferentes tipos de estrategias de comunicación de acuerdo al público específico, entre las que destacan: a) Estrategias de comunicación interna: se emplean al interior de la organización para informar y motivar a los colaboradores. Para Acuña (2017) esta estrategia se

convirtió en los elementos indispensables y claves para establecer el éxito empresarial dentro una compañía; b) Estrategias de comunicación externa: dirigidas al público externo de la institución como clientes, proveedores, inversionistas, medios de comunicación, comunidad, entre otros. Pinto (2017) manifestó que la información recibida ayuda a identificar nuevas dificultades a la hora de realizar las actividades previstas; c) Estrategias de Relaciones Públicas: se concentran en la gestión de la reputación y la imagen de la organización. d) Estrategia de marketing digital: utilizan medios para inducir a los clientes a adquirir los productos y servicios de la empresa. Botey (2022) agregó que el modelo de las 4ps del marketing, es una de las estrategias de marketing más conocida, que consta de 4 partes: producto, precio, promociones y plaza; e) Estrategia de comunicación de crisis: se implementa en situaciones de crisis que pueden afectar la reputación o estabilidad de la organización.

Por otro lado, las estrategias de comunicación, según Rios et al. (2020) presentó las siguientes partes o dimensiones: Dimensión 1: Diagnóstico, definido como el proceso de recolección de información para conocer la situación de la organización, identificar los públicos objetivos, analizar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que afecten la comunicación. Gutiérrez (2022) complementó indicando la importancia de contar con una planificación estratégica para formular los objetivos y metas de la organización, partiendo desde su visión y misión. Presentó los siguientes indicadores: 1.1. Objetivos: son las metas que se buscan alcanzar para brindar solución a la problemática de la investigación. Smith (2020) agregó que estos deben ser objetivos claros, específicos y medibles que identifiquen el impacto esperado de la organización. 1.2. Mapeo de público: se refiere a la segmentación de los públicos para comprender mejor sus características, necesidades y comportamientos.

Como dimensión 2: Diseño de la estrategia, se presenta como el proceso de elaboración de las acciones comunicacionales tras la identificación del problema o tema determinado. En caso, la estrategia se diseñe por campañas, estas deben agrupar actividades que brinden solución a problemáticas específicas e identificadas en el diagnóstico. La estrategia es una pieza clave en el proceso estratégico, implica una acción que culmina en una conducta (Fernández, 2018). Se divide en indicadores: 2.1. Contenido: es la información y elementos que se

utilizarán en las acciones comunicacionales. 2.2. Tiempo: es la duración o los plazos establecidos para la realización de las acciones estratégicas. 2.3. Recursos: son los elementos humanos, logísticos y económicos con los que se ejecutarán las actividades.

Como dimensión 3: Implementación de la estrategia, dado como el proceso de ejecución de las actividades comunicacionales que dan respuesta a los objetivos trazados y deben desarrollarse en los tiempos determinados y con los recursos destinados. Pinto (2017) agregó que la existencia de un buen plan ayuda a la organización para alcanzar su misión. Sus indicadores son: 3.1. Actividades: acciones diseñadas de acuerdo al problema o tema identificado y su puesta en marcha dará solución a los objetivos específicos. 3.2. Mensaje: es la información que se transmite a través de las actividades dirigidas a los grupos de interés (Oyarvide et al., 2017). 3.3. Canal: son los medios o las herramientas comunicativas a emplear para llevar a cabo las acciones. 3.4. Público objetivo: son los grupos de interés a quienes van dirigidos las actividades comunicacionales.

La dimensión 4: Evaluación, se desarrolla al final de la ejecución de la actividad para el seguimiento, control y medición del impacto de la estrategia frente al público objetivo (Rios et al., 2020). Sus indicadores son: 4.1. Medición: se refiere a la aplicación de indicadores y métodos para medir y evaluar el éxito de la estrategia. 4.2. Resultados: consiste en verificar si la estrategia aplicada logró alcanzar los objetivos establecidos inicialmente.

Para la segunda variable de estudio calidad de información, se fundamentó en la 'Teoría de la Calidad de la Información' propuesta por Wang & Strong en 1996, la cual fue ampliamente reconocida en el campo de la gestión de la información y los sistemas de información.

Por lo tanto, la teoría de la calidad de la información de Wang & Strong (1996) citado en Lozano (1998) se sustentó en la necesidad de medir y mejorar la calidad de la información en los sistemas de información empresariales. Durante este periodo, empresas de todo el mundo comenzaron a darse cuenta de la importancia de contar con información precisa y oportuna para su toma de decisiones. En ese momento, los sistemas de información se encontraban en desarrollo y no existía una forma clara de evaluar la calidad de la información, se

basó en modelos de calidad utilizados en otros campos, como el modelo de calidad total Deming y el modelo de mejora continua Ishikawa. En tanto, Wang y Strong ejecutaron el modelo de calidad de información (IWQM) en la que propusieron que la calidad de la información no se limita solo a la exactitud de los datos, sino que también incluye otras dimensiones entre las que se encuentran: la integridad, la consistencia, la accesibilidad, la relevancia y la puntualidad. Sin embargo, posteriormente se simplificaron las dimensiones para quedar en cuatro, siendo estas: Intrínseca, contextual, representación y accesibilidad.

Al respecto, Wang & Strong (1996) definieron la calidad de la información como la capacidad de la información para satisfacer las necesidades de los usuarios, permitiéndoles realizar sus trabajos de manera efectiva. De esta forma, la información contribuye a lograr los objetivos y realizar las actividades necesarias en un contexto específico. Esta definición se sustentó en 4 dimensiones: a) Intrínseca: implica que la información tiene calidad por derecho propio. Houhamdi & Athamena (2019) puntualizaron que son conjunto de dimensiones que son independientes del contexto. b) Contextual: hace referencia a ser considerado en los contextos de las tareas en cuestión, para ello, la información debe ser pertinente, oportuna y completa. c) Representacional: manifiesta la importancia de la presentación de los datos y aspectos metodológicos, la cual debe mostrarse de manera concisa y consistente. Finalmente, d) Accesibilidad: se refiere a que la información es fácilmente accesible y utilizable por los usuarios, pero manteniendo la seguridad de los mismos.

Las dimensiones antes mencionadas son fundamentales para garantizar que la información sea confiable y útil para la toma de decisiones. Estas se encuentran compuestas por 16 características, las cuales se definen a continuación: Partiendo con la dimensión 1: intrínseca, compuesta por las siguientes características: 1. Precisión, se refirió a la exactitud de la información y su grado de fiabilidad. Una información precisa es aquella que no contiene errores o distorsiones. Eito & Calleja (2020) lo sintetizaron como información correcta y confiable. 2. Objetividad, se relacionó con la imparcialidad de la información, es decir, que no está influenciada por opiniones o juicios personales y se presenta de manera neutra. 3. Credibilidad, se refirió a la confianza que se tienen fuentes de

información y la calidad de la misma. Una información que es considerada creíble es aquella que se percibe como confiable y verdadera. 4. Reputación, se relacionó con la percepción que se tiene de una fuente de información en términos de su posición, trayectoria y experiencia en un área determinada. Una reputación positiva aumenta la credibilidad de información.

En cuanto a la dimensión 2: contextual, Wang & Strong (1996) la integran las siguientes características: 1. Relevancia, se refirió a la adecuación de la información a las necesidades y expectativas del usuario. Una información relevante es aquella que es útil y pertinente en un determinado contexto. Pérez et al. (2022) consideraron también el nivel de alcance y cobertura del recurso informativo y su impacto emocional en la audiencia. 2. Valor agregado, es la calidad de la información que se añade a una ya existente. Se considera que una información tiene valor agregado cuando contribuye a mejorar la calidad y profundidad del conocimiento existente. 3. Actualidad, consistió en el grado en que la información es relevante en el contexto temporal en que se presenta. Una información actualizada es aquella que se ha obtenido o procesado recientemente. 4. Oportunidad, se relaciona con el momento en que se presenta la información, es decir, si se proporciona en el momento adecuado y oportuno para su uso. 5. Completitud, se refiere al grado en que la información es detallada y abarca todos los aspectos relevantes de un tema o problema. Una información completa es aquella que no deja aspectos importantes sin tratar. Por su parte, Vergara (2021) complementó indicando que son los datos que tienen suficiente amplitud, profundidad y alcance para las tareas. 6. Cantidad de información, es la cantidad de datos que se proporcionan y su calidad. Una cantidad adecuada de información es aquella que puede ser procesada y comprendida por el usuario.

Como dimensión 3: Representación, está conformada por las siguientes características: 1. Entendible, la información es entendible si se comunica de manera clara y concisa al usuario sin necesidad de una capacitación especial previa; es decir, que la información es fácil de entender para el usuario promedio. 2. Interpretable, la información es interpretable si se presenta de manera que su significado y contexto sean fácilmente comprensibles para el usuario. Una información interpretable es aquella que se puede entender y aplicar en diferentes situaciones. 3. Representación concisa, consiste en la presentación eficaz y

resumida de la información en una forma que sea fácil de entender y de recordar para el usuario. 4. Representación consistente, se refiere a la coherencia y uniformidad en la presentación de la información, de manera que sea fácil de comprender y usar para el usuario.

Finalmente, se encuentra la dimensión 4: Accesibilidad, está integrada por las siguientes características: 1. Facilidad: se refiere a la facilidad de uso de los métodos y herramientas para obtener la información. Una información fácil de usar es esencial para la utilización efectiva de cualquier tipo de información. 2. Seguridad: se refiere a la protección de la integridad y confidencialidad de la información, para evitar su alteración, acceso no autorizado o pérdida de información. Un alto nivel de seguridad es esencial para garantizar la confianza y el uso efectivo de la información.

Desde su introducción, la teoría de dicha calidad de la información de Wang & Strong se ha convertido en un marco ampliamente aceptado para evaluar la calidad de la información en los sistemas empresariales. Por ejemplo, Arkady & Yang (2013) en su libro "Data Quality Assessment" presentaron una metodología para evaluar la calidad de la información basada en las seis dimensiones propuestas por Wang & Strong. Además, la teoría de la calidad de la información ha llevado a la creación de herramientas y técnicas específicas para mejorar la calidad de información en diferentes campos. Este es el caso de Vergara (2021) en su documento "Descripción de estrategias para mejorar la calidad de la información sobre pedidos de servicios de energético" que propone técnicas para mejorar la calidad de la información y la toma de decisiones en las organizaciones de forma sistemática.

Por último, se abordó los Sistemas de Focalización de Hogares (SISFOH), debido a que las estrategias implementadas por el municipio se basaron en difundir información a la población sobre este tema. De igual manera, los sistemas de focalización de hogares son sistemas que brindan información socioeconómica a los programas sociales y subsidios estatales con el fin de identificar a sus potenciales usuarios. Además, su propósito es promover una mayor equidad y eficiencia en la distribución de los recursos públicos a favor de los grupos de población considerados en situación de pobreza y pobreza extrema. Este sistema fue creado el 20 de diciembre del 2004 (Alcazar et al., 2017)

Para que la información socioeconómica de las familias peruanas se encuentre en el padrón general de hogares del SISFOH son importantes contar con la Clasificación Socioeconómicas (CSE), que son medidas del bienestar del hogar y se puede clasificar en no pobre, pobre y extremadamente pobre. Esta clasificación tiene una vigencia de cuatro años para las familias de la zona urbana, seis años para el ámbito rural y ocho años para pueblos indígenas de la Amazonía (Gobierno del Perú, 2023).

Dicha CSE se tramita en la Unidad Local de Registro (ULE) ubicada en la provincia y municipio del lugar de residencia del ciudadano. Se tarda unos 25 días hábiles en obtener la clasificación a partir de la fecha de suscripción a la aplicación. Esta condición socioeconómica se consideró como una de las exigencias del Estado para que los ciudadanos accedan a los programas sociales y subsidios como: Programa Juntos, Pensión 65, Beca 18, SIS, Bono Mi Vivienda, Trabaja Perú, entre otros. De acuerdo a Sandoval (2020) los programas sociales se planificaron y se utiliza en la sociedad para resolver problemas que involucran a un grupo de personas.

En el Perú es por medio del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS que se promueven, implementan y ejecutan las políticas públicas, las cuales tienen como finalidad fomentar el desarrollo social y la inclusión de las personas más vulnerables del país. En esa línea, existe una Política Nacional de Inclusión Social (PNDIS) con vigencia al 2030 aprobada mediante el Decreto Supremo N° 008-2022-MIDIS, cuyo objetivo fue buscar la reducción de la exclusión social y la pobreza a lo largo del ciclo de vida (Decreto Supremo, 2022).

Asimismo, el sistema de focalización contribuyó significativamente al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible asociados a la Agenda 2030, debido a que permite identificar a las personas vulnerables para que puedan ser atendidas por los programas sociales y otros subsidios del Estado, contribuyendo con el objetivo 1: erradicación de la pobreza extrema y el hambre, y el objetivo 10: reducción de las desigualdades (CEPAL, 2018)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

El presente estudio fue de tipo básica, ya que busca lograr nuevos conocimientos científicos referentes a la influencia de la estrategia comunicativa empleada por una municipalidad en la calidad de información que tiene la población sobre el SISFOH. Asimismo, brindó recomendaciones como parte de la investigación; pero sin realizar aplicación práctica inmediata. El tipo de conocimiento que se originó, sirvió como insumo para otras actividades de investigación o nuevos análisis sobre la temática en cuestión (CONCYTEC, 2020).

Por otro lado, Ñaupas et al. (2018) indicaron que la investigación básica fue conocida también como pura o fundamental, por ello, sirve como base para el estudio aplicada o tecnológica, son esenciales para el desarrollo de la ciencia.

Los métodos de investigación son cuantitativos porque utilizan la recopilación y el análisis de datos para obtener resultados con el uso de la estadística. Según, Ñaupas et al. (2018) fue enfoque relacionado con la medición, por ello utiliza métodos y técnicas cuantitativas, así como el uso de la observación y medición de las unidades de análisis, el muestreo y el procedimiento estadístico.

3.1.2. Diseño de investigación

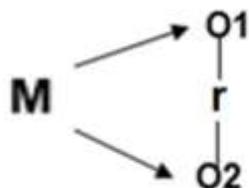
Este tipo de diseño fue no experimental, debido a que no existió manipulación de las variables de forma intencional. Las variables (estrategia comunicativa y calidad de información) fueron observadas y evaluadas con su contexto natural sin alterar ninguna situación, puesto que los hechos ya ocurrieron antes del estudio.

Asimismo, fue de tipo Transversal, ya que la información se recopiló en un momento determinado o único, con el propósito de describir las variables, y ver su correlación. Arias & Covinos (2021) se refirieron al diseño no experimental transversal como la toma de una fotografía para luego describir los sucesos que ocurrieron en ese momento único, sin alterar la realidad.

En tanto, el nivel de estudio es correlacional, porque el objetivo se basó en determinar en qué medida las variables (estrategia comunicativa y calidad de información), están relacionadas entre sí. Su propósito fue conocer cómo se

comportó o asoció cuando una variable está relacionada con otra variable. Por su parte, Ríos (2017) señaló que el nivel de correlación se encarga de medir la relación entre dos variables, no para determinar la causa, sino para dejar una base para futuras investigaciones.

Esquema del diseño:



Dónde:

M = Muestra de estudio – población

O₁ = Observación o medición de variable 1 - Estrategia comunicativa

O₂ = Observación o medición de la variable 2 – Calidad de información

r = correlación entre variables

3.2. Variables y operacionalización

En cuanto a, Arias et al. (2022) consideraron dichas variables como un concepto operativo porque para medir un concepto debemos aplicarlo a un objeto. Además, las variables en estudio son las encargadas de medir los datos recolectados para responder las preguntas de la investigación.

Variable 1: Estrategia comunicativa

Definición conceptual: “La estrategia de comunicación permite establecer objetivos claros al analizar los temas de comunicación planificados durante la investigación. Igualmente, se desarrollan en función de las necesidades de comunicación, compromiso cívico, imagen, posicionamiento, etc. hechos que tienen lugar en un contexto particular” (Ríos et al., 2020)

Definición operacional: Se midió la estrategia comunicativa diseñada e implementada por el equipo técnico de la Unidad Local de Empadronamiento -

ULE de un municipio de Huarochirí, mediante la aplicación de un cuestionario y guía de análisis documental.

Indicadores: Diagnóstico, mapeo de público, metas claras, contenido, tiempo, recursos humanos y financieros, actividades, público, canal, mensaje, impacto y métodos.

Escala de Medición: Escala ordinal (Buena, regular, mala).

En el anexo 01 se puede ver la tabla de operacionalización de variables (Ver Anexo 01).

Variable 2: Calidad de información

Definición conceptual: "Es la medida en que la información satisface las necesidades de los usuarios y les permite realizar sus tareas de manera efectiva. Sustentándose en 4 dimensiones de calidad: Intrínseco, Contextual, Representacional y Accesibilidad" (Wang & Strong, 1996).

Definición operacional: Se midió la calidad de información recibida por la población usuaria de los sistemas de focalización de hogares de un municipio de la provincia de Huarochirí, mediante la aplicación de un cuestionario.

Indicadores: precisión, objetividad, credibilidad, reputación, relevancia, valor agregado, actualidad, oportunidad, completitud, cantidad de información, entendible, interpretable, representación concisa y consistente, facilidad y seguridad.

Escala de Medición: Se trata de una escala ordinal (Alto, medio, bajo) (Ver anexo 01)

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Se consideró en el presente estudio fue de 6 542 habitantes de un distrito ubicado en la provincia de Huarochirí, según información que maneja la municipalidad del último censo 2017 (INEI, 2017).

Criterios de inclusión

Se consideró a los ciudadanos del distrito mayores de 18 años, debido a que es el grupo poblacional con autonomía para realizar trámites administrativos, como solicitar la Clasificación Socioeconómica (CSE), y convertirse en potenciales beneficiarios a formar parte de los programas sociales y otros beneficios que

otorga el gobierno; siempre y cuando, se encuentren en la condición de pobre y pobre extremo.

Criterio de exclusión

Se consideró a las personas que tienen menos de 18 años, debido a que, por ser menores de edad, no puedan tramitar por si solos, su CSE, el cual es requisito solicitado para que puedan acceder al programa social y los subsidios que ofrece el Estado.

3.3.2. Muestra

Se consideró como muestra a 351 habitantes, y las cifras obtenidas al estimar la proporción poblacional en una población conocida a través de la fórmula del tamaño de la muestra (ver Apéndice 5 para la fórmula de cálculo)

3.3.3. Muestreo

Se consideró un muestreo probabilístico simple, en cuanto a, Hernández et al. (2014) es una muestra representativa de la población con igual probabilidad de participar en el estudio.

3.3.4. Unidad de Análisis

Conformado por los pobladores que se encuentran entre los 18 a más años de edad.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En este trabajo de investigación se consideraron convenientes las siguientes técnicas de recolección de datos: encuesta y análisis documental.

Con relación a, las técnicas de encuestas utilizadas para esta variable Calidad de información el instrumento usado fue la guía de cuestionario denominado: "Cuestionario para evaluar la calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una Municipalidad de la Provincia de Huarochirí" la cual fue de elaboración propia y estuvo compuesta por 01 un encabezado de información general de 06 ítems y 4 dimensiones con 21 ítems.

La escala usada fue de tipo ordinal, con 05 alternativas de respuesta: muy en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo, muy de acuerdo. En cuanto a la definición de instrumento (Martínez, 2018) lo menciona como una serie de preguntas relacionadas con un mismo tema, que

deben ser contestadas por muchas personas, cuyo fin es obtener información sobre el tema a investigar.

Asimismo, respecto a, las técnicas de las encuestas utilizadas para la Variable Estrategia comunicativa el instrumento usado fue la guía de cuestionario denominado: “Cuestionario para evaluar la estrategia comunicativa del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una Municipalidad de la Provincia de Huarochirí” la cual fue de elaboración propia y estuvo compuesta por 01 un encabezado de información general de 06 ítems y 4 dimensiones con 22 ítems. La escala usada fue de tipo ordinal, con 05 alternativas de respuesta: Muy en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo.

La definición de la validez de ambos instrumentos utilizados se realizó mediante revisión de expertos, se requiere de al menos 3 profesionales con grado académico de maestro o doctor y amplia experiencia en temas de investigación que aporten una matriz de opinión sobre la correlación y correspondencia entre los objetivos, variables y dimensiones consideradas para la consistencia, y toda claridad, coherencia y relevancia de cada elemento utilizado. Como resultado se obtuvo la opinión favorable de cada uno de los expertos consultados (Ver anexo 4)

Para determinar la confiabilidad de las encuestas se aplicaron muestras pilotos al 20% de la muestra definida para el actual estudio, siendo un total de 70 encuestas aplicadas las cuales posterior a su análisis permitieron determinar dicha consistencia interna de los instrumentos mediante el coeficiente de Alfa de cronbach.

En el caso del “Cuestionario para evaluar la calidad de información de los Sistemas de Focalización de Hogares – SISFOH con los pobladores de una Municipalidad de la Provincia de Huarochirí” los resultados mostraron un alfa de Cronbach de 0.901 lo que indica que el instrumento es confiable.

Asimismo, del “Cuestionario para evaluar la estrategia comunicativa del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una Municipalidad de la Provincia de Huarochirí el resultado obtenido en el Alfa de Cronbach fue de 0.982.

Finalmente, se analizaron los niveles de confiabilidad de cada uno de los ítems de los instrumentos, los cuales presentaron valores cercanos a 1. Es necesario mencionar que las personas que participaron de la prueba piloto, donde los datos obtenidos debido a la aplicación del instrumento no fueron tomados como parte de la muestra de estudio (Ver anexo 5)

En cuanto a las técnicas de análisis de documentos, la herramienta considerada es la Guía de Análisis de Documentos, que establece (Martínez 2018) que pueden ser de los siguientes tipología: hemerográfica, textual, bibliográfica, de comentario, síntesis o de resumen.

3.5. Procedimiento

Para la realización del estudio se solicitó a la alcaldía del distrito la autorización para el desarrollo de la investigación, para lo cual se remitió por mesa de partes de la entidad la carta brindada por la jefatura de la Escuela de Postgrado de la Universidad Cesar Vallejo (Ver anexo 9)

Para determinar la confiabilidad de las encuestas se aplicaron muestras pilotos al 20% de la muestra definida para la presente investigación, siendo un total de 70 encuestas aplicadas las cuales posterior a su análisis permitieron determinar dicha consistencia interna de los instrumentos mediante del coeficiente de Alfa de cronbach.

En el caso del “Cuestionario para evaluar la calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una Municipalidad de la Provincia de Huarochirí” los resultados mostraron un alfa de Cronbach de 0.901 lo que indica que el instrumento es confiable.

Asimismo, del “Cuestionario para evaluar la estrategia comunicativa del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una Municipalidad de la Provincia de Huarochirí el resultado obtenido en el Alfa de Cronbach fue de 0.982.

Finalmente, se analizaron los niveles de confiabilidad de cada uno de los ítems de los instrumentos, los cuales presentaron valores cercanos a 1. Es necesario mencionar que las personas que participaron de la prueba piloto, así como los datos obtenidos producto de la aplicación de los instrumentos no fueron tomados como parte de la muestra de estudio (Ver anexo 7).

En relación a la técnica de análisis documental, el instrumento considerado para su uso fue la Guía de análisis documental, la cual precisa (Martínez 2018) pueden ser de la siguiente tipología: hemerográfica, textual, bibliográfica, de comentario, síntesis o de resumen.

Para el caso de los instrumentos de recolección de información (cuestionario y guía de análisis documental) estas se realizaron según el siguiente detalle:

Para la revisión de información y elaboración de Guía de análisis documental, se analizó la información secundaria obtenida de los instrumentos de gestión relacionados al Sistema de Focalización de Hogares y al desarrollo de la estrategia comunicativa empleada por el equipo técnico de la Unidad Local de empadronamiento del distrito.

En el caso de la aplicación del cuestionario, la actividad se realizó de manera presencial a un total de 351 personas, siendo los datos obtenidos clasificados y codificados asignándole la puntuación correspondiente según la escala de medición de tipo ordinal. El instrumento contenía preguntas cerradas con opciones de respuestas para cada ítem, siendo dichas alternativas las siguientes: Muy en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5). Posteriormente, se elaboró la matriz de resultados, la cual fue obtenida de la tabulación de las respuestas brindadas por las personas encuestadas. Asimismo, se precisó que las variables de estudio no fueron manipuladas, siendo estudiadas en el contexto real donde se desarrollan, lo cual fue expresado por los beneficiarios del Sistema de Focalización de hogares.

3.6. Método de análisis

Se utilizaron dos herramientas para el procesamiento y análisis de los datos: Microsoft Excel y el paquete estadístico SPSS en su versión 26.0, estas herramientas permitieron la elaboración de la matriz de datos y el análisis descriptivo e inferencial de los resultados.

Asimismo, para caracterizar las variables de estudio se emplearon tablas de distribución de frecuencias y gráficas de dispersión. En relación al objetivo general, contrastación de las hipótesis y para llevar a cabo el análisis inferencial, se usó la prueba de correlación del coeficiente de rangos de Spearman. Según lo

establecido por Lind et al. (2019) este coeficiente, que puede tomar valores en el intervalo de -1.00 a 1.00, se calculó mediante la fórmula $r_s = 1 - 6 \sum d^2 / n (n^2 - 1)$.

3.7. Aspectos éticos

En este estudio se consideró los aspectos éticos expresados por (Belmonte, 2010) quien precisa que investigaciones no solo deben garantizar un aporte en beneficio al ser humano, sino también el cuidado para no perjudicar a nadie, en tal sentido se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

Respeto de los derechos de autor, citando los documentos analizados en formato APA 7ma edición. b) Privacidad y confidencialidad de las personas que responderán los instrumentos empleados, así como de sus respuestas y c) consentimiento informado, para lo cual se les informará previo a la aplicación del instrumento el propósito de este estudio puede ser voluntaria expresar la voluntad o no de participar (Ver anexo 4).

IV. RESULTADOS

Resultados inferenciales:

Contrastación de hipótesis general

Ho: No existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

H1: Existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

Nivel de significancia estadística: $\alpha = 0,05$

Tabla 1.

Relación entre la estrategia comunicativa y la calidad de información

	Calidad de información	
	Coef. de correlación de Spearman	Sig.
Estrategia comunicativa	0.713**	0.000

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a, los resultados de la tabla 1, se observa que la relación entre las variables de estudio es directa y de intensidad alta ($\rho = 0,713$) y según el contraste de hipótesis es altamente significativa la relación; resultado que conduce a rechazar la Ho ($p < 0,05$). En conclusión, se evidencia estadísticamente que, si existe relación altamente significativa directa y de intensidad alta entre las variables, lo que implica que a medida que la estrategia comunicativa se difunda más, la calidad de información aumentará de manera significativa.

Contrastación de hipótesis específica 1

Ho: No existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión intrínseca de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

H2: Existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión intrínseca de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

Nivel de significancia estadística: $\alpha = 0,05$

Tabla 2.

Relación entre la estrategia comunicativa y dimensión intrínseca de la calidad de información

	Dimensión intrínseca de la calidad de información	
	Coef. de correlación de Spearman	Sig.
Estrategia comunicativa	0,707	0,000

Fuente: Elaboración propia

Referente a, los resultados de la tabla 2, se observa que la relación entre las variables de estudio es directa y de intensidad alta ($\rho = 0,707$) y según el contraste de hipótesis es altamente significativa la relación; resultado que conduce a rechazar la Ho ($p < 0,05$). En conclusión, se evidencia estadísticamente que, si existe relación altamente significativa directa y de intensidad alta entre la estrategia comunicativa y la dimensión intrínseca de la calidad de información, lo que implica que a medida que la estrategia comunicativa se difunda más, mejorará la dimensión intrínseca de manera significativa.

Contrastación de hipótesis específica 2

Ho: No existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión contextual de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

H3: Existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión contextual de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

Nivel de significancia estadística: $\alpha = 0,05$

Tabla 3.

Relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión contextual de la calidad de información

Estrategia comunicativa	Dimensión contextual de la calidad de información	
	Coef. de correlación de Spearman	Sig.
	0,712	0,000

Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la Tabla 3, se puede observar que la relación entre las variables de investigación es directa y de alta intensidad ($\rho=0.712$), y de acuerdo a la comparación de hipótesis, esta relación es altamente significativa, el resultado conduce al rechazo de Ho ($p<0,05$). Se concluye que, las estadísticas muestran que existe una relación directa muy significativa y de gran fuerza entre las estrategias de comunicación y la dimensión contextual de la calidad de la información, lo que implica que la dimensión contextual de la información mejorará a medida que se difundan las estrategias de comunicación y la calidad de la información es notable.

Contrastación de hipótesis específica 3

Ho: No existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión presentación de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

H4: Existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión presentación de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

Nivel de significancia estadística: $\alpha = 0,05$

Tabla 4.

Relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión presentación de la calidad de información

	Dimensión presentación de la calidad de información	
Estrategia comunicativa	Coef. de correlación de Spearman	Sig.
	0,715	0,000

Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la Tabla 4, se puede observar que la relación entre las variables de estudio es directa y de alta fuerza ($\rho=0.715$), y de acuerdo a la comparación de hipótesis, esta relación es altamente significativa, el resultado conduce al rechazo de Ho ($p<0,05$). Se concluye que, las estadísticas muestran que existe una relación directa muy significativa y de gran fuerza entre las estrategias comunicativas y la dimensión de presentación de la calidad de la información, lo que implica que a medida que la estrategia comunicativa se difunda más, mejorará la dimensión presentación de la calidad de información de manera significativa.

Contrastación de hipótesis específica 4.

Ho: No existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión accesibilidad de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

H4: Existe relación directa significativa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión accesibilidad de la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

Nivel de significancia estadística: $\alpha = 0,05$.

Tabla 5.

Relación entre la estrategia comunicativa y la dimensión accesibilidad de la calidad de información

Estrategia comunicativa	Dimensión accesibilidad de la calidad de información	Sig.
	Coef. de correlación de Spearman	
	0,717	0,000

Fuente: Elaboración propia

De los resultados de la Tabla 5, se puede observar que la relación entre las variables de investigación es directa y de alta fuerza ($\rho=0.717$), siendo esta relación altamente significativa según la comparación de hipótesis, el resultado conduce al rechazo de Ho ($p<0,05$). por ello, se concluye, estadísticamente existe una relación directa altamente significativa y de alta fuerza entre la estrategia de comunicación y la dimensión expresiva de la calidad de la información, lo que implica que a medida que mejora la estrategia de comunicación, la dimensión expresiva también mejorará significativamente.

V. DISCUSIÓN

La investigación ejecutada tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares (Sisfoh). El estudio fue de tipo básica, diseño no experimental, de carácter correlacional y transversal, y el enfoque considerado fue cuantitativo. La muestra de estudio fue una población de 351 pobladores. Asimismo, es preciso mencionar que la investigación nació con la finalidad de indagar y conocer si la estrategia comunicacional que empleó la municipalidad impactó en el nivel de información que tiene la población respecto al Sisfoh, el cual es un sistema que provee información socioeconómica de los hogares a fin de que accedan a diversos programas sociales del Estado (MIDIS, 2023).

Para ello, en este apartado de discusión se procedió a comparar los principales hallazgos obtenidos de los antecedentes, teorías generales, definiciones de las variables y dimensiones que construyeron la base teórica de la investigación ejecutada.

En primer lugar, para obtener los resultados de la investigación se aplicaron instrumentos como la técnica de la encuesta a través de las guías de cuestionarios para medir tanto a la variable estrategia comunicativa, así como a la variable calidad de información. Además, también se utilizó una guía de análisis documental donde el investigador recabó información sobre la estrategia que diseñó el personal de la Unidad Local de Empadronamiento, área que se encarga de difundir las actividades del sistema de focalización. En tanto, con la aplicación de los cuestionarios a pobladores y personal municipal se llegó como resultado, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, que según Ortiz (2021) es un indicador de tendencia monótona y corresponde a un enfoque de correlación que se aplica cuando la significancia es menor que 0,05, que existió una relación altamente significativa directa y de intensidad alta entre las variables estrategia de la comunicación con la calidad de información ($\rho = 0,713$), llegándose a la conclusión que a medida que la estrategia comunicativa se difunda más y mejore, la calidad de información aumentará de manera significativa y se obtendrá un

mayor conocimiento de la población acerca de los beneficios del sistema de focalización.

Esto avaló la teoría en que se fundamentó la variable estrategia comunicativa, que fue la Teoría Situacional de los Públicos de Grunig, así como su 'Modelo Simétrico Bidireccional'. Justamente, esta teoría habló de la importancia de que exista una planificación estratégica antes de ejecutar las actividades, a fin de exista un diagnóstico previo del problema, y poder identificar al tipo de público en que se enfocaran los mensajes, y que vayan acorde a sus necesidades y así poder adecuar las estrategias con el fin de lograr con éxito las metas propuestas. En tanto, para lograrlo, se necesita de una comunicación bidireccional que promueva una interacción efectiva y significativa entre la organización y sus públicos. Panorama que no sucedió en la municipalidad donde se ejecutó el estudio, debido a que, según los resultados del análisis de la guía documental, no se contó con una planificación previa de las actividades a ejecutar por parte del equipo de la ULE y tampoco se identificó los públicos que existen en cada zona y cuáles son sus demandas.

La comuna solo elaboró un plan de trabajo anual que careció de una comunicación estratégica y que solo se basó en actividades como empadronamientos casa por casa, volanteo y de forma esporádica la publicación de los requisitos del SISFOH a través de la página de Facebook. Lo que ocasionó que la información no pudiese llegar de manera oportuna a la ciudadanía, y tampoco de manera accesible ni clara, pues según la Teoría de la calidad de la información de Wang & Strong (1996) la información que transmitan las organizaciones debe ser información precisa y oportuna y se enmarcó bajo las dimensiones de la contextualidad, representatividad y accesibilidad, así como de calidad (intrínseca). Lo que evidenció la importancia de contar con una buena estrategia para poder llegar con mensajes claros y efectivos a la población, panorama que no se evidenció en el estudio de investigación, las razones, la falta de una visión estratégica por parte del equipo técnico del municipio, para conocer la realidad de la población, a que público dirigirse, los mensajes y las actividades claves a emplearse, sumado a ello, las limitantes en el recurso humano, logístico y económico que presentó la Unidad Local de Empadronamiento (ULE).

Por otro lado, en cuanto a los antecedentes recabados de otras investigaciones que tuvieron estudios parecidos al tema de investigación, encontramos al estudio de Ortega (2023) referente a una estrategia de divulgación y sensibilización del piso de protección social en Colombia, que es un sistema parecido al de Perú, que busca brindar apoyo a las personas con ingresos mensuales inferiores a un salario mínimo. En su investigación se evidenció que una gran cantidad de personas se encuentran fuera del sistema o que muchas en edad de jubilación no cumplieron con los requisitos requeridos para la obtención de sus beneficios, debido a la falta de información en su momento. Como conclusión, se sugirió la implementación de la estrategia de cultura pensional que recomendó la investigadora y la promoción de campañas de socialización masiva a fin de facilitar el acceso y reconocimiento de la iniciativa de piso de protección social por parte de la población colombiana.

De igual manera, es importante mencionar los resultados del primer objetivo específico de la tabla 2 donde se demostró la relación altamente significativa entre la estrategia comunicativa y la dimensión intrínseca de la información con un valor de $\rho = 0,707$, con lo que se interpretó que la deficiente estrategia implementada por la municipalidad se relacionó significativamente con la baja calidad de información que tiene la población sobre el Sisfoh y que a medida que la estrategia comunicativa se difunda más, mejorará la dimensión intrínseca de manera significativa.

Justamente este resultado se avaló en una investigación de Arenas & Bohóquez (2020) sobre el uso de tecnologías de información en la estrategia de focalización del gasto social en Colombia. Esta investigación trató de la puesta en marcha de una nueva versión del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales (SISBEN IV) en un municipio de Colombia para la identificación y registro de los potenciales beneficiarios, las cuales dieron entre sus resultados que la actualización de la información en la nueva versión era más rápida y que el 75% de información logró ser exportada, lo que no ocurrió con otros sistemas del sector público, además se comprobó que el conocimiento de la población en la recolección de datos mejoró en un 75% en comparación con las versiones anteriores del SIBEN. Como conclusión, fue mejorar la gestión de la información, así como educar a los usuarios sobre la nueva metodología, a fin de

brindar un servicio más eficiente e incrementar el conocimiento social sobre el sistema. De lo expuesto, se pudo deducir que mientras se mejore el sistema de información se obtuvo mejores resultados con la estrategia de focalización.

En cuanto a los resultados del segundo objetivo específico de la tabla 3, se demostró la relación directa y de alta intensidad ($\rho = 0,712$) que existió entre la estrategia comunicativa y la dimensión contextual de la información, con lo que se interpretó que la ineffectividad de la estrategia implementada por la municipalidad se relacionó significativamente con la baja calidad de información que tuvo la población acerca del sistema.

Este resultado también fue consistente con los resultados del estudio realizado por Aranda (2022), quien con su investigación en una municipalidad de Lima Este determinó que mientras la comuna mejore su gestión administrativa, la satisfacción de los usuarios frente a los servicios que ofrece también va a mejorar y para ello, es de suma importancia que los funcionarios municipales asignen mayor presupuesto a la unidad de empadronamiento local, para la ejecución de sus actividades así como la dotación de equipos de cómputo modernos, para un mejor desempeño de los colaboradores de la entidad. Justamente, son las demandas Justamente, esas demandas se identificaron en la investigación de estudio y son una de las principales deficiencias que ocasionaron la deficiente estrategia comunicacional.

Respecto al tercer objetivo específico de la tabla 4, se evidenció que existe relación altamente significativa directa y de intensidad alta entre la estrategia comunicativa y la dimensión presentación de la calidad de información con un ($\rho = 0,715$), lo que implicó que a medida que la estrategia se difunda más y sea más efectiva, mejorará la calidad de información de manera significativa, logrando mayor conocimiento de la población acerca de los beneficios del sistema.

Precisamente, el estudio de López (2021) también validó este resultado, ya que en su investigación determinó que la información del SISFOH afectó significativamente el acceso al programa Pensión 65 y a otros subsidios del Estado del sector más vulnerable del distrito de José Leonardo Ortiz, en Chiclayo, debido a la falta de información oportuna difundida a la población y por la carencia de capacitaciones constantes al personal para un correcto empadronamiento, de

lo que se dedujo que hizo una falta una planificación para saber que estrategias emplear.

De la misma forma, Huamán (2022) en su estudio gestión del programa de vaso de leche para optimizar los procesos de servicios sociales en una municipalidad de Cajamarca, se tuvo como resultados una relación significativa, lo que evidenció que la baja optimización de los procesos del programa vasos de leche se debió a una inadecuada gestión del programa por parte de la municipalidad. Por lo que se concluyó que resultó importante realizar una identificación de los factores que impidieron la optimización del servicio y en base a ello diseñar estrategias para un manejo óptimo de tiempo, recursos y capital humano, dirigido a los miembros del comité quienes son los responsables de identificar a los beneficiarios.

Y referente al cuarto y último objetivo, en la tabla 5 se demostró la relación que existió entre la estrategia comunicativa y la dimensión accesibilidad de la calidad de información con un ($\rho = 0,717$) y según el contraste de hipótesis fue altamente significativa la relación; resultado que condujo a rechazar la hipótesis general ($p < 0,05$), lo que se interpretó que a medida que la estrategia comunicativa se mejore, la dimensión de accesibilidad también mejorará de manera significativa.

Precisamente este resultado, se evidenció en el estudio de Ayllón (2022) quien investigó la relación entre la transparencia y la calidad del acceso a la información pública en una municipalidad de la región Lima. El método fue cuantitativo, de tipo correlacional y el diseño no experimental, utilizándose como instrumento la encuesta aplicada a 100 trabajadores. Los resultados destacaron que se necesitó promover en los trabajadores la importancia de brindar información relevante y acorde a las necesidades de los usuarios, pero para ello es necesario que la municipalidad capacite y fortalezca las competencias básicas de sus colaboradores, a fin de que la información llegue al público de manera precisa, entendible y de calidad y sea difundida mediante canales o medios accesibles para la población.

Tras los resultados obtenidos de esta investigación se determinó la necesidad de potenciar la estrategia empleada por el equipo técnico de la municipalidad, a fin de mejorar el conocimiento social referente al Sisfoh, a través

del empleo de medios adecuados que permitan que la información llegue al público de manera precisa, entendible y de calidad, para contribuir en la gestión de la información y en la retroalimentación obtenida lo que permitirá un mayor involucramiento de la población.

Finalmente, tras los resultados obtenidos de esta investigación se determinó la necesidad de potenciar la estrategia empleada por el equipo técnico de la municipalidad, a fin de mejorar el conocimiento social referente al Sisfoh, a través del empleo de medios adecuados que permitan que la información llegue al público de manera precisa, entendible y de calidad, para contribuir en la gestión de la información y en la retroalimentación obtenida lo que permitirá un mayor involucramiento de la población, para ello, se recomienda que las municipalidades u organismos gubernamentales cuenten con planes de comunicación, donde estén plasmados objetivos y lineamientos que desean alcanzar, y los cuales sean elaborados tras realizar previamente un diagnóstico interno y externo de sus públicos. Tal y como lo dijo un estudio de la European Communication Monitor (2017) realizado en 50 países europeos y a 3.387 profesionales de la comunicación, el cual mostró un 86.8% de respaldo hacia la comunicación estratégica, debido a que la consideran como un soporte para alcanzar los logros a nivel operacional y los procesos en las instituciones.

VI. CONCLUSIONES

- Primero.** Se evidencia estadísticamente que existe relación altamente significativa directa y de intensidad alta entre las variables Estrategia comunicativa y calidad de la información, teniendo como resultado un 0,713 como Coeficiente de Spearman, lo cual se encuentra en relación a la hipótesis general planteada, lo que evidenció que mientras mejore la estrategia mejorara la calidad de información.
- Segundo.** En relación a las dimensiones de las variables de estudio Estrategia comunicativa y calidad de información se demostró estadísticamente que existieron relaciones directas y de intensidad entre ambas, con Coeficiente de correlación de Spearman que se encuentran entre los 0.705 y 0.717. Lo que comprueba cada una de las hipótesis específicas planteadas.
- Tercero.** Los resultados de la investigación destacaron la importancia de una estrategia comunicativa efectiva, una gestión administrativa adecuada y la difusión oportuna de información para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por la municipalidad y satisfacer las necesidades de la población en relación al Sistema de Focalización de Hogares.
- Cuarto.** Los resultados evidenciaron la importancia de que las estrategias comunicacionales estén acorde a las necesidades de cada público y asimismo, que los mensajes sean claros, y que lleguen de manera oportuna y precisa a fin de que se cumpla con los objetivos trazados, relacionándose con las dimensiones de accesibilidad y presentación.
- Quinto.** Los resultados demostraron que las estrategias comunicacionales se diseñan y ejecutan a partir de la identificación de un problema latente en la organización o comunidad, a fin de que puedan dar respuestas a las necesidades de posicionamiento, imagen, participación y/o comunicación, que se presentan en un entorno determinado, relacionándose con la dimensión de contextualidad.

VII. RECOMENDACIONES

- Primero.** Al equipo técnico de la Unidad local de Empadronamiento de la municipalidad considerar la implementación de una estrategia comunicativa que considere las dimensiones de Diagnóstico, diseño de estrategia, implementación y evaluación a fin de mejorar la calidad de información y servicio brindado a la población en relación al Sistema del Sistema de Focalización de Hogares.
- Segundo.** A las autoridades de la municipalidad para que consideren mejorar la gestión administrativa que se realiza del servicio del Sistema de Focalización de Hogares, al asegurar recursos logísticos y humanos que permitan brindar un mejor servicio.
- Tercero.** Se recomienda a las Unidades Locales de Empadronamiento que fundamenten antes las Gerencias de Desarrollo Social, la importancia de contar con un presupuesto para esta oficina, a fin de ejecutar con efectividad las actividades enmarcadas dentro la estrategia comunicacional, pues muchas de ellas, no se ejecutan por falta de dinero.
- Cuarto.** Se recomienda emplear canales o medios de comunicación acorde a las necesidades de cada público, empleando contenidos o mensajes claves diseñados de acuerdo a sus características y evitando tecnicismos, a fin de la información llegue de forma clara, comprensible y sobre todo oportuna al ciudadano receptor del mensaje, lo que permitirá promover una comunicación asimétrica bidireccional, es decir retroalimentación y ayuda mutua.
- Quinto.** Se sugiere que para obtener mejores resultados con estrategias óptimas que ayuden a alcanzar los objetivos de la organización para las que fueron diseñadas, es fundamental que autoridades, funcionarios y servidores públicos reciban capacitaciones y asistencias técnicas referente a la elaboración de planes estratégicos y/o comunicacionales; así como prevención de crisis organizacionales, eso permitirá afianzar la importancia de la comunicación estratégica en las instituciones a fin de que sea vista como un medio para alcanzar los objetivos trazados.

REFERENCIAS

- Arias, J. y Covinos, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Arequipa-Perú: Enfoques Consulting EIRL
<https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Abrego D., Medina J., y Sánchez Y. (2017). Influencia de los sistemas de información en los resultados organizacionales. México.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422017000200303
- Ansgar Z., Ángeles M., Ralph T., Dejan V. y Piet V. (2017). How strategic communication deals with the challenges of visualisation, social bots and hypermodernity. results a survey in 50 countries. Berlin Recuperado de <https://www.communicationmonitor.eu/2017/06/04/ecm-european-communication-monitor-2017-social-bots-visualisation-hypermodernity-benchmarking-strategic-communication/>
- Arenas-González, V., & Bohóquez-Chacón, L. F. (2020). Information and communication technologies in the social expenditure targeting strategy: A case study. [Tecnologías de la información y la comunicación en la estrategia de focalización del gasto social: un estudio de caso] Aibi, Revista De Investigación Administración e Ingenierías, 8(3), 97-107. doi:10.15649/2346030X.983
<https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/2192/2183>
- Aranda, J. (2022). La gestión administrativa y satisfacción de usuarios del padrón general de hogares del SISFOH en una municipalidad de Lima Este.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/99324>
- Ayllón, P. (2022). Gestión de transparencia y calidad en el acceso a la información pública en una Municipalidad Provincial de Lima, 2021
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/86106>
- Acuña, B. P., Domínguez, D. C., & Navarro, P. B. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación, 315 – 33 Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna - Dialnet (unirioja.es)

- Ansgar Z., Piet V., Ángeles M., Ralph T & Dejan V. (2020). Thical Challenges, Gender Issues, Cyber Security, and competence gaps in Strategic Communication. Results Of A Survey In 44 Countries. Berlin. <https://www.communicationmonitor.eu/2020/05/29/ecm-european-communication-monitor-2020/>
- Alcazar L., Alvarado, M. y Legonía E. (2017). Evaluación de la operatividad del Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH): Evaluación del diseño, la metodología de determinación de la clasificación socioeconómica y sus procesos operativos. <http://evidencia.midis.gob.pe/evaluacion-de-la-operatividad-del-sistema-de-focalizacion-de-hogares-sisfoh-evaluacion-del-diseno-la-metodologia-de-determinacion-de-la-clasificacion-socioeconomica-y-sus-procesos-operativos/>
- Akerlof, G. A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Baumgartner, M., Fernández, R., Reques J. y Robledo V. (2021) ¿En qué consiste la teoría situacional de Grunig?. Madrid. Recuperado de <https://www.ucm.es/titulospropios/masteresprcomunica/noticias/teoria-situacional-de-grunig>
- Belmonte Serrano, M. Á. (2010). Requisitos éticos en los proyectos de investigación. *Otra oveja negra. Seminarios de la fundación Española de Reumatología*, 11(1), 7-13. doi:10.1016/j.semreu.2009.09.005
- Botey P. (2022). Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven. España. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Capriotti, P., Zeler, I. y Camilleri, M. (2021). Corporate communication through social networks: the identification of the key dimensions for dialogic communication". https://www.researchgate.net/publication/343737242_Corporate_Communication_Through_Social_Networks_The_Identification_of_the_Key_Dimensions_for_Dialogic_Communication
- Carro-Pérez, E. H., Hernández-Gómez, A. S., & Chavarría-Ventura, C. A. (2022). Desarrollo de una Escala de Calidad de la Información transmitida por

- Medios de Comunicación Electrónicos (ECIME). CienciaUAT, 17(1), 89-106. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v17i1.1651>
- CONCYTEC (2020) "Guía práctica para la formulación y ejecución de proyectos de investigación y desarrollo (I+D). Lima. <https://www.gob.pe/institucion/concytec/informes-publicaciones/1323538-guia-practica-para-la-formulacion-y-ejecucion-de-proyecto-de-investigacion-y-desarrollo>
- Diario El Peruano (2023) Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030. Lima. Consultado el 11 de mayo de 2023 en <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-la-politica-nacional-de-desarrol-decreto-supremo-n-008-2022-midis-2139652-3/>
- Eito-Brun, R. y Calleja C. (2020). La gestión documental en los modelos de gobernanza TIC: presencia y visibilidad de la normativa internacional en el modelo de referencia COBIT. Madrid. <https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/1297>
- Fawkes, J., Gregory, A., Falkheimer, J., Gutiérrez-García, E., Halff, G., Rensburg, R., Sadi, G., Seigny, A., Sison, M.D., Thurlow, A., Tsetsura, K. & Wolf, K. (2018), A Global Capability Framework for the public relations and communication management profession. Recuperado en http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332020000100008
- Fernández, A. (2018). Reseña del libro: Cómo hacer un plan estratégico de comunicación (vol. I). Un modelo de planificación estratégica, paso a paso. / Book Review: How to make a strategic communication plan. Revista Internacional De Relaciones Públicas, 8(15), 237–242. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v8i15.501>
- Gobierno del Perú (2023). El Sistema de Focalización de Hogares (Sisfoh). Lima. Consultado el 13 de junio del 2023 en <https://www.gob.pe/43472-ministerio-de-desarrollo-e-inclusion-social-sisfoh>
- González, J., Ormaechea, S. (2020). Redes Sociales y Fenómenos Comunicativos: aplicación, análisis y metodologías de investigación. Madrid. Revista Prima Social. <https://revistaprismasocial.es/issue/view/189>

- Gutiérrez-Meneses, R. (2022). El papel de la Comunicación Estratégica como como un factor de Ventaja Competitiva para la Organización. *Revista Científica Anfibios*, 5(1), 36-44. <https://doi.org/10.37979/afb.2022v5n1.101>
- Houhamdi, Z y Belkacem A. (2019). Impacts of information quality on decision-making. *Arabes Unidos*. https://www.researchgate.net/publication/330055193_Impacts_of_information_quality_on_decision-making
- Huamán, R. (2022). Gestión del Programa de vaso de leche para optimizar los procesos de Servicios sociales en una Municipalidad Provincial de Cajamarca. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/78757>
- INFOMIDIS (2023). Cobertura de los programas sociales del MIDIS. Consultado el 10 de mayo del 2023 en <https://sdv.midis.gob.pe/Infomidis/#/>
- INEI (2017). Censos Nacionales 2017- XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas <https://censo2017.inei.gob.pe/>
- Lind, D., Marchal, W. G., y Wathen, S. A. (2019). *Basic Statistics for Business & Economics* (9th ed.). McGraw-Hill
- López, M. (2021) Sistema de focalización de hogares y su impacto en la población más vulnerable del distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71277>
- Lozano, L. (1998). ¿Qué es calidad total?. Lima. Consultado en http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X1998000100006
- Márquez, J., Burau, E., Cevallos, I., y Vásquez, J. (2018). Importancia de la comunicación estratégica en la socialización del buen vivir. *Rehuso*, 3(1), 81-90. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1247/1035>
- Mendoza, M. (2021) «Descripción de estrategias para mejorar la calidad de información en órdenes de servicio energético», I, vol. 16, n.º 30, pp. 91–102, may 2021. Disponible en: <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Inventum/article/view/2675/2200>
- MIDIS (2023) Sistema de Focalización de Hogares. Lima. Consultado el 5 de junio http://www.sisfoh.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&id=105&Itemid=838

- Miranda-Gaibor, C. G., Guamán-Guadalima, N. G., & Ortiz-Chamba, C. N. (2019). La investigación de públicos en la comunicación estratégica: estado de la cuestión. *Razón Y Palabra*, 22(3_102), 125–151. Recuperado a partir de <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1262>
- Naciones Unidas (2018), *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*, Santiago. <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/40155>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y redacción de tesis. (5ª ed.)*. Bogotá: Ediciones de la U. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Ochoa, G. (2023). Acceso a la información pública y calidad de servicio en el sector público en una Municipalidad de Lima. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/110395>
- Ortiz, J. y Ortiz A. (2021). ¿Pearson y Spearman, coeficientes intercambiables? Bogotá. Tomo 14, N.º 1 Consultado en <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/estadistica/article/view/6769>
- Oyarvide, H., Reyes, E. y Montaña, M. (2017) *La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6174479>
- Paricio, M., Femenía, A., Del Olmo, J., & Sánchez, M. (2019). La web y la sala de prensa como herramientas de relaciones públicas en la comunicación de moda. *Revista Prisma Social*, (24), 99–134. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/2830>
- Pedreschi R. y Nieto O. *Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá*. *Revista Visión Antataura*. Disponible en <http://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2253026008/html/>
- Pinto, A. (2018). *Reseña del libro: Cómo hacer un plan estratégico de comunicación (vol. I). Un modelo de planificación estratégica, paso a paso. / Book Review:How to make a strategic communication plan*. España. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/635/633>

- Perú 21 (2020). "Gobierno muestra serias deficiencias en su estrategia de comunicación contra el COVID-19". Consultado el 13 de mayo del 2023. <https://peru21.pe/politica/gobierno-muestra-serias-deficiencias-en-su-estrategia-de-comunicacion-coronavirus-en-peru-martin-vizcarra-noticia/>
- Quiñones S. (2023) Estrategia de divulgación y sensibilización del piso de protección social en Colombia, que facilite el acceso a las diferentes variables pensionales a la población colombiana. <http://repository.unad.edu.co/handle/10596/55144>
- Revista Comunicólogos (2023). Modelos de las Relaciones Públicas. Argentina. Consultado el 13 de junio en <https://www.comunicologos.com/teorias/modelos-de-las-relaciones-p%C3%BAblicas/>
- Ríos, E., Páez, Q., y Barbos, J. (2020). Estrategias de Comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento. Colombia. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Rios, R. (2017). Metodología para la investigación y redacción (Primera edición ed.). Málaga: Servicios Académicos intercontinentales S.L. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/1662.pdf>
- Sánchez-Triana E. (2017). El acceso a información de calidad es crucial para controlar la contaminación ambiental de Perú.". Consultado el 05 de junio del 2023 en <https://blogs.worldbank.org/es/voices/informacion-de-calidad-es-crucial-para-controlar-la-contaminacion-ambiental-de-peru>
- Sandoval, J., Ballesteros, L. & Esquivel, F. (2020). Perspectivas del desarrollo social y rural en México. Revista de Ciencias Sociales. México. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565466>
- Sebastián-Morillas A., Muñoz-Sastre D. y Núñez-Cansado M. (2020) Importancia de la estrategia de comunicación y su relación con el insight para conseguir la eficacia publicitaria: el caso de España. España. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2020000100249
- Smith, R. D. (2020). Strategic planning for public relations. Routledge. <https://api.taylorfrancis.com/v4/content/books/mono/download?identifierName=isbn&identifierValue=9781003024071&type=previewpdf>

- Strong, D.M., Lee. Y.W. & Wang, R.Y. (1997). Data quality in context. *Communications of the ACM*, 40 (5), 103-110. Recuperado de: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/253769.253804>
- Universidad del Desarrollo (2020). Resultados VIII Encuesta Comunicación Chile y Perú 2020 y Encuesta Comunicación COVID-19. Chile. Resultados VIII Encuesta Comunicación Interna Chile y Perú 2020 y Encuesta Comunicación COVID-19 - Universidad del Desarrollo (udd.cl)
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). Beyond accuracy: What data quality means to data consumers. *Journal of management information systems*, 12(4), 5-33.

ANEXOS

ANEXO 1: Tabla de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	
Estrategia comunicativa	<p>“Una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales concebidas en un proceso investigativo. Se desarrollan para dar respuestas a necesidades comunicacionales, posicionamiento, imagen, participación ciudadana, entre otras, que se dan en un entorno determinado”. (Ríos et al., 2020)</p>	<p>Se midió la estrategia comunicativa diseñada e implementada por el equipo técnico de la Unidad Local de Empadronamiento - ULE de un municipio de Huarochirí, mediante la aplicación de un cuestionario y guía de análisis documental.</p>	Diagnóstico	Objetivos	Escala Ordinal	
			Diseño de estrategia	Mapeo de público		
				Contenido		
			Implementación de estrategia	Tiempo		Buena
				Recursos		Regular
				Actividades		Mala
			Evaluación	Mensaje		
				Canal		
				Público Objetivo		
				Medición		
Calidad de Información	<p>"Es la medida en que la información satisface las necesidades de los usuarios y les permite realizar sus tareas de manera efectiva. Sustentándose en 4 dimensiones de calidad: Intrínseco, Contextual, Representacional y Accesibilidad" (Wang y Strong, 1996).</p>	<p>Se midió la calidad de información recibida por la población usuaria del sistema de focalización de hogares de un municipio de la provincia de Huarochirí, mediante la aplicación de un cuestionario.</p>	Intrínseca	Precisión	Escala Ordinal	
			Contextual	Objetividad		
				Credibilidad		
				Reputación		
				Relevancia		
				Valor agregado		
			Representación	Actualidad		Alto
				Oportunidad		Medio
				Complejidad		Bajo
				Cantidad de información		
Entendible						
Accesibilidad	Interpretable					
	Representación concisa					
	Consistente					
	Facilidad					
	Seguridad					

ANEXO 2: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA																																											
Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022																																											
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODOLOGÍA	VARIABLES E INDICADORES	POBLACIÓN	TÉCNICA E INSTRUMENTO																																					
<p>¿Cuál es la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares?</p> <p>Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:1</p> <p>Determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <p>OE1: Determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión intrínseca de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p> <p>OE2: Establecer la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión contextual de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p> <p>OE3: Establecer la relación de la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión de presentación de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p> <p>OE4: Determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión de accesibilidad de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>Existe una relación significativa y directa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>HE1: Existe relación significativa y directa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión intrínseca de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p> <p>HE2: La estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión contextual de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares, se relacionan de forma significativa y directa.</p> <p>HE3: Existe relación significativa y directa entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión de presentación de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.</p> <p>HE4: La relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la dimensión de accesibilidad de la información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares, es significativa y directa.</p>	<p>TIPO: Básica</p> <p>ENFOQUE: Cuantitativo</p> <p>DISEÑO: No experimental</p> <p>TIPO: Transversal</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Correlacional</p>	<p>VARIABLE 1: Estrategia comunicativa</p> <table border="1"> <tr> <td rowspan="2">Diagnóstico</td> <td>Objetivos</td> </tr> <tr> <td>Mapeo de público</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Diseño de estrategia</td> <td>Contenido</td> </tr> <tr> <td>Tiempo</td> </tr> <tr> <td>Recursos</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">Implementación de estrategia</td> <td>Actividades</td> </tr> <tr> <td>Mensaje</td> </tr> <tr> <td>Canal</td> </tr> <tr> <td>Público Objetivo</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Evaluación</td> <td>Medición</td> </tr> <tr> <td>Resultados</td> </tr> </table> <p>VARIABLE 2: Calidad de información</p> <table border="1"> <tr> <td rowspan="10">Intrínseca</td> <td>Precisión</td> </tr> <tr> <td>Objetividad</td> </tr> <tr> <td>Credibilidad</td> </tr> <tr> <td>Reputación</td> </tr> <tr> <td>Relevancia</td> </tr> <tr> <td>Valor agregado</td> </tr> <tr> <td>Actualidad</td> </tr> <tr> <td>Oportunidad</td> </tr> <tr> <td>Compleitud</td> </tr> <tr> <td>Cantidad de información</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Contextual</td> <td>Entendible</td> </tr> <tr> <td>Interpretable</td> </tr> <tr> <td>Representación concisa</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Representación</td> <td>Consistente</td> </tr> <tr> <td>Facilidad</td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Accesibilidad</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> </tr> </table>	Diagnóstico	Objetivos	Mapeo de público	Diseño de estrategia	Contenido	Tiempo	Recursos	Implementación de estrategia	Actividades	Mensaje	Canal	Público Objetivo	Evaluación	Medición	Resultados	Intrínseca	Precisión	Objetividad	Credibilidad	Reputación	Relevancia	Valor agregado	Actualidad	Oportunidad	Compleitud	Cantidad de información	Contextual	Entendible	Interpretable	Representación concisa	Representación	Consistente	Facilidad	Seguridad	Accesibilidad			<p>Pobladores de un distrito de la provincia de Huarochirí.</p> <p>MUESTRA</p> <ul style="list-style-type: none"> La muestra estuvo conformada por 351 personas entre los 18 a más años de edad. Se empleó criterios de inclusión y exclusión. Se consideró un muestreo probabilístico. 	<p>La técnica de datos que se utilizará para recolectar los datos es aplicación de un cuestionario y Guía de análisis documental</p>
	Diagnóstico	Objetivos																																									
		Mapeo de público																																									
	Diseño de estrategia	Contenido																																									
		Tiempo																																									
		Recursos																																									
	Implementación de estrategia	Actividades																																									
		Mensaje																																									
		Canal																																									
		Público Objetivo																																									
	Evaluación	Medición																																									
		Resultados																																									
	Intrínseca	Precisión																																									
		Objetividad																																									
		Credibilidad																																									
		Reputación																																									
		Relevancia																																									
Valor agregado																																											
Actualidad																																											
Oportunidad																																											
Compleitud																																											
Cantidad de información																																											
Contextual	Entendible																																										
	Interpretable																																										
	Representación concisa																																										
Representación	Consistente																																										
	Facilidad																																										
	Seguridad																																										
Accesibilidad																																											

ANEXO 3: Cuestionarios

Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE ESTRATEGIA COMUNICATIVA

Estimado (a) participante:

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información sobre el desarrollo de las competencias profesionales en los centros de información de la Universidad César Vallejo. Mucho le agradeceremos seleccionar la opción y marcar con una "X" en el recuadro respectivo; esta encuesta tiene el carácter de ANÓNIMO, y su procesamiento será reservado, por lo que le pedimos SINCERIDAD en las respuestas.

A. INSTRUCCIONES:

Responda marcando con una X en la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

	Muy de acuerdo 5	De acuerdo 4	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3	En desacuerdo 2	Muy en desacuerdo 1
No.	DIAGNOSTICO				EVALUACIÓN
	OBJETIVOS				5 4 3 2 1
1.	¿Consideras que la municipalidad ha establecido claramente sus objetivos de comunicación en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?				
2.	¿Crees que la municipalidad ha logrado comunicar efectivamente sus objetivos a la población en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?				
	MAPEO DE PÚBLICO				5 4 3 2 1
3.	¿Crees que la municipalidad ha identificado correctamente a su público objetivo en relación a la información a brindar respecto al Sistema de Focalización de Hogares?				
4.	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los canales de comunicación adecuados para llegar a su público objetivo en relación al Sistema de Focalización de Hogares?				
No.	DISEÑO DE ESTRATEGIA				EVALUACIÓN
	CONTENIDO				5 4 3 2 1
5.	¿Crees que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es relevante para la población?				
6.	¿Consideras que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de entender?				
	TIEMPO				5 4 3 2 1
7.	¿Crees que la municipalidad ha comunicado oportunamente la información relevante a la población respecto al Sistema de Focalización de Hogares?				

8.	¿Consideras que la frecuencia de la comunicación brindada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es adecuada?					
RECURSOS		5	4	3	2	1
9.	¿Crees que la municipalidad cuenta con los recursos humanos necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?					
10.	¿Consideras que la municipalidad cuenta con los recursos financieros necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?					
No.	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA	EVALUACIÓN				
ACTIVIDADES		5	4	3	2	1
11.	¿Crees que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivas para llegar a su público objetivo?					
12.	¿Consideras que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son interesantes para la población?					
MENSAJE		5	4	3	2	1
13.	¿Crees que los mensajes brindados por municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son claros y concisos?					
14.	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son útiles para ti como poblador?					
CANAL		5	4	3	2	1
15.	¿Crees que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivos para llegar a ti como poblador?					
16.	¿Consideras que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares son accesibles para ti como poblador?					
PÚBLICO OBJETIVO		5	4	3	2	1
17.	¿Crees que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son relevantes para el público objetivo?					
18.	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares han sido efectivos para llegar al público objetivo?					
No.	EVALUACIÓN	RESULTADOS				
MEDICIÓN		5	4	3	2	1
19.	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los resultados de la medición para mejorar su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?					
20.	¿Crees que la municipalidad ha realizado una medición adecuada del impacto de su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?					
RESULTADOS		5	4	3	2	1
21.	¿Crees que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha tenido un impacto positivo en el bienestar de la población?					
22.	¿Consideras que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha mejorado tu percepción sobre los servicios ofrecidos por ella?					

Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE INFORMACIÓN

Estimado (a) participante:

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información sobre el desarrollo de las competencias profesionales en los centros de información de la Universidad César Vallejo. Mucho le agradeceremos seleccionar la opción y marcar con una "X" en el recuadro respectivo; esta encuesta tiene el carácter de ANÓNIMO, y su procesamiento será reservado, por lo que le pedimos SINCERIDAD en las respuestas.

A. INSTRUCCIONES:

Responda marcando con una X en la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

Muy de acuerdo 5	De acuerdo 4	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3	En desacuerdo 2	Muy en desacuerdo 1					
No.	INTRINSECA				EVALUACIÓN				
	PRECISIÓN				5	4	3	2	1
1.	¿Consideras que la información brindada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es concisa y exacta?								
	OBJETIVIDAD				5	4	3	2	1
2.	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares de manera objetiva, sin influencias externas o sesgos?								
	CREDIBILIDAD				5	4	3	2	1
3.	¿Confías en la información proporcionada por la municipalidad sobre el Sistema de Focalización de Hogares?								
4.	¿Consideras que la municipalidad tiene una fuente confiable y verificable de información en relación al Sistema de Focalización de Hogares?								
	REPUTACIÓN				5	4	3	2	1
5.	¿Has escuchado comentarios positivos sobre la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?								
No.	CONTEXTUAL				EVALUACIÓN				
	RELEVANCIA				5	4	3	2	1
6	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es útil para ti?								
7	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares aborda temas importantes y relevantes para la comunidad?								
	VALOR AGREGADO				5	4	3	2	1
8	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es valiosa y útil para mejorar tu calidad de vida?								

	ACTUALIDAD	5	4	3	2	1
9	¿Consideras que la municipalidad proporciona información actualizada sobre los servicios y actividades del Sistema de Focalización de Hogares?					
10	¿Encuentras que la municipalidad mantiene su información actualizada con frecuencia del Sistema de Focalización de Hogares?					
	OPORTUNIDAD	5	4	3	2	1
11	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es oportuna y se presenta en el momento adecuado?					
	COMPLETITUD	5	4	3	2	1
12	¿Consideras que la municipalidad proporciona detalles completos sobre los requisitos y procedimientos necesarios para acceder al Sistema de Focalización de Hogares?					
	CANTIDAD DE INFORMACIÓN	5	4	3	2	1
13	¿Consideras que la cantidad de información proporcionada por la municipalidad es suficiente para satisfacer tus necesidades de conocimiento sobre el Sistema de Focalización de Hogares?					
No.	REPRESENTACIÓN	EVALUACIÓN				
	ENTENDIBLE	5	4	3	2	1
14	¿Consideras que la municipalidad presenta información fácilmente comprensible para toda la comunidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?					
	INTERPRETABLE	5	4	3	2	1
15	¿Encuentras que la municipalidad brinda información útil y aplicable a tu vida cotidiana en relación al Sistema de Focalización de Hogares?					
	REPRESENTACIÓN CONCISA	5	4	3	2	1
16	¿Crees que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es presentada de manera breve y clara?					
	CONSISTENTE	5	4	3	2	1
17	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad del Sistema de Focalización de hogares se relaciona con la política social del gobierno?					
No.	ACCESIBILIDAD	EVALUACIÓN				
	FACILIDAD	5	4	3	2	1
18	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de encontrar y acceder?					
19	¿Crees que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en un formato accesible para todos los usuarios?					
20	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en diferentes formatos para adaptarse a las necesidades de los usuarios?					
	SEGURIDAD	5	4	3	2	1
21	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es segura y protegida contra posibles alteraciones o manipulaciones por terceros?					



ANEXO 4:

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022.

Investigadora: Yesenia Medalit Moreno Llaque

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022”, cuyo objetivo es determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por un municipio local de Huarochirí y la calidad de información proporcionada a la población sobre el Sistema de Focalización de Hogares.

Esta investigación es desarrollada por una estudiante de posgrado del programa “Maestría de Relaciones Pública e Imagen Corporativa”, de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Con esta investigación se busca saber cuál es el impacto que genera la estrategia comunicativa empleada por la municipalidad en el nivel de información que tienen los pobladores sobre los beneficios del SISFOH, entre ellos la obtención de la clasificación socioeconómica a fin de que pueda saber su nivel de pobreza y puedan acceder a los programas sociales y subsidios que entrega el Estado a las familias en situación de vulnerabilidad.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022”.

2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo de 10 a 12 minutos y se realizará en la parte externa de su vivienda. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía): Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia): Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia): Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia): Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante.

Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas: Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador: Moreno Llaque Yesenia Email: yesemedalit@gmail.com y docente asesor: Saavedra Sánchez Pilar Email: msaavedras@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Y. E. F. R (se colocó iniciales de la persona encuestada)

Fecha y hora: 02 de junio del 2023 – 10 a.m.

ANEXO 5: Evaluación por juicio de expertos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Lima, 22 de mayo del 2023

Señor: Boris Paul Ruiz Facho

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted, para expresarle mis saludos y asimismo hacer de su conocimiento, que siendo estudiante del Programa de Maestría en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, requiero validar mi instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la que sustentaré mis competencias investigativas en la experiencia curricular de Diseño y desarrollo del trabajo de investigación.

El título de mi investigación es: **Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022** y es imprescindible contar con la aprobación de expertos para poder validar el presente instrumento.

Para lo cual, le hacemos llegar el certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden estrategia comunicativa y calidad de información.

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

Atentamente,



Yesenia Medalit Moreno Llaque

DNI: 46502728

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para la validación de los instrumentos para medir la estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en pobladores de un municipio de Huarochirí.

La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Boris Paul Ruiz Facho
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social (X) Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Programas Sociales Comunicación Social Planificación estratégica Administración Pública
Institución donde labora:	Seguro Social de Salud – ESSALUD Centro Experimental de Formación Profesional – CEFOP La Libertad
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido de los instrumentos, por juicio de expertos.

3. **Datos de la escala:** (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Guías de cuestionarios para evaluar la estrategia comunicativa y calidad de la información del Sistema de focalización de hogares - SISFOH.
Autora:	Yesenia Medalit Moreno Llaque
Procedencia:	Elaboración Propia
Administración:	<p>ESTRATEGIA COMUNICATIVA: Compuesto por 01 un encabezado de información general de 5 ítems y 4 dimensiones con 2 ítems, a ser aplicado a una muestra total de 351 pobladores.</p> <p>CALIDAD DE INFORMACIÓN: Compuesto por 01 un encabezado de información general de 5 ítems y 4 dimensiones con 21 ítems, a ser aplicado a una muestra total de 351 pobladores.</p>
Tiempo de aplicación:	Aproximadamente entre 12 a 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Un distrito de la provincia de Huarochirí.
Significación:	<p>Para las guías de ambos cuestionarios se empleó la escala de Likert, con 05 alternativas de respuesta: Muy en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo.</p> <p>El objetivo de la medición es obtener información primaria de la calidad de información que reciben los pobladores respecto a la estrategia de comunicación ejecutada por el equipo técnico de la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares.</p>

4. **Soporte teórico** (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
ESTRATEGIA COMUNICATIVA	Diagnóstico	Es el proceso de recolección de información para conocer el contexto y situación de la organización, identificar a los públicos objetivos, así como comprender las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puedan afectar la comunicación.
	Diseño de estrategia	Es el proceso de elaboración de las acciones comunicacionales tras la identificación del problema o tema determinado. En caso, la estrategia se diseñe por campañas, estas deben agrupar actividades que brinden solución a problemáticas específicas e identificadas en el diagnóstico.

	Implementación de estrategia	es el proceso de ejecución de las actividades comunicacionales que darán respuesta a los objetivos trazados y deberán desarrollarse en los tiempos determinados y con los recursos destinados
	Evaluación	se desarrolla al finalizar la ejecución de las actividades para el seguimiento, control y medición del impacto de la estrategia frente al público objetivo
CALIDAD DE INFORMACIÓN	Intrínseca	Implica que la información tiene calidad por derecho propio. Incluye las dimensiones: credibilidad, precisión, objetividad y reputación.
	Contextual	Hace referencia a ser considerado dentro del contexto de la tarea en cuestión, para lo cual la información debe ser pertinente, oportuna y completa. Incluye cinco dimensiones: valor agregado, relevancia, oportunidad, completa y cantidad de datos.
	Representación	Manifiesta la importancia de la presentación de los datos y aspectos metodológicos, la cual debe mostrarse de manera concisa y consistente. Incluye las dimensiones de interpretabilidad, facilidad de comprensión, consistencia representacional y representación concisa.
	Accesibilidad	Se refiere a que la información es fácilmente accesible y utilizable por los usuarios, pero manteniendo la seguridad de los mismos. Las dimensiones son accesibilidad y seguridad.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para evaluar la calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una municipalidad de Huarochirí, elaborado por la señorita Yesenia Medalit Moreno Llaque en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Certificado de validez de contenido de instrumento Estrategia comunicativa

Dimensiones del instrumento: Diagnóstico, diseño de estrategia, implementación de estrategia y evaluación.

- Primera dimensión: DIAGNÓSTICO

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
OBJETIVOS	¿Consideras que la municipalidad ha establecido claramente sus objetivos de comunicación en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad ha logrado comunicar efectivamente sus objetivos a la población en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
MAPEO DE PÚBLICO	¿Crees que la municipalidad ha identificado correctamente a su público objetivo en relación a la información a brindar respecto al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los canales de comunicación adecuados para llegar a su público objetivo en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Segunda dimensión: DISEÑO DE ESTRATEGIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
CONTENIDO	¿Crees que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es relevante para la población?	4	4	4	
	¿Consideras que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de entender?	4	4	4	
TIEMPO	¿Crees que la municipalidad ha comunicado oportunamente la información relevante a la población respecto al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	



	¿Consideras que la frecuencia de la comunicación brindada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es adecuada?	4	4	4	
RECURSOS	¿Crees que la municipalidad cuenta con los recursos humanos necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad cuenta con los recursos financieros necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Tercera dimensión: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
ACTIVIDADES	¿Crees que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivas para llegar a su público objetivo?	4	4	4	
	¿Consideras que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son interesantes para la población?	4	4	4	
MENSAJE	¿Crees que los mensajes brindados por municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son claros y concisos?	4	4	4	
	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son útiles para ti como poblador?	4	4	4	
CANAL	¿Crees que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivos para llegar a ti como poblador?	4	4	4	
	¿Consideras que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares son accesibles para ti como poblador?	4	4	4	
PÚBLICO OBJETIVO	¿Crees que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son relevantes para el público objetivo?	4	4	4	



	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares han sido efectivos para llegar al público objetivo?	4	4	4	
--	---	---	---	---	--

• Cuarta dimensión: EVALUACIÓN

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
MEDICIÓN	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los resultados de la medición para mejorar su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad ha realizado una medición adecuada del impacto de su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
RESULTADOS	¿Crees que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha tenido un impacto positivo en el bienestar de la población?	4	4	4	
	¿Consideras que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha mejorado tu percepción sobre los servicios ofrecidos por ella?	4	4	4	

Observaciones: -----

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Boris Ruiz Facho DNI: 44896146

Especialidad del validador: sociólogo con maestrías en gerencia social y política social

25 de mayo del 2023

BORIS RUIZ FACHO

DNI:44896146

Certificado de validez de contenido de instrumento Calidad de Información

Dimensiones del instrumento: intrínseca, contextual, presentación y accesibilidad.

- Primera dimensión: **INTRÍNSECA**
- Objetivos de la Dimensión: se medirá la disponibilidad de datos, así como su manejo y uso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
PRECISIÓN	¿Consideras que la información brindada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es clara y fácil de comprender?	4	4	4	
OBJETIVIDAD	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares de manera objetiva, sin influencias externas o sesgos?	4	4	4	
CREDIBILIDAD	¿Confías en la información proporcionada por la municipalidad sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad tiene una fuente confiable y verificable de información en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
REPUTACIÓN	¿Has escuchado comentarios positivos sobre la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Segunda dimensión: CONTEXTUAL
- Objetivos de la Dimensión: se medirá la disponibilidad de datos, así como su manejo y uso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
RELEVANCIA	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es útil para ti?	4	4	4	
	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares aborda temas importantes y relevantes para la comunidad?	4	4	4	
VALOR AGREGADO	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es valiosa y útil para mejorar tu calidad de vida?	4	4	4	
ACTUALIDAD	¿Consideras que la municipalidad proporciona información actualizada sobre los servicios y actividades del Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Encuentras que la municipalidad mantiene su información actualizada con frecuencia del Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
OPORTUNIDAD	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es oportuna y se presenta en el momento adecuado?	4	4	4	
COMPLETITUD	¿Consideras que la municipalidad proporciona detalles completos sobre los requisitos y procedimientos necesarios para acceder al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
CANTIDAD DE INFORMACIÓN	¿Consideras que la cantidad de información proporcionada por la municipalidad es suficiente para satisfacer tus necesidades de conocimiento sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Tercera dimensión: PRESENTACIÓN
- Objetivos de la Dimensión: (describa lo que mide el instrumento).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
ENTENDIBLE	¿Consideras que la municipalidad presenta información de manera clara y fácilmente comprensible para toda la comunidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
INTERPRETABLE	¿Encuentras que la municipalidad brinda información útil y aplicable a tu vida cotidiana en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
REPRESENTACIÓN CONCISA	¿Crees que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es presentada de manera breve y clara?	4	4	4	
CONSISTENTE	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad del Sistema de Focalización de hogares se relaciona con la política social del gobierno?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: ACCESIBILIDAD
- Objetivos de la Dimensión:

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
FACILIDAD	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de encontrar y acceder?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en un formato accesible para todos los usuarios?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en diferentes formatos para adaptarse a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	

SEGURIDAD	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es segura y protegida contra posibles alteraciones o manipulaciones por terceros?	4	4	4	
------------------	---	---	---	---	--

Observaciones: -----

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Boris Ruiz Facho DNI: 44896146

Especialidad del validador: sociólogo con maestrías en gerencia social y política social

25 de mayo del 2023



BORIS RUIZ FACHO

DNI 44896146

CARTA DE PRESENTACIÓN

Lima, 22 de mayo del 2023

Señor: Fernando Santos Cubas

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted, para expresarle mis saludos y asimismo hacer de su conocimiento, que siendo estudiante del Programa de Maestría en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, requiero validar mi instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la que sustentaré mis competencias investigativas en la experiencia curricular de Diseño y desarrollo del trabajo de investigación.

El título de mi investigación es: **Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022** y es imprescindible contar con la aprobación de expertos para poder validar el presente instrumento.

Para lo cual, le hacemos llegar el certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden estrategia comunicativa y calidad de información.

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

Atentamente,



Yesenia Medalit Moreno Llaque

DNI: 46502728

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para la validación de los instrumentos para medir la estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en pobladores de un municipio de Huarochirí.

La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Fernando Santos Cubas
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Área de formación académica:	Clínica (<input type="checkbox"/>) Social (<input type="checkbox"/>) Educativa (<input checked="" type="checkbox"/>) Organizacional (<input type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	10 años
Institución donde labora:	Universidad Tecnológica del Perú
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (<input type="checkbox"/>) Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido de los instrumentos, por juicio de expertos.

3. **Datos de la escala:** (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Guías de cuestionarios para evaluar la estrategia comunicativa y calidad de la información del Sistema de focalización de hogares - SISFOH.
Autora:	Yesenia Medalit Moreno Llaque
Procedencia:	Elaboración Propia
Administración:	<p>ESTRATEGIA COMUNICATIVA: Compuesto por 01 un encabezado de información general de 5 ítems y 4 dimensiones con 2 ítems, a ser aplicado a una muestra total de 351 pobladores.</p> <p>CALIDAD DE INFORMACIÓN: Compuesto por 01 un encabezado de información general de 5 ítems y 4 dimensiones con 21 ítems, a ser aplicado a una muestra total de 351 pobladores.</p>
Tiempo de aplicación:	Aproximadamente entre 12 a 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Un distrito de la provincia de Huarochirí.
Significación:	<p>Para las guías de ambos cuestionarios se empleó la escala de Likert, con 05 alternativas de respuesta: Muy en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo.</p> <p>El objetivo de la medición es obtener información primaria de la calidad de información que reciben los pobladores respecto a la estrategia de comunicación ejecutada por el equipo técnico de la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares.</p>

4. **Soporte teórico** (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
ESTRATEGIA COMUNICATIVA	Diagnóstico	Es el proceso de recolección de información para conocer el contexto y situación de la organización, identificar a los públicos objetivos, así como comprender las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puedan afectar la comunicación.
	Diseño de estrategia	Es el proceso de elaboración de las acciones comunicacionales tras la identificación del problema o tema determinado. En caso, la estrategia se diseñe por campañas, estas deben agrupar actividades que brinden solución a problemáticas específicas e identificadas en el diagnóstico.

	Implementación de estrategia	es el proceso de ejecución de las actividades comunicacionales que darán respuesta a los objetivos trazados y deberán desarrollarse en los tiempos determinados y con los recursos destinados
	Evaluación	se desarrolla al finalizar la ejecución de las actividades para el seguimiento, control y medición del impacto de la estrategia frente al público objetivo
CALIDAD DE INFORMACIÓN	Intrínseca	Implica que la información tiene calidad por derecho propio. Incluye las dimensiones: credibilidad, precisión, objetividad y reputación.
	Contextual	Hace referencia a ser considerado dentro del contexto de la tarea en cuestión, para lo cual la información debe ser pertinente, oportuna y completa. Incluye cinco dimensiones: valor agregado, relevancia, oportunidad, completa y cantidad de datos.
	Representación	Manifiesta la importancia de la presentación de los datos y aspectos metodológicos, la cual debe mostrarse de manera concisa y consistente. Incluye las dimensiones de interpretabilidad, facilidad de comprensión, consistencia representacional y representación concisa.
	Accesibilidad	Se refiere a que la información es fácilmente accesible y utilizable por los usuarios, pero manteniendo la seguridad de los mismos. Las dimensiones son accesibilidad y seguridad.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para evaluar la calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una municipalidad de Huarochirí, elaborado por la señorita Yesenia Medalit Moreno Llaque en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Certificado de validez de contenido de instrumento Estrategia comunicativa

Dimensiones del instrumento: Diagnóstico, diseño de estrategia, implementación de estrategia y evaluación.

- Primera dimensión: DIAGNÓSTICO

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
OBJETIVOS	¿Consideras que la municipalidad ha establecido claramente sus objetivos de comunicación en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad ha logrado comunicar efectivamente sus objetivos a la población en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
MAPEO DE PÚBLICO	¿Crees que la municipalidad ha identificado correctamente a su público objetivo en relación a la información a brindar respecto al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los canales de comunicación adecuados para llegar a su público objetivo en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Segunda dimensión: DISEÑO DE ESTRATEGIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
CONTENIDO	¿Crees que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es relevante para la población?	4	4	4	
	¿Consideras que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de entender?	4	4	4	
TIEMPO	¿Crees que la municipalidad ha comunicado oportunamente la información relevante a la población respecto al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la frecuencia de la comunicación brindada por la	4	4	4	

	municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es adecuada?				
RECURSOS	¿Crees que la municipalidad cuenta con los recursos humanos necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad cuenta con los recursos financieros necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Tercera dimensión: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
ACTIVIDADES	¿Crees que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivas para llegar a su público objetivo?	4	4	4	
	¿Consideras que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son interesantes para la población?	4	4	4	
MENSAJE	¿Crees que los mensajes brindados por municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son claros y concisos?	4	4	4	
	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son útiles para ti como poblador?	4	4	4	
CANAL	¿Crees que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivos para llegar a ti como poblador?	4	4	4	
	¿Consideras que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares son accesibles para ti como poblador?	4	4	4	
PÚBLICO OBJETIVO	¿Crees que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son relevantes para el público objetivo?	4	4	4	

	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares han sido efectivos para llegar al público objetivo?	4	4	4	
--	---	---	---	---	--

- Cuarta dimensión: EVALUACIÓN

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
MEDICIÓN	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los resultados de la medición para mejorar su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad ha realizado una medición adecuada del impacto de su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
RESULTADOS	¿Crees que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha tenido un impacto positivo en el bienestar de la población?	4	4	4	
	¿Consideras que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha mejorado tu percepción sobre los servicios ofrecidos por ella?	4	4	4	

Observaciones: -----

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Fernando Santos Cubas DNI: 17640417

Especialidad del validador: ciencia física con amplia experiencia en docencia e investigación.



24 de mayo del 2023

FERNANDO SANTOS CUBAS
DNI:17640417

Certificado de validez de contenido de instrumento Calidad de Información

Dimensiones del instrumento: intrínseca, contextual, presentación y accesibilidad.

- Primera dimensión: **INTRÍNSECA**
- Objetivos de la Dimensión: se medirá la disponibilidad de datos, así como su manejo y uso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
PRECISIÓN	¿Consideras que la información brindada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es clara y fácil de comprender?	3	3	3	
OBJETIVIDAD	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares de manera objetiva, sin influencias externas o sesgos?	4	4	4	
CREDIBILIDAD	¿Confías en la información proporcionada por la municipalidad sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad tiene una fuente confiable y verificable de información en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
REPUTACIÓN	¿Has escuchado comentarios positivos sobre la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Segunda dimensión: **CONTEXTUAL**
- Objetivos de la Dimensión: se medirá la disponibilidad de datos, así como su manejo y uso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
RELEVANCIA	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es útil para ti?	4	4	4	
	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares aborda temas importantes y relevantes para la comunidad?	4	4	4	

VALOR AGREGADO	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es valiosa y útil para mejorar tu calidad de vida?	4	4	4	
ACTUALIDAD	¿Consideras que la municipalidad proporciona información actualizada sobre los servicios y actividades del Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Encuentras que la municipalidad mantiene su información actualizada con frecuencia del Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
OPORTUNIDAD	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es oportuna y se presenta en el momento adecuado?	4	4	4	
COMPLETITUD	¿Consideras que la municipalidad proporciona detalles completos sobre los requisitos y procedimientos necesarios para acceder al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
CANTIDAD DE INFORMACIÓN	¿Consideras que la cantidad de información proporcionada por la municipalidad es suficiente para satisfacer tus necesidades de conocimiento sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Tercera dimensión: PRESENTACIÓN
- Objetivos de la Dimensión: (describe lo que mide el instrumento).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
ENTENDIBLE	¿Consideras que la municipalidad presenta información de manera clara y fácilmente comprensible para toda la comunidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
INTERPRETABLE	¿Encuentras que la municipalidad brinda información útil y aplicable a tu vida cotidiana en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
REPRESENTACIÓN CONCISA	¿Crees que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es presentada de manera breve y clara?	4	4	4	

CONSISTENTE	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad del Sistema de Focalización de hogares se relaciona con la política social del gobierno?	4	4	4	
--------------------	--	---	---	---	--

- Cuarta dimensión: ACCESIBILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
FACILIDAD	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de encontrar y acceder?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en un formato accesible para todos los usuarios?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en diferentes formatos para adaptarse a las necesidades de los usuarios?	4	4	4	
SEGURIDAD	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es segura y protegida contra posibles alteraciones o manipulaciones por terceros?	4	4	4	

Observaciones: -----

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Fernando Santos Cubas DNI: 17640417

Especialidad del validador: ciencia física con amplia experiencia en docencia e investigación

24 de mayo del 2023



FERNANDO SANTOS CUBAS
DNI: 17640417

CARTA DE PRESENTACIÓN

Lima, 22 de mayo del 2023

Señor: Ysmelda Helene Romero Acosta

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

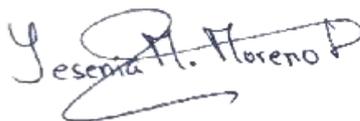
Me es muy grato comunicarme con usted, para expresarle mis saludos y asimismo hacer de su conocimiento, que siendo estudiante del Programa de Maestría en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, requiero validar mi instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la que sustentaré mis competencias investigativas en la experiencia curricular de Diseño y desarrollo del trabajo de investigación.

El título de mi investigación es: **Estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en un municipio local de Huarochirí, 2022** y es imprescindible contar con la aprobación de expertos para poder validar el presente instrumento.

Para lo cual, le hacemos llegar el certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden estrategia comunicativa y calidad de información.

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

Atentamente,



Yesenia Medalit Moreno Llaque

DNI: 46502728

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para la validación de los instrumentos para medir la estrategia comunicativa y calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares en pobladores de un municipio de Huarochirí.

La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Ysmelda Helene Romero Acosta
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social (x) Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Comunicación social Relaciones Públicas Imagen Corporativa
Institución donde labora:	Municipalidad provincial de Jaén
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido de los instrumentos, por juicio de expertos.

3. **Datos de la escala:** (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Guías de cuestionarios para evaluar la estrategia comunicativa y calidad de la información del Sistema de focalización de hogares - SISFOH.
Autora:	Yesenia Medalit Moreno Llaque
Procedencia:	Elaboración Propia
Administración:	<p>ESTRATEGIA COMUNICATIVA: Compuesto por 01 un encabezado de información general de 5 ítems y 4 dimensiones con 2 ítems, a ser aplicado a una muestra total de 351 pobladores.</p> <p>CALIDAD DE INFORMACIÓN: Compuesto por 01 un encabezado de información general de 5 ítems y 4 dimensiones con 21 ítems, a ser aplicado a una muestra total de 351 pobladores.</p>
Tiempo de aplicación:	Aproximadamente entre 12 a 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Un distrito de la provincia de Huarochirí.
Significación:	<p>Para las guías de ambos cuestionarios se empleó la escala de Likert, con 05 alternativas de respuesta: Muy en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo.</p> <p>El objetivo de la medición es obtener información primaria de la calidad de información que reciben los pobladores respecto a la estrategia de comunicación ejecutada por el equipo técnico de la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares.</p>

4. **Soporte teórico** (describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
ESTRATEGIA COMUNICATIVA	Diagnóstico	Es el proceso de recolección de información para conocer el contexto y situación de la organización, identificar a los públicos objetivos, así como comprender las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puedan afectar la comunicación.
	Diseño de estrategia	Es el proceso de elaboración de las acciones comunicacionales tras la identificación del problema o tema determinado. En caso, la estrategia se diseñe por campañas, estas deben agrupar actividades que brinden solución a problemáticas específicas e identificadas en el diagnóstico.

	Implementación de estrategia	es el proceso de ejecución de las actividades comunicacionales que darán respuesta a los objetivos trazados y deberán desarrollarse en los tiempos determinados y con los recursos destinados
	Evaluación	se desarrolla al finalizar la ejecución de las actividades para el seguimiento, control y medición del impacto de la estrategia frente al público objetivo
CALIDAD DE INFORMACIÓN	Intrínseca	Implica que la información tiene calidad por derecho propio. Incluye las dimensiones: credibilidad, precisión, objetividad y reputación.
	Contextual	Hace referencia a ser considerado dentro del contexto de la tarea en cuestión, para lo cual la información debe ser pertinente, oportuna y completa. Incluye cinco dimensiones: valor agregado, relevancia, oportunidad, completa y cantidad de datos.
	Representación	Manifiesta la importancia de la presentación de los datos y aspectos metodológicos, la cual debe mostrarse de manera concisa y consistente. Incluye las dimensiones de interpretabilidad, facilidad de comprensión, consistencia representacional y representación concisa.
	Accesibilidad	Se refiere a que la información es fácilmente accesible y utilizable por los usuarios, pero manteniendo la seguridad de los mismos. Las dimensiones son accesibilidad y seguridad.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para evaluar la calidad de información del Sistema de Focalización de Hogares – SISFOH en los pobladores de una municipalidad de Huarochirí, elaborado por la señorita Yesenia Medalit Moreno Llaque en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Certificado de validez de contenido de instrumento Estrategia comunicativa

Dimensiones del instrumento: Diagnóstico, diseño de estrategia, implementación de estrategia y evaluación.

- Primera dimensión: DIAGNÓSTICO

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
OBJETIVOS	¿Consideras que la municipalidad ha establecido claramente sus objetivos de comunicación en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad ha logrado comunicar efectivamente sus objetivos a la población en Relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
MAPEO DE PÚBLICO	¿Crees que la municipalidad ha identificado correctamente a su público objetivo en relación a la información a brindar respecto al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los canales de comunicación adecuados para llegar a su público objetivo en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Segunda dimensión: DISEÑO DE ESTRATEGIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
CONTENIDO	¿Crees que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es relevante para la población?	4	4	4	
	¿Consideras que el contenido de la comunicación brindada por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de entender?	4	4	4	
TIEMPO	¿Crees que la municipalidad ha comunicado oportunamente la información relevante a la población respecto al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la frecuencia de la comunicación brindada por la municipalidad en relación al	4	4	4	

	Sistema de Focalización de Hogares es adecuada?				
RECURSOS	¿Crees que la municipalidad cuenta con los recursos humanos necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad cuenta con los recursos financieros necesarios para llevar a cabo su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Tercera dimensión: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
ACTIVIDADES	¿Crees que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivas para llegar a su público objetivo?	4	4	4	
	¿Consideras que las actividades de comunicación realizadas por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son interesantes para la población?	4	4	4	
MENSAJE	¿Crees que los mensajes brindados por municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son claros y concisos?	4	4	4	
	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son útiles para ti como poblador?	4	4	4	
CANAL	¿Crees que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son efectivos para llegar a ti como poblador?	4	4	4	
	¿Consideras que los canales de comunicación utilizados por la municipalidad en Relación al Sistema de Focalización de Hogares son accesibles para ti como poblador?	4	4	4	
PÚBLICO OBJETIVO	¿Crees que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares son relevantes para el público objetivo?	4	4	4	

	¿Consideras que los mensajes brindados por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares han sido efectivos para llegar al público objetivo?	4	4	4	
--	---	---	---	---	--

- Cuarta dimensión: EVALUACIÓN

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
MEDICIÓN	¿Consideras que la municipalidad ha utilizado los resultados de la medición para mejorar su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad ha realizado una medición adecuada del impacto de su estrategia comunicativa en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
RESULTADOS	¿Crees que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha tenido un impacto positivo en el bienestar de la población?	4	4	4	
	¿Consideras que la estrategia comunicativa realizada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares ha mejorado tu percepción sobre los servicios ofrecidos por ella?	4	4	4	

Observaciones: -----

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Helene Romero Acosta DNI: 45504826

Especialidad del validador: ciencias de la comunicación con especialidad en RR.PP.



25 de mayo del 2023

YSMELDA HELENE ROMERO ACOSTA
DNI 45504826

Certificado de validez de contenido de instrumento Calidad de Información

Dimensiones del instrumento: intrínseca, contextual, presentación y accesibilidad.

- Primera dimensión: **INTRÍNSECA**
- Objetivos de la Dimensión: se medirá la disponibilidad de datos, así como su manejo y uso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
PRECISIÓN	¿Consideras que la información brindada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es clara y fácil de comprender?	4	3	3	
OBJETIVIDAD	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares de manera objetiva, sin influencias externas o sesgos?	2	3	4	
CREDIBILIDAD	¿Confías en la información proporcionada por la municipalidad sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	3	4	3	
	¿Consideras que la municipalidad tiene una fuente confiable y verificable de información en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	3	4	3	
REPUTACIÓN	¿Has escuchado comentarios positivos sobre la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	3	4	4	

- Segunda dimensión: **CONTEXTUAL**
- Objetivos de la Dimensión: se medirá la disponibilidad de datos, así como su manejo y uso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
RELEVANCIA	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es útil para ti?	3	4	4	

	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares aborda temas importantes y relevantes para la comunidad?	4	4	4	
VALOR AGREGADO	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es valiosa y útil para mejorar tu calidad de vida?	3	3	3	
ACTUALIDAD	¿Consideras que la municipalidad proporciona información actualizada sobre los servicios y actividades del Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
	¿Encuentras que la municipalidad mantiene su información actualizada con frecuencia del Sistema de Focalización de Hogares?	3	4	3	
OPORTUNIDAD	¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es oportuna y se presenta en el momento adecuado?	3	3	3	
COMPLETITUD	¿Consideras que la municipalidad proporciona detalles completos sobre los requisitos y procedimientos necesarios para acceder al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
CANTIDAD DE INFORMACIÓN	¿Consideras que la cantidad de información proporcionada por la municipalidad es suficiente para satisfacer tus necesidades de conocimiento sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	

- Tercera dimensión: PRESENTACIÓN

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
ENTENDIBLE	¿Consideras que la municipalidad presenta información de manera clara y fácilmente comprensible para toda la comunidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	4	4	4	
INTERPRETABLE	¿Encuentras que la municipalidad brinda información útil y aplicable a tu vida cotidiana en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	3	3	3	

REPRESENTACIÓN CONCISA	¿Crees que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es presentada de manera breve y clara?	3	4	4	
CONSISTENTE	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad del Sistema de Focalización de hogares se relaciona con la política social del gobierno?	4	3	3	

- Cuarta dimensión: ACCESIBILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
FACILIDAD	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de encontrar y acceder?	4	4	4	
	¿Crees que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en un formato accesible para todos los usuarios?	3	4	4	
	¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en diferentes formatos para adaptarse a las necesidades de los usuarios?	3	4	4	
SEGURIDAD	¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es segura y protegida contra posibles alteraciones o manipulaciones por terceros?	3	4	4	

Observaciones: -----

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Helene Romero Acosta DNI: 45504826

Especialidad del validador: ciencias de la comunicación con especialidad en RR.PP.



25 de mayo del 2023

YSMELDA HELENE ROMERO ACOSTA

DNI: 45504826

ANEXO 6: Fórmula de cálculo de muestra de variable cualitativa finita

$$n = \frac{N Z_{\alpha}^2 s^2}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 s^2}$$

Dónde:

n: tamaño de muestra

N: Numero de la población (4 165)

Z: Nivel de Confianza (1.96)

p: Probabilidad de contar con clasificación socioeconómica (0.50)

q: Probabilidad de no contar con clasificación socioeconómica (0.50)

E: Margen de error permitido (5%)

Cálculo de la Muestra							
	N	4165					
95%	Z	1.96	3.8416	z*z	n	4000.066	351.796419
5%	E	0.05	0.0025	e*e		11.3704	
50%	P	0.5					
50%	Q	0.5	0.25	p*q			
	N-1	4164					

El resultado de la muestra producto de la operación a la formula antes descrita dio como resultado un total de 351 personas.

ANEXO 7: Resultado de confiabilidad de instrumentos

Fiabilidad de instrumento de variable Estrategia comunicativa

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	22

Los resultados muestran un alfa de Cronbachs mayor a 0.7 y muy cercano a 1, lo que indica que el instrumento es confiable. Asimismo, se presentan el nivel de confiabilidad de cada uno de los ítems del instrumento, todos presentan valores cercanos a 1.

Item-Total Statistics						
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Correlation	Item-Total	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
Ítem 1	56.87	460.230	.877		.980	
Ítem 2	56.83	467.014	.866		.980	
Ítem 3	56.99	462.884	.917		.980	
Ítem 4	57.13	479.708	.663		.982	
Ítem 5	57.04	475.259	.723		.981	
Ítem 6	56.86	470.530	.818		.980	
Ítem 7	56.81	468.907	.877		.980	
Ítem 8	56.79	468.664	.898		.980	
Ítem 9	56.80	481.959	.607		.982	
Ítem 10	56.76	468.013	.720		.981	
Ítem 11	57.00	476.493	.799		.981	
Ítem 12	56.67	462.456	.830		.980	
Ítem 13	56.81	466.559	.925		.980	
Ítem 14	56.89	463.175	.851		.980	
Ítem 15	56.94	468.547	.846		.980	
Ítem 16	57.14	475.979	.840		.980	
Ítem 17	56.91	470.080	.875		.980	
Ítem 18	56.79	473.330	.939		.980	
Ítem 19	57.01	460.507	.927		.980	
Ítem 20	56.93	471.748	.858		.980	
Ítem 21	56.86	469.602	.864		.980	
Ítem 22	57.07	468.560	.864		.980	

Fiabilidad de instrumento de variable Calidad de Información

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	21

Los resultados muestran un alfa de Cronbachs mayor a 0.7 y muy cercano a 1, lo que indica que el instrumento es confiable.

Asimismo, se presentan el nivel de confiabilidad de cada uno de los ítems del instrumento, todos presentan valores cercanos a 1.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ¿Consideras que la información brindada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es concisa y exacta?	26.94	51.644	.901
2. ¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares de manera objetiva, sin influencias externas o sesgos?	26.91	54.198	.902

3. ¿Confías en la información proporcionada por la municipalidad sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	27.26	52.079	.892
4. ¿Consideras que la municipalidad tiene una fuente confiable y verificable de información en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	27.37	51.358	.886
5. ¿Has escuchado comentarios positivos sobre la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	27.43	53.076	.889
6. ¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es útil para tí?	27.29	52.622	.891
7. ¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares aborda temas importantes y relevantes para la comunidad?	27.43	53.193	.896
8. ¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es valiosa y útil para mejorar tu calidad de vida?	27.51	55.787	.900
9. ¿Consideras que la municipalidad proporciona información actualizada sobre los servicios y actividades del Sistema de Focalización de Hogares?	27.71	58.504	.899
10. ¿Encuentras que la municipalidad mantiene su información actualizada con frecuencia del Sistema de Focalización de Hogares?	27.69	57.163	.897
11. ¿Encuentras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es oportuna y se presenta en el momento adecuado?	27.71	58.622	.900
12. ¿Consideras que la municipalidad proporciona detalles completos sobre los requisitos y procedimientos necesarios para acceder al Sistema de Focalización de Hogares?	27.54	54.138	.894

13. ¿Consideras que la cantidad de información proporcionada por la municipalidad es suficiente para satisfacer tus necesidades de conocimiento sobre el Sistema de Focalización de Hogares?	27.69	58.339	.899
14. ¿Consideras que la municipalidad presenta información fácilmente comprensible para toda la comunidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	27.69	57.987	.898
15. ¿Encuentras que la municipalidad brinda información útil y aplicable a tu vida cotidiana en relación al Sistema de Focalización de Hogares?	27.66	56.585	.895
16. ¿Crees que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es presentada de manera breve y clara?	27.57	55.899	.895
17. ¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad del Sistema de Focalización de hogares se relaciona con la política social del gobierno?	27.09	52.022	.897
18. ¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es fácil de encontrar y acceder?	27.40	56.659	.897
19. ¿Crees que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en un formato accesible para todos los usuarios?	27.51	57.198	.899
20. ¿Consideras que la municipalidad presenta información en relación al Sistema de Focalización de Hogares en diferentes formatos para adaptarse a las necesidades de los usuarios?	27.60	57.894	.899
21. ¿Consideras que la información proporcionada por la municipalidad en relación al Sistema de Focalización de Hogares es segura y protegida contra posibles alteraciones o manipulaciones por terceros?	27.57	56.487	.896

Anexo 8:

Análisis de normalidad de los datos de las variables y dimensiones

Tabla 6.

Normalidad de los datos de la variable calidad de información con sus dimensiones

Variables y dimensiones	Prueba: Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl.	Sig.
Calidad de información	.343	351	,000
Intrínseca	.328	351	,000
Contextual	.334	351	,000
Representación	.329	351	,000
Accesibilidad	.332	351	,000

Interpretación:

De acuerdo a lo resultados de la tabla 06, se observa que la calidad de información, la dimensión intrínseca, la dimensión contextual, la dimensión representación y la dimensión accesibilidad presentan valores significativos ($p \leq 0,05$). Concluyéndose que los datos de la variable y sus dimensiones no presentan distribución normal.

Figura 1. *Curva de normalidad de la variable calidad de la información*

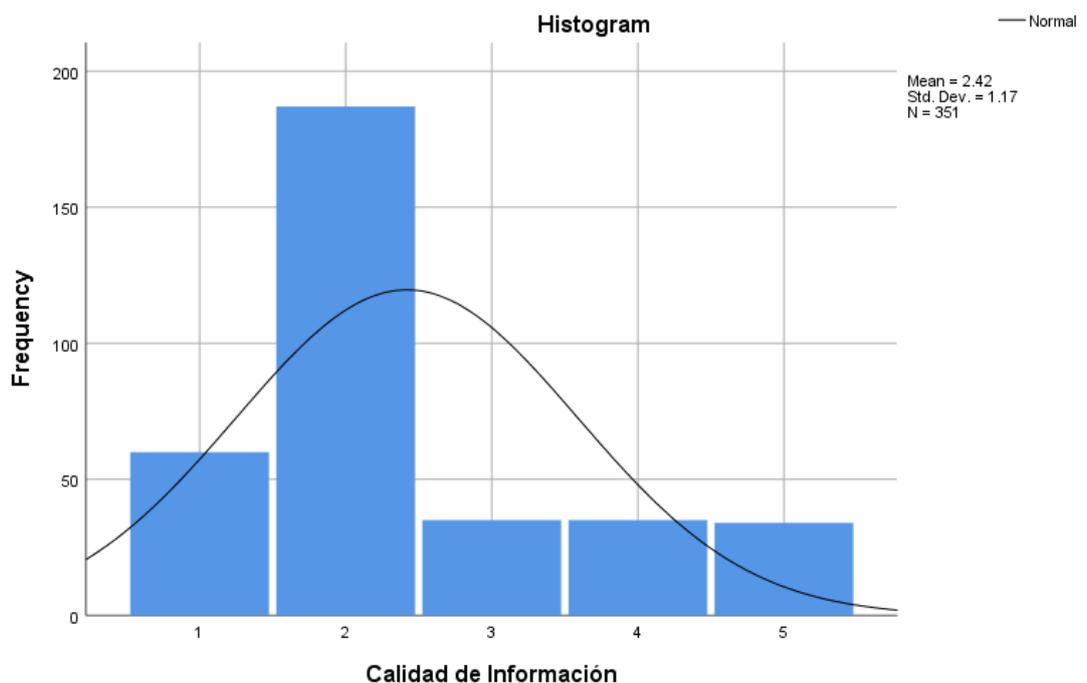


Tabla 7.

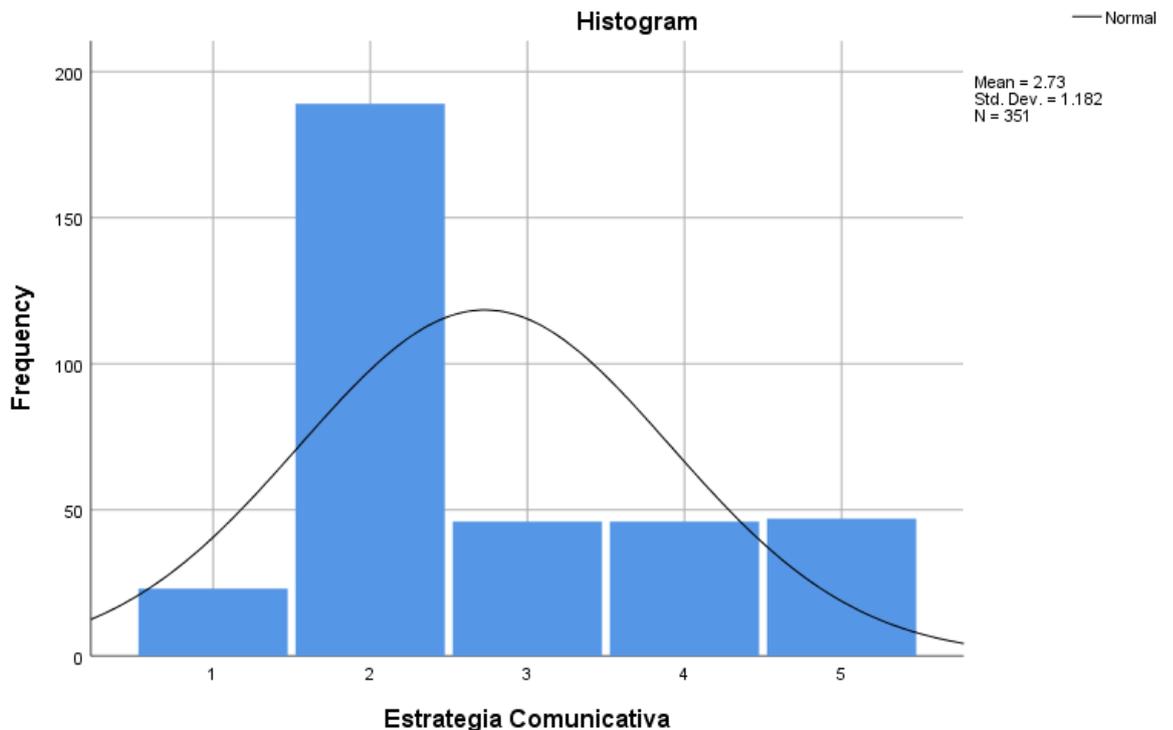
Normalidad de los datos de la variable estrategia comunicativa con sus dimensiones

Variables y dimensiones	Prueba: Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl.	Sig.
Estrategia comunicativa	.315	351	,000
Diagnóstico	.270	351	,000
Diseño de estrategia	.329	351	,000
Implementación de estrategia	.377	351	,000
Evaluación	.335	351	,000

Interpretación:

De acuerdo a lo resultados de la tabla 07, se observa que la estrategia comunicativa, la dimensión diagnóstica, la dimensión diseño de estrategia, la dimensión implementación de estrategia y la dimensión evaluación, presentan valores significativos ($p \leq 0,05$). Concluyéndose que los datos de la variable y sus dimensiones no presentan distribución normal.

Figura 2. *Curva de normalidad de la variable estrategia comunicativa*



Anexo 9: Autorización de aplicación del instrumento firmado por la respectiva autoridad

Presentación de carta solicitando permiso a municipalidad



"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

Trujillo, 07 de junio de 2023

CARTA N° 301-2023-UCV-VA-EPG-F01/J

Sr. Brayan Alonso Bullón Ruiz

Alcalde

MUNICIPALIDAD DI [REDACTED]

Presente. –

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA APLICAR INSTRUMENTOS PARA EL DESARROLLO DE TESIS

Es grato dirigirme a usted para saludarle cordialmente y así mismo presentar a la estudiante YESENIA MEDALIT MORENO LLAQUE, del programa de MAESTRIA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA, de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

La estudiante en mención solicita autorización para aplicar los instrumentos necesarios para el desarrollo de su tesis denominada: "ESTRATEGIA COMUNICATIVA Y CALIDAD DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA DE FOCALIZACIÓN DE HOGARES EN UN MUNICIPIO LOCAL DE HUAROCHIRÍ, 2022", en la institución que usted dirige.

El objetivo principal de este trabajo de investigación es determinar la relación entre la estrategia comunicativa implementada por la Municipalidad [REDACTED] y la calidad de información proporcionada a la población, sobre el Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH).

Agradeciendo la atención que brinde a la presente, aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y respeto.

Atentamente. –



Mg. Ricardo Benites Allaga
Jefe de la Escuela de Posgrado-Trujillo
Universidad César Vallejo

ADJUNTO:

- Instrumentos de recolección de datos.

Carta remitida por la municipalidad autorizando el permiso



"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

07 de julio del 2023

OFICIO N° 46-2023-GM-MDRP

Mg. Ricardo Benites Aliaga
JEFE DE LA ESCUELA DE POSGRADO-TRUJILLO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ASUNTO: PERMISO AUTORIZADO PARA REALIZAR TESIS

De mi especial consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. Para expresarle nuestro fraterno y cordial saludo a nombre del alcalde de la Municipalidad [REDACTED] y a la vez poder expresarle:

Que, en el marco de la carta enviada N° 301-2023, donde solicita autorización para aplicar instrumentos para el desarrollo de tesis denominada: "ESTRATEGIA COMUNICATIVA Y CALIDAD DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA DE FOCALIZACIÓN DE HOGARES EN UN MUNICIPIO LOCAL DE HUAROCHIRÍ, 2022", de la estudiante Yesenia Medalit Moreno Liaque, del programa de MAESTRIA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA, de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, se informa que se brinda el permiso autorizado para realizar la investigación.

La municipalidad está presta a apoyar con lo que requiera la estudiante para la culminación y logro con éxito de su tesis, así como con la aplicación de instrumentos para el desarrollo de la tesis mencionada.

Sin otro particular, me despido de usted.

Atentamente,



[REDACTED]
C.P.C. Lisette Isabel Garbajal Salas
GERENTE MUNICIPAL



ANEXOS 10:

Fotografías en momentos de aplicación de los instrumentos

