

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



**PERCEPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS
BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA SOCIAL QALI
WARMA DE TOCACHE RURAL**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

Celia Alexandra Rodriguez Quispe
Código 20172568

Asesor

Lilian Kanashiro Nakahodo

Lima – Perú
Diciembre del 2025

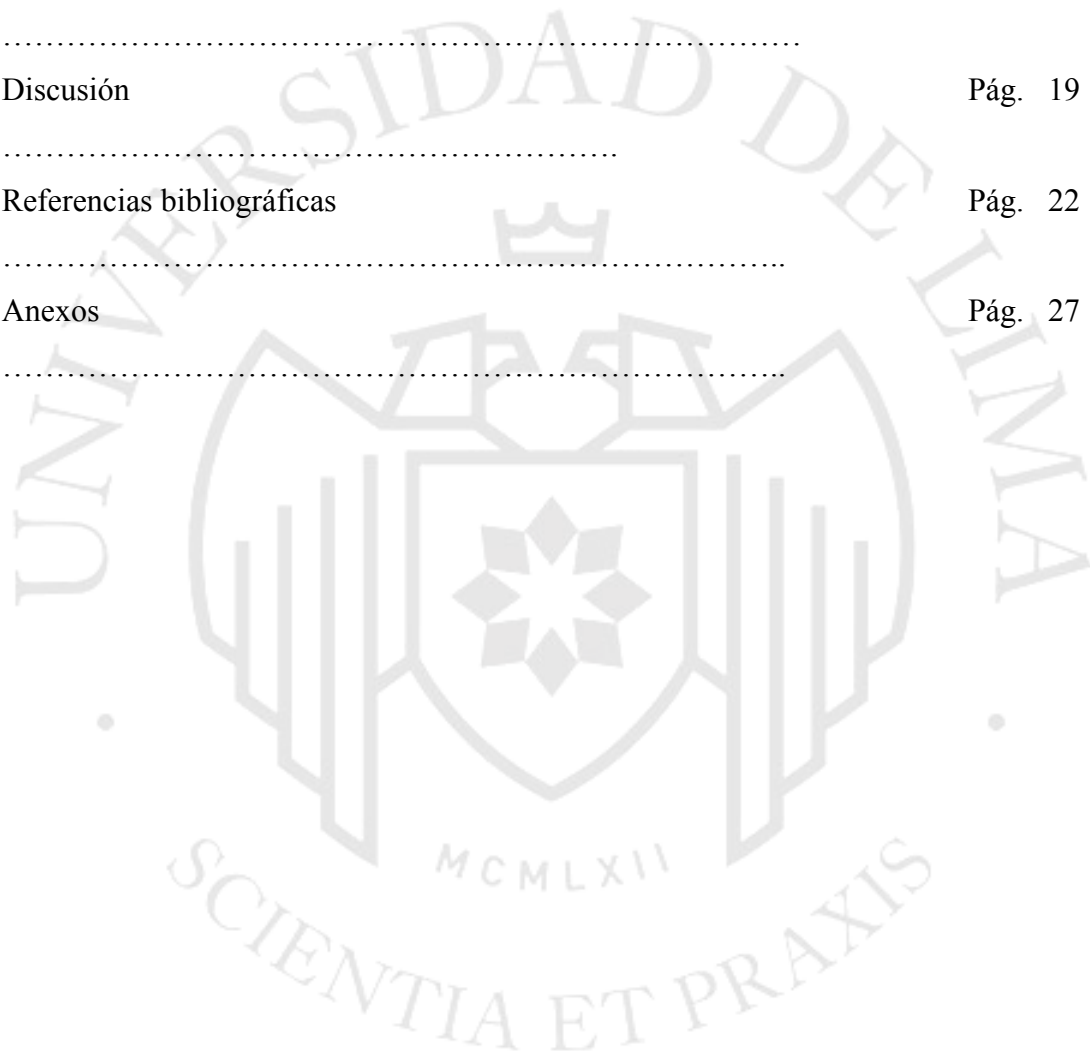


**PERCEPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS
BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA SOCIAL
QALI WARMA DE TOCACHE RURAL**



TABLA DE CONTENIDO

Introducción	Pág. 6
.....	
Metodología	Pág. 13
.....	
Resultados	Pág. 15
.....	
Discusión	Pág. 19
.....	
Referencias bibliográficas	Pág. 22
.....	
Anexos	Pág. 27
.....	



Resumen

La presente investigación tiene como objetivo evaluar la percepción de las estrategias de comunicación utilizadas en la difusión del programa social Qali Warma y el nivel de satisfacción de sus beneficiarios en las zonas rurales de la provincia de Tocache. El estudio se desarrolló bajo un enfoque descriptivo y un diseño no experimental, aplicando entrevistas a padres de familia y tutores de los beneficiarios. Los resultados indican que el medio de comunicación más efectivo fue el “boca a boca” entre los propios usuarios, lo que resalta la importancia de las redes comunitarias como canal principal de información en contextos rurales.

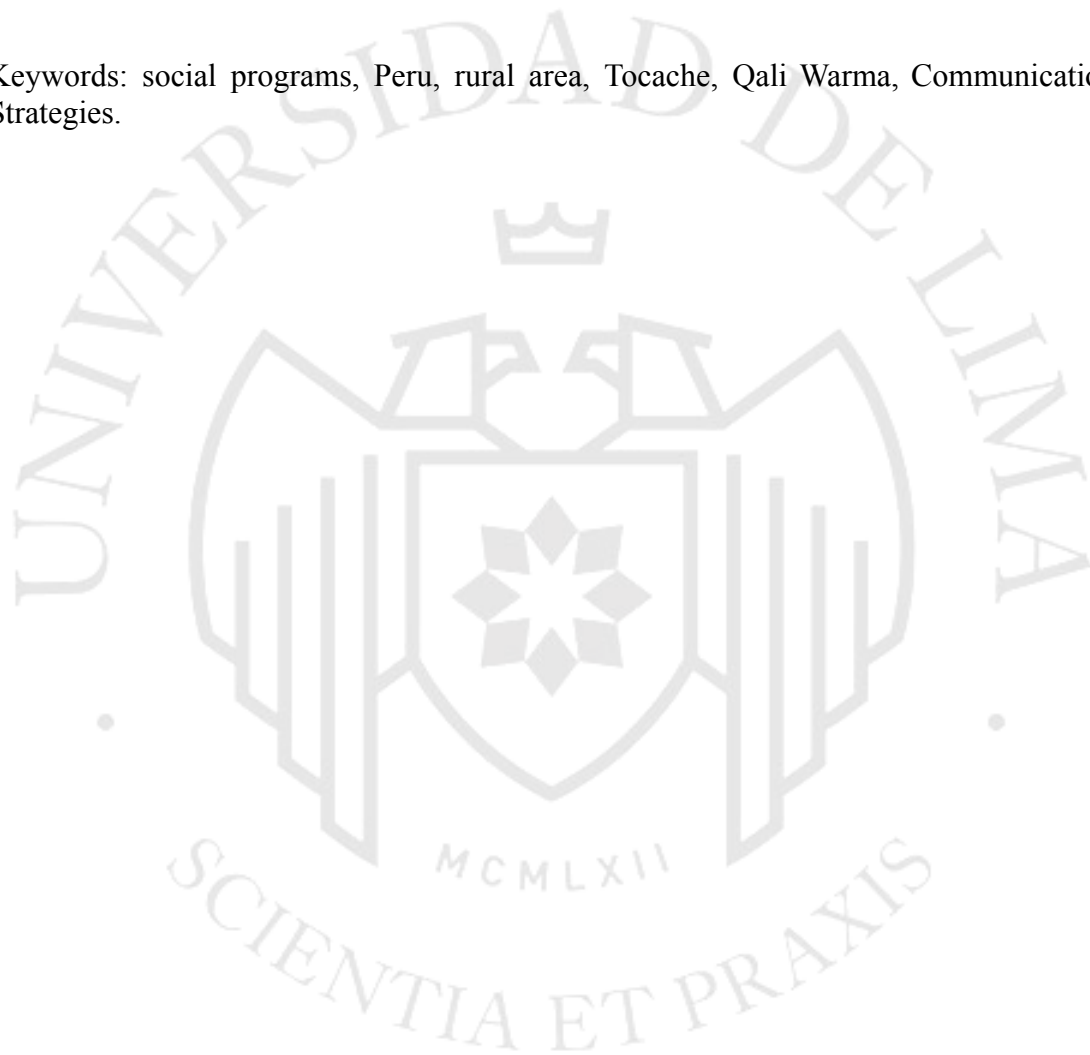
Palabras clave: programas sociales, Perú, zona rural, Tocache, Qali Warma, estrategias de comunicación.



Abstract

This research aims to evaluate the perception of communication strategies used in the dissemination of the Qali Warma social program and the level of satisfaction among its beneficiaries in the rural areas of the province of Tocache. The study was conducted under a descriptive approach and a non-experimental design, through interviews with parents and guardians of the beneficiaries. The findings indicate that the most effective means of communication was word of mouth among the users themselves, highlighting the importance of community networks as a primary channel of information in rural contexts.

Keywords: social programs, Peru, rural area, Tocache, Qali Warma, Communication Strategies.



INTRODUCCIÓN

La alimentación infantil constituye un pilar esencial para garantizar el desarrollo físico, cognitivo y social de las personas. La Organización Mundial de la Salud (2015) señala que la malnutrición, derivada de la carencia de alimentos básicos y nutrientes, representa uno de los principales riesgos para la salud de los niños a nivel mundial, llegando a causar aproximadamente un tercio de todas las muertes infantiles. Esta situación se ha convertido en un desafío persistente para los Estados, especialmente en los países en vías de desarrollo, donde los niveles de pobreza e inequidad limitan seriamente el acceso a una alimentación adecuada. El informe del Estado Mundial de la Infancia (2019) reporta que, en Latinoamérica y el Caribe, uno de cada cinco niños no logra un crecimiento pleno debido a la malnutrición y sus consecuencias. Estas cifras evidencian que la problemática de la nutrición infantil trasciende fronteras y se convierte en un reto compartido que requiere de soluciones estructurales, integrales y sostenibles.

En el Perú, la malnutrición y la pobreza han sido identificadas como problemáticas prioritarias. La desnutrición crónica infantil afecta de manera significativa el desarrollo de niñas y niños, limitando su integración social y su potencial de aprendizaje. Según la Encuesta de Monitoreo de Indicadores (EMI, 2019), los niveles de desnutrición crónica infantil se redujeron del 33% en el año 2000 a un 12% en el año 2019, lo que representa un avance sustancial. No obstante, persisten brechas importantes entre las zonas urbanas y rurales, así como entre las distintas regiones del país. La entonces ministra de Salud, Zulema Tomás (2019), destacó que la lucha contra la desnutrición infantil en el Perú ha sido constante, pero que los mayores retos se concentran en las zonas rurales, donde el acceso a servicios básicos y oportunidades de desarrollo es limitado. En este sentido, la pobreza rural sigue siendo un factor determinante: Zegarra (2019) sostiene que una persona nacida en el campo tiene tres veces más posibilidades de ser pobre que quien nace en la ciudad.

Para hacer frente a esta situación, el Estado peruano ha implementado diversos programas sociales orientados a mejorar la calidad de vida de la población más vulnerable. Entre ellos se encuentran JUNTOS, Pensión 65, Cuna Más, FONCODES y el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma (Bustamante, 2018). Estas iniciativas constituyen un conjunto de recursos y acciones organizadas cuya finalidad es atender problemáticas específicas y contribuir al bienestar de los beneficiarios.

El presente estudio se justifica en la necesidad de comprender y analizar las limitaciones comunicacionales que enfrenta el programa Qali Warma en la provincia de Tocache, particularmente en las zonas rurales. Aunque dicho programa busca garantizar una adecuada alimentación escolar, la información que emite el Estado no llega de manera clara ni oportuna a las comunidades beneficiarias. Como consecuencia, se generan percepciones negativas respecto a la calidad de los productos entregados, lo cual debilita la confianza en el programa y limita su impacto real en la población escolar. El problema trasciende la simple entrega de alimentos y se ubica en una brecha comunicacional más amplia, donde las políticas diseñadas en contextos urbanos no

siempre consideran las particularidades lingüísticas, culturales y geográficas de las zonas rurales de Tocache.

En este sentido, la investigación adquiere relevancia social y académica, pues permite visibilizar cómo la ineficiencia en los medios de difusión no solo afecta la percepción del servicio, sino también el cumplimiento de los objetivos educativos y nutricionales de Qali Warma. Asimismo, el estudio tiene una importancia práctica al reflexionar sobre la necesidad de estrategias comunicacionales adaptadas al territorio, que garanticen un acceso equitativo a la información y fortalezcan la participación de las comunidades en el proceso. De este modo, la investigación contribuye a la construcción de políticas públicas más inclusivas, pertinentes y eficaces, enfocadas en garantizar el bienestar de la población escolar en zonas rurales, reduciendo así las desigualdades entre lo urbano y lo rural en materia de acceso a la información y calidad de servicio.

Estado del arte

Diversas investigaciones han abordado la percepción del programa Qali Warma desde distintos enfoques, considerando tanto aspectos positivos como áreas de mejora. Herrera y Tineo (2018) concluyeron, en Santa Cruz, que más del 50% de los encuestados se encuentran satisfechos con el servicio brindado, lo que evidencia una percepción mayormente positiva sobre su funcionamiento y los beneficios que ofrece a la comunidad.

De manera complementaria, Huamán (2017) determinó que las estrategias de comunicación implementadas por el programa en el PRONOEI *Gotitas de Amor* de Casma resultan efectivas, destacando que estas acciones contribuyen significativamente a la reducción de los índices de desnutrición infantil mediante la entrega de desayunos nutritivos, lo que resalta el impacto positivo del programa en la salud y bienestar de los niños. Sin embargo, Magallanes (2015) advierte que, a pesar de que Qali Warma cuenta con un equipo de comunicadores, el programa no cumple plenamente con su función comunicativa, dado que se limita principalmente a la difusión de mensajes sin generar mecanismos efectivos de retroalimentación que permitan conocer la percepción y necesidades de los beneficiarios. En consecuencia, el autor enfatiza la importancia de implementar estrategias comunicacionales más participativas, que no sólo informen sino que también fomenten la interacción y el diálogo con la comunidad beneficiaria, garantizando así una gestión más eficiente y ajustada a las expectativas y requerimientos de los usuarios.

León (2010) evaluó el índice mexicano de satisfacción del usuario de los programas sociales, donde concluyó que los beneficiarios presentan un nivel de satisfacción alto, principalmente debido al amplio apoyo que reciben a través de estos programas. Además, el autor recomienda la implementación de mejoras en la gestión y ejecución de los servicios, enfatizando la importancia de un seguimiento continuo y comparado de los resultados para optimizar su efectividad. Por su parte, Gómez (2012) evaluó la calidad de los programas de servicios sociales comunitarios mediante un enfoque metodológico mixto, concluyendo que un gran número de personas desconocen

los objetivos específicos de cada programa social, lo que evidencia la falta de priorización en mantener a los beneficiarios adecuadamente informados sobre las metas y beneficios de las iniciativas. En un contexto similar, Restrepo (2003), en Medellín, determinó que estudiantes, profesores y padres de familia consideran esencial garantizar una alimentación adecuada, ya que esta representa un factor fundamental para el desarrollo integral de las personas y para el bienestar general de la comunidad. Estos hallazgos evidencian la importancia de evaluar tanto la satisfacción de los beneficiarios como la comunicación y la educación sobre los objetivos de los programas sociales, con el fin de mejorar su impacto y efectividad en la población. Francke y Acosta (2021) señalan que Qali Warma no reduce significativamente la anemia ni la desnutrición crónica infantil en niños de 3 a 5 años, posiblemente por la sustitución de alimentos en casa y porque el consumo efectivo del programa cubre solo una fracción del hierro necesario, lo que evidencia la necesidad de revisar su implementación, la forma de entrega de los alimentos, la continuidad del programa a lo largo del año y la calidad nutricional de los productos, con el fin de garantizar que cumpla sus objetivos en salud y desarrollo infantil.

Diversos estudios señalan desafíos importantes en la implementación del Programa Nacional Qali Warma. Flores (2015) y Cárdenas (2016) identificaron que existe una discrepancia significativa entre las expectativas de los estudiantes y la percepción del servicio efectivamente recibido, lo que evidencia la necesidad de reducir la brecha entre lo esperado y lo brindado en la atención alimentaria. En línea con esto, la Defensoría del Pueblo (2025) advierte que se produce una vulneración latente del derecho a una alimentación adecuada en los estudiantes de las escuelas públicas beneficiarias del programa, afectando directamente su salud. En consecuencia, se plantea la necesidad de reformular la gestión de contrataciones y transferencias de recursos mediante la implementación de un modelo de Núcleo Ejecutor, con el objetivo de optimizar la eficiencia, la calidad del servicio y el impacto nutricional del programa.

Sánchez (2016), en su estudio desarrollado en Cuenca, España, destaca que la evaluación de la satisfacción en los servicios sociales resulta esencial para optimizar su gestión y fortalecer la relación entre usuarios y profesionales. A pesar de que existe un conocimiento limitado sobre la función de estos servicios, los usuarios manifiestan altos niveles de satisfacción con la atención recibida, identificando oportunidades de mejora en los procesos administrativos y en los tiempos de respuesta. De manera similar, Sagástegui (2019) reporta en la ciudad de Cáceres, Chimbote, un elevado nivel de satisfacción que supera el 89%, lo que evidencia una percepción positiva del servicio. En este sentido, el autor resalta la importancia de difundir los resultados obtenidos, mantener evaluaciones periódicas y promover propuestas orientadas a la mejora continua de la calidad en la atención social.

Marco conceptual

A lo largo de la historia, la comunicación ha tenido un rol determinante en los procesos de transformación social y desarrollo humano. Según Castañeda (2015), esta disciplina ha servido como base del modelo desarrollista, al facilitar la interacción entre instituciones y ciudadanía, orientando las acciones sociales hacia la construcción del

progreso colectivo. En esa misma línea, UNICEF (2006) sostiene que toda estrategia comunicativa está asociada a un modelo de desarrollo específico, pues cada forma de comunicar refleja una visión sobre el cambio social. Por ello, cuando la comunicación se gestiona de manera planificada, puede convertirse en una herramienta eficaz para alcanzar objetivos de desarrollo sostenible y fortalecer la relación entre el Estado y la población.

Para el análisis de los procesos comunicacionales en contextos territoriales específicos, la comunicación para el desarrollo se define como un proceso social que relaciona a comunidades, instituciones y ciudadanos en la participación y toma de decisiones frente a problemáticas socioeconómicas y políticas. Además, se sostiene que la comunicación trasciende la presencia de los medios y se concibe como una red de relaciones orientada al fortalecimiento de valores e identidades culturales, constituyéndose en un soporte para el desarrollo social (Marques de Melo, 1996, citado en Uranga, 2020).

Asimismo, la comunicación comunitaria se manifiesta como un proceso participativo que genera espacios de interacción donde los sujetos construyen su identidad ciudadana y se apropian de su futuro. En este sentido, los medios comunitarios facilitan y sostienen procesos de formación de ciudadanía, al fortalecer identidades locales y promover visiones colectivas de transformación social (Rodríguez; Caballín, citados en Friedrich Ebert, 2024).

En coherencia con estos enfoques, el boca a boca se configura como una práctica comunicacional relevante en contextos comunitarios, al constituirse en una fuente de información percibida como creíble e influyente. Si bien el desarrollo tecnológico ha ampliado este proceso hacia entornos digitales, se evidencia que el boca a boca tradicional mantiene un mayor nivel de confianza debido a su carácter interpersonal y cercano, lo que refuerza su incidencia en la circulación de información y en la construcción de significados dentro de la comunidad (López & Sicilia, 2013).

Armas (2015), dentro del ámbito estatal, señala que la comunicación debe entenderse como un proceso estratégico vinculado a la gestión pública. Su función no se limita únicamente a informar, sino que implica diseñar acciones coordinadas con los objetivos institucionales y con un enfoque centrado en la ciudadanía. Sin embargo, el autor advierte que muchas entidades gubernamentales carecen de políticas y planificación comunicativa, lo que debilita su capacidad de generar confianza y transparencia. En consecuencia, plantea la necesidad de consolidar la comunicación como un eje transversal que promueva la participación ciudadana y fortalezca una cultura organizacional orientada al servicio público. En esta misma línea, Aguado (2004) sostiene que la teoría de la comunicación interpersonal representa el nivel más básico de la comunicación social, caracterizado por la interacción directa y la retroalimentación constante entre los participantes. Este enfoque resalta la relevancia del contexto físico, semántico y cultural en la interpretación de los mensajes, ya que comprender dicho entorno permite evaluar con mayor precisión la eficacia de las estrategias comunicativas, especialmente en la relación entre las instituciones públicas y sus beneficiarios.

Desde otra perspectiva, Tironi y Cavallo (2004) definen la comunicación estratégica como la capacidad de las organizaciones para construir vínculos armónicos con su entorno social, político y cultural. Los autores sostienen que todo plan comunicacional debe basarse en objetivos claros y alcanzables, estructurados en cuatro etapas fundamentales: difusión, investigación, planificación y evaluación. Dichas fases aseguran la coherencia del proceso comunicativo y su contribución al bienestar social. Además, destacan la importancia de los distintos niveles de comunicación: interpersonal, grupal, organizacional y masivo, los cuales permiten analizar de manera más integral la respuesta del público y la efectividad de las estrategias implementadas. En el ámbito institucional, Escalona (2015) señala que la comunicación pública cumple un papel esencial en la difusión de los servicios y actividades de las entidades estatales, promoviendo la transparencia y el acceso a la información. De manera complementaria, Cuyo (2018) sostiene que los programas sociales representan una manifestación concreta de este tipo de comunicación, ya que buscan informar, sensibilizar y fomentar la participación activa de la ciudadanía. A través de estas acciones, las instituciones fortalecen su legitimidad y proyectan una imagen comprometida con el bienestar colectivo.

La credibilidad se presenta como un factor esencial para la efectividad comunicacional. Viera y Moreno Gavilanes (2020) destacan que la comunicación interpersonal informal tanto en espacios físicos como digitales, se ha convertido en una herramienta estratégica que fomenta la confianza y la persuasión entre los públicos. Este tipo de comunicación, sustentada en las experiencias personales de los ciudadanos, contribuye a fortalecer la reputación institucional y a mejorar la efectividad de los mensajes difundidos por las entidades públicas.

Llacuna y Pujol (2008) destacan la importancia de identificar las barreras que dificultan el proceso comunicativo, entre las que se incluyen las psicológicas —vinculadas a emociones, valores y percepciones—, las físicas —como el ruido o la distancia— y las semánticas, relacionadas con diferencias en la interpretación de los mensajes. Superar estas limitaciones permite diseñar estrategias comunicacionales más efectivas y garantizar que el mensaje institucional se transmita de manera clara y coherente. En esta misma línea, Rodríguez et. al (2023) sostienen que la comunicación en los gobiernos locales debe entenderse como un proceso integral que abarque diagnóstico, ejecución y evaluación, aunque reconocen que muchos organismos públicos aún carecen de estructuras formales que orienten sus estrategias hacia la transparencia y la participación ciudadana. Por ello, afirman que la comunicación institucional no debe reducirse a la simple difusión de información, sino consolidarse como un instrumento estratégico que refuerce la gestión pública y fortalezca los vínculos entre el Estado y la comunidad. De manera complementaria, Strauck Franco et. al (2014) plantean que la gestión de la comunicación en los gobiernos locales peruanos requiere una planificación articulada que vincule los objetivos institucionales con las demandas informativas de los ciudadanos, pues una comunicación estructurada favorece la transparencia, el acceso a la información y la participación social, elementos indispensables para la legitimidad de los programas públicos.

En conjunto, estas perspectivas demuestran que la comunicación estratégica desempeña un papel clave en la consolidación de relaciones de confianza entre el Estado y la

ciudadanía. Una gestión comunicativa bien planificada y participativa permite fortalecer la transparencia, promover la colaboración social y aumentar la efectividad de las políticas públicas. En este marco, el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma se presenta como un espacio ideal para analizar cómo las estrategias de comunicación institucional, mediática e interpersonal influyen en la percepción y satisfacción de sus beneficiarios, especialmente en zonas rurales. La aplicación coherente de estas estrategias no solo optimiza la difusión del servicio, sino que también refuerza la credibilidad y la participación de la comunidad beneficiaria, garantizando la sostenibilidad del programa a largo plazo.

Marco contextual

La región San Martín es un ejemplo ilustrativo de las desigualdades existentes en el país en relación con la nutrición infantil. El Gobierno Regional de San Martín (2017) reportó que la desnutrición crónica infantil en esta región alcanzaba el 12,1%. Aunque la cifra muestra una reducción respecto a años anteriores —de cada 1000 niños menores de cinco años, 144 presentaban desnutrición crónica, mientras que actualmente lo hacen 121—, la problemática persiste y afecta el desarrollo integral de los niños.

En la provincia de Tocache, ubicada en la región San Martín, se observa un elevado porcentaje de población rural. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017; 2018) señala que Tocache concentra el 12% de la población rural de la región, junto con Lamas (14%) y Moyobamba (13,9%), sumando un total de 39,9%. Estas cifras reflejan que gran parte de la población vive en condiciones que dificultan el acceso a servicios básicos, educación de calidad y programas de apoyo social.

El Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma inició sus actividades en la provincia de Tocache en el año 2014, beneficiando a más de 1,500 estudiantes de los niveles inicial y primario. En sus inicios, la modalidad de entrega consistía en distribuir los víveres a un padre o madre de familia responsable de la preparación de los alimentos dentro de las aulas. Este mecanismo permitía asegurar que los estudiantes recibieron porciones adecuadas durante el horario escolar, garantizando el cumplimiento de los objetivos del programa. No obstante, durante el periodo de pandemia, la modalidad de distribución fue modificada: las canastas de alimentos comenzaron a ser entregadas directamente en los colegios para su preparación y consumo en el hogar, lo que dificulta la supervisión y verificación del consumo real de los alimentos por parte de los niños beneficiarios.

A lo largo de su implementación, Qali Warma ha enfrentado críticas y cuestionamientos. En 2013 se reportaron casos de entrega de alimentos en mal estado, lo que afectó la credibilidad del programa y generó percepciones negativas entre los padres de familia (Magallanes, 2015; Campo, 2017; Mora, 2017). Estas deficiencias evidencian que, además del diseño del programa, la percepción y satisfacción de los beneficiarios son factores fundamentales para asegurar su sostenibilidad y efectividad. Como señalan Neira (2016), Pinchi (2019) y Vargas (2015), la aceptación o rechazo de un programa social depende en gran medida de cómo los beneficiarios valoran los beneficios recibidos.

Un elemento fundamental en la ejecución de programas sociales como Qali Warma es la estrategia de comunicación empleada. En las zonas rurales, la difusión de información enfrenta diversas limitaciones, tanto tecnológicas como geográficas, lo que hace necesario recurrir a medios tradicionales y comunitarios para garantizar su alcance. Entre las principales estrategias utilizadas destacan las redes sociales, los medios televisivos y radiales, así como la distribución de afiches informativos. No obstante, la forma de comunicación más recurrente continúa siendo la interacción interpersonal e informal entre los propios beneficiarios, quienes comparten información y experiencias de manera directa dentro de sus comunidades.

En el Perú existen alrededor de 25 radios comunitarias, cuyo objetivo principal es contribuir al desarrollo de las comunidades (Magallanes, 2015). Sin embargo, estos medios también enfrentan limitaciones de cobertura y recursos. Vizcarra (2021) sostiene que el papel del comunicador social resulta fundamental para potenciar los programas de responsabilidad social, ya que actúa como mediador entre las instituciones y la comunidad, garantizando que la información llegue de manera clara y confiable. En contextos como el de Tocache, donde las redes de comunicación formales son limitadas debido a la escasa cobertura tecnológica, las dificultades de conectividad y la baja penetración de medios masivos, las redes comunitarias cumplen un rol central en la circulación de información. La transmisión de mensajes mediante el diálogo cotidiano, las conversaciones entre familias, vecinos y líderes comunales se convierte en un canal prioritario para la difusión de contenidos relacionados con los programas sociales.

En el caso del programa Qali Warma, el aprovechamiento de estas dinámicas comunitarias resulta clave para garantizar no solo la llegada de la información, sino también la aceptación y legitimidad del programa en la comunidad. Si los beneficiarios confían en quienes transmiten la información, la probabilidad de valorar positivamente el programa aumenta, fortaleciendo su sostenibilidad y su impacto.

Dentro del contexto descrito se desarrolla la presente investigación, la cual tiene como objetivo general: evaluar el nivel de percepción de la población beneficiaria de las estrategias de comunicación del programa social Qali Warma de las zonas rurales de la provincia de Tocache. Por otro lado, los objetivos específicos son: evaluar el nivel de efectividad de las estrategias de comunicación para la difusión del programa social Qali Warma, e identificar la percepción de los beneficiarios respecto a los medios utilizados y al servicio brindado.

METODOLOGÍA

Para el presente artículo se realizó una investigación no experimental transversal debido a que las variables no son controladas y fueron recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra. Además, la investigación tuvo un enfoque cualitativo con el fin de comprender lo complejo desde el punto de vista de las personas que la viven (Taylor y Bogdan, 1984).

Se consideró pertinente aplicar entrevistas a la población de Tocache, conformada por padres, madres y/o tutores de los beneficiarios del programa social Qali Warma en dicha provincia. Los participantes fueron seleccionados debido a la información y experiencia directa que poseen respecto al programa. Esta técnica resultó

apropiada porque permitió obtener testimonios más profundos sobre las percepciones y vivencias relacionadas con los beneficios de Qali Warma. La muestra está constituida por 20 padres de familia y/o tutores de las zonas rurales: Pucayacu y Tocache Viejo, siendo un total de 20 entrevistados. La entrevista fue grabada por audio de manera individual; es decir, se reunió y solicitó el consentimiento al padre de familia y/o tutor para poder realizar la entrevista y así puedan responder las 10 preguntas establecidas.

Diseño de instrumentos y trabajo de campo

Se consideró como instrumentos la elaboración de un consentimiento oral y un cuestionario de diez preguntas abiertas. El consentimiento oral informó los objetivos principales de la investigación, se solicitó autorización para grabar y transcribir las respuestas, y, finalmente, el compromiso expreso de mantener en reserva la identidad del entrevistado, pues la información brindada puede generar disgustos entre los maestros y encargados del programa social Qali Warma.

Para la aplicación de las entrevistas se elaboró un cuestionario compuesto por preguntas abiertas (ver Anexo 1), en el cual se consideraron dos variables principales: (1) efectividad de los medios de comunicación y (2) percepción de los medios de comunicación. En relación con la primera variable, efectividad de los medios de comunicación, se analizaron los diferentes y más frecuentes medios empleados por los padres y/o tutores de los niños beneficiarios del programa Qali Warma, con el propósito de identificar cuáles de ellos resultan más eficaces para la difusión de información del programa. Respecto a la segunda variable, percepción de los medios de comunicación, se tomaron en cuenta aspectos vinculados con la accesibilidad y el nivel de confianza hacia dichos medios, con el fin de comprender cómo los beneficiarios reciben y valoran la información que se les transmite.

Como criterio de selección de los participantes se establecieron las siguientes características: ser residentes de las zonas rurales Pucayacu y Tocache Viejo de la ciudad de Tocache, tener un hijo o estar a cargo de un niño que goce de los beneficios de Qali Warma, ante ello se estableció el rango de 10 participantes por zona rural. Las 20 entrevistas (19 mujeres y 1 hombre) se llevaron a cabo los días 26 y 27 de septiembre del año 2022. El reclutamiento de personas fue de manera aleatoria y a cargo de una estudiante independiente de la Universidad de Lima. La estudiante se encargó de validar que cada persona por entrevistar tenga como hijo o responsable pertenecientes al beneficio del programa Qali Warma, con la finalidad de obtener información verídica. Cabe mencionar que existieron personas beneficiarias que rechazaban la entrevista por desconfianza o estafa, ya que, ellos mencionaron, que anteriormente fueron engañados e incluso robados por personas que se hacían pasar por “entrevistadores”.

Las entrevistas se llevaron a cabo tanto en los domicilios de los beneficiarios como en sus respectivos lugares de trabajo, los cuales incluían espacios como bodegas, puestos en el mercado o áreas cercanas a las instituciones educativas. Para su ejecución, se siguió un procedimiento previamente establecido que contempló, en primer lugar, la obtención de la autorización verbal de los participantes y, en segundo lugar, el desarrollo de las preguntas correspondientes al instrumento de entrevista.

Procesamiento de datos

El análisis y la codificación de los datos se llevaron a cabo en el programa Atlas.ti, esto con el fin de facilitar el análisis de la información, siguiendo los diversos pasos tal como lo recomienda Varguillas (2006). En primer lugar, se organizó y clasificó la información ya obtenida acorde a las variables. En segundo lugar, se escucharon los audios tres veces para luego poder colocar comentarios relevantes. En tercer lugar, se definieron las categorías junto a los códigos para poder crear redes. Y por último, se realizó una interpretación analítica según los hallazgos obtenidos.

Grupo participante

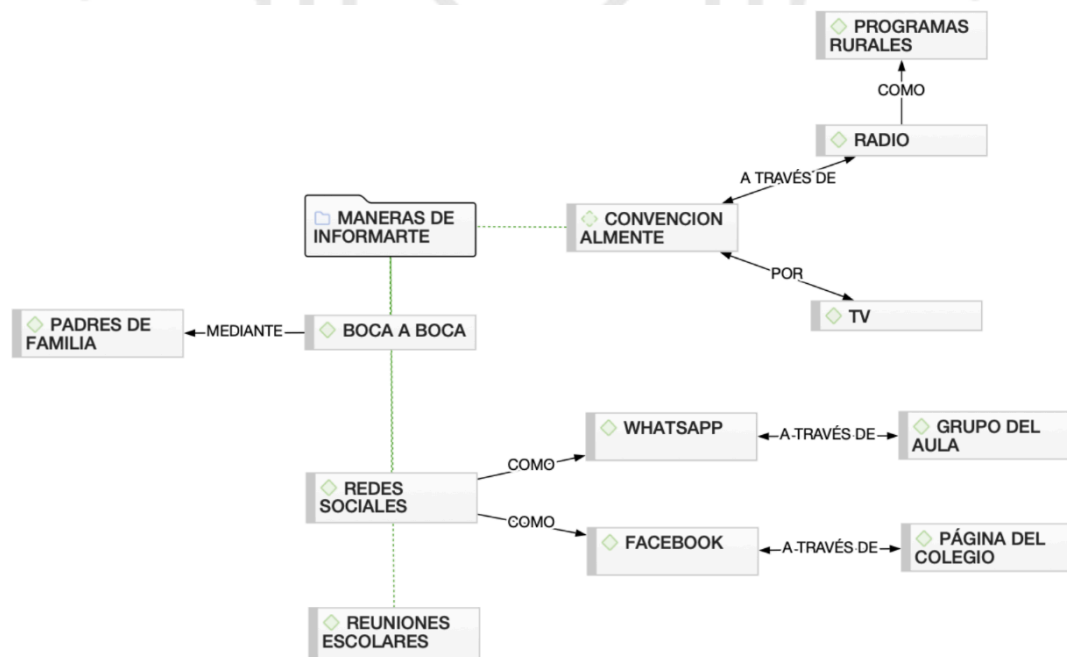
El grupo participante en su mayoría han tenido la educación básica, más no la universitaria debido a que no tuvieron los recursos necesarios para hacerlo. Respecto a su situación laboral, la mayoría es ama de casa o comerciante, por lo que ellos señalaron que sus ingresos dependen, en muchos casos, de lo que su pareja consigue porque a veces el negocio no genera como se espera. En conclusión, se puede señalar que el grupo participante seleccionado mostró las siguientes características: sin estudios profesionales y poco ingreso económico.

RESULTADOS

El “boca a boca” social

Como primer objetivo específico se trazó evaluar el nivel de efectividad de las estrategias de comunicación para la difusión del programa social Qali Warma. Ante ello, se obtuvo que los medios de comunicación más efectivos son: la comunicación interpersonal informal y las redes sociales, esto sin dejar de lado a los medios convencionales como radio y televisión.

Figura 1
Maneras de obtener información



Fuente: elaboración propia

Por un lado, los entrevistados, siendo en su mayoría mujeres, comentaron que las escuelas donde estudian sus niños se encargan de avisarles con días e incluso semanas de anticipación sobre el recojo de víveres mediante reuniones o simples comunicados orales, se identificó gracias a las entrevistadas que esto varía según el aula y que es decisión de cada maestro o cada director de la institución. Además, es de beneficio para ellas también el recibir mensajes por el grupo de aula de WhatsApp avisándoles la fecha y hora de recojo en caso algún responsable no haya podido asistir a la reunión.

Los profesores nos comunican por los niños o nos envían mensajes por el grupo de WhatsApp. (Entrevistada 4, mujer)

Nos llamaron a los padres de familia de toda la institución a reunión y la directora nos informó. También colocan papelotes en las aulas. (Entrevistada 18, mujer)

A su vez, ellas comentaron que existen casos en la que ellas trabajan y no pueden asistir a la reunión, pero que no se complican debido a que cuando recogen a su niño en el colegio se informan gracias a los otros padres de familia, esta información la obtienen preguntando, conversando en la puerta de la institución o consultando al mismo profesor del aula. E incluso, sucede que algunas madres, aquellas que frecuentemente van a la escuela, se acercan a aquellas que no asistieron y les comentan todo lo relacionado a la reunión para que estén enteradas en su totalidad.

Por otro lado, también se obtuvo que en la ciudad de Tocache existe un programa de radio y televisión llamado “¿qué pasa?” Programa conducido por el profesor Abel Chávez, el cual es escuchado por aquellos que no disponen de celulares, en dicho medio de difusión se avisa y repite constantemente la fecha y hora de recojo de los víveres de Qali Warma.

Los entrevistados comentaron que hay ocasiones en las que muchas familias no cuentan con radio, televisión o celulares por lo que sería importante implementar otros medios de difusión como el de color afiches en puntos céntricos como mercados, plazas, etc, o contratar un personal especializado en Qali Warma para que pueda ir a las zonas rurales a tocar las puertas y dejar el cronograma de entrega de los víveres para así facilitar la ayuda a aquellas familias que no logran enterarse a tiempo.

Solo te entregan los víveres en un día, si no vas en la fecha y hora programada se quedan con esos víveres, ¿y qué hacen con ellos? (Entrevistada 2, mujer)

Brecha comunicacional

Como segundo objetivo específico se trazó evaluar la percepción de los beneficiarios respecto a los medios utilizados y al servicio brindado. Ante ello, se evidenció que la mayoría de los participantes valoran positivamente los canales de comunicación empleados por las instituciones educativas, especialmente el uso de WhatsApp y la comunicación directa a través de los niños. No obstante, se identificaron limitaciones en la difusión de la información, particularmente en el caso de padres o tutores que no cuentan con teléfonos inteligentes o que residen en zonas rurales alejadas, lo cual restringe su acceso oportuno a los comunicados sobre la entrega de las canastas del programa Qali Warma. Como consecuencia, muchos beneficiarios dependen de la

información transmitida por vecinos u otros miembros de la comunidad, generando en algunos casos retrasos o desinformación respecto a las fechas y procedimientos de entrega.

Estos hallazgos reflejan la persistencia de una brecha digital y comunicacional en las zonas rurales, donde las condiciones de conectividad y el nivel de acceso a la tecnología influyen directamente en la efectividad de las estrategias de comunicación institucional. En este sentido, la percepción de los beneficiarios está condicionada tanto por la accesibilidad a los medios como por el grado de confianza que depositan en las fuentes de información comunitarias, evidenciando la necesidad de reforzar los mecanismos de comunicación local mediante medios tradicionales y estrategias más inclusivas que consideren las particularidades del entorno rural.

Figura 2

Efectividad del medio de comunicación



Fuente: elaboración propia

Adicional a ello, los entrevistados en su totalidad afirmaron que los víveres de Qali Warma no ayudan para la alimentación de sus niños. Los participantes destacaron principalmente que, entre los víveres entregados, los de menor aceptación son el arroz y los productos enlatados. En el caso del arroz, mencionaron que presenta una textura “plastificada”, lo que dificulta su consumo incluso cuando se preparan platos como arroz chaufa o se añaden otros ingredientes para mejorar su sabor. Respecto a los enlatados, señalaron su rechazo debido al olor y sabor desagradables que perciben en estos productos.

El arroz es como plástico, los niños no lo quieren comer. Yo los enlatados los lavo con agua hervida y trato de hacerlo lomo porque sino no lo pueden comer. (Entrevistada 17, mujer)

Además, ellos resaltan que en la mayoría de casos lo botan o lo dejan a un costado para que lo hacen cuando no tengan nada en la alacena, y que mejor deberían implementar y aumentar productos de la zona como: la harina de plátano, el cual es un alimento bueno, rico, nutritivo y totalmente factible porque es fácil de conseguir.

Hay productos que sirven y otros que no. (Entrevistada 14, mujer)

Respecto a la calidad y cantidad mejoraron, pero eso no significa que haya sido mejor en todo sentido, pues el que antes cada padre tenía que cocinar y llevar al aula implicaba que se gaste adicionalmente, los víveres otorgados no eran suficientes para la cantidad de niños que se cocinaba. Muchos entrevistados afirman que tienen que hacer maravillas para que sus niños puedan consumir lo que les cocinan con esos víveres. Consideran que no los alimentan y por el contrario, los enferman. Afirman, además, que Qali Warma no ayuda, ni mucho menos ha mejorado sus calidades de vida como los representantes suelen decir.

Todo es bienvenido, siempre y cuando sea un buen producto. Si es una canasta que no vale la pena, mejor que no entreguen. (Entrevistada 4, mujer)

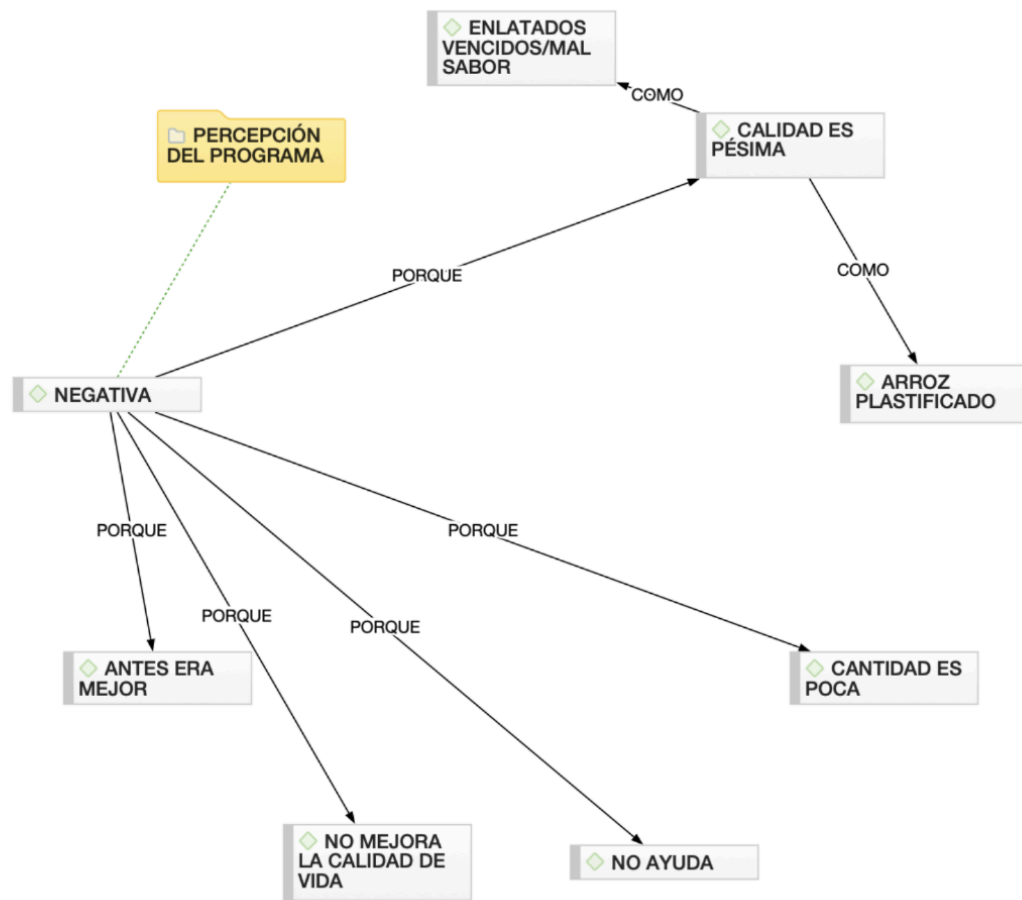
El programa social Qali Warma brinda un soporte, más no una ayuda total a sus beneficiarios. Los entrevistados expresaron que la cantidad de víveres entregado resulta insuficiente, ya que, según mencionan, el suministro no alcanza a cubrir ni tres días de consumo. Consideran necesario mejorar esta situación, puesto que los alimentos distribuidos no son consumidos únicamente por los niños beneficiarios, sino también por los padres y demás miembros del hogar. Además, señalaron que muchas familias cuentan con entre cuatro y seis hijos, lo que incrementa la demanda alimentaria. Esta problemática se agudizó tras el cambio en el sistema de distribución del programa Qali Warma, ya que antes de la pandemia los víveres eran entregados a los responsables de preparar los alimentos de manera colectiva, mientras que en la actualidad cada canasta es destinada de forma individual a cada familia.

Lo que se debe hacer es segmentar y dar realmente a las personas que lo necesitan, hay personas con buenos ingresos que aún así reciben y como no les gusta lo botan. (Entrevistado 6, hombre)

Se determinó, también, que existe una mala distribución de Qali Warma frente a las personas que realmente lo necesitan. Muchas personas con buenos ingresos gozan de la entrega de víveres cuando realmente no lo necesitan. Se debería evaluar dicha distribución para realmente otorgarles la ayuda a quienes realmente lo requieren, pues se corre el riesgo de que esos víveres no sean recogidos o botados.

Figura 3

Percepción del servicio



Fuente: elaboración propia

DISCUSIÓN

El objetivo del presente artículo fue evaluar el nivel de percepción de la población beneficiaria de las estrategias de comunicación del programa social Qali Warma de las zonas rurales de la provincia de Tocache. De manera específica, se formularon dos objetivos: 1) medir el nivel de efectividad de las estrategias de comunicación para la difusión del programa social Qali Warma y 2) medir la percepción de los beneficiarios respecto a los medios utilizados y al servicio brindado.

Respecto al primer objetivo, según los resultados obtenidos la mayoría de los entrevistados concuerdan en que los medios de comunicación empleados por Qali Warma son de efectividad alta, pues logran informarse a tiempo para ir a recoger los víveres y sobre los objetivos de este. Sin embargo, esto no coincide con lo que el autor Gómez (2012), sostiene en su investigación, él menciona que los medios de comunicación empleados por los programas sociales no tienen efectividad, ya que muchas personas no tienen conocimiento sobre los objetivos planteados; es decir, no

priorizan el mantenerlos informados. Además, de que es nulo el conocimiento respecto a lo que realmente brindan los programas sociales (Sánchez, 2016).

En consecuencia, se evidencia que el desarrollo no se alcanza únicamente mediante la transmisión de información, sino que requiere mensajes comunicacionales capaces de transformar los significados y códigos culturales que influyen en el comportamiento de la comunidad frente a la alimentación escolar (Marques de Melo, 1996, citado en Uranga, 2020). En los contextos rurales de Tocache, la comunicación comunitaria resulta clave para la gestión del programa Qali Warma, especialmente a través de redes locales. Los resultados muestran que las madres que asisten a las reuniones escolares replican la información a quienes no pudieron participar, fortaleciendo el tejido social y consolidando la circulación colectiva de los contenidos del programa.

En la ciudad de Tocache son efectivas las redes sociales, la comunicación interpersonal informal y la radio, estos dos últimos sirven de soporte para aquellas personas que no disponen de un celular con capacidad para redes sociales e incluso para aquellos que no suelen ir al colegio con frecuencia. La radio al ser un medio de comunicación convencional es muy escuchado por los tocachinos, ya que los locutores son personas queridas por ellos y disponen de la facilidad de trabajar con emisoras de la misma ciudad. Al respecto, Magallanes (2015), sostiene que en otras ciudades existen factores que limitan a las emisoras en los planes de comunicación.

La comunicación desde siempre ha sido un aliado fundamental para el desarrollo, inclusive los comunicadores tienen y son un papel importante en el desarrollo de los proyectos sociales (Vizcarra, 2021). La implementación de estrategias nuevas como el lograr que encargados o responsables de Qali Warma toquen puertas con información relevante o el colocar afiches en puntos céntricos como mercados, generaría que la minoría también se mantenga al tanto del recojo de víveres y todo lo relacionado al programa. Según Tironi y Cavallo (2004), antes de realizar una estrategia de comunicación se necesita saber, de manera clara, los objetivos para analizar si estos son viables.

Respecto al segundo objetivo, según los resultados obtenidos la percepción de los beneficiarios respecto a los medios utilizados es satisfactoria y respecto al servicio brindado es negativo. El que los padres de familia tengan un celular con acceso a redes o conversen, por lo menos, tres minutos con algún padre de familia o el tutor en las escuelas, parques, calles o bodegas genera un beneficio para todos, debido a que esa persona puede transmitir el mensaje más de una vez, llegando a convertir el mensaje en una cadena informativa.

Si bien la percepción respecto a los medios es satisfactoria, el estudio reveló que para el servicio brindado la percepción es totalmente negativa. Lo cual no coincide con los autores Herrera & Tineo (2018), debido a que ellos en su investigación obtuvieron que más del 50% de los entrevistados se encuentran satisfechos con el programa.

Además de los resultados obtenidos, Qali Warma es considerado un programa que entrega alimentos de pésima calidad y poca cantidad, dentro de ello resalta que el arroz es como plastificado y que los enlatados son difíciles de consumir por su olor y sabor, los padres prefieren botarlo o, en caso extremo, combinarlo con muchos condimentos o lavarlos para que tengan mejor sabor. El autor Restrepo (2003) resalta en su investigación que los padres de familias y profesores priorizan la calidad de la

alimentación ya que es fundamental para el desarrollo de los niños. Al igual que el autor Muñoz (2012) la alimentación tiene que ser la adecuada porque los beneficiarios son niños que están en etapa de crecimiento. Ante ello, se podría optar por utilizar y emplear más productos de la zona como la harina de plátano, un insumo barato y rico en proteínas.

Se podría decir que desde el Estado no hay un compromiso con el programa, Magallanes (2015), Campo (2017) y Mora (2017) sostienen que los programas sociales del Estado peruano toman un papel importante como iniciativa para lograr mejorar las condiciones de vida de la población peruana vulnerable y llegar a ser un gran aporte para el futuro de los beneficiarios. Desde esta perspectiva no se visualiza un avance, sino un rechazo absoluto del apoyo brindado.

El estudio encuentra que Qali Warma no tiene un personal a cargo que pueda obtener una retroalimentación de los disgustos de los beneficiarios, esto serviría como mejora para todos, ya que esto genera que en muchos casos varios no recojan sus víveres. Tal como el autor Aguado (2004), sostiene en su investigación que la teoría de la comunicación interpersonal es la primera forma de comunicación social, donde el feedback tiene que existir constantemente. El feedback correcto ayudará a descubrir cómo contribuir en la mejora de los consumos brindados, además de valorar el desempeño del equipo a cargo. Obtener una retroalimentación es de vital importancia para que los responsables sepan que lo que brinda no es de agrado y, en muchos casos, no es apto para consumo porque también hay casos en los que los víveres llegan vencidos. Han existido diversas denuncias, pero nunca fueron escuchadas.

El trabajo de investigación no estuvo exento de limitaciones, si bien se investigó un tema abordado en todo el país, yo opté por enfocarme en las zonas rurales de Tocache. Esto, debido a que en otras ciudades la problemática y resultados son diferentes. Además, de considerar que por lo general, las zonas rurales no son estudiadas y considerando, desde mi punto de vista, que la realidad es muy diferente a la ciudad. Existen problemáticas enormes respecto a como Qali Warma no se enfoca en comunicar sus objetivos a poblaciones más específicas y, tampoco, en mejorar la calidad de sus productos para que así puedan cumplir con sus objetivos planteados desde su creación. Esta investigación puede constituir un referente para futuros estudios de la Facultad de Comunicación y para profesionales del ámbito comunicacional que busquen analizar estrategias de comunicación en distintos escenarios sociales.

Como reflexión final, es necesario destacar la importancia de fortalecer las estrategias de comunicación de los programas sociales, garantizando que la información llegue de manera clara y oportuna a todos los beneficiarios, especialmente a quienes viven en zonas rurales o con limitado acceso a la tecnología. A partir de ello, cabe preguntarse por qué el Estado no considera una prioridad mejorar un servicio que resulta fundamental para el desarrollo integral de miles de niños en el país, pese a que la inversión anual destinada al programa es considerable. No es necesario esperar un nuevo incremento en los índices de desnutrición infantil para emprender acciones concretas y sostenibles que aseguren una mejor gestión y comunicación del programa Qali Warma.

REFERENCIAS

- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20nforma%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20nforma%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Armas, S. (2015). *Comunicación estratégica y gestión pública*. *Revista Conexión*, (5), 67–78. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/canale/article/view/14716>
- Bustamante Ochoa, C. (2018). *Evaluación de la pobreza y su relación con la ejecución presupuestal en la gestión pública de los programas sociales adscritos al Midis, periodo 2002-2015*. Universidad de San Martín de Porres – USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3258>
- Cabrera, F., Donoso, T., Aneas, A. Del Campo, J. y Murugó, A. (2010). *Valoración de la satisfacción de usuarios de programas sociales: propuesta de un modelo de análisis*. Universidad Barcelona. *Revista de educación*, 351, 311-316. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/76441/00820103007120.pdf?sequence=1>
- Campo, T (2017). *Programa Qali Warma y la Gestión en la Distribución de Alimentos en el Distrito de CCorca Provincia de Cusco*. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18913>
- Cárdenas Mariño, N. (2016). *Evaluación de la calidad del servicio de atención a nivel de expectativas y percepciones de usuarios del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, en la Red Educativa Institucional N° 03 UGEL 01, Lima–2016*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/8303>
- Castañeda Quispe, J. D. (2015). *Estrategias de comunicación utilizadas en el proceso de capacitación a las beneficiarias del Programa Social Vaso de Leche de la municipalidad provincial de Puno 2014*. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/9340>
- Cuyo Llajaruna, Y. I. (2018). *Medios de comunicación y su influencia en campañas sociales para madres del vaso de leche de la Municipalidad de Ate, 2018*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47283>
- Daher, M. (2015). *Evaluación de Programas Sociales de Intervención en Pobreza: Oportunidades y Desafíos de Integrar las Dimensiones Objetivas y Subjetivas*. Tesis doctoral para optar al grado de Doctora en Psicología. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, 314p https://www.researchgate.net/publication/341654340_Evaluacion_de_programas_sociales_de_intervencion_en_pobreza_Oportunidades_y_desafios_de_integrar_las_dimensiones_objetiva_y_subjetiva
- Defensoría del Pueblo (2025). *DEFENSORÍA DEL PUEBLO SOLICITA AL MIDIS TRANSFERENCIA FINANCIERA DIRECTA A NÚCLEOS EJECUTORES PARA EL*

PROGRAMA WASI MIKUNA ANTES QALI WARMA
<https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2025/02/NP-33-2025-Informe-situaci%C3%B3n-Qali-Warma.pdf>

Escalona N., (2015). *Comunicación de instituciones públicas*. Barcelona. Editorial
https://elibro.net/es/lc/unsbiblio/login_usuario/?next=/es/ereader/unsbiblio/57825/

Estrada, H. y Perea, A. (2008). *Los programas sociales en el Perú 1990 – 2007: Del alivio a la superación de la pobreza*. Informe de coyuntura N° 026/2007-2008. Lima: Congreso de la República del Perú.
[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/86BA8BB7E32BE9780525784E00542271/\\$FILE/DeAlivioaLaSuperaciondeLaPobreza.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/86BA8BB7E32BE9780525784E00542271/$FILE/DeAlivioaLaSuperaciondeLaPobreza.pdf)

Facultad de Periodismo y Comunicación Social. (s. f.). *Planificación y gestión de los procesos comunicacionales*. Universidad Nacional de La Plata.
<https://perio.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/2020/10/Cuaderno-de-Catedra-Planificacio-n-y-gestion-de-procesos-comunicacionales.pdf>

Flores Cruz, D. J. (2015). *Calidad de servicio alimentario a partir de expectativas y percepciones de usuarios del programa nacional de alimentación escolar Qali Warma en IE del distrito de Tamburco, Abancay-2014*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/5563>

Francke, P., & Acosta, L. (2021). *Impact of the Qali Warma school feeding program on chronic child malnutrition*. Apuntes, Universidad del Pacífico.
<https://doi.org/10.21678/apuntes.88.1228>

Fundación Friedrich Ebert. (2024). *Voces con propósito: Módulo conceptual*. FES.
<http://hdl.handle.net/10584/11875>

Garzón, F. (2010). *Programa Juntos – Antecedentes, Avances y Resultados de Evaluación*. Síntesis. Documento de trabajo. Lima: Banco Mundial
https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/SINTESIS_PROGRAMA_JUNTOS_MAR30.pdf

Gobierno del Perú (2019). *Minsa destaca reducción de indicadores de la desnutrición infantil* [Comunicado de prensa].
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/52900-minsa-destaca-reduccion-de-indicadores-de-la-desnutricion-infantil>

Gobierno Regional de San Martín (2017). *Boletín estadístico del Gobierno Regional de San Martín*.
<https://regionsanmartin.gob.pe/GsonData?url=PdfPublicaciones&ruta=/PUBLICACIONES/ARCHIVOS/92720-Boletin%2003.pdf>

Gómez Mateos, J. (2012). *Evaluación de la calidad de programas de servicios sociales*. Universidad de Granada.
<http://hdl.handle.net/10481/25155>

Herrera Carrión, F., & Tineo Machado, J. (2018). *El Programa Nacional Qali Warma y la satisfacción de los beneficiarios, Santa Cruz. Chiclayo*
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/28829>

Huamán (2017) *Eficacia de las Estrategias de Comunicación del programa Qali Warma – PRONOEI Gotitas de Amor – Casm, para disminuir los niveles de desnutrición, en menores de 5 años*
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12184/more_hl.pdf?sequence=1&isAllowed=y

León Flores, C. M. (2010). *Implantación del índice mexicano de satisfacción del usuario en el programa de abasto social de leche Liconsa y el programa 70 y más a cargo de la secretaría de desarrollo social* (Master's thesis, Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Departamento de Ingenierías).
<http://ri.iberomx.com/handle/iberomx/1209>

Linares, A. (2014). *Desarrollo Económico Local Casos emblemáticos*. Editorial Asis, Bogotá.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37361/ramos_bw.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Llacuna, J. & Pujol, L. (2008). *NTP 685: La comunicación en las organizaciones. Consultado el 15 de enero, 2008, del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo dependiente del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España*.
https://www.insst.es/documents/94886/326775/ntp_685.pdf

López, M., & Sicilia, M. (2013). *Boca a boca tradicional vs. electrónico: La participación como factor explicativo de la influencia del boca a boca electrónico*. Universidad de Murcia.
https://www.elsevier.es/en-revista-revista-espanola-investigacion-marketing-esic-393-pdf-S1138144214600176?utm_source=chatgpt.com

Magallanes, A. (2015). *La radio comunitaria como mecanismo de aporte a la inclusión social. Análisis del componente comunicacional del programa nacional de alimentación escolar, Qali Warma*.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/7662>

Mora Ruiz, C. D. (2017). *El impacto de los programas sociales focalizados sobre el bienestar económico subjetivo de los hogares rurales en el Perú 2012-2015*.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/8299>

Neira García, J. E. (2016). *Programa social pensión 65 y reducción de la pobreza según beneficiarios en el distrito de san juan de iris Huarochirí 2011-2015*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/7825>

Organización Mundial de la Salud (2015). *Informe sobre los niños menores de cinco años que representan casi un tercio de las muertes por enfermedades de transmisión alimentaria*.
<https://www.who.int/es/news/item/03-12-2015-who-s-first-ever-global-estimates-of-fooborne-diseases-find-children-under-5-account-for-almost-one-third-of-deaths>

Pinchi García, R. M. (2019). *Calidad de vida y satisfacción en beneficiarios de los programas sociales en la ciudad de Lamas, 2019*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/40726>

Qaliwarma (2014). <https://www.gob.pe/qaliwarma>

Restrepo, S. (2003). *La alimentación y la nutrición del escolar* (Tesis de Maestría). Facultad de Enfermería, Universidad de Antioquía, Medellín, Colombia
<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/165/1/AlimentacionNutricionEscolar.pdf>

Sagástegui, O. (2019). *Nivel de satisfacción de los usuarios del programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma en el distrito Cáceres del Perú, 2018*. Chimbote.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36000/Sagástegui_ZOS.pdf?sequence=1

Sánchez Pérez, C. (2016). *Satisfacción de usuarios y profesionales en la evaluación de programas sociales*.
http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaREPPP-2016-7-5025/Satisfaccion_usuarios.pdf

Strauck Franco, M. A., & Guillén Arruda, C. A. (2014). *La gestión de la comunicación en los gobiernos locales, una mirada desde la perspectiva estratégica: Análisis del caso peruano*. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 4(7 (ene-jun)), 153–176.
[https://doi.org/10.5783/revrrpp.v4i7\(ene-jun\).277](https://doi.org/10.5783/revrrpp.v4i7(ene-jun).277)

Taylor S. J., Bogdan R. (1984). *Introduction to qualitative research methods: The search for meanings*. New York: John Wiley & Sons.
<http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2011/12/Introduccion-a-metodos-cualitativos-de-investigación-Taylor-y-Bogdan.-344-pags-pdf.pdf>

TIRONI, Eugenio y CAVALLO, Ascanio (2004). *“Comunicación Estratégica, Vivir en un mundo de señales”*. Chile: Taurus.
<http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1148>

Trivelli, C. (2011). *Programas sociales no serán asistencialistas, sino que tendrán enfoque productivo*. Lima: Blog de Noticias
<https://inversionenlainfancia.net/?blog/entrada/noticia/977>

UNICEF (2006) *Informar para sensibilizar*. Argentina 2006.
<https://www.unicef.org/colombia/media/2411/file/Estado%20Mundial%20de%20la%20Infancia%202006.pdf>

Unicef (2019). *Informe sobre el Estado Mundial de la Infancia 2019 incluye a Perú entre las experiencias exitosas de lucha contra la desnutrición crónica infantil*.
<https://www.unicef.org/peru/nota-de-prensa/estado-mundial-infancia-nutricion-alimentos-derechos-peru-experiencias-exitosas-desnutricion-cronica-infantil-reporte>

Vargas Zúñiga, L. E. (2015). *Percepción de la Gestión de los Programas Sociales en la Municipalidad de Chiguata 2015*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/35787>

Viera, L. F., & Moreno Gavilanes, J. G. (2020). *Comunicación de boca en boca como factor de influencia interpersonal del consumidor: un análisis de revisión sistemática*. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(6-1), 1–12.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.379>

Vizcarra Meza, C. G. (2021). *El rol del comunicador para el desarrollo en el diseño, ejecución y monitoreo de programas de responsabilidad social corporativa*. El caso del programa de donación de alimentos “Bueno por Dentro”.

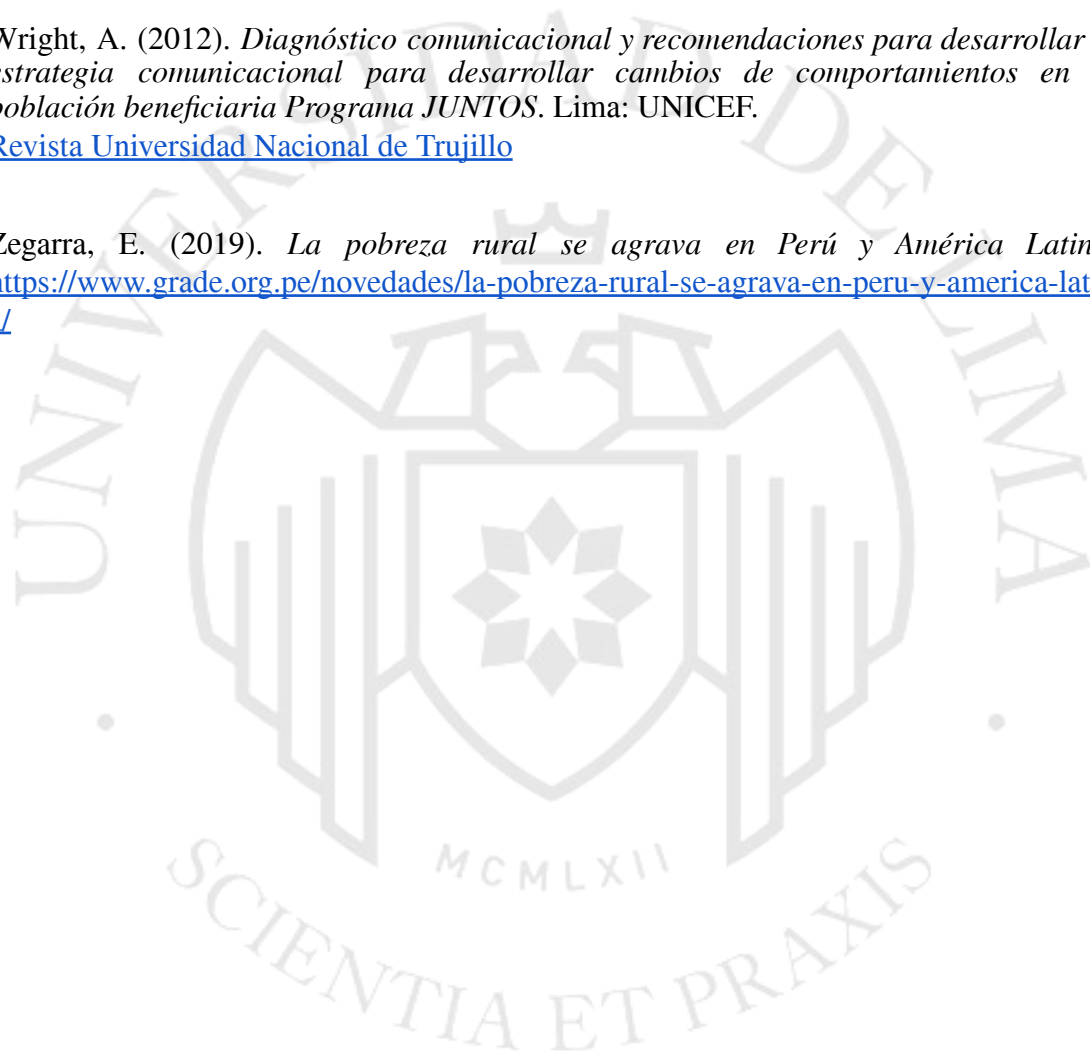
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/19810>

Wright, A. (2012). *Diagnóstico comunicacional y recomendaciones para desarrollar la estrategia comunicacional para desarrollar cambios de comportamientos en la población beneficiaria Programa JUNTOS*. Lima: UNICEF.

[Revista Universidad Nacional de Trujillo](#)

Zegarra, E. (2019). *La pobreza rural se agrava en Perú y América Latina*.

<https://www.grade.org.pe/novedades/la-pobreza-rural-se-agrava-en-peru-y-america-latinal/>





Anexo 1

Protocolo de consentimiento oral informado para entrevistas a participantes

Buen día estimado,

Mi nombre es Alexandra Rodríguez, estudiante de la carrera de Comunicación en la Universidad de Lima, bajo la asesoría de la profesora Lilian Kanashiro. En esta ocasión, me encuentro realizando entrevistas para mi proyecto de investigación titulado “Percepción de las estrategias de comunicación y satisfacción de los beneficiarios del programa social Qali Warma de Tocache rural”, cuyo propósito es analizar cómo perciben los usuarios del programa las estrategias comunicacionales implementadas en las zonas rurales de la provincia de Tocache.

La entrevista está compuesta por diez preguntas. La información recopilada será utilizada exclusivamente con fines académicos y formará parte del desarrollo de una tesis universitaria. Para garantizar un adecuado registro de las respuestas, solicito también su autorización para realizar una grabación del audio. Las grabaciones y notas obtenidas serán almacenadas únicamente por la investigadora en una computadora personal protegida con contraseña, y permanecerán resguardadas por el periodo que demore el finalizar el estudio. Durante este tiempo, solo la investigadora y su asesora tendrán acceso al material. Concluido dicho periodo, toda la información será eliminada de manera definitiva.

Su participación es completamente voluntaria; por lo tanto, usted tiene la libertad de responder únicamente aquello con lo que se sienta cómodo. Ha sido seleccionado porque forma parte de la población beneficiaria de Qali Warma y reside en una zona rural. En cualquier momento, si tiene dudas o requiere una aclaración, puede expresarlo libremente. Este estudio se considera de riesgo mínimo. Asimismo, si desea realizar alguna consulta sobre la investigación, puede hacerlo en el momento que lo considere oportuno.

Anexo 2

Cuestionario de entrevista

PAUTA DE ENTREVISTA

Padres de familias y/o tutores

1. ¿Antes de la pandemia, cómo te enteraste de Qali Warma? ¿Te enteraste por la radio o tv? ¿O algún amigo tuyo te lo dijo?
2. ¿Después de la pandemia cómo se enteró de que estaban entregando, nuevamente, las canastas de Qaliwarma?
3. ¿Qué le gusta y qué no le gusta de Qaliwarma?
4. ¿Cómo es la entrega de alimentos, usted va o se lo traen a casa o envía a alguien?
5. ¿Por qué medios de comunicación se enteró del retorno de la entrega de alimentos?
6. ¿La difusión del medio fue efectiva? ¿Lo escuchó, leyó o vio a tiempo?
7. ¿Sabe cómo sus vecinos se enteraron del retorno de Qali Warma? ¿Tuvo la necesidad de avisarles?
8. ¿Tiene alguna sugerencia para mejorar la manera en que se difunde los mensajes del programa? Esto, considerando que existen muchas personas que no tienen aparatos electrónicos en casa.
9. ¿Diría usted que el programa le ha ayudado a mejorar sus condiciones de vida? ¿De qué manera?
10. ¿Su satisfacción con el programa es positiva?

Anexo 3
Libro de códigos

VARIABLES/CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	DIMENSIONES (INDICADORES)	DEFINICIÓN
Efectividad de los medios comunicación	Evaluar lo útiles y claros que son los medios de comunicación utilizados por el programa para cumplir su función informativa y llegar adecuadamente a los beneficiarios.	Medios de comunicación empleados	Identificar los canales utilizados por el programa y la manera en que estos contribuyen en el proceso de difusión comunicativa.
		Frecuencia de medios de comunicación	Describir cada cuánto tiempo se transmite la información y si el periodo es suficiente o adecuado para los beneficiarios.
Percepción de los medios de comunicación	Englobar las apreciaciones, valoraciones y experiencias de los beneficiarios respecto a los medios de comunicación utilizados por el programa, tomando en consideración su claridad y utilidad.	Accesibilidad a los medios de comunicación	Evaluar el grado de facilidad con que los beneficiarios pueden acceder a los medios de comunicación, considerando factores como disponibilidad, condiciones tecnológicas, comprensión del canal, entre otros.
		Nivel de confianza a los medios de comunicación	Describir el nivel de credibilidad atribuido por los beneficiarios a la información transmitida.

Celia Alexandra Rodriguez Quispe

Informe Turnitin

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3492049613

Fecha de entrega

26 feb 2026, 11:57 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

10 mar 2026, 5:53 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

AR_TRABAJO_DE_INVESTIGACION_FINAL_2026.docx

Tamaño del archivo

6.7 MB

30 páginas

8863 palabras

52.819 caracteres

13% Similitud general

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




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 9 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de fuente excluida

Fuentes principales

- 12%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

Fuentes principales

- 12% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 2% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	
	hdl.handle.net	2%
2	Internet	
	www.coursehero.com	1%
3	Internet	
	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
4	Internet	
	www.slideshare.net	<1%
5	Internet	
	repositorio.unasam.edu.pe	<1%
6	Internet	
	repositorio.unap.edu.pe	<1%
7	Internet	
	www.defensoria.gob.pe	<1%
8	Internet	
	www.researchgate.net	<1%
9	Internet	
	ciencialatina.org	<1%
10	Internet	
	datos.cide.edu	<1%
11	Internet	
	riull.ull.es	<1%

12	Internet	crea.ujaen.es	<1%
13	Internet	1library.co	<1%
14	Trabajos del estudiante	Universidad Abierta para Adultos	<1%
15	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo	<1%
16	Internet	www.inforegion.pe	<1%
17	Trabajos del estudiante	Pontificia Universidad Catolica del Peru	<1%
18	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Colombia	<1%
19	Internet	kurt-grahl.de	<1%
20	Internet	repositorio.unc.edu.pe	<1%
21	Internet	repositorio.uneatlantico.es	<1%
22	Internet	dokumen.pub	<1%
23	Internet	repositorio.unp.edu.pe	<1%
24	Trabajos del estudiante	ucol	<1%
25	Internet	www.fao.org	<1%

26	Internet	www.flacsoandes.edu.ec	<1%
27	Internet	www.lpp-uerj.net	<1%
28	Internet	www.uclgmeets.org	<1%
29	Internet	www.unesco.cl	<1%
30	Internet	dkw.ci.uv.es	<1%
31	Internet	issuu.com	<1%
32	Internet	qdoc.tips	<1%
33	Internet	repositorio.unapec.edu.do	<1%
34	Internet	revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe	<1%
35	Internet	www.lechepascualnutricion.com	<1%
36	Internet	www.scielo.br	<1%
37	Internet	www.swissinfo.ch	<1%
38	Internet	www.unicef.org	<1%
39	Publicación	Fernando Pliego Carrasco. "Las políticas de combate a la pobreza en México y sus..."	<1%

40	Internet	deustoteka.deusto.es	<1%
41	Internet	dspace-uh-tmp.igniteonline.la	<1%
42	Internet	gcedclearinghouse.org	<1%
43	Internet	repoadmin.utc.edu.ec	<1%
44	Internet	repositorio.udh.edu.pe	<1%
45	Internet	repositorio.undc.edu.pe	<1%
46	Internet	repositorio.upsjb.edu.pe	<1%
47	Internet	www.biblioteca.udep.edu.pe	<1%
48	Internet	www.dykinson.com	<1%
49	Internet	www.econ.upf.edu	<1%
50	Internet	www.itu.int	<1%
51	Internet	www.mef.gob.pe	<1%
52	Internet	www.qartuppi.com	<1%
53	Internet	www.stri.si.edu	<1%