



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA



NÚMERO:

2024 - 029

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

“LA RED SOCIAL FACEBOOK DE CODEHICA Y LA AGENDA PÚBLICA SOBRE LA AGROEXPORTACIÓN EN ICA, 2023”

Presentado por: **CAROLAY YANET ASCAMA TINEO**, del nivel de Pre Grado de la FACULTAD DE CCTYA, Escuela Profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACION. El resultado obtenido es:
PORCENTAJE DE SIMILITUD 1 % por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 10 de Junio del 2024.

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

Dr. RAUL F. CORDOVA TUPAYACHI
DIRECTOR (I)

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología



INFORME FINAL DE TESIS:

La red social Facebook de CODEHICA y la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

AUTORA:

CAROLAY YANET ASCAMA TINEO (orcid.org/0009-0007-4698-0146)

ASESOR:

MG. EDWIN MARTIN CORDERO TATAJE (orcid.org/0000-0001-6943-7065)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

Ica – Perú
2024

Dedicatoria

A Dios por tenerme con vida y cuidarme día a día.

A mis padres Yanet y Edgar por hacerme la persona que soy, por siempre enseñarme la constancia y perseverancia que se necesita para poder sobresalir en esta aventura que se llama vida, gracias por su apoyo infinito.

A Pedro mi amor bonito, por darme esa motivación extra que uno siempre necesita cuando todo parece derrumbarse.

A mi papito Ángel por su admiración, cariño y orgullo, por mis pequeños logros.

A mi mamita Toña que desde donde se encuentre está orgullosa por mis metas alcanzadas.

Finalmente, no por eso menos importante, a mis docentes que me enseñaron en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, mi agradecimiento por darme la formación y las herramientas necesarias para ser una profesional integra.

ÍNDICE CONTENIDOS

I	Introducción.....	8
II	Estrategia metodológica.....	15
III	Resultados	19
IV	Discusión.....	49
V	Conclusiones.....	53
VI	Recomendaciones.....	54
VII	Referencias bibliográficas.....	55
VIII	Anexos.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Fiabilidad de la V1. La red social Facebook.....	20
Tabla 2	Pruebas de fiabilidad V1	20
Tabla 3	Fiabilidad de la V2. Agenda Pública	20
Tabla 4	Prueba de fiabilidad V2.....	20
Tabla 5	Validación de instrumento por juicio de expertos.....	21
Tabla 6	Opinión sobre los contenidos de Facebook de COHEICA.	22
Tabla 7	Acceso al Facebook de CODEHICA.	23
Tabla 8	Presentación de los contenidos.....	24
Tabla 9	Lenguaje usado en los contenidos.....	25
Tabla 10	Relación entre búsqueda y disponibilidad de los contenidos.....	26
Figura 11	Calidad de los contenidos de Facebook.....	27
Tabla 12	Calidad de las imágenes.....	28
Tabla 13	Calidad de los videos en Facebook.	29
Tabla 14	Importancia de la información publicada.....	30
Tabla 15	Calidad de la información publicada.....	31
Tabla 16	Interacción sobre los contenidos de Facebook.....	32
Tabla 17	Valoración sobre la posibilidad de comentar.	33
Tabla 18	Reaccionar en las publicaciones de Facebook.	34
Tabla 19	Respuesta a las consultas realizadas.	35
Tabla 20	Visibilización de las problemáticas de la agroexportación.	36
Tabla 21	Medios de comunicación y agroexportación.....	37
Tabla 22	Plataformas alternativas y la agroexportación.	38
Tabla 23	Asertividad y enfoque de los medios de comunicación.	39
Tabla 24	Enfoque de los medios de comunicación y sesgo negativo.	40
Tabla 25	Contenidos y opinión pública.....	41
Tabla 26	Autoridades y agenda pública.....	42
Tabla 27	Autoridades, trabajadores y soluciones a la agroexportación	43
Tabla 28	Decisiones públicas y trabajadores de la agroexportación.....	44
Tabla 29	Contenidos de CODEHICA y autoridades.....	45
Tabla 30	Decisiones y soluciones de la agroexportación.....	46
Tabla 31	Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnova.....	47
Tabla 32	Resumen de contrastes de Hipótesis Especificas.....	48
Tabla 33	Resumen de contrastes de Hipótesis General.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fórmula de poblaciones finitas	17
Figura 2 Fórmula Alfa de Cronbach	19
Figura 3 Criterios George y Mallery	19
Figura 4 Opinión sobre los contenidos de Facebook de COHEICA.....	22
Figura 5 Acceso al Facebook de CODEHICA.....	23
Figura 6 Presentación de los contenidos.....	24
Figura 7 Lenguaje usado en los contenidos.....	25
Figura 8 Relación entre búsqueda y disponibilidad de los contenidos.....	26
Figura 9 Calidad de los contenidos de Facebook.....	27
Figura 10 Calidad de las imágenes.....	28
Figura 11 Importancia de la información publicada.....	29
Figura 12 Importancia de la información publicada.....	30
Figura 13 Calidad de la información publicada.....	31
Figura 14 Interacción sobre los contenidos de Facebook.....	32
Figura 15 Valoración sobre la posibilidad de comentar.....	33
Figura 16 Reaccionar en las publicaciones de Facebook.....	34
Figura 17 Respuesta a las consultas realizadas.....	35
Figura 18 Visibilización de las problemáticas de la agroexportación.....	36
Figura 19 Medios de comunicación y agroexportación.....	37
Figura 20 Plataformas alternativas y la agroexportación.....	38
Figura 21 Asertividad y enfoque de los medios de comunicación.....	39
Figura 22 Enfoque de los medios de comunicación y sesgo negativo.....	40
Figura 23 Contenidos y opinión pública.....	41
Figura 24 Autoridades y agenda pública.....	42
Figura 25 Autoridades, trabajadores y soluciones a la agroexportación.....	43
Figura 26 Decisiones públicas y trabajadores de la agroexportación.....	44
Figura 27 Contenidos de CODEHICA y autoridades.....	45
Figura 28 Decisiones y soluciones de la agroexportación.....	46

RESUMEN

Las redes sociales forman parte de la dinámica social e institucional, por lo tanto, las organizaciones públicas, privadas y del tercer sector utilizan sus redes sociales para informar sobre sus diversas acciones, proyectos y vincularlas con la agenda pública de la localidad. En ese sentido, el propósito que se propuso esta investigación es determinar si la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023. En el caso de la metodología de la investigación es de tipo básica de nivel correlacional, con un diseño no experimental y bajo el enfoque cuantitativo. Asimismo, se utilizó la técnica de la encuesta y dos cuestionarios como instrumentos de recolección de datos, la muestra estuvo representada por 269 trabajadores de la agroexportación de Ica. En el caso de los resultados, se halló que el 54% considera que los contenidos tienen una buena presentación, permitiendo su comprensión. De igual manera, un 48% considera que los contenidos publicados por CODEHICA en Facebook son de calidad, lo que permite una interacción fluida (52%). Asimismo, un 48% considera que el Facebook es una plataforma alternativa y positiva para dar a conocer el problema de la agroexportación den Ica. Finalmente, se resalta que las autoridades deciden sin tomar en cuenta la información del Facebook de CODEHICA, lo que no permite encontrar las alternativas de solución a la agroexportación de forma clara y efectiva. Se concluye que, la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023. Desde el punto de vista de los trabajadores de la agroexportación la accesibilidad, la calidad de contenidos y la interactividad que generan las diversas publicaciones permite plantear la agenda temática de los problemas de la agroexportación en Ica. Entonces, se valora los datos que se construyen y difunden en la red social institucional de la Comisión de Derechos Humanos de Ica, ya que esta brinda la posibilidad de tener información que les sirva tanto a las autoridades como a los medios de comunicación para plantear soluciones y diversas perspectivas que incluyan a los trabajadores de la agroexportación iqueña.

Palabras Claves: Facebook, agenda pública, redes sociales, gubernamental y mediático.

ABSTRACT

Social networks are part of the social and institutional dynamics, therefore, public, private and third sector organizations use their social networks to report on their various actions, projects and link them with the public agenda of the locality. In this sense, the purpose of this research is to determine whether CODEHICA's Facebook social network contributes to the visibility of the public agenda on agroexport in Ica, 2023. The research methodology is of a basic correlational type, with a non-experimental design and a quantitative approach. Likewise, the survey technique and two questionnaires were used as data collection instruments; the sample was represented by 269 workers in the agroexport industry in Ica. In the case of the results, it was found that 54% consider that the contents have a good presentation, allowing their understanding. Similarly, 48% consider that the contents published by CODEHICA on Facebook are of quality, allowing for smooth interaction (52%). Likewise, 48% consider that Facebook is an alternative and positive platform for publicizing the agroexport problem in Ica. Finally, it should be noted that the authorities make decisions without taking into account the information on CODEHICA's Facebook page, which does not allow them to find clear and effective alternative solutions to the agroexport problem. It is concluded that CODEHICA's Facebook social network contributes significantly to the visibility of the public agenda on agroexports in Ica, 2023. From the point of view of agroexport workers, the accessibility, quality of content and interactivity generated by the various publications allows the thematic agenda of agroexport problems in Ica to be raised. Therefore, the data that is constructed and disseminated in the institutional social network of the Ica Human Rights Commission is valued, since it offers the possibility of having information that is useful for both the authorities and the media to propose solutions and different perspectives that include Ica's agroexport workers.

Keywords: Facebook, public agenda, social networks, government and media.

I. INTRODUCCIÓN.

Las redes sociales son parte de la dinámica de vida de una sociedad, la cual la utiliza para diversos usos y fines. Asimismo, las instituciones públicas, privadas y del tercer sector suelen utilizar Facebook como plataforma para dar a conocer sus acciones y actividades. Cabe señalar que los medios de comunicación son parte de este contexto digital, por lo tanto, las instituciones, la ciudadanía y los medios de comunicación son parte de este escenario social. Asimismo, las ONG dependiendo de su tema suelen ser activistas y visibilizadores de problemáticas, las cuales involucran a los actores y sectores vinculados a ello.

En el caso de España, se realizó un estudio llegando a la conclusión que la conformación de la agenda política está al margen de la agenda ciudadana, esto perjudica la percepción del desempeño de la sociedad. En algunos casos no se visibilizaron la agenda local o regional, por la supremacía de la agenda nacional. En ese sentido, es necesario plantear distintos niveles de toma de decisiones que respondan a la conformación de agendas que concuerden con la realidad. Asimismo, es importante que los ciudadanos generen una conciencia local, para que coincida las demandas planteadas en la agenda gubernamental, tanto la agenda de los ciudadanos y la agenda de los medios de comunicación se relacionen (Soto *et al.*, 2020).

En el caso de Colombia a nivel de la agenda gubernamental, se presenta un problema de trasfondo vinculado a la desconfianza en las instituciones públicas, esto se debe a ineficiencia de difusión y respuestas a los requerimientos de la población. A esto se suma, el desconocimiento por parte de la ciudadanía sobre la gestión y administración pública, por lo tanto, se propone que esto debe ir de la mano de proceso educativo, que aporte una participación de la sociedad de forma activa y asertiva. Entre las posibilidades de dar respuesta a esta problemática esta la planificación estratégica, implementando las etapas y procesos que permitan generar el bienestar (Niño, 2022).

Asimismo, en el caso de México se puede apreciar que las estrategias comunicativas aplicadas por una ONG permitieron poner en agenda gubernamental la problemática y condiciones que viven los menores. Cabe resaltar que, uno de los principales medios utilizados dentro de esta experiencia fue Facebook, logrando que sean parte de los objetivos instituciones de la gestión de turno, el tema comenzó a generar impacto en la opinión pública. También, esto se debió a la construcción de mensajes con carga emocional, con preocupación y justicia social, a la propia segmentación de acuerdo al público. Finalmente, estos contenidos mostraron la importancia y protagonismo del gobierno, como el actor clave para mejorar estas condiciones y tomar acciones que respondan a las necesidades de los menores.

En el caso de Perú, se puede apreciar los temas que más preocupa son la crisis económica del país (25%), seguida de la inseguridad – delincuencia (24%), la corrupción (22%), la crisis política (10%), el desempleo (77%) y la mala gestión gubernamental (2%), según reportes de Datum

Internacional en el mes de agosto del 2023. A esto se suma, que la población considera que el gobierno no está tomando las medidas para reactivar la economía con un 58%. Finalmente, el nivel de confianza en las instituciones públicas peruanas es bajo, en el caso del Congreso este alcanza un 75% de desconfianza, seguido del Ejecutivo con un 64%, la Fiscalía con 53%, los ministerios con un 46%, Tribunal Constitucional con 48% y el Poder Judicial con 53%. Entonces, se puede apreciar que ese nivel de desconfianza no permite visibilizar las mejoras en las agendas demandadas por los ciudadanos, haciendo que se genere una insatisfacción y descrédito del sector público.

En el caso de Ica, es una región agroexportadora, considerada como la principal zona agroexportadora del Perú según indicó la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú). De acuerdo a la estimación, comprendida entre los periodos enero y julio 2010-2021, las agroexportaciones no tradicionales pasaron en Ica del 19% al 23,3% (Redagrícola, 2021). Este sector económico enfrenta algunos desafíos, entre ellos el de las condiciones y derechos laborales que los trabajadores cada cierto tiempo reclaman y el otro es la demanda creciente del uso del agua, lo que genera un debate sobre el uso racional y la capacidad del recurso hídrico disponible para el sector y para el consumo de los pobladores iqueños. Este escenario, genera ciertos descontentos y preocupaciones, para los empresarios, ciudadanos y autoridades de la región.

Como se puede apreciar la agenda gubernamental tanto a nivel internacional como nacional suele no concordar con las necesidades que tiene la comunidad, basada en un nivel de desconfianza y la poca capacidad percibida por la propia sociedad. En el caso se evidencia que, hay participación de la población y una visibilización informativa sobre el tema utilizando las redes sociales y otros medios de comunicación. En ese sentido, este estudio planteo como objetivo general determinar si la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

A nivel de los antecedentes de la investigación, en el caso de los internacionales se presenta el de Ortigosa (2020), en su artículo publicado en la Revista *Visión y Futuro* en Argentina, planteó determinar las incidencias de la agenda pública en las actitudes políticas del ciudadano por medio de la teoría de los efectivos olvidados. Este estudio tiene un enfoque cuantitativo, siendo de tipo descriptivo, con un diseño no experimental, a nivel de instrumentos se utilizó la encuesta. La muestra estuvo representada por 120 ciudadanos. En el caso de los resultados, se indican que los ciudadanos no identificaron varios elementos que se interponen como efectos olvidados entre las dos entidades ya mencionadas, tales como la corrupción, la economía, la confianza en los gobernantes, es decir, considerando el contexto de elecciones y la propia campaña electoral. Se concluye que, el desprestigio político impacta en las actitudes políticas del ciudadano, haciéndose necesario mejorar la relación afectiva, cognitiva y conductual.

Asimismo, De Souza (2019) en su tesis realizado en la Universitat Oberta de Catalunya en España, planteo un análisis de la agenda gubernamental mediante las tecnologías de la información y la comunicación. Este fue bajo el enfoque mixto, siendo un estudio exploratorio y analítico, con la aplicación del método análisis de contenido y la utilización del software NVivo y R. En el caso de los resultados, se logró identificar los temas recurrentes, los que recibieron mayor enfoque en la estrategia fueron: Gestión Pública (45.25%), Desarrollo Social (12.9%), Educación (8.62%), Infraestructura (7.43%) y Desarrollo Económico (5.77%). Mientras que las áreas de Transportes, Salud, Desarrollo Rural, Seguridad Pública y Medio Ambiente fueron las menos identificadas. Se concluye que, es necesario alinear los asuntos y las agendas vinculadas con las políticas públicas, esto se trabaja desde la parte documentaria. En tal sentido, las TIC permite identificar y análisis la agenda gubernamental, el siguiente paso sería la planificación de las acciones de gobierno.

De igual manera, se tiene la investigación de Claro, Ferruz-González y Catenacci (2024, artículo, Revista Latina de Comunicación Social), plantearon como objetivo analizar el uso del Facebook e Instagram por parte de las organizaciones del tercer sector en Chile y España vinculada a su presencia pública desde sus redes sociales. A nivel metodológico, se utilizó el análisis de contenido tomando en consideración datos cualitativos y cuantitativos. En el caso de la muestra estuvo conformada por 25 organizaciones por cada país, el muestreo fue no probabilístico de acuerdo a criterios predefinidos. En el caso de los resultados, se aprecia Facebook es la red social más utilizada, además, de ser la red social con el mayor número de seguidores. Asimismo, se identificó que el mayor uso que se le da es informativo, siendo el texto el formato para postear con mayor regularidad, complementariamente a ello el uso notable de los hashtags. Se suele tener los temas más habituales tratan las actividades y proyectos de las ODS con un tono formal. Se concluye que, las estrategias de comunicación de las ONGs en redes sociales no aprovechan el poder que tienen el canal para el diálogo y establecimiento de relaciones sociales con sus públicos.

A nivel nacional, se tiene el de Espinoza (2021) en su tesis publicada en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán en Huánuco, propuso en su investigación determinar la relación entre la valoración de los contenidos digitales en Facebook de la municipalidad provincial de Chepén y la participación ciudadana. A nivel de su enfoque es una investigación cuantitativa y su diseño fue descriptivo, se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. La muestra estuvo conformada por 374, considerando el criterio de tener una cuenta en la red social Facebook y ser seguidor de la municipalidad estudiada. Los resultados muestran que los ciudadanos dan una valoración media y buena a los contenidos, infiriéndose que la Municipalidad ha cumplido con cubrir sus expectativas. Por otro lado, la percepción de la participación ciudadana es media-alta. Finalmente, este estudio concluye que, existe una relación directiva y significativa entre ambas variables de estudio. Por lo tanto, se aprecia que los contenidos son medianamente interesantes, siendo un punto a mejorar. Asimismo, hay una participación ciudadana animada por contenidos del Fan Page gubernamental, esto aún no es suficiente, es necesario generar un

ciberparticipación de las diversas actividades promovidas por la municipalidad, para lo cual se debe trabajar en una agenda pública que involucre el desarrollo de la comunidad y la participación activa.

Asimismo, Salazar (2020) en su tesis realizada en la Pontificia Universidad Católica del Perú en Lima, planteo explicar los factores que facilitan la representación y canalización de las demandas de sectores vulnerables de la sociedad peruana en el parlamento. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, de tipo ideográfico, utilizando como instrumento el recojo de datos e información sobre el contexto de la aprobación y publicación de la Ley N° 27986 vinculadas a los derechos de las y los trabajadores del hogar, asimismo, se hicieron entrevistas. A nivel de resultados, se observó que tras la aprobación y publicación de ley en el 2003 hubo un periodo de 5 años de inactividad o intentos de cambios, entre el 2016 y 2019 se presentaron 9 proyectos de ley, en definitiva, la que queda fue publicada en el 2020, considerando que esta cumplió con los estándares establecidos en el Convenio 189 de la OIT en su máxima expresión. Se concluye que, es relevante resaltar la importancia de los actores sociales y políticos dentro de la formación de la agenda pública. Asimismo, esto se da por medio de diversas estrategias que movilizan determinados encuadres temáticos hacia los legisladores, logrando problematizar y politizar, permitiendo una toma de decisiones. Además, se resalta la necesidad de trabajar coaliciones, permitiendo acercar la participación ciudadana con la representación legislativa.

También, Pinedo (2017) en su tesis realizada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, se planteó como influyó el programa radial de la Maestría en Gerencia Social en la agenda pública, durante los años 2014-2015, analizando la percepción y el aporte a través de la concertación, debate y generación de propuestas sobre temas de gerencia social, para fortalecer el desarrollo del programa. Esta investigación fue de enfoque cualitativo, buscando describir, conocer y analizar las características de influencia del programa radial. Se utilizó un muestro no probabilístico, realizando 30 entrevistas. Se halló lo siguiente, se puede apreciar que es positiva la opinión de la mayoría de los actores involucrados entrevistados, alumnos y/o egresados; profesores y producción, resaltando su uso como estrategia para comunicar e informar sobre las políticas sociales y generar incidencia en la agenda pública mediante sus contenidos y la participación de sus expertos. Asimismo, se aprecia que, si hay un abordaje de la agenda pública con un 77%, considerando que la gran mayoría de temas se vincula con las necesidades de la sociedad. Además, con un 59% se indica que los temas tratados responden a la coyuntura social. Finalmente, un 45.4% indican que los estos temas responden al interés de los oyentes. Se concluye que, el espacio comunicativo radiofónico permite una mejor comprensión de la problemática social, aportando de forma positiva en la identificación de la agenda pública por parte de la Gerencia Social, permitiendo buenas practicas que aportan al desarrollo y las demandas de los actores sociales.

Finalmente, se tiene la investigación de Merino (2019, tesis de maestría, Universidad Nacional de Piura) planteo como objetivo identificar la influencia de la página de Facebook Noticias Piura 3.0 en la formación de la opinión pública sobre violencia hacia la mujer en Piura. A nivel de la metodología, de tipo básica, nivel descriptivo. Además, utilizó un enfoque mixto, aplicó como instrumento el cuestionario y el análisis de contenido. Los resultados reflejaron que, el 58.6% de los usuarios encuestados manifestó conocer el caso Misui Chávez y el 31% de ese porcentaje indicó que se enteró del caso a través de la página de Facebook Noticias Piura 3.0. Asimismo, se observa que una gran cantidad de usuarios visita la página para mantenerse actualizada sobre las noticias, estas notas informativas relacionadas con la violencia hacia la mujer generan un alto nivel de interacción en forma de likes, comentarios y compartidos. Se concluye que, la página desempeña un papel crucial en la difusión de información y en la generación de debate y conciencia sobre temas relevantes para la sociedad. Se destaca que Noticias Piura 3.0 logra captar la atención de una amplia audiencia y contribuye significativamente a la discusión y sensibilización sobre la violencia hacia la mujer en la región de Piura.

Se revisaron los repositorios de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga y el repositorio de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, en los cuales no se hallaron antecedentes a nivel local sobre las variables de estudio, según las indicaciones de periodo de tiempo que solicitan y que tengan relacionan con las variables y dimensiones de la presente investigación.

Para la comprensión de la investigación se utilizó la Teoría del Encuadre (Framing), se puede definir como el proceso donde se eligen ciertos aspectos del contexto, dándole determinados énfasis y relevancia, es decir, mediante esta teoría se define, diagnóstica y propone la realidad (Entman, 1993 citado por Ardèvol-Abreu, 2015). Asimismo, el encuadre plantea la atención en ciertos aspectos y deja de lado otros. Dentro de este proceso de decodificación aporta a la comprensión de lo que se encuadra de la realidad (Ardèvol-Abreu, 2015). En el caso particular de la investigación, los contenidos digitales del Facebook de CODEHICA construyen la información por determinados encuadres, estos son leídos y percibidos por los diversos públicos.

El marco teórico se relaciona a las dos variables de estudio. Para la primera variable, se propone el concepto sobre la red social Facebook vinculadas a sus contenidos, la cual es considerada como aquella información que contiene un medio digital. Entre las posibilidades de estos contenidos están los textos, las imágenes, los videos, entre otros (IDM, 2019 citado en Rodríguez, 2021). Asimismo, este se relaciona con el valor que le otorga el público, midiendo las ventajas, desventajas, beneficios, inconvenientes y perjuicios que genera (Rodríguez, 2021).

La primera dimensión hace referencia a la accesibilidad, la cual se plantea como el acceso a los contenidos, la presentación y el uso del lenguaje. Además, si es fácil de lograr acceder a la página y la propia disponibilidad que se tiene a la información contenida (Rodríguez, 2021). Asimismo,

la accesibilidad de una red social brinda la posibilidad de que un mayor número de personas puedan usar la plataforma digital (Mantilla, s.f.).

La segunda dimensión se refiere a la calidad, es la percepción de satisfacción que tiene de los diversos contenidos que tiene la red social, como son los textos, videos e imágenes. Además, la relevancia de la información que se transmite en el Facebook (Rodríguez, 2021). Además, la calidad se plantea como la relación de concordancia de los requerimientos funcionales y el rendimiento definido (Pressman, 2010 citado por Pérez y López, 2016).

La tercera dimensión es la interactividad, esta es considerada como la dinámica de vinculación con el público, lo que se hace mediante los comentarios, reacciones y las preguntas-respuestas que se generan dentro la publicación (Rodríguez, 2021). Además, la interactividad se refiere a la relación que se genera entre emisor y receptor, para lo cual se de una colaboración e intercambio de información rápida ágil y cómoda (Martínez y Cabezuelo, 2010).

La segunda variable está vinculada a la agenda pública, la cual se define como aquella que contiene los asuntos públicos que se encuentran priorizados y que tienen un interés en la sociedad. Asimismo, estos temas son parte de la agenda del gobierno de turno, los cuales plantean diversas estrategias y políticas públicas para atender las demandas insatisfechas (Alzate y Romo, 2017).

La primera dimensión es la mediática, esta parte de la posibilidad que tienen los medios para la exposición de un tema frente a otro, posicionando determinados pensamientos o ideas en las personas, que incluso puede generar la agenda política (López-López, 2018 citado por Márquez-Domínguez, 2020).

La segunda dimensión es la gubernamental, esta consiste en los asuntos que toman atención del gobierno en un momento dado. Además, al formar parte de la agenda gubernamental, tiene la atención y la posibilidad de quienes ostenten el poder puedan resolver el tema (Kingdon, 1995; Subirats, 2006 citado por De Souza, 2019).

A nivel de la justificación de la investigación se basó en las dos variables, la red social Facebook y la agenda pública. Lo que se buscó fue determinar si la red social Facebook de CODEHICA aporta a la agenda pública sobre la agroexportación en Ica durante el 2023. Para el proceso investigativo se consideró los indicadores planteados según las dimensiones. Asimismo, es una investigación novedosa y oportuna, no se tiene estudios parecidos en la región de Ica y es necesario, las problemáticas de la agroexportación son una constante cada cierto tiempo, es fundamental analizar que pasa y ver posibles escenarios, desde la propia perspectiva de los protagonistas. En ese sentido, la justificación se dio a nivel social, teórico, práctico y metodológico.

A nivel social, los resultados de la investigación y las conclusiones describen la relación entre la red social Facebook y la agenda pública. Permitiendo conocer el escenario tanto descriptivo como relacional. Por medio de este estudio, se pudo conocer que los contenidos producidos por la plataforma de Facebook de la Comisión de Derechos Humanos de Ica (CODEHICA) permiten

generar una relación con la agenda pública sobre la agroexportación en Ica. Finalmente, permitió tener una participación desde los propios protagonistas, señalando si estos contenidos a nivel de accesibilidad, calidad e interactividad permiten cierta correlación de variables.

A nivel teórico, este se basó en conocer los conceptos claves sobre las dos variables, así mismo, los antecedentes internacionales y nacionales, y las teorías. Por lo tanto, ambas variables de estudio se conceptualizan y se operan desde las dimensiones, la red social Facebook se vinculan la dimensión de accesibilidad, de calidad y de interactividad. Para la variable agenda pública, esta tiene las dimensiones mediática y gubernamental. En ambos casos se usan autores bases para la formulación conceptual y la construcción de la operacionalización de ambas variables de estudio.

A nivel metodológico, se utilizó dos instrumentos de investigación para la recolección de los resultados, los cuales fueron diseñados, validados y aplicados a la población de estudio. Indicar que según las recomendaciones de los expertos se hicieron respectivas modificaciones. Por lo tanto, este estudio permitió contar con un instrumento para futuros estudios en contextos similares. El diseño metodológico corresponde a un nivel alcanzable durante el periodo que se programó la investigación, permitiendo tener un nivel, enfoque, tipo, muestra y muestreo bajo las exigencias de investigación.

Finalmente, a nivel práctico, permitió analizar la relación de variables, lo que significó que se a identificar aciertos y mejoras en los contenidos propuestos por la red social Facebook de CODEHICA vinculados a la agenda pública. Entonces este estudio permite trabajar la mejora de los contenidos en futuras publicaciones a nivel de la temática de estudio, esto mismo puede servir para otros temas. Entonces, se hace necesario hacer monitoreo y modificaciones, para seguir aportando a la agenda de las demandas sociales, que permita estar dentro del ámbito de prioridad de quienes toman las decisiones gubernamentales.

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.

2.1. Tipo y diseño de la investigación.

Tipo: básica, la cual planteó analizar los comportamientos de la población de estudio, para establecer modelos, leyes o teorías. Asimismo, esto permitió conocer el objeto de estudio, el impacto en la sociedad a largo plazo (Castro-Maldonado et al., 2022).

Nivel: correlacional, este tipo de estudio busca conocer la relación de variables e identificar el nivel de asociación entre dos o más variables de estudio (Hernández et al., 2014). Para el caso del estudio busco medir la relación de las variables red social Facebook y la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, considerando la perspectiva de los trabajadores de la agroexportación.

Diseño: no experimental, ya que no se realizó manipulación de las variables estudiadas, lo que se pretendió es establecer la relación entre ambas variables. Además, se utilizó el tipo transeccional, por lo que, la medición fue en un determinado momento, en este caso durante el último semestre del 2023, en un solo momento. Es decir, el cuestionario se aplicó una sola vez.

Enfoque: cuantitativo, pretendiendo valorar las magnitudes y validar las hipótesis, por medio del análisis de los datos estadísticos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Entonces, este estudio permitió determinar si hay relación entre los contenidos de la red de la social Facebook de CODEHICA y la visualización de la agenda pública sobre la agroexportación en la provincia de Ica durante el 2023.

2.2. Variables y operacionalización.

Variable 1.

La red social Facebook

Definición conceptual: La red social Facebook son consideradas como aquella información que contiene un medio digital. Entre las posibilidades de estos contenidos están los textos, las imágenes, los videos, entre otros (IDM, 2019 citado en Rodríguez, 2021). Asimismo, este se vincula con el valor que le otorga el público, midiendo las ventajas, desventajas, beneficios, inconvenientes y perjuicios que genera (Rodríguez, 2021).

Definición operacional: La variable de estudio se centró en medir la valoración de los contenidos digitales de la red social Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación, recolectando los datos por medio del cuestionario denominado Red Social de Facebook (Rodríguez, 2021). Este instrumento cuenta con 3 dimensiones: Accesibilidad (05 preguntas), calidad de contenidos (05 preguntas) e interactividad (05 preguntas).

Indicadores: La primera dimensión denominada accesibilidad tiene 2 indicadores: valoración del acceso a la información y valoración del lenguaje de los contenidos. La segunda dimensión es la calidad de contenidos, este tiene 1 indicador: valoración de la calidad de los contenidos. La

tercera es la interactividad, este tiene 3 indicadores: valoración de la interactividad, valoración del nivel de respuesta y valoración de la capacidad de comentar.

Escala de medición: Es ordinal, de tipo Likert, con puntajes de muy mala (1), mala (2), regular (3), buena (4) y muy buena (5).

Variable 2.

La Agenda Pública.

Definición conceptual: La agenda pública es aquella que contiene los asuntos públicos que se encuentran priorizados y que tienen un interés en la sociedad. Asimismo, estos temas son parte de la agenda del gobierno de turno, los cuales plantean diversas estrategias y políticas públicas para atender las demandas insatisfechas (Alzate y Romo, 2017).

Definición operacional: La variable de estudio se centró en describir los niveles de valoración de agenda pública sobre la agroexportación en Ica, recolectando los datos por medio del cuestionario denominado Percepción de la agenda pública sobre la agroexportación. Cabe indicar que al ser un tema específico la agroexportación, se decidió diseñar el cuestionario, bajo conceptos de autores y utilizando el contexto de la investigación. Este instrumento cuenta con 2 dimensiones: Mediática (7 preguntas) y gubernamental (7 preguntas). Para el caso de la primera dimensión de utilizó el concepto de Alzate y Romo (2017) y en el caso del segundo se consideró el marco conceptual de Aguilar (1996).

Indicadores: La primera dimensión denominada mediática tiene 4 indicadores: Valoración del encuadre informativo, valoración del espacio, valoración del tiempo y valoración de las fuentes. La segunda dimensión es con respecto al usuario, este tiene 4 indicadores: Valoración de las acciones, nivel de transparencia informativa, nivel de participación ciudadana y valor a la accesibilidad de información.

Escala de medición: Ordinal se presenta bajo la escala de Likert con puntajes de muy mala (1), mala (2), regular (3), buena (4) y muy buena (5).

2.3. Población, muestra y muestreo.

Población: 882 Trabajadores según la base de datos de la Comisión de Derechos Humanos de Ica (CODEHICA, 2023). Cabe indicar que el caso del estudio, la población se conformó con los trabajadores de la agroexportación sindicalizados de la provincia de Ica, entre ellos está los de Agrokasa, Chapi, Sitclari, Monsanto y Fruticola. La población se define como grupo de personas u objetos los cuales forman parte de un estudio, con la intención de conocer algo sobre ellos.

Criterios de inclusión: Los pobladores que vivan en Ica, que estén sindicalizados, que usen la red social Facebook.

Criterios de exclusión: Los extranjeros, que no estén sindicalizados, que no trabajen en la agroexportación y no vivan en Ica.

Muestra: 269, aplicando la fórmula de poblaciones finitas:

Se conceptualiza como una representación del universo poblacional, el cual fue el objeto de estudio. Asimismo, la conformación se dio por medios estadísticos, brindando una cantidad para la ejecución de la investigación (López, 2004).

Figura 1.

Formula de poblaciones finitas.

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

- | | |
|---|--|
| n = Tamaño de muestra buscado | e = Error de estimación máximo aceptado |
| N = Tamaño de la Población o Universo | p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) |
| z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC) | q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado |

Fuente: Calculadora de Muestras - QuestionPro

Muestreo: probabilístico, en ese sentido, la población objeto de estudio tuvieron la misma oportunidad de participar, siempre que cumplan los criterios de inclusión y exclusión establecidos. Asimismo, al hacer referencia al concepto este tipo de muestreo da la misma probabilidad para la población que conforma la muestra de estudio, teniendo posibilidades de ser parte de la investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Unidad de análisis: fueron los trabajadores de la agroexportación sindicalizados de Ica.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Técnica: encuesta, la cual consiste en la recopilación de datos de interés por medio de interrogantes (Sierra, 1985 citado por Montes, 2000) obtuvo información respecto a las variables de estudio.

Instrumento: cuestionarios vinculados a las variables. Este se define como el elemento físico que permite recopilar información sobre los participantes de un estudio, por medio de interrogantes estructuradas (Universidad de Granada, s/f). La medición se dio por medio de la escala de Likert en ambas variables. Finalmente, se realizó una prueba piloto al obtener la validación por juicio de expertos, para proseguir con la aplicación del instrumento a la muestra definida por método estadístico.

2.5. Procedimientos.

Una vez definida el problema de investigación, realizada la revisión de literatura científica, plateada el diseño de la investigación y seleccionada la muestra, se realizó la aplicación de los dos cuestionarios a la muestra objeto de estudio. Previamente estos instrumentos fueron validados por juicio de expertos y se hizo la aplicación de un piloto. Una vez construida la base de datos del piloto, se utilizó el programa estadístico SPSS para la confiabilidad de los instrumentos. Con el resultado favorable se aplicó al total de la muestra de estudio. Culminada la recolección de los datos, se hizo el análisis, interpretación y presentación de los resultados.

2.6. Método de análisis de datos.

Para el caso del procesamiento de los datos obtenidos se utilizó la estadística descriptiva, utilizando el programa de SPSS. Entonces, se marca como objetivo el describir las características identificadas en las variables red social Facebook y la agenda pública. En el caso de la presentación de los resultados se dio por medio de datos porcentuales y números, utilizando tablas y gráficos.

2.7. Aspectos éticos.

En el caso de los aspectos éticos de la investigación, es un estudio original, por lo tanto, la autoría está a cargo de la investigadora. Asimismo, se cuenta con el apoyo y permiso para realizar la investigación sobre los contenidos de la red social de Facebook de la Comisión de Derechos Humanos de Ica (CODEHICA). Para la redacción, tanto a nivel de citación y referenciación se utilizó las normas del estilo APA de la edición 7. Referente a la población que participó del estudio se mantuvo el anonimato de sus identidades y se presentó antes de realizar el cuestionario el consentimiento informado, para que se conozca el objetivo que plantea este estudio y sus resultados. Finalmente, el análisis y en el procesamiento de los datos y la discusión de los resultados se realizó de acuerdo a lo que se refleje en ello, por lo tanto, se respeta los datos obtenidos.

III. RESULTADOS.

El estudio fue investigado por medio de la encuesta, la cual consistió en la recopilación de datos de interés por medio de interrogantes. En el caso de los instrumentos se utilizó dos cuestionarios vinculados a las variables. Para el procesamiento de los datos se utilizó el Excel para la construcción de la base de datos y el programa de SPSS para la estadística. En primer lugar, se realizó la confiabilidad de instrumento, la cual se explica a continuación:

Confiabilidad del instrumento.

Para realizar el trabajo de campo se realizó la aplicación de un piloto de los dos cuestionarios, este se realizó a 20 personas, considerando el coeficiente de consistencia interna denominada alfa de Cronbach, por medio de la presente formula:

Figura 2.

Fórmula Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i}{S_t} \right)$$

K: número de ítems
Si: varianza de cada ítem
St: varianza de la suma de todos los ítems

Nota: Fórmula utilizada para validar los instrumentos por medio del SPSS V7.

El instrumento de la V1 consta de un total de 15 preguntas y se le asignó un valor a cada respuesta con base en la escala de Likert. Se hizo la base de datos en el programa de Excel y luego en el programa de SPSS se hicieron los cálculos de fiabilidad de los 20 encuestados, el cual es independiente de la muestra.

Figura 3.

Criterios George y Mallery.

Coficiente alfa >0,9	Excelente
Coficiente alfa >0,8	Bueno
Coficiente alfa >0,7	Aceptable
Coficiente alfa >0,6	Cuestionable
Coficiente alfa >0,5	Inaceptable

Fuente: Gliem JA, Gliem RR. Calculating, interpreting, and reporting Cronbach's alpha reliability coefficient for Likert-type scales. Midwest Research-to-Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education. (citado por Castillo-Sierra, 2018).

Tabla 1.

Fiabilidad de la V1. La red social Facebook.

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2.

Prueba de fiabilidad V1.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,764	15

Una vez aplicada el coeficiente de Cronbach dio como resultado para la V1. De 0,764 el mismo que fue sometido a la tabla de valoración desarrollada por George y Mallery dando como resultado una fiabilidad aceptable ($>0,7$).

Tabla 3.

Fiabilidad de la V2. Agenda Pública.

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4.

Prueba de fiabilidad V2.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,817	10

Siguiendo con el proceso, se aplicó el procedimiento para la confiabilidad del instrumento de la V2. como resultado 0,817, el mismo que fue sometido a la tabla de valoración desarrollada por George y Mallery dando como resultado una fiabilidad buena ($>0,8$). Cabe señalar que, en este caso el instrumento conto con 10 preguntas, se utilizaron 20 encuestas para la prueba de confiabilidad.

Validez del instrumento.

La variable de estudio se centró en medir los contenidos digitales de la red social Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación, recolectando los datos por medio del cuestionario denominado Red Social Facebook (Rodríguez, 2021). Este instrumento cuenta con 3 dimensiones: Accesibilidad (05 preguntas), calidad de contenidos (05 preguntas) e interactividad (05 preguntas). En el caso de la segunda variable, se centró en describir los niveles de valoración de agenda pública sobre la agroexportación en Ica, recolectando los datos por medio del cuestionario denominado Percepción de la agenda pública sobre la agroexportación. Cabe indicar que al ser un tema específico la agroexportación, se decidió diseñar el cuestionario, bajo conceptos de autores y utilizando el contexto de la investigación. Este instrumento cuenta con 2 dimensiones: Mediática (7 preguntas) y gubernamental (7 preguntas). Para el caso de la primera dimensión de utilizó el concepto de Alzate y Romo (2017) y en el caso del segundo se consideró el marco conceptual de Aguilar (1996).

La validación se hizo por juicio de expertos, se tomaron en cuenta los comentarios y sugerencias.

Tabla 5.

Validación de instrumento por juicio de expertos.

N°	Apellidos y Nombres	Observación
1	Dr. Cruces José Hernández Guerra	Apto
2	Mg. Evelyn Acebedo Cruz	Apto
3	Mg. José Julio Bendezú Huaroto	Apto

Nota: Elaboración propia.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo, los cuales se expresan en cuadros y figuras, con sus respectivas interpretaciones.

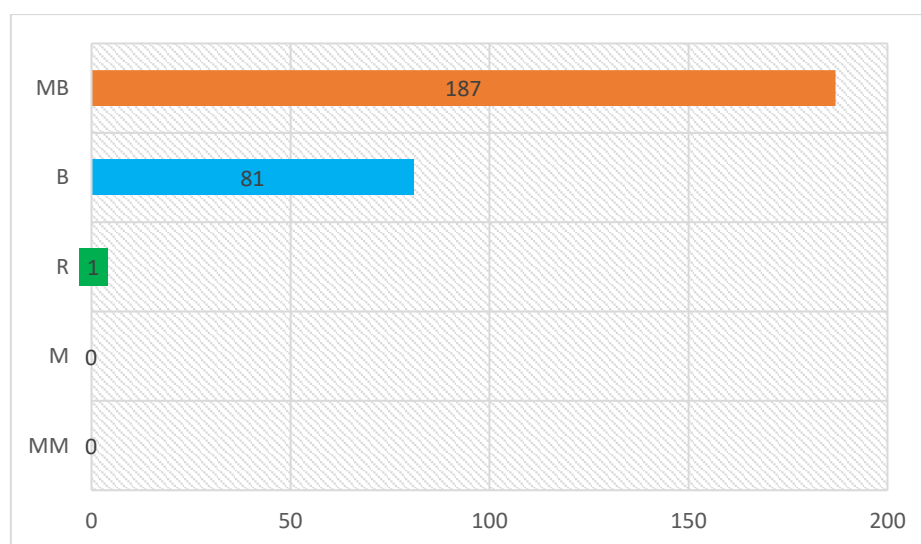
1. En su opinión, al lograr acceder a los contenidos digitales de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 6
Opinión sobre los contenidos de Facebook de COHEICA.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	1	0	81	30	187	69	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 4
Opinión sobre los contenidos de Facebook de COHEICA.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la **Figura 4** se aprecia que un 69% logra acceder a los contenidos sobre la agroexportación en el Facebook de CODEHICA, considerando que estas informaciones son muy buenas, seguidas de un 30% que coincide que son buenas. Finalmente, solo un 1% concluye que estos contenidos son regulares.

2. Está de acuerdo que se ubica con facilidad la página de Facebook de CODEHICA:

Tabla 7

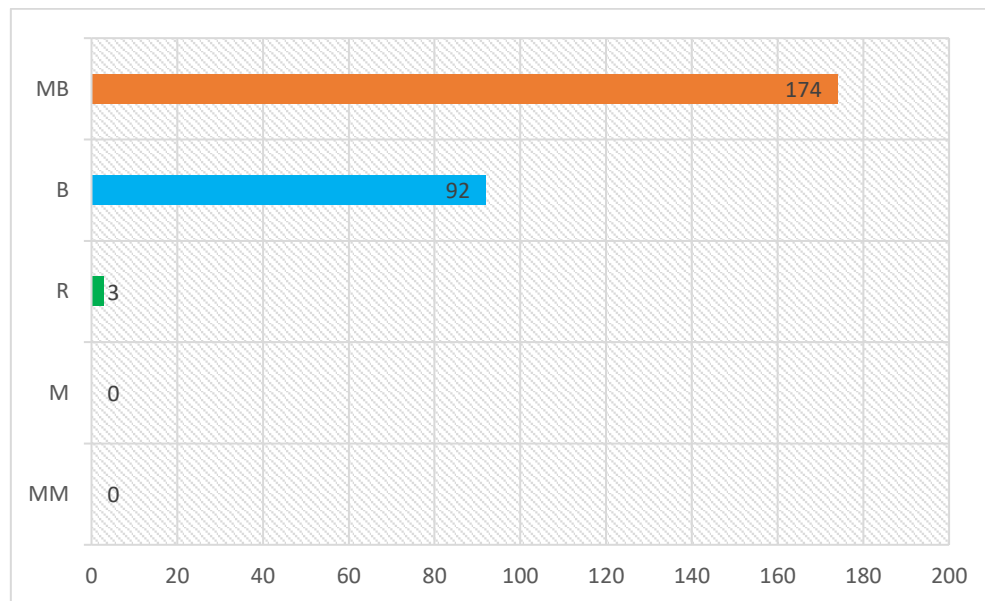
Acceso al Facebook de CODEHICA.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	3	1	92	34	174	65	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 5

Acceso al Facebook de CODEHICA.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 5 se observa que el 65% (174) respondieron a la encuesta considerando que es muy bueno ubicar el Facebook de CODEHICA, concretándose un acceso amigable a esta red social. Seguido de un 34% que va en la misma línea, señalaron que es bueno el acceso. Finalmente, solo un 3% considero que es regular, presentándose alguna dificultad para ubicar el Facebook de CODEHICA.

3. Su calificación acerca de la forma en que se presentan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 8

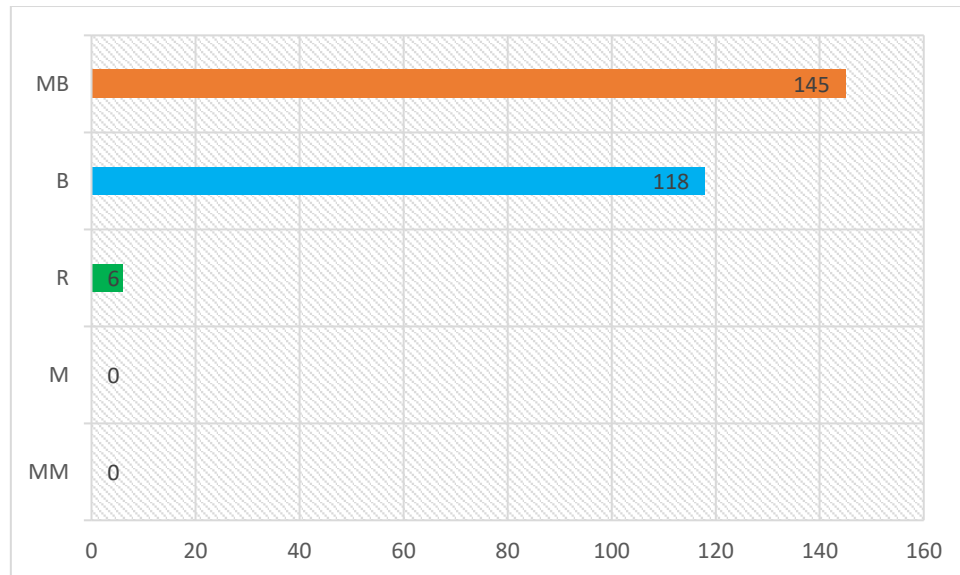
Presentación de los contenidos.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	6	2	118	44	145	54	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 6

Presentación de los contenidos.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 6 se aprecia que el 54% (145) de los encuestados califica como muy bueno los contenidos sobre la agroexportación publicados en la red social Facebook de COHDEHICA. Seguido de un 44% que va en la misma línea, es decir que las formas de los contenidos son buenos. Solo un 2% considera que estos contenidos son regulares.

4. El lenguaje usado para comunicar los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 9

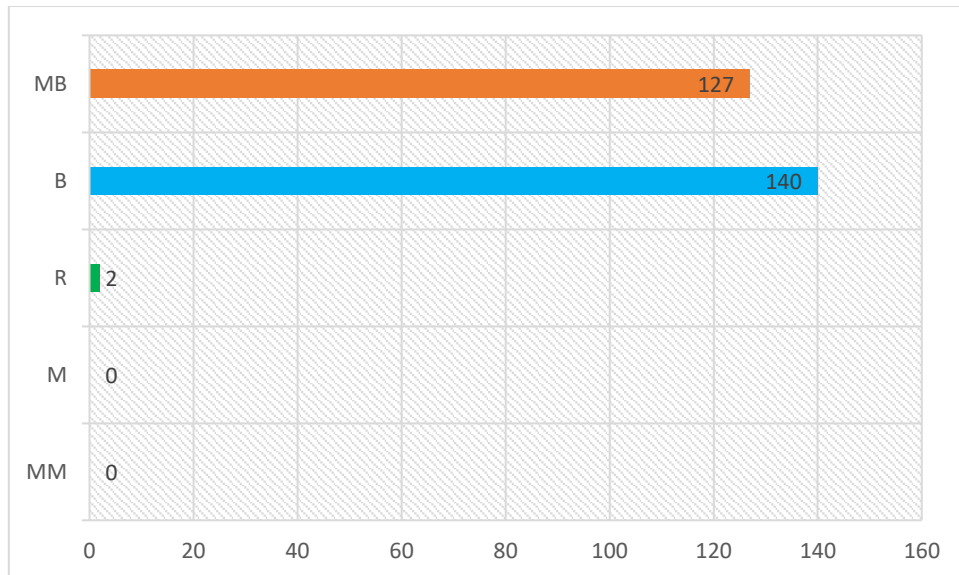
Lenguaje usado en los contenidos.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	2	1	140	52	127	47	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 7

Lenguaje usado en los contenidos.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 7 se observa que el 52% (140) consideran que el lenguaje usado en los contenidos de la red social Facebook sobre agroexportación es buena, seguida del 47% que indican que es muy buena. Finalmente, solo el 1% considera que el lenguaje usado en los contenidos es de forma regular.

5. La relación entre lo que usted busca y la información disponible en los contenidos de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 10

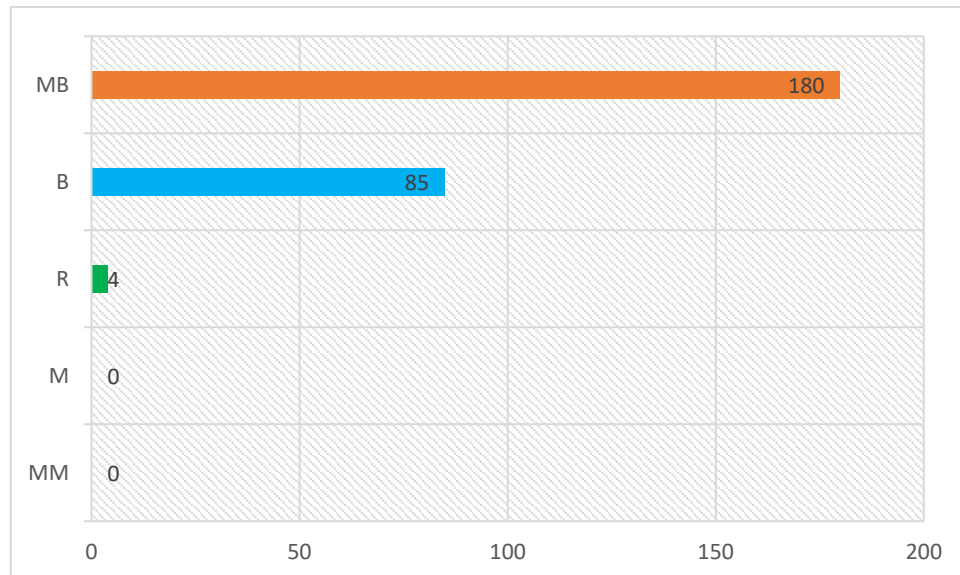
Relación entre búsqueda y disponibilidad de los contenidos.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	4	1	85	32	180	67	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 8

Relación entre búsqueda y disponibilidad de los contenidos.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 8 se observa que el 67% de los entrevistados consideran que es muy buena la relación entre la búsqueda y la disponibilidad de los contenidos sobre agroexportación, por lo tanto, la información satisface lo que busca el entrevistado. Asimismo, un 32% considera que es buena esa relación, solo un 4% considera que es regular, a veces no se logra disponer de todo lo que se espera hallar en la red social Facebook de CODEHICA.

6. La calidad de los textos que brindan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 11

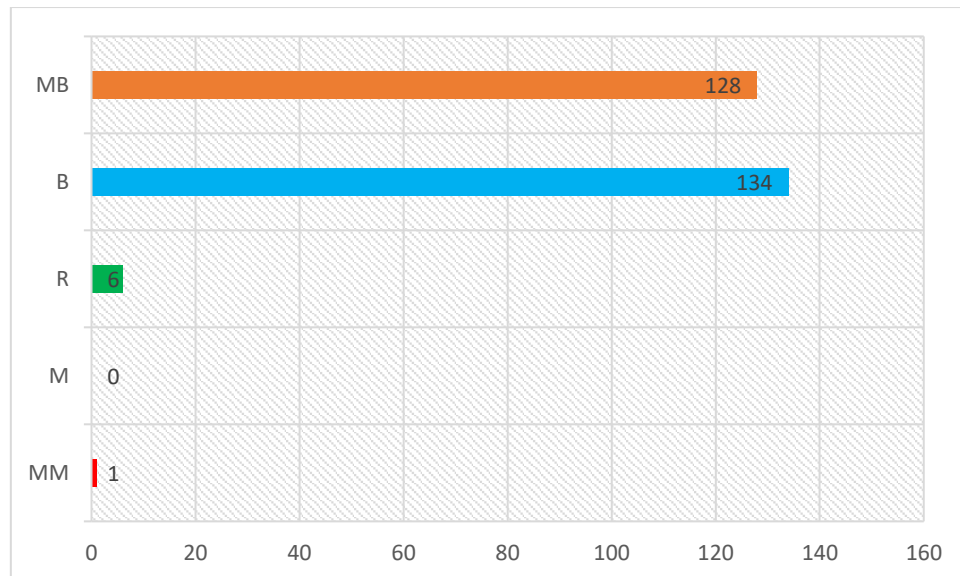
Calidad de los contenidos de Facebook.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
1	0	0	0	6	2	134	50	128	48	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 9

Calidad de los contenidos de Facebook.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 9 se aprecia que un 50% (134) de los encuestados consideran que la calidad de los contenidos es buena, seguido de un 48% que coinciden que los textos publicados en la red social Facebook de CODEHICA son muy buenos en su calidad. Finalmente, el 2% indican que es regular y el 1% que es muy malo la calidad de los textos.

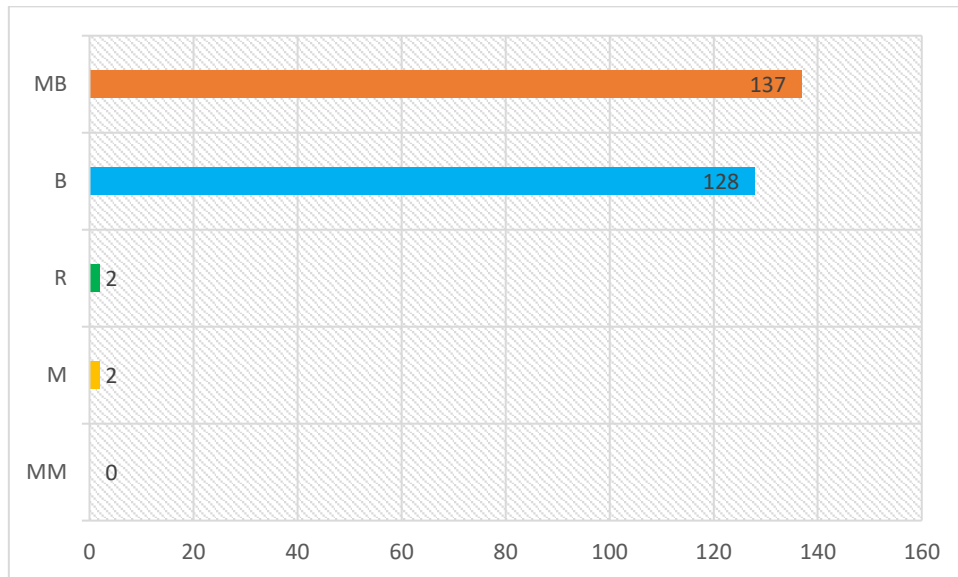
7. La calidad de las imágenes que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 12.
Calidad de las imágenes.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	2	1	2	1	128	48	137	50	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 10.
Calidad de las imágenes.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 10 se aprecia que el 51% (137) de los encuestados consideran que las imágenes son de muy buena calidad, seguido de un 48% que indican que las imágenes compartidas en la red social Facebook de CODEHICA son de buena calidad. Finalmente, solo el 2% considera que son de calidad regular y de mala calidad, este último con un 2%.

8. La calidad de los videos que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 13.

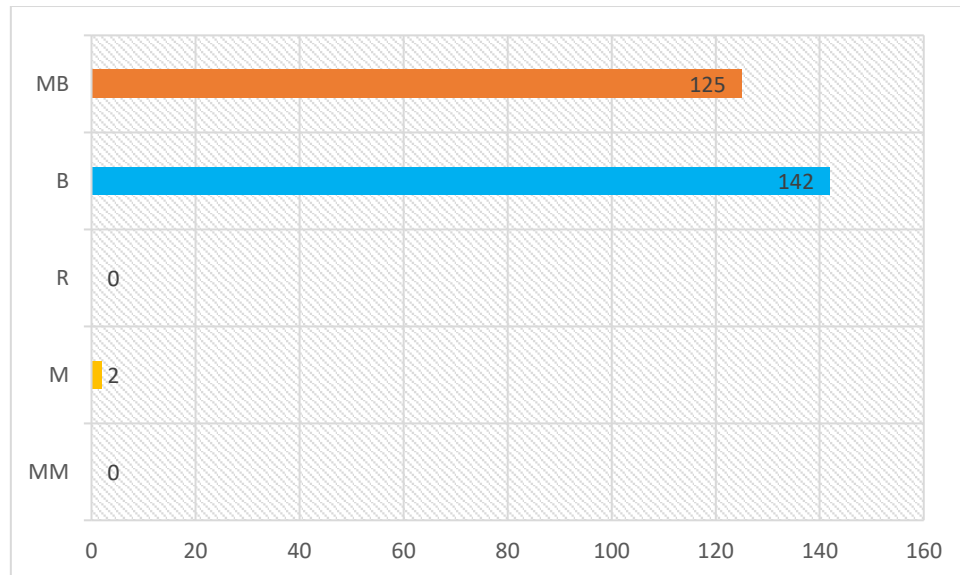
Calidad de los videos en Facebook.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	2	1	0	0	142	53	125	46	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 11.

Calidad de los videos en Facebook.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 11 se observa que el 53% (142) consideran que los videos que se publican en la red social Facebook de CODEHICA es de buena calidad, seguido del 46% que consideran que son muy buenos los videos sobre la agroexportación publicados. Finalmente, el 1% consideran que dichos contenidos en video son malos.

9. La importancia de la información que se transmite a través de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 14

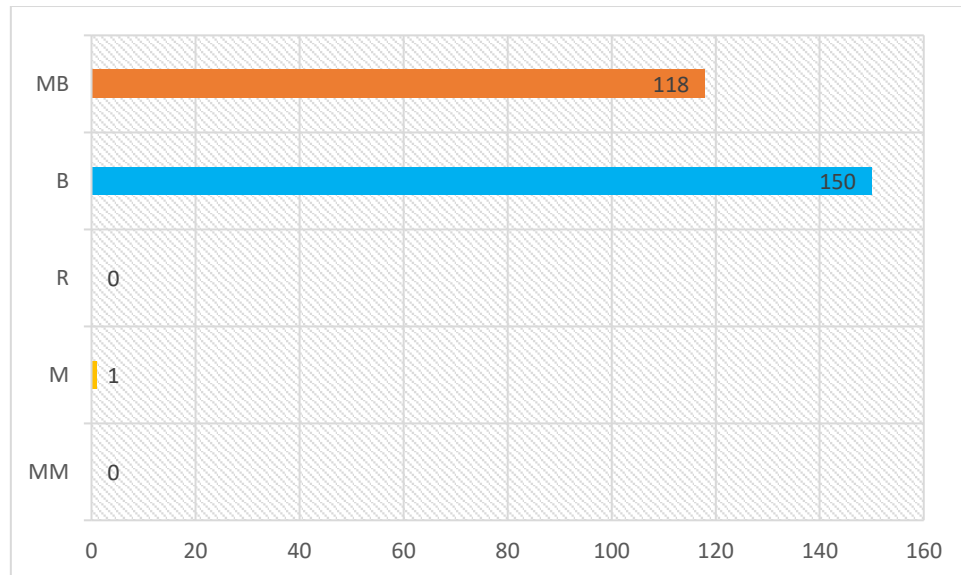
Importancia de la información publicada.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	1	0	0	0	150	55	118	44	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 12.

Importancia de la información publicada.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 12 se observa que el 55% (150) de los encuestados consideran que es bueno e importante poder publicar contenidos sobre agroexportación en Facebook. Seguido del 44% que señalaron que es muy bueno tener contenidos en Facebook sobre esta temática, principalmente en la página de CODEHICA. Solo un 1% considera que no es importante.

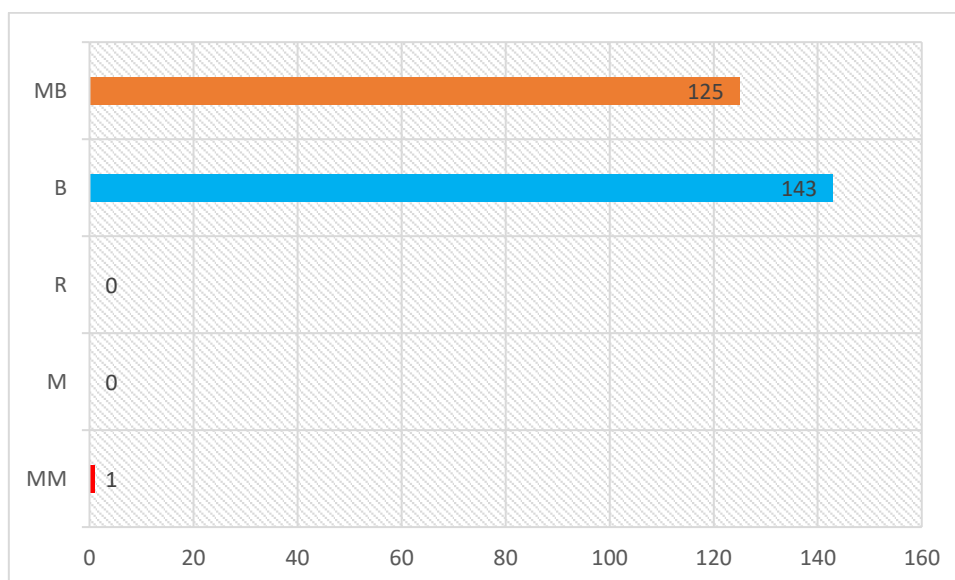
10. La calidad de la información que se transmite a través del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 15.
Calidad de la información publicada.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB		L	
1	0	0	0	0	0	143	53	125	46	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 13.
Calidad de la información publicada.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 13 se observa que el 53% (143) consideran que la calidad es buena la calidad de la información que se transmite en Facebook sobre la agroexportación por parte de CODEHICA. Seguido del 46% que indican que la calidad es muy buena. Finalmente, solo un 1% considera que dichos contenidos no cumplen con niveles de calidad.

11. La interacción con los contenidos digitales Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 16.

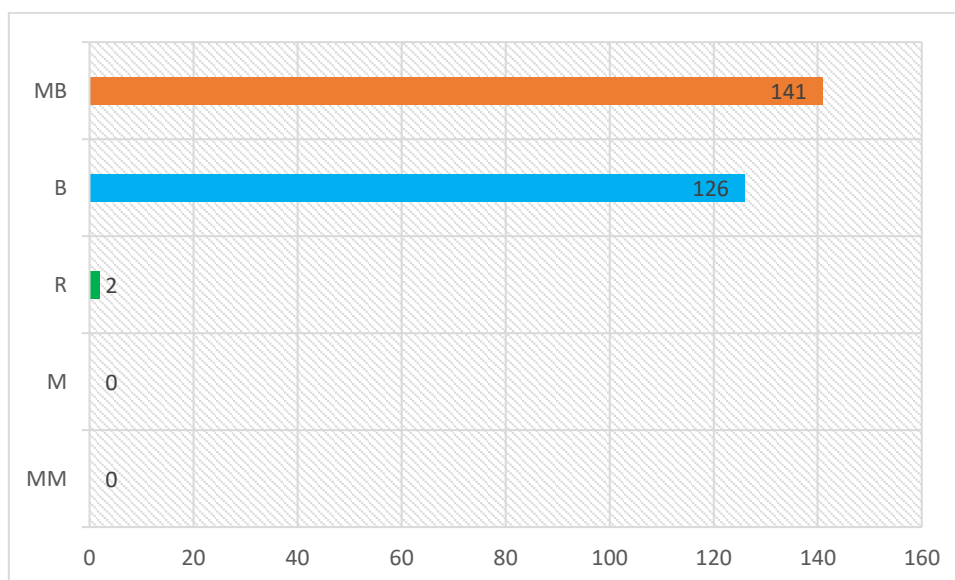
Interacción sobre los contenidos de Facebook.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	2	1	126	47	141	52	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 14.

Interacción sobre los contenidos de Facebook.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 14 se observa que el 52% (141) de los encuestados consideran que se da una muy buena interacción con los contenidos que se publican en la red social Facebook de CODEHICA sobre el tema de la agroexportación. Seguido del 47% que coincidieron que es buena la interacción. Finalmente, solo 1% indicó que esa interacción se da de forma regular.

12. El poder comentar las publicaciones de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo valora como:

Tabla 17.

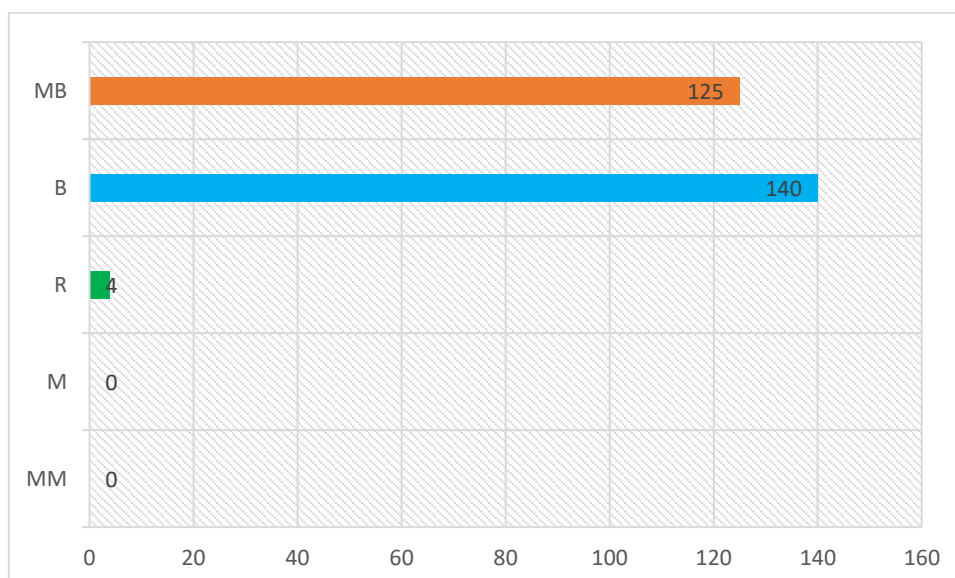
Valoración sobre la posibilidad de comentar.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB		L	
0	0	0	0	4	1	140	52	125	46	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 15.

Valoración sobre la posibilidad de comentar.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 15 se aprecia que un 52% (140%) consideran que es muy bueno poder comentar en las diversas publicaciones que hace CODEHICA sobre la agroexportación, siendo una forma de interactuar y participar. Seguido

13. El poder reaccionar en las publicaciones del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo valora como:

Tabla 18.

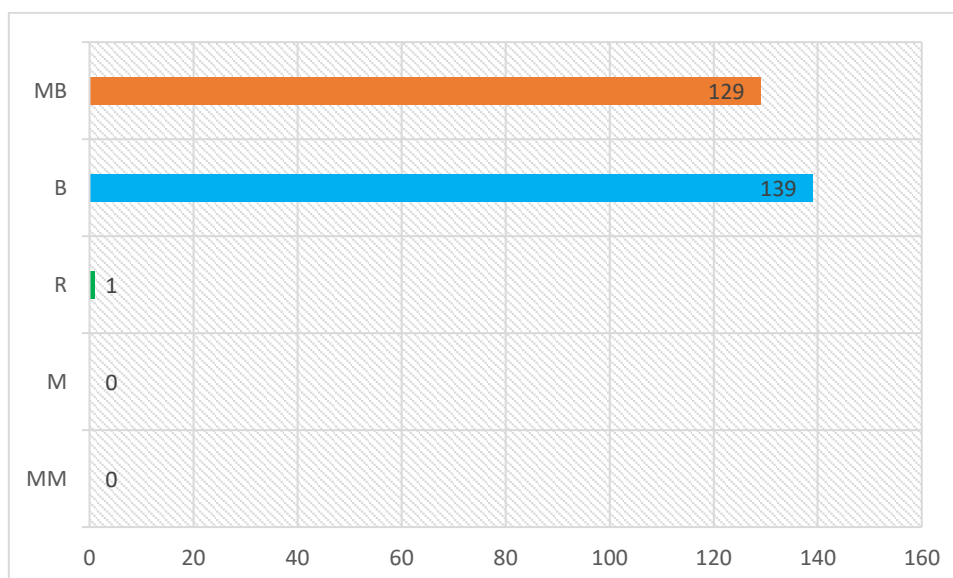
Reaccionar en las publicaciones de Facebook.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	1	0	139	51	129	48	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 16.

Reaccionar en las publicaciones de Facebook.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 16 se observa que un 51% (139) de los encuestados consideran que es bueno poder reaccionar en las poblaciones de CODEHICA sobre la agroexportación, seguido del 48% que indicaron que es muy buena tener esta opción. Solo un 1% indica que esto es regular, no tiene mucha relevancia.

14. La posibilidad de responder a las preguntas o dudas que usted realiza en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:

Tabla 19.

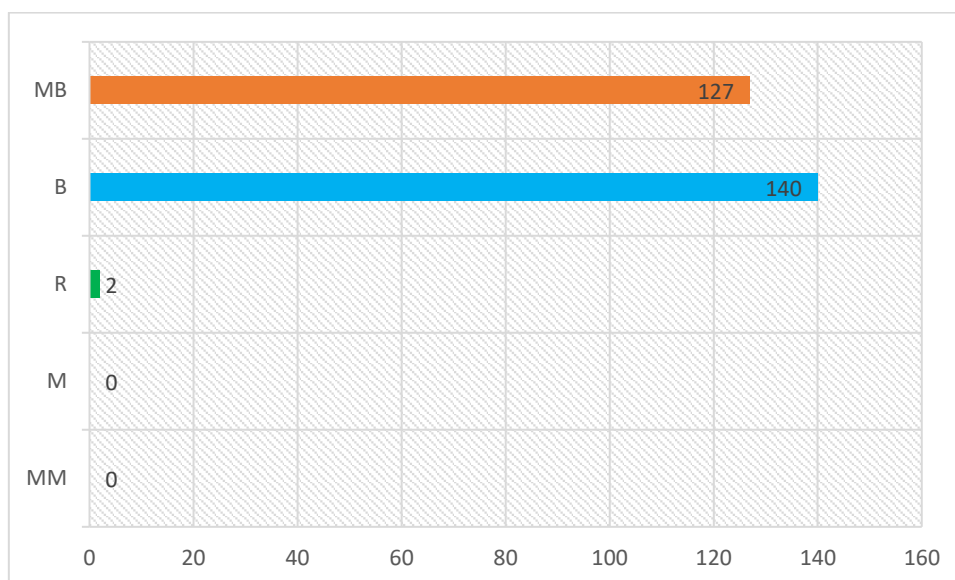
Respuesta a las consultas realizadas.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	2	1	140	52	127	47	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 17.

Respuesta a las consultas realizadas.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 17 se aprecia que el 52% (140) consideran que es bueno y se valora mucho cuando se responde a las consultas o dudas que se hagan en las publicaciones que hacen CODEHICA en su Facebook sobre la agroexportación. Asimismo, un 47% coincidieron que es bueno ello. Finalmente, solo 1% considera a esto de forma regular, se respondió o no a las interrogantes que se hagan.

15. Considera que los contenidos sobre agroexportación de CODEHICA visibiliza las problemáticas de este sector:

Tabla 20.

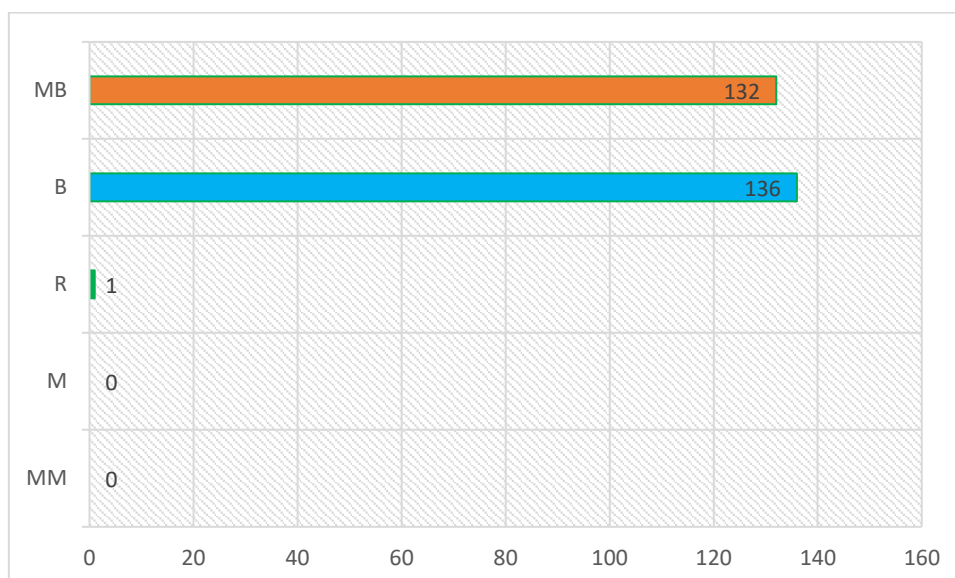
Visibilización de las problemáticas de la agroexportación.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB		L	
0	0	0	0	1	0	136	50	132	49	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 18.

Visibilización de las problemáticas de la agroexportación.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 18 se aprecia que el 50% (136) consideran que los diversos contenidos que se publican en la red social Facebook de CODEHICA visibiliza los problemas de la agroexportación, seguido de un 49% que indicaron que es muy bueno el contenido para poner en agenda las problemáticas que se dan dentro de la agroexportación. Finalmente, solo 1% indicó que dichos contenidos son regulares para presentar las problemáticas.

1. ¿Considera que los medios de comunicación tienen como tema vigente a la agroexportación?

Tabla 21.

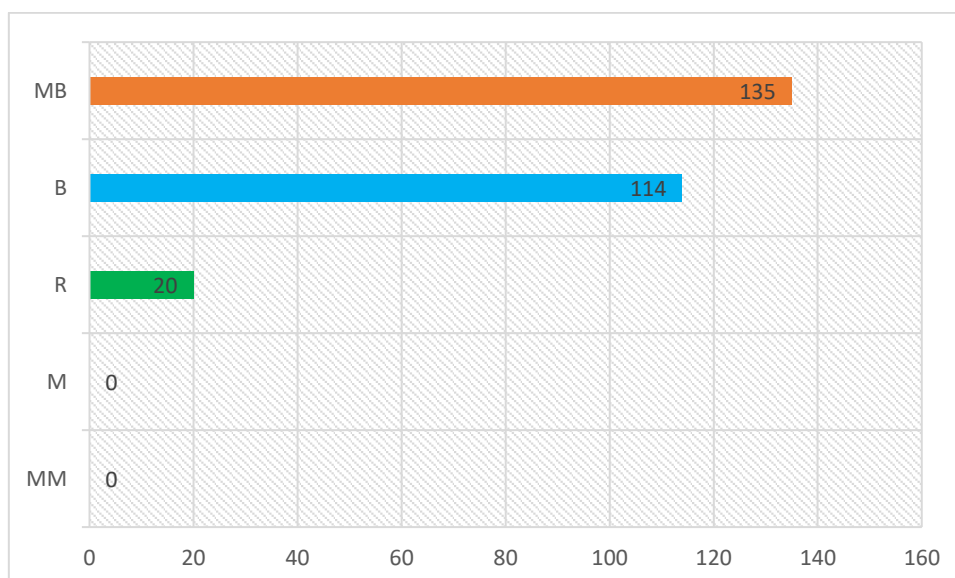
Medios de comunicación y agroexportación.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	20	7	114	42	135	51	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 19.

Medios de comunicación y agroexportación.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 19 se observa que el 51% y 42% coincidieron que los medios de comunicación tienen dentro de su agenda a la agroexportación, es decir, que están vigente dentro de los temas que suelen abordar. Por lo tanto, eso lo hace muy bueno y bueno. Solo el 7% coincidió que no es así, no aparecen dentro de la agenda periodística de los medios de comunicación.

2. ¿Considera que es más efectivo el uso de plataformas alternativas como la de CODEHICA para dar a conocer las problemáticas de la agroexportación?

Tabla 22.

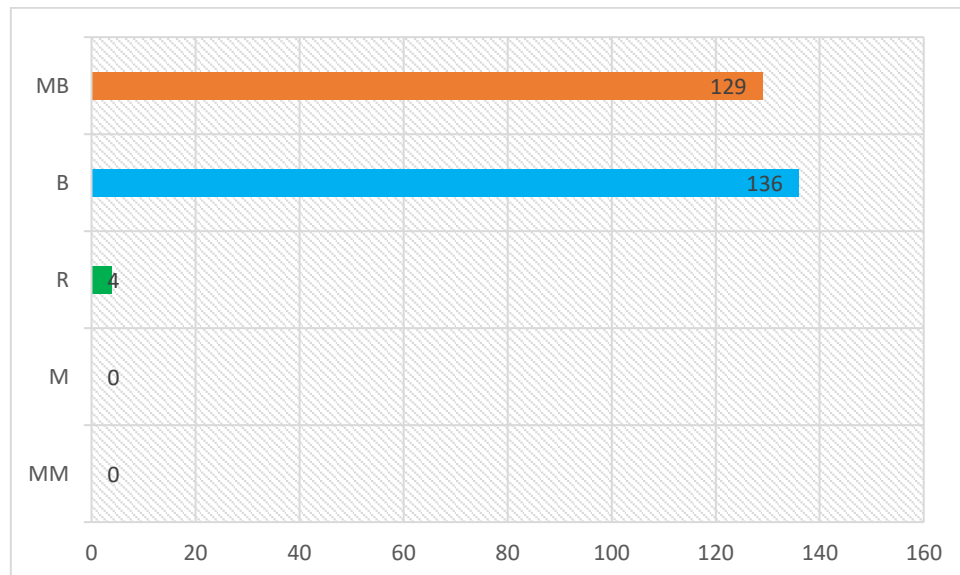
Plataformas alternativas y la agroexportación.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	4	1	136	51	129	48	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 20.

Plataformas alternativas y la agroexportación.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 20 se aprecia que el 51% y 48% de los encuestados coincidieron que es más efectivo el uso de plataformas alternativas para dar a conocer las problemáticas de la agroexportación de Ica, en ese caso participar la red social Facebook de CODEHICA. Solo el 1% considera que a veces es bueno optar por plataformas alternativas a los medios de comunicación.

3. ¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación es asertivo frente a los problemas de la agroexportación?

Tabla 23.

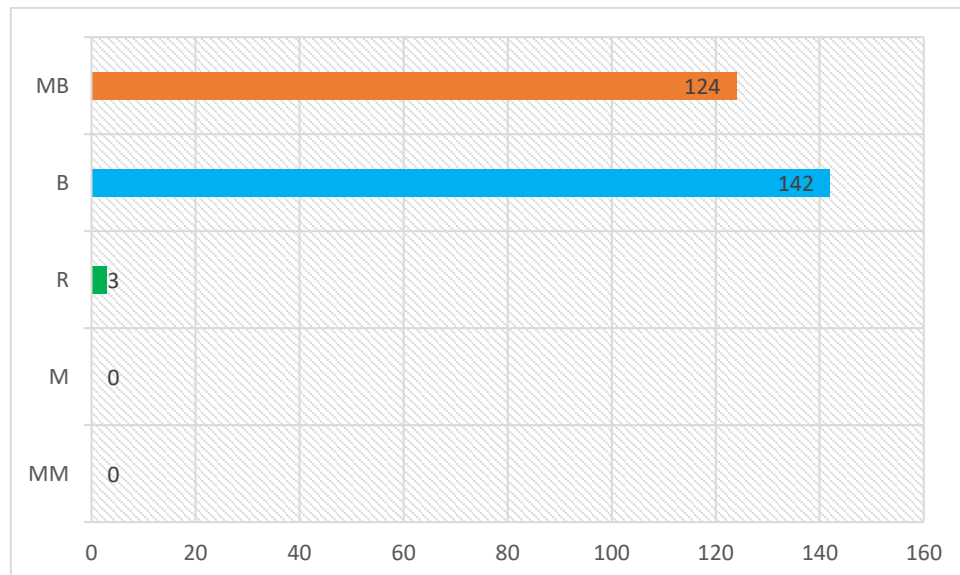
Asertividad y enfoque de los medios de comunicación.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	3	1	142	53	124	46	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 21.

Asertividad y enfoque de los medios de comunicación.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 21 se aprecia que el 53% y 46% de los encuestados afirmaron que el enfoque de los medios de comunicación es asertivo frente a los problemas de la agroexportación, evidenciando que es muy bueno y bueno que se de ese enfoque. Solo el 3% considera que es un enfoque poco o nada asertivo.

4. ¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación no tiene un sesgo en contra de los problemas que presentan los trabajadores de la agroexportación?

Tabla 24.

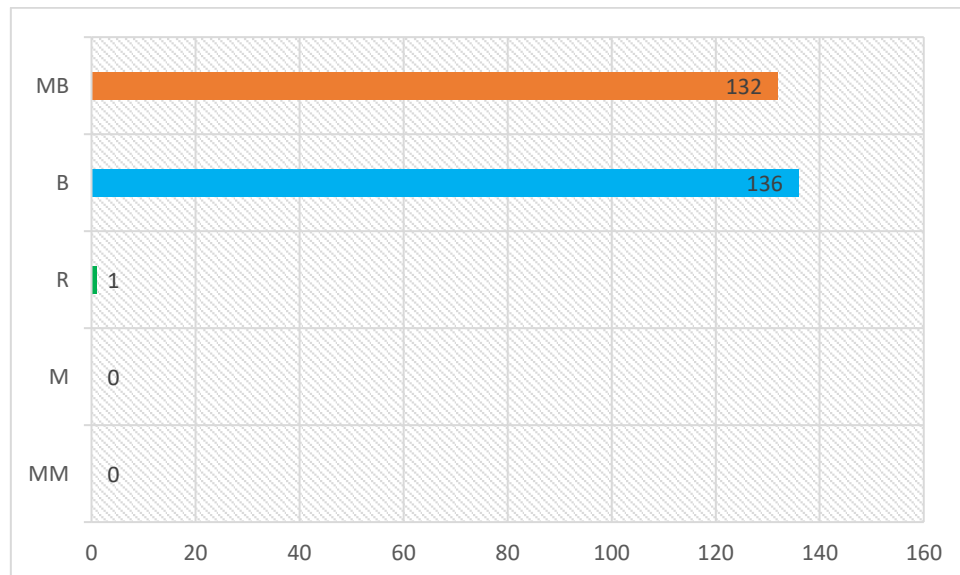
Enfoque de los medios de comunicación y sesgo negativo.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	1	0	136	50	132	49	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 22.

Enfoque de los medios de comunicación y sesgo negativo.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 22 se observa que el 50% y el 49% coincidieron que los medios de comunicación no presentan sesgo sobre los problemas que enfrentan los trabajadores de la agroexportación, por lo tanto, los contenidos que se difunden son muy bueno y buenos. Solo 1% considera que a veces se da un sesgo.

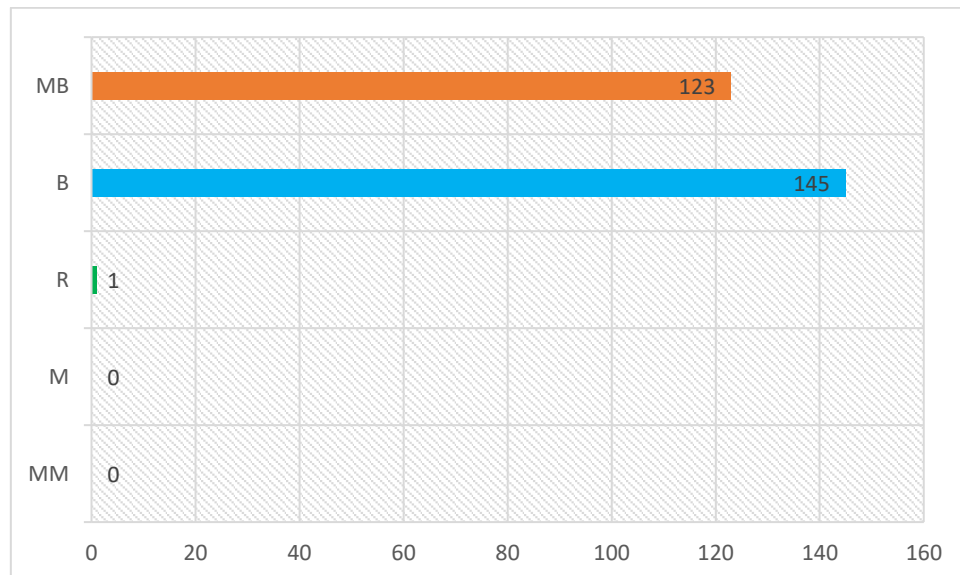
5. ¿Considera que los contenidos difundidos en las plataformas digitales de CODEHICA aportan a crear una opinión pública a la sociedad iqueña?

Tabla 25.
Contenidos y opinión pública.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
0	0	0	0	1	0	145	55	123	46	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 23.
Contenidos y opinión pública.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 23 se aprecia que el 55% y 46% indicaron que si logran formar una opinión pública en la sociedad de Ica, siendo buena y muy buena dichos contenidos sobre la agroexportación. Solo un 1% indicó que es una opinión pública regular con los contenidos que se publican por parte de CODEHICA.

6. ¿Considera que las autoridades plantean la agroexportación dentro de la agenda pública?

Tabla 26.

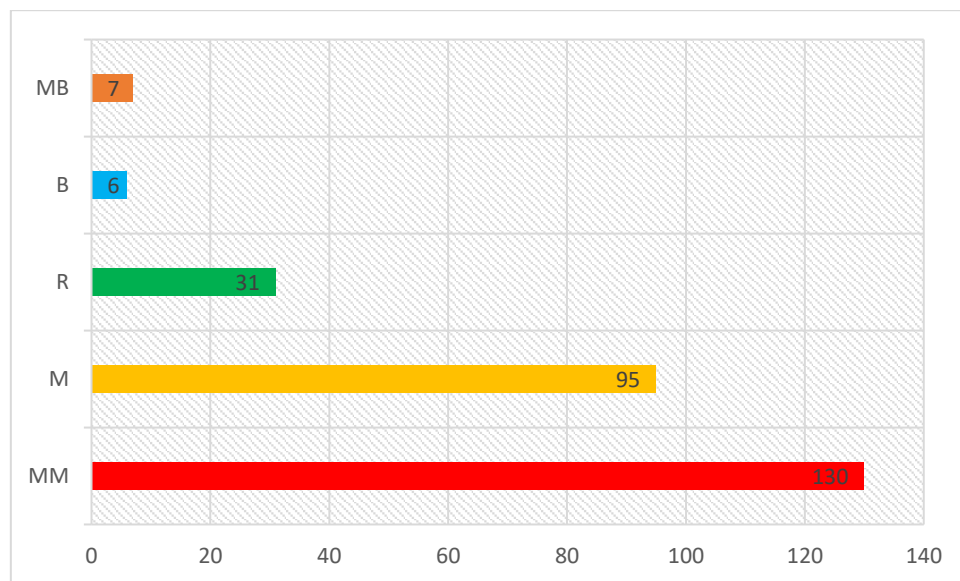
Autoridades y agenda pública.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
130	48	95	35	31	12	6	2	7	3	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 24.

Autoridades y agenda pública.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 24 se observa que el 48% y 35% consideraron que la agroexportación no forma parte de la agenda pública de las autoridades de Ica, considerándose como malo y muy malo para los entrevistados. De forma regular está presente en la agenda pública, con el 12%. Finalmente, entre 2 y 3% consideran que suelen tomar en cuenta en la agenda, por lo tanto, eso es calificado como bueno y muy bueno.

7. ¿Consideras que el enfoque que tienen las autoridades favorece a solucionar las problemáticas de los trabajadores de la agroexportación?

Tabla 27.

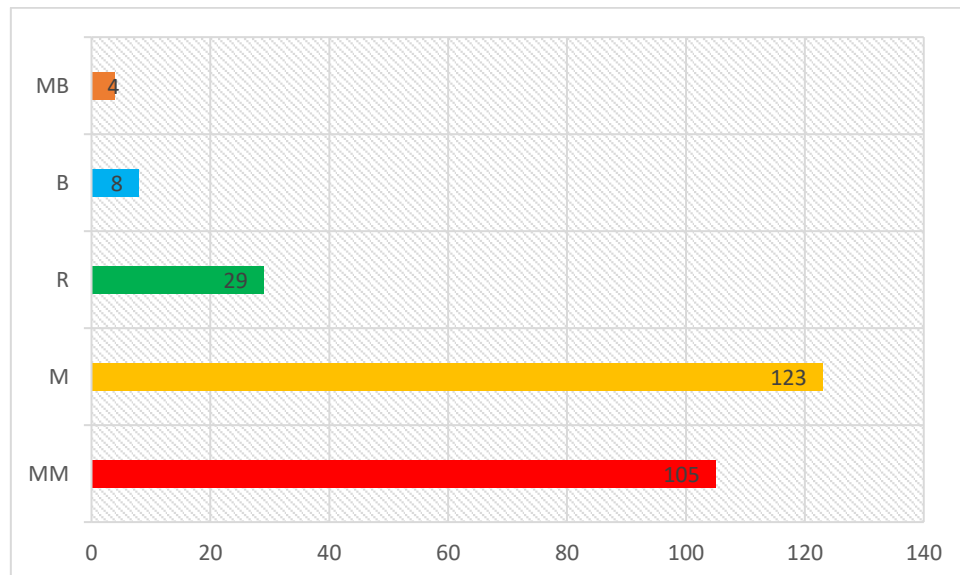
Autoridades, trabajadores y soluciones a la agroexportación.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
105	39	123	46	29	11	8	3	4	1	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 25.

Autoridades, trabajadores y soluciones a la agroexportación.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 25 se aprecia que un 46% considera que el enfoque que tienen las autoridades para solucionar las problemáticas de la agroexportación es mala, sumado a ello un 39% coincide que es muy mala, evidenciando una visión que incluya a los trabajadores de la agroexportación. Solo el 11% considera que el enfoque es de forma regular. Finalmente, entre el 3% y 1% consideran que es el enfoque es bueno y muy bueno para dar respuesta a las demandas de los trabajadores.

8. ¿Para el tratamiento de las decisiones públicas sobre la agroexportación toman en cuenta a los trabajadores de la exportación?

Tabla 28.

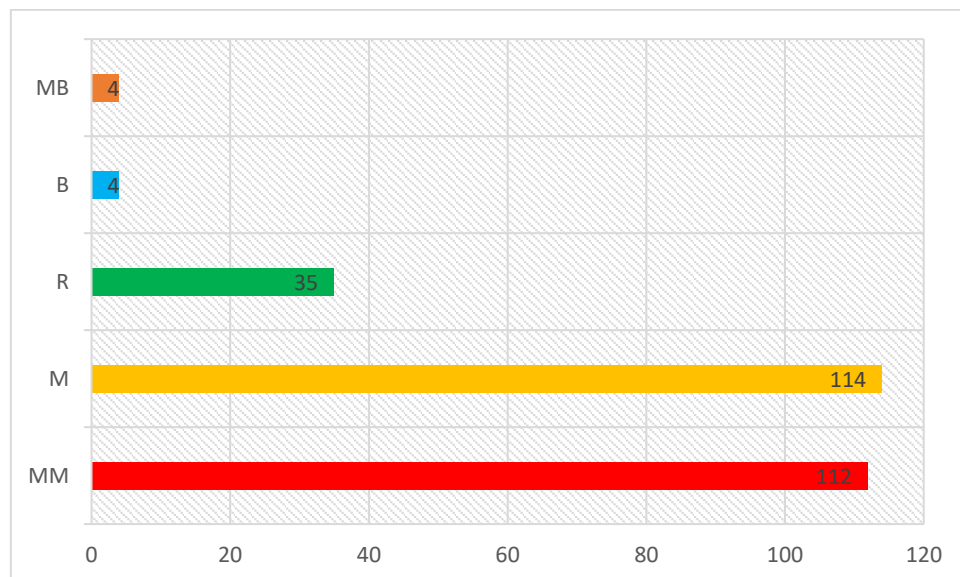
Decisiones públicas y trabajadores de la agroexportación.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
112	42	114	42	35	13	4	1	4	1	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 26.

Decisiones públicas y trabajadores de la agroexportación.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 26 se observa que el 42% de los entrevistados indicaron que se toman muy malas decisiones públicas en materia de la agroexportación en Ica, considerando que éstos no toman en cuenta a los trabajadores. En ese mismo sentido 42% indicó que esto es malo, no aporta a la solución. A veces de forma regular suelen considerar a los trabajadores, con un 13%. Finalmente, solo el 2% considera que se toma en cuenta la voz de los trabajadores frente a las soluciones que se dan desde el sector público.

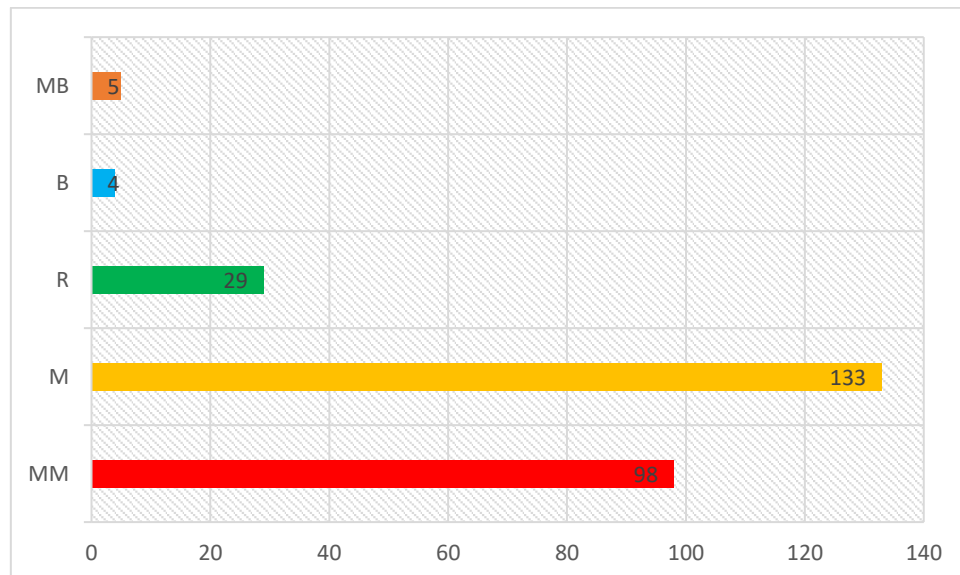
9. ¿Considera que las autoridades toman en cuenta los contenidos desarrollados por CODEHICA?

Tabla 29.
Contenidos de CODEHICA y autoridades.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
98	36	133	49	29	11	4	1	5	2	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 27.
Contenidos de CODEHICA y autoridades.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 27 se aprecia que el 49% de los encuestados coincidieron en que las autoridades no toman en cuenta los contenidos publicados por CODEHICA sobre la agroexportación, sumado a ello el 36%, por lo tanto, es muy malo y malo que no se consideren dicha información para las decisiones que se toman. Solo el 11% coincidieron que de forma regular lo toman en cuenta. Finalmente, entre el 1% y 2% suelen percibirse que se consideran los contenidos publicados por CODEHICA.

10. ¿Cree que las decisiones tomadas han solucionado el problema de la agroexportación en Ica?

Tabla 30.

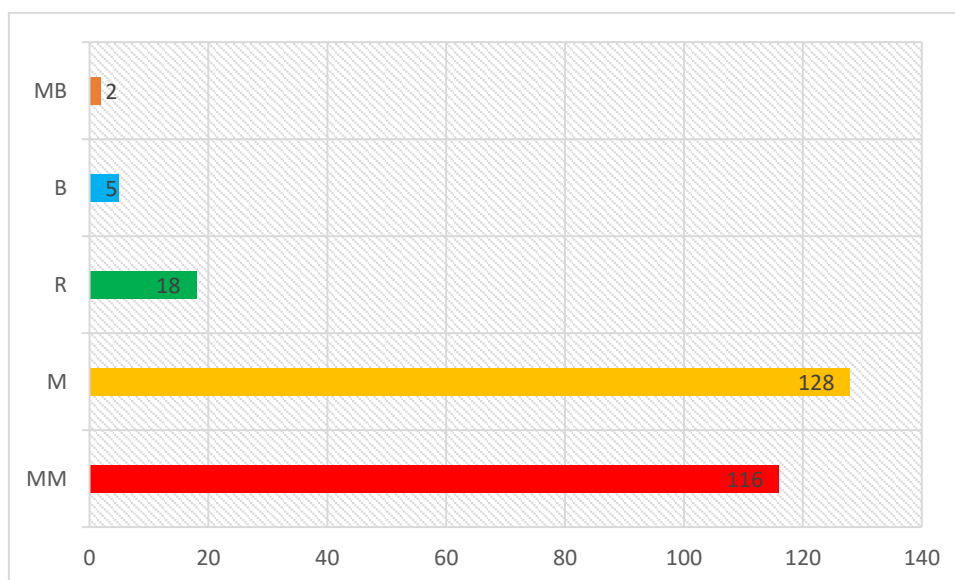
Decisiones y soluciones de la agroexportación.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	TOTAL	%
MM		M		R		B		MB			
116	43	128	48	18	7	5	2	2	1	269	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 28.

Decisiones y soluciones de la agroexportación.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 28 se aprecia que el 48% de los encuestados consideran que las decisiones tomadas no han solucionado el problema de la agroexportación en Ica, han sido muy malas decisiones, a esto se suma el 43% que coincide con este mismo criterio, son malas decisiones. Asimismo, el 7% considera que han sido decisiones regulares frente a la problemática. Finalmente, solo el 2% y 1% consideran que han sido buenas y muy buenas decisiones para lo que se tiene como desafíos dentro de la agroexportación.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Al culminar el procesamiento de los datos, se desarrolló la estadística utilizando el SPSS. Se aplicó el cálculo a las variables de estudio: Red social Facebook y la agenda pública. En ese sentido se planteó realizar una prueba de normalidad, para lo cual se propuso:

Ho: Los datos tiene una distribución normal.

Ha: Los datos no tiene una distribución normal.

Tabla 31.

Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnova.

	Estadístico	gl	Sig.
V1D1TOTAL	,173	269	,000
V1D2TOTAL	,224	269	,000
V1D3TOTAL	,179	269	,000
V2D1TOTAL	,189	269	,000
V2D2TOTAL	,203	269	,000

Criterio de decisión:

- Si <0.05 rechazamos la Ho y aceptamos la Ha.
- Si >0.05 aceptamos la Ho y rechazamos la Ha.

Al terminar la prueba estadística se aprecia que los datos de todas las dimensiones son menores a 0.05, por lo tanto, se rechaza la Ho y se acepta la Ha. Lo que significa los datos no tienen una distribución normal, para lo cual se va aplicar estadística no paramétrica.

En el caso de las hipótesis específicas se puede apreciar las tablas donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica considerando sus dimensiones de forma respectiva.

Ha. La accesibilidad de la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

Ho. La accesibilidad de la red social Facebook de CODEHICA no aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

Ha. La calidad de contenidos de la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

Ho. La calidad de contenidos de la red social Facebook de CODEHICA no aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

H_a. La interactividad de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de significativamente a la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

H_o. La interactividad de la red social Facebook de CODEHICA no aporta a la visibilización de significativamente a la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

Tabla 32.
Resumen de contrastes de Hipótesis Específicas

	Hipótesis nula	Coefficiente de Correlación	Sig. ^{a,b}
1	Las categorías de V1D1SUMATOTAL – V2TOTAL se dan con las mismas probabilidades.	,627**	,000
2	Las categorías de V1D2SUMATOTAL – V2TOTAL se dan con las mismas probabilidades.	,710***	,000
3	Las categorías de V1D3SUMATOTAL – V2TOTAL se dan con las mismas probabilidades.	,942***	,000

En el presente trabajo se tuvo la hipótesis general:

H_a. La red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

H_o. La red social Facebook de CODEHICA no aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

Tabla 33.
Resumen de contrastes de Hipótesis General.

	Hipótesis nula	Coefficiente de Correlación	Sig. ^a
1	Las categorías de V1TOTAL – V2TOTAL se dan con las mismas probabilidades.	,760**	,000

IV. DISCUSIÓN.

En relación al objetivo general:

Determinar si la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023, los resultados señalaron que el coeficiente de correlación es de ,760, lo cual señala una correlación significativa alta entre las dos variables.

En ese sentido, se determinó la existencia de una relación significativa entre la red social Facebook de CODEHICA y la agenda pública sobre la agroexportación en Ica. Entonces, se visibiliza que los contenidos publicados en la red social Facebook de CODEHICA permiten tener información, datos e interacción reconocida por los trabajadores de la agroexportación que permite la vinculación dentro de la agenda mediática y gubernamental de Ica. Entonces, al ser accesibles, de calidad e interactivos permite cumplir con la función informativa y de relación con la agenda pública, es decir, permite establecer contenidos para los medios de comunicación y para la propia opinión pública que visita la red social de Facebook de CODEHICA.

Los resultados alcanzados se respaldan en la Teoría del Encuadre (Framing), se puede definir como el proceso donde se eligen ciertos aspectos del contexto, dándole determinados énfasis y relevancia, es decir, mediante esta teoría se define, diagnostica y propone la realidad (Entman, 1993 citado por Ardèvol-Abreu, 2015). Asimismo, el encuadre plantea la atención en ciertos aspectos y deja de lado otros. Dentro de este proceso de decodificación aporta a la comprensión de lo que se encuadra de la realidad (Ardèvol-Abreu, 2015). En el caso particular de la investigación, los contenidos digitales del Facebook de CODEHICA construyen la información por determinados encuadres, estos son leídos y percibidos por los diversos públicos.

Por lo tanto, se aprecia que la red social Facebook de CODEHICA publican determinados contenidos sobre la agroexportación los cuales son identificados por los diversos públicos, en particular por los trabajadores de la agroexportación, los cuales están satisfechos con los publicado, permitiendo que este sea uno de los elementos para la generación de la agenda y la opinión pública, ya sea a nivel mediático y gubernamental. En ese sentido, la agenda pública plantea diversos temas, los cuales se vinculan de forma positiva o negativa, considerando que si se alcanza el desprestigio político este va impactar en las actitudes políticas del ciudadano, haciéndose necesario mejorar la relación afectiva, cognitiva y conductual (Ortigosa, 2020).

Reafirmando los resultados se puede indicar que en la misma línea la investigación realizada por Claro, Ferruz-González y Catenacci (2024), donde se aprecia Facebook es la red social más utilizada, además, de ser la red social con el mayor número de seguidores. Asimismo, se identificó que el mayor uso que se le da es informativo, siendo el texto el formato para postear con mayor regularidad, complementariamente a ello el uso notable de los hashtags. Se suele tener los temas más habituales tratan las actividades y proyectos de las OTS con un tono formal. Se concluye que, las estrategias de comunicación de las ONGs en redes sociales no aprovechan el poder que tienen

el canal para el diálogo y establecimiento de relaciones sociales con sus públicos. Asimismo, la investigación de Merino (2019), concluye que la página de Facebook desempeña un papel crucial en la difusión de información y en la generación de debate y conciencia sobre temas relevantes para la sociedad. Se destaca que Noticias Piura 3.0 logra captar la atención de una amplia audiencia y contribuye significativamente a la discusión y sensibilización sobre la violencia hacia la mujer en la región de Piura.

En cuanto al objetivo específico 1:

Identificar si la accesibilidad a la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023, los resultados señalaron que el valor del coeficiente de correlación es de ,627, por lo tanto, se evidencio que la correlación es alta.

En el caso de la red social Facebook de la Comisión de Derechos Humanos se identifica una accesibilidad positiva frente a la agenda pública sobre la agroexportación en Ica. Cabe considerar que los contenidos que se gestionan desde esta red social son fáciles de ubicar, su presentación es buena, el lenguaje que se utiliza es comprensible y tiene una buena disponibilidad para quienes acceden a visitar el Facebook de CODEHICA. Asimismo, esto se relaciona con que la red social Facebook es una plataforma alternativa positiva para presentar temáticas como la agroexportación, aportando que estos contenidos sobre la agroexportación estén presentes en la opinión pública.

Esos resultados coinciden con los de Merino (2019), el cual halló que el 58.6% de los usuarios encuestados manifestó conocer el caso Misui Chávez y el 31% de ese porcentaje indicó que se enteraron del caso a través de la página de Facebook Noticias Piura 3.0. Asimismo, se observa que una gran cantidad de usuarios visita la página para mantenerse actualizada sobre las noticias, y que las noticias relacionadas con la violencia hacia la mujer generan un alto nivel de interacción en forma de likes, comentarios y compartidos. Esta investigación concluye que la página desempeña un rol crucial en la difusión de información y del debate en la sociedad, por lo tanto, se contribuye a la discusión y la sensibilización sobre el tema de la violencia hacia la mujer en la región de Piura.

En cuanto al objetivo específico 2:

Determinar si la calidad de contenidos de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023, los resultados señalaron que, con el valor del coeficiente de correlación de ,710, se evidencia que la correlación es alta.

La red social Facebook de CODEHICA presenta contenidos de calidad sobre la agroexportación relacionándose de forma positiva con la agenda pública en Ica. En ese sentido, los textos presentados, las imágenes y los videos cumplen las expectativas. Asimismo, se considera importante la información que se trasmite y la propia calidad de esta. Por lo tanto, se ve como positivo y efectivo el uso de la red social Facebook, lo mismo ocurre como parte de la agenda mediática en los medios de comunicación, es decir, la agroexportación es un tema presente en los

medios periodísticos. En el caso de lo gubernamental, está el reto, ya que las autoridades no están tomando en cuenta estos contenidos para plantearlo dentro de su agenda pública, lo que no permite un enfoque favorable frente a las problemáticas de la agroexportación en Ica.

Estos resultados se coinciden con algunos estudios, Espinoza (2021) en su investigación resulto que los ciudadanos dan una valoración media y buena a los contenidos que se presentan en la red social Facebook, infiriéndose que la Municipalidad ha cumplido con cubrir las expectativas ciudadanas. Por otro lado, la percepción de la participación ciudadana es media-alta, es decir, el tener información permite una participación activa. Asimismo, la estrategia de comunicar e informar sobre las políticas sociales y generar incidencia en la agenda pública mediante sus contenidos y la participación de sus expertos. Asimismo, se aprecia que, si hay un abordaje de la agenda pública con un 77%, considerando que la gran mayoría de temas se vincula con las necesidades de la sociedad. Además, con un 59% se indica que los temas tratadas responden a la coyuntura social. Finalmente, un 45.4% indican que los estos temas responden al interés de los oyentes (Pinedo, 2017)

En cuanto al objetivo específico 3:

Identificar si la interactividad de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023, los resultados señalaron que, con el valor de ,942, lo que indica que se presenta una correlación muy alta.

La red social de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación permitido identificar la interactividad con la agenda pública en Ica. Eso se evidencia en la interacción con los contenidos digitales que se presentan, la posibilidad de dejar comentarios, de reaccionar y de tener una respuesta, dan una percepción positiva, ya que se visualiza contenidos sobre agroexportación, los diversos problemas y desafíos que enfrente este sector en Ica desde la perspectiva de los trabajadores de la agroexportación. Por lo tanto, a nivel mediático, se relaciona la asertividad que se tienen en los medios de comunicación frente al tema, presentando un enfoque propositivo. Además, hace falta mejorar, es en considerar desde la gestión gubernamental a los trabajadores para tomar decisiones basados en datos y contenidos dados por ellos, dándose decisiones y soluciones acercadas a la realidad de la problemática.

También, se aprecian estudios que coinciden respecto a los resultados. Espinoza (2021) determinó que los contenidos son medianamente interesantes, siendo un punto a mejorar. Asimismo, hay una participación ciudadana animada por los contenidos del Fan Page gubernamental, esto aún no es suficiente, es necesario generar un ciberparticipación de las diversas actividades promovidas por la municipalidad, para lo cual se debe trabajar en una agenda pública que involucre el desarrollo de la comunidad y una participación activa. Complementando, Salazar (2020) considera que es relevante resaltar la importancia de los actores sociales y políticos dentro de la formación de la agenda pública, asimismo, que esto se da por medio de diversas estrategias que movilizan determinados encuadres temáticos hacia los legisladores, logrando problematizar y

politizar, permitiendo una toma de decisiones. Además, se resalta la necesidad de trabajar coaliciones, permitiendo acercar la participación ciudadana con la representación legislativa. Asimismo, para una mejora vinculación De Souza (2019) propone que es necesario alinear los asuntos y las agendas vinculadas con las políticas públicas, esto se trabaja desde la parte documentaria.

V. CONCLUSIONES.

Se determinó que la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023. Desde el punto de vista de los trabajadores de la agroexportación la accesibilidad, la calidad de contenidos y la interactividad que generan las diversas publicaciones permite plantear la agenda temática de los problemas de la agroexportación en Ica. Entonces, se valora los datos que se construyen y difunden en la red social institucional de la Comisión de Derechos Humanos de Ica, ya que esta brinda la posibilidad de tener información que les sirva tanto a las autoridades como a los medios de comunicación para plantear soluciones y diversas perspectivas que incluyan a los trabajadores de la agroexportación iqueña.

Se identificó que la accesibilidad a la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023. Ese sentido, el acceso a los contenidos que se publican en el Facebook de la Comisión de Derechos Humanos de Ica cuentan con característica positivas para los trabajadores de la agroexportación, ya que se facilita la disponibilidad, la ubicación, el lenguaje que se utiliza y posibilidad de gestionar y aportar contenido sobre la agroexportación, generando presencia y fuente de consulta para la opinión pública.

Se determinó que la calidad de contenidos de la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023. En esta dimensión la gestión de los diversos contenidos a nivel de la forma y el fondo permiten asegurar la satisfacción informativa de los trabajadores de la agroexportación, dicha calidad es valorada de forma positiva y efectiva para vincularse en la agenda pública, tanto de las autoridades como de los medios de comunicación. Asimismo, surge el reto de tener presente estos contenidos, permitiendo una mejor toma de decisiones gubernamentales sobre la agroexportación en Ica.

Finalmente, se logró identificar que la interactividad de la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023. Se evidencio que los contenidos de la red social Facebook permite generar una dinámica de relación entre los que revisan la información y los contenidos publicados, permitiendo una participación activa, ya sea para dejar comentarios, hacer likes y de obtener respuesta. En ese sentido, se crea un vínculo de cercanía y de retroalimentación, algo que es valorado por los trabajadores de la agroexportación.

VI. RECOMENDACIONES.

Se recomienda utilizar el referente informativo con el cual cuenta la red social Facebook de la Comisión de Derechos Humanos de Ica (CODEHICA), para vincular a los actores de la agroexportación, es decir, trabajadores, empresarios y a los medios de comunicación, permitiendo que se logren concretar una agenda pública que responda a las demandas de todos sus protagonistas, tanto mediático, gubernamental y socio-laboral.

Se recomienda considerar la gestión de contenidos sobre la agroexportación que publica CODEHICA, que debería ser tomado como referente por la gestión gubernamental, para que se perciba de forma positiva el vínculo con los trabajadores de la agroexportación y así poder mitigar los conflictos sociales y socio-laborales. Al generar confianza, es un primer camino hacia la generación del diálogo y las mesas de trabajo.

Se recomienda que la información siga manteniendo los elementos y la estructura de calidad en la red social Facebook, utilizando los diversos formatos, permitiendo generar una opinión pública informada y consciente de lo que está sucediendo con la agroexportación en Ica, principalmente sobre los desafíos y problemas que tienen los trabajadores.

Finalmente, se recomienda que las autoridades desde la institución que se relacione de forma directa o indirecta con el problema de la agroexportación permita una interacción constante, fluida y horizontal, posibilitando una comunicación bidireccional y asertiva. Además, buscando la participación de sus protagonistas, es decir, de los trabajadores de la agroexportación.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Aguilar Villanueva, L. (1996). Estudio introductorio. En: Aguilar Villanueva, Luis F. (comp.). Problemas públicos y agenda de gobierno. Colección Antologías de política pública. https://negociacionytomadecisiones.files.wordpress.com/2016/04/10001_problemas-publicos-y-agenda-de-gobierno.pdf
- Alzate, M. y Romo, G. (2017). La agenda pública en sus teorías y aproximaciones metodológicas. Una clasificación alternativa. *Revista Enfoques*, 15 (26), 13-35. <file:///C:/Users/SISTEMA/Downloads/448-1679-1-PB.pdf>
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423 a 450. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053
- Castro-Maldonado., J.J. Gómez-Macho., L.K. y Camargo-Casallas., E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura*, 27(75). <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Claro, M., Ferruz-González, S. y Catenacci, J. (2023). Redes sociales y tercer sector: análisis del uso de Facebook e Instagram en 50 ONG de España y Chile. *Revista Latina De Comunicación Social*, (82), 1–21. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2197>
- Datum Internacional (07 de setiembre del 2023). Estudio de Opinión Datum. <http://www.datum.com.pe/estudiopinion>
- De Souza, C. (2019). Análisis de la agenda gubernamental mediante las tecnologías de la información y la comunicación: el vaso de una unidad federativa de Brasil, Estado de Pernambuco (tesis de maestría, Universitat Oberta de Catalunya, España). <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/98569>
- Gómez, E. (2020). Análisis correlacional de la formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes de Marketing y Dirección de Empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 478-483. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales de consulta/Drogas de Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)

- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es.
- Mantilla, A. (s.f.) (20 de setiembre del 2023). El nacimiento de la nueva era de la Información: ¿Cómo ocurrió? <https://asac.org.ar/redes-sociales-accesibles-para-todos/#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20accesibilidad%20en,o%20nivel%20de%20alfabetizaci%C3%B3n%20digital>.
- Martínez, F. y Cabezuelo, F. (2010). Interactividad. Revisión conceptual y contextual. *Revista Icono*, 14 (15), 9-21. <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/277>
- Márquez-Domínguez, C., Ruiz-Onofre, D. y Moreno-Gudiño, B. (2020). Análisis de la agenda mediática. Estudio de caso: El Comercio de Ecuador. *Mhjournal*, 11 (7), 139-154. DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.313>
- Merino, J., (2019). La influencia de la página de facebook Noticias Piura 3.0 en la formación de la opinión pública sobre violencia hacia la mujer en Piura: Caso Misui Chávez [Tesis, Universidad Nacional de Piura]. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2484>
- Miranda, E. (2022). Construcción de la agenda gubernamental en materia de asistencia Infantil a partir de la participación de las ONG (tesis de maestría, Universidad Autónoma de Puebla, México). <https://repositorioinstitucional.buap.mx/items/78e2e4e6-1347-4137-b528-bea40cb40005>
- Montes, G. (2000). Metodología y técnicas de diseño y realización de encuestas en el área rural. *Temas Sociales*, (21), 39-50. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003&lng=es&tlng=es.
- Niño, O. (2022). Agenda gubernamental y planeación estratégica desde el Plan Nacional de Desarrollo Colombiano 2018 – 2022 (Trabajo de grado, Universidad Católica de Colombia). <https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/35cd226d-4701-4fc8-b384-af0e925ab8df>
- Ortigosa, M. (2020). Incidencias de la agenda pública en las actitudes políticas del ciudadano a través de la teoría de efectos olvidados. *Revista Visión y Futuro*, 25 (1), 1-23. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.25.01.001.es>
- Pérez, M. y López, G. (2016). Calidad en redes sociales en el ámbito educativo. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 5 (10), ISSN: 2007 – 9907. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5776733>

- Pinedo, N. (2017). La influencia del programa radial de la maestría en gerencia social “espacio de gestión” en la agenda pública a través de la concertación, debate y generación de propuestas en temas de gerencia social durante los años 2014-2015 (tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima). <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9686>
- Questionpro (12 de setiembre del 2023). Tamaño de la muestra. https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html#calcular_muestra
- Redagrícola (28 de setiembre del 2021). Ica se convierte en la principal región agroexportadora. <https://redagricola.com/ica-se-convierte-en-la-principal-region-agroexportadora/>
- Rodríguez, J. (2021). Valoración de los contenidos digitales en Facebook de la municipalidad de Chepén y su relación con la participación ciudadana, 2021 (tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo). https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/8372/1/REP_JOSE.RODRIGUEZ_VALORACION.DE.LOS.CONTENIDOS.pdf
- Salazar, A. (2020). En busca de la representación: las coaliciones promotoras y el establecimiento de la agenda pública y política, el caso de la Ley de las trabajadoras y trabajadores del hogar (tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima). <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/23243>
- Soto, Ó., García, E. y Sánchez, G. (2020). La agenda ciudadana y la percepción del desempeño institucional: el caso de Castilla y León (2015-2019). Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, 19 (1), 9-38. <https://doi.org/10.15304/rips.19.1.6597>
- Universidad de Granada (s/f) (18 de setiembre del 2023). Tema 2: El cuestionario. Diseño del cuestionario. <https://www.ugr.es/~diploeio/documentos/tema2.pdf>

VIII. ANEXOS.

Anexo 1

Matriz de consistencia

Título: La red social Facebook de CODEHICA y la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.				
Pregunta general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
¿De qué manera la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023?	Determinar si la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.	La red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.	Variable (X): La red social Facebook Dimensiones: • Accesibilidad. • Calidad de contenidos. • Interactividad. Variable (Y): Agenda pública	Tipo: Básica. Nivel: Correlacional. Diseño: No experimental. Población: Los trabajadores de la agroexportación en la región de Ica. Muestra: Representada por 269 según calculo estadístico.
Preguntas específicas	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
PE1	OE1	HE1	Dimensiones: • Mediática. • Gubernamental.	Técnica de recolección: Encuesta Instrumento de recolección: Cuestionario.
¿De qué manera la accesibilidad a la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023?	Identificar si la accesibilidad a la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.	La accesibilidad de la red social Facebook de CODEHICA aporta significativamente a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.		
PE2	OE2	HE2		
		La calidad de contenidos de la red social Facebook de		

<p>¿De qué manera la calidad de contenidos de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023?</p> <p>PE3</p>	<p>Determinar si la calidad de contenidos de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.</p> <p>OE3</p>	<p>CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.</p> <p>HE3</p> <p>La interactividad de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.</p>
<p>¿De qué manera la interactividad de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023?</p>	<p>Identificar si la interactividad de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.</p>	<p>La interactividad de la red social Facebook de CODEHICA aporta a la visibilización de la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.</p>

Nota. Elaborado por el autor (Año).

Anexo 2

Matriz de operacionalización de variable (X): La red social Facebook.

Título: [Título del proyecto].				
Variable (X)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
La red social Facebook	La red social Facebook es considerada como aquella información que contiene un medio digital. Entre las posibilidades de estos contenidos están los textos, las imágenes, los videos, entre otros (IDM, 2019 citado en Rodríguez, 2021). Asimismo, este se vincula con el valor que le otorga el público, midiendo las ventajas, desventajas, beneficios, inconvenientes y perjuicios que genera (Rodríguez, 2021).	La variable de estudio se centrará en medir los contenidos digitales de la red social Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación, recolectando los datos por medio del cuestionario denominado Red social de Facebook (Rodríguez, 2021). Este instrumento cuenta con 3 dimensiones: Accesibilidad (05 preguntas), calidad de contenidos (05 preguntas) e interactividad (05 preguntas).	Accesibilidad	Valoración de acceso a la información. Valoración del lenguaje.
			Calidad de contenidos	Valoración de la calidad de contenidos.
			Interactividad	Valoración de la interactividad. Valoración del nivel de respuesta. Valoración de la capacidad de comentar.

Nota. Elaborado por la autora (2023).

Anexo 3

Matriz de operacionalización de variable (Y): La agenda pública.

Título: La red social Facebook de CODEHICA y la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.				
Variable (Y)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Agenda Pública	La agenda pública es aquella que contiene los asuntos públicos que se encuentran priorizados y que tienen un interés en la sociedad. Asimismo, estos temas son parte de la agenda del gobierno de turno, los cuales plantean diversas estrategias y políticas públicas para atender las demandas insatisfechas (Alzate y Romo, 2017).	La variable de estudio se centrará en describir los niveles de valoración de agenda pública sobre la agroexportación en Ica, recolectando los datos por medio del cuestionario denominado Percepción de la agenda pública sobre la agroexportación. Cabe indicar que al ser un tema específico la agroexportación, se decidió diseñar el cuestionario, bajo conceptos de autores y utilizando el contexto de la investigación. Este instrumento cuenta con 2 dimensiones: Mediática (7 preguntas) y gubernamental (7 preguntas). Para el caso de la primera dimensión de utilizó el concepto de Alzate y Romo (2017) y en el caso del segundo se consideró el marco conceptual de Aguilar (1996).	Mediática	Valoración del encuadre informativo. Valoración del espacio. Valoración del tiempo. Valoración de las fuentes.
			Gubernamental	Valoración de las acciones. Nivel de transparencia informativa. Nivel de participación ciudadana Valor a la accesibilidad informativa.

Nota. Elaborado por la autora (2023)

Instrumentos de recolección de información

Anexo 4

Cuestionario de la valoración de contenidos de la red social Facebook.

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: ACCESIBILIDAD						
1	En su opinión, lograr acceder a los contenidos digitales de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
2	Está de acuerdo que se ubica con facilidad la página de Facebook de CODEHICA					
3	Su calificación acerca de la forma en que se presentan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
4	El lenguaje usado para comunicar los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
5	La relación entre lo que usted busca y la información disponible en los contenidos de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE CONTENIDOS						
6	La calidad de los textos que brindan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
7	La calidad de las imágenes que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
8	La calidad de los videos que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
9	La importancia de la información que se transmite a través de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
10	La calidad de la información que se transmite a través del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
DIMENSIÓN 3: INTERACTIVIDAD						
11	La interacción con los contenidos digitales Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
12	El poder comentar las publicaciones de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo valora como:					
13	El poder reaccionar en las publicaciones del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo valora como:					

14	La posibilidad de responder a las preguntas o dudas que usted realiza en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:					
15	Considera que los contenidos sobre agroexportación de CODEHICA visibiliza las problemáticas de este sector.					

Nota. Elaborado adaptado por la autora (2023) utilizando como base el instrumento de Rodríguez (2021).

Cuestionario Agenda Pública.

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: MEDIÁTICA						
1	¿Considera que los medios de comunicación tienen como tema vigente a la agroexportación?					
2	¿Considera que es más efectivo el uso de plataformas alternativas como la de CODEHICA para dar a conocer las problemáticas de la agroexportación?					
3	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación es asertivo frente a los problemas de la agroexportación?					
4	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación tiene un sesgo en contra de los problemas que presentan los trabajadores de la agroexportación?					
5	¿Considera que los contenidos difundidos en las plataformas digitales de CODEHICA aportan crear una opinión pública a la sociedad iqueña?					
DIMENSIÓN 2: GUBERNAMENTAL						
6	¿Considera que las autoridades plantean la agroexportación dentro de la agenda pública?					
7	¿Consideras que el enfoque que tienen las autoridades favorece a solucionar las problemáticas de los trabajadores de la agroexportación?					
8	¿Para el tratamiento de las decisiones públicas sobre la agroexportación toman en cuenta a los trabajadores de la exportación?					
9	¿Considera que las autoridades toman en cuenta los contenidos desarrollados por CODEHICA?					
10	¿Cree que las decisiones tomadas han solucionado el problema de la agroexportación en Ica?					

Nota. Elaborado por la autora (2023).

Consentimiento informado

Anexo 5

Consentimiento informado

El presente proyecto de investigación titulado “La red social Facebook de CODEHICA y la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023”, se plantea dos cuestionarios, los cuales son de carácter anónimos y no contempla respuestas correctas o incorrectas, solo busca recopilar información, por lo que se le solicita contestar las preguntas con sinceridad.

El presente trabajo de investigación es para la obtención del grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación, que tiene como objetivo determinar si la red social Facebook de CODEHICA aporta a la agenda pública sobre la agroexportación en Ica, 2023.

Por favor, siga Ud. las siguientes instrucciones:

1. Lea cuidadosamente los enunciados de las preguntas
2. No deje preguntas sin contestar
3. Marque un sólo recuadro de cada pregunta

Nota. Elaborado por la autora (2023).

Anexo 6

Validación por juicio de expertos.

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: ACCESIBILIDAD								
1	En su opinión, lograr acceder a los contenidos digitales de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
2	Está de acuerdo que se ubica con facilidad la página de Facebook de CODEHICA							
3	Su calificación acerca de la forma en que se presentan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
4	El lenguaje usado para comunicar los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
5	La relación entre lo que usted busca y la información disponible en los contenidos de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
Dimensión 2: CALIDAD DE CONTENIDOS								
6	La calidad de los textos que brindan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
7	La calidad de las imágenes que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
8	La calidad de los videos que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
9	La importancia de la información que se transmite a través de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
10	La calidad de la información que se transmite a través del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
Dimensión 3: INTERACTIVIDAD								
11	La interacción con los contenidos digitales Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
12	El poder comentar las publicaciones de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo							

	valora como:								
13	El poder reaccionar en las publicaciones del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo valora como:								
14	La posibilidad de responder a las preguntas o dudas que usted realiza en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:								
15	Considera que los contenidos sobre agroexportación de CODEHICA visibiliza las problemáticas de este sector.								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): N/A - H

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr.: Cruces José Hernández Guerra DNI: 21407228

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

lea, 5 de ENERO del 2024

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA AGENDA PÚBLICA

N.º	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: MEDIÁTICA								
1	¿Considera que los medios de comunicación tienen como tema vigente a la agroexportación?							
2	¿Considera que es más efectivo el uso de plataformas alternativas como la de CODEHICA para dar a conocer las problemáticas de la agroexportación?							
3	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación es asertivo frente a los problemas de la agroexportación?							
4	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación tiene un sesgo en contra de los problemas que presentan los trabajadores de la agroexportación?							
5	¿Considera que los contenidos difundidos en las plataformas digitales de CODEHICA aportan a crear una opinión pública a la sociedad iqueña?							
Dimensión 2: GUBERNAMENTAL								
6	¿Considera que las autoridades plantean la agroexportación dentro de la agenda pública?							
7	¿Consideras que el enfoque que tienen las autoridades favorece a solucionar las problemáticas de los trabajadores de la agroexportación?							
8	¿Para el tratamiento de las decisiones públicas sobre la agroexportación toman en cuenta a los trabajadores de la exportación?							
9	¿Considera que las autoridades toman en cuenta los contenidos desarrollados por CODEHICA?							
10	¿Cree que las decisiones tomadas han solucionado el problema de la agroexportación en Ica?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr: Cruces José Hernández Guerra DNI: 21407718

Especialidad del validador:


¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planeados son suficientes para medir la dimensión

lea, ... de ... del 2024


Firma del Experto Informante.

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: ACCESIBILIDAD								
1	En su opinión, lograr acceder a los contenidos digitales de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
2	Está de acuerdo que se ubica con facilidad la página de Facebook de CODEHICA							
3	Su calificación acerca de la forma en que se presentan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
4	El lenguaje usado para comunicar los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
5	La relación entre lo que usted busca y la información disponible en los contenidos de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
Dimensión 2: CALIDAD DE CONTENIDOS		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6	La calidad de los textos que brindan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
7	La calidad de las imágenes que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
8	La calidad de los videos que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
9	La importancia de la información que se transmite a través de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
10	La calidad de la información que se transmite a través del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
Dimensión 3: INTERACTIVIDAD		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	La interacción con los contenidos digitales Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
12	El poder comentar las publicaciones de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo							

	valora como:							
13	El poder reaccionar en las publicaciones del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo valora como:							
14	La posibilidad de responder a las preguntas o dudas que usted realiza en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
15	Considera que los contenidos sobre agroexportación de CODEHICA visibiliza las problemáticas de este sector.							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr Mg: *Acacide Gonzalo* DNI: *41863755*

Especialidad del validador:

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, *5* de *enero* del 2024



 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA AGENDA PÚBLICA

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: MEDIÁTICA								
1	¿Considera que los medios de comunicación tienen como tema vigente a la agroexportación?							
2	¿Considera que es más efectivo el uso de plataformas alternativas como la de CODEHICA para dar a conocer las problemáticas de la agroexportación?							
3	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación es asertivo frente a los problemas de la agroexportación?							
4	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación tiene un sesgo en contra de los problemas que presentan los trabajadores de la agroexportación?							
5	¿Considera que los contenidos difundidos en las plataformas digitales de CODEHICA aportan a crear una opinión pública a la sociedad iqueña?							
Dimensión 2: GUBERNAMENTAL								
6	¿Considera que las autoridades plantean la agroexportación dentro de la agenda pública?							
7	¿Consideras que el enfoque que tienen las autoridades favorece a solucionar las problemáticas de los trabajadores de la agroexportación?							
8	¿Para el tratamiento de las decisiones públicas sobre la agroexportación toman en cuenta a los trabajadores de la exportación?							
9	¿Considera que las autoridades toman en cuenta los contenidos desarrollados por CODEHICA?							
10	¿Cree que las decisiones tomadas han solucionado el problema de la agroexportación en Ica?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Acosta Paz Evelyn* DNI: *41963285*

Especialidad del validador:

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Ica, *05* de *Enero* del 2024

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: ACCESIBILIDAD								
1	En su opinión, lograr acceder a los contenidos digitales de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
2	Está de acuerdo que se ubica con facilidad la página de Facebook de CODEHICA							
3	Su calificación acerca de la forma en que se presentan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
4	El lenguaje usado para comunicar los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
5	La relación entre lo que usted busca y la información disponible en los contenidos de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
Dimensión 2: CALIDAD DE CONTENIDOS		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6	La calidad de los textos que brindan los contenidos de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
7	La calidad de las imágenes que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
8	La calidad de los videos que se comparten en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
9	La importancia de la información que se transmite a través de la página de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
10	La calidad de la información que se transmite a través del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
Dimensión 3: INTERACTIVIDAD		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	La interacción con los contenidos digitales Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
12	El poder comentar las publicaciones de Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo							

	valora como:							
13	El poder reaccionar en las publicaciones del Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación usted lo valora como:							
14	La posibilidad de responder a las preguntas o dudas que usted realiza en el Facebook de CODEHICA sobre la agroexportación es:							
15	Considera que los contenidos sobre agroexportación de CODEHICA visibiliza las problemáticas de este sector.							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

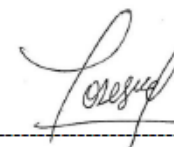
Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Mg. José Julio Bendejú Huaroto DNI: 44318307

Especialidad del validador: *Magister en Comunicación Social*

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 06 de enero del 2024



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA AGENDA PÚBLICA

N.º	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: MEDIÁTICA								
1	¿Considera que los medios de comunicación tienen como tema vigente a la agroexportación?							
2	¿Considera que es más efectivo el uso de plataformas alternativas como la de CODEHICA para dar a conocer las problemáticas de la agroexportación?							
3	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación es asertivo frente a los problemas de la agroexportación?							
4	¿Cree usted que el enfoque de los medios de comunicación tiene un sesgo en contra de los problemas que presentan los trabajadores de la agroexportación?							
5	¿Considera que los contenidos difundidos en las plataformas digitales de CODEHICA aportan crear una opinión pública a la sociedad iqueña?							
Dimensión 2: GUBERNAMENTAL								
6	¿Considera que las autoridades plantean la agroexportación dentro de la agenda pública?							
7	¿Consideras que el enfoque que tienen las autoridades favorece a solucionar las problemáticas de los trabajadores de la agroexportación?							
8	¿Para el tratamiento de las decisiones públicas sobre la agroexportación toman en cuenta a los trabajadores de la exportación?							
9	¿Considera que las autoridades toman en cuenta los contenidos desarrollados por CODEHICA?							
10	¿Cree que las decisiones tomadas han solucionado el problema de la agroexportación en Ica?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Mg. José Julio Bendejú Huaroto

DNI: 44318307

Especialidad del validador: *Magister en Comunicación Social*

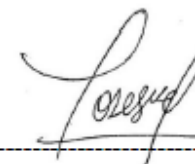
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 06 de enero del 2024



Firma del Experto Informante.

Anexo 7.

Imágenes de la red social Facebook de la Comisión de Derechos Humanos de Ica.

CAMPAÑA NACIONAL MUJERES QUE LUCHAN ALGUNAS GRAFICAS TRABAJADAS

Fuente: <https://www.facebook.com/codehica/videos/6976488089030661>



Fuente:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=7017621744919563&set=a.384787128203091>

Fuente: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=7014578788557192&set=a.384787128203091>

CODEHICA
Publicado por Eva Ortiz Machado · 28 de abril de 2023 ·

📌 Campaña | Esta es mi voz #MujerQueLucha 🗣️

Nuestra lideresa Katherine Guerrero nos habla de la importancia de contar con guarderías que permitan que las mujeres puedan trabajar -y por ende ganar autonomía económica- sabiendo que sus hijos se encuentran cuidados y a salvo.

Conoce más aquí: <https://bit.ly/EstaEsMiVoz> y comparte esta información usando los hashtags #EstaEsMiVoz #MujerQueLucha 🗣️

Diálogo y Compromiso
EQUIDAD
Diakonia
UNIÓN EUROPEA

La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Diakonia y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.

Fuente:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=7004668499548221&set=a.384787128203091>

CODEHICA
Publicado por Carolay Ascama · 25 de abril de 2023 ·

📌 Campaña | Esta es mi voz #MujerQueLucha 🗣️

¿Sabes cómo viven las mujeres trabajadoras del sector de agroexportación en Perú? 🇵🇪

Desde la región Ica, nuestras expertas Katherin, Lilian y Mirtha, te cuentan sus propuestas para mejorar la situación laboral y el acceso al trabajo para las mujeres. Conoce más aquí: <https://bit.ly/EstaEsMiVoz> y comparte esta información usando los hashtags #EstaEsMiVoz #MujerQueLucha 🗣️

Diálogo y Compromiso
EQUIDAD
Diakonia
UNIÓN EUROPEA

La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Diakonia y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.

Fuente:

<https://www.facebook.com/codehica/videos/525855563086138>

CODEHICA
Publicado por Rosario Huayanca Zapata · 24 de abril de 2023 ·

📌 Campaña | Esta es mi Voz #MujerQueLucha
La escasez de agua en la región Ica -impactada por la agroexportación- tiene consecuencias específicas en el diario vivir de las mujeres. 📺 📱

👉 Nuestras expertas Mirtha Alvarez (Productora de Piscos y vinos), Katherin Guerra (Trabajadora de agroexportación), y Lillian Romero (Agente Comunitaria), te cuentan cuáles son en este video.

👉 Conoc... Ver más



FOTOS DE ALGUNOS TALLERES REALIZADOS PARA REFORZAR TEMAS DE RECURSOS HIDRICOS, ENCUENTRO DE SINDICATOS.





Fuente: <https://www.facebook.com/photo?fbid=693847092775315&set=pcb.693952532764771>

CODEHICA
 Publicado por Carolay Ascama · 5 de septiembre de 2023 ·

#Campaña Ley 31110 | Los Derechos laborales del sector agrario. 🍏

📌 Tres Datos que necesitas saber de la Ley 31110, del regimen agrario y vigente desde enero del 2021. 📌

- ✅ La jornada ordinaria no debe exceder las 8 horas diarias.
- ✅ Vacaciones 30 días por año laborado.
- ✅ Se reconoce la bonificación extraordinaria por inafectación de las gratificaciones y el seguro de vida.
- ✅ El Objetivo principal de la norma es promover y fortalecer el desarrollo del sector agrario, así como garantizar los derechos laborales de los trabajadores.



Ver estadísticas y anuncios Volver a promocionar

👤 Tú y 374 personas más 12 comentarios 140 veces compartido

Fuente:

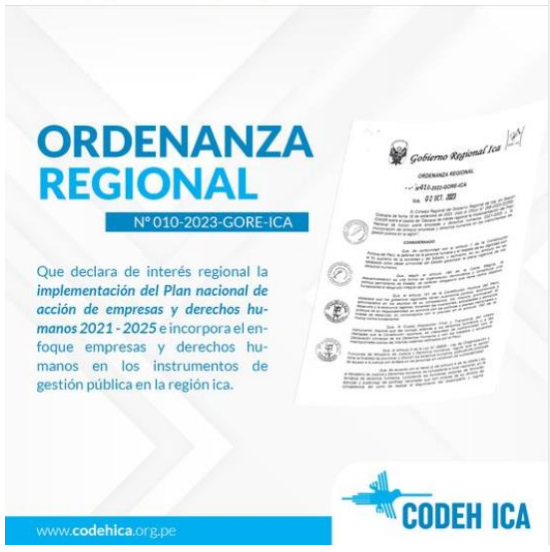
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=713015287525162&set=a.626126476214044>

CODEHICA
 Publicado por Carolay Ascama · 6 de octubre de 2023 ·

#Atención 📌 Trabajando a favor de la defensa de los derechos humanos

- ✅ Se logra la aprobación de la Ordenanza Regional que declara de interés regional la implementación del PNA 2021-2025 e incorpora el enfoque empresas y derechos humanos en los instrumentos de gestión pública en la región Ica, por parte del Gobierno Regional de Ica.
- ✅ Esfuerzo que se viene trabajando con el proyecto "diálogos y compromisos para el respeto de los derechos humanos en las actividades empresariales" desde el año 2021, proceso que ejecuta CODEHICA con un trabajo articulado con los sindicatos de los trabajadores de agroexportación y la cámara de comercio de Ica.

Descargalo aquí 📄
<https://drive.google.com/.../1NK469DyXeOLMyhYNSNwEe.../view>



CAMPAÑA MUJERES QUE CULTIVAN CAMBIOS

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

"Llevo más de 20 años trabajando en la agroexportación y sufro debido a la falta de baños accesibles y limpios. Además, no podemos recibir atención en EsSalud cuando sufrimos alguna dolencia o accidente, debido a las largas jornadas laborales y a nuestros contratos que duran como máximo 3 meses".

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

La responsabilidad de respetar los derechos humanos exige que las empresas: a Eviten que sus propias actividades provoquen o contribuyan a provocar consecuencias negativas sobre los derechos humanos y hagan frente a esas consecuencias cuando se produzca.

Principio Rector EVA sobre las empresas y los derechos humanos

ICA, PERÚ

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

¿Cómo han actuado las mujeres trabajadoras de agroexportación ante un caso de injusticia y violencia en el trabajo?

>>>

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

"En ocasiones, expulsa gente fuera por no tener una empresa después una jornada laboral. Los dueños se quejaban y me expulsaban porque estaban haciendo demasiado a decir que era una fuerza de trabajo".

Realicé documentos detallando las violaciones y las infracciones de la empresa. Después, intenté de conseguir el permiso de hablar con las empresas para a saber que violaba a quién".

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

"En la empresa Las Palmas, allí me maltrataban por parte de los dueños. Después, cuando yo estaba en un momento de desesperación por tener la violencia. Una especie de violencia verbal las mujeres trabajadoras que no tienen un contrato. Después, cuando yo estaba en un momento de desesperación por tener la violencia y me fui al campo, luego me mandaron a ir a trabajar en las vacaciones y pago de vacaciones".

"Fue la denuncia ante SUNAFIL, la cual se presentó a la empresa. Después, después de un tiempo de negociación de los nuevos contratos. El resultado me dejó de trabajar en el campo. La empresa se disculpó por el hostigamiento sexual y laboral, y se comprometió en un documento de política de protección".

ALIANZA Y PROMOVIMOS | IEQUIDAD | Diakonia | Unión Europea

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

¡Basta del hostigamiento a las mujeres que exigimos nuestros derechos!

ALIANZA Y PROMOVIMOS | IEQUIDAD | Diakonia | Unión Europea

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

¡La sindicalización es un derecho!

¡El acceso es un derecho!

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

Como mujer trabajador sindicalizada veíamos por el respeto de nuestros derechos y beneficios laborales mínimos con vacaciones, gratificaciones, utilidades y acceso seguro de salud básico sin embargo por algunas empresas se "la problemática".

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

Toda persona tiene derecho a fundar sindicatos y a sindicarse para la defensa de sus intereses.

ALIANZA Y PROMOVIMOS | IEQUIDAD | Diakonia | Unión Europea

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

Debido a mi trabajo me ausento por varias horas, lo cual me preocupa porque mis hijos se quedan solos por largas horas.

"Salgo a las 4 am todos los días para trabajar en el campo. En varias ocasiones, si tengo mi planilla decía que trabajé 4 horas pero 50 horas, como en realidad trabajé más de 8 horas por 20 días".

Quite denuncias SUNAFIL, pero debido a tener por las represalias los capitales y p descomulgación penal se no me creían".

MUJERES que CULTIVAN CAMBIOS

Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.

ALIANZA Y PROMOVIMOS | IEQUIDAD | Diakonia | Unión Europea

PROGRAMAS DE TV DONDE SE BUSCABA DEBATIR DIFERENTES TEMAS DE AGROEXPORTACION CON ESPECIALISTAS Y EMPRESARIADO

Fuente: <https://www.facebook.com/codehica/videos/1414767372443408>

CODEHICA transmitió en vivo.
Publicado por Carolay Ascama · 7 de diciembre de 2023 ·

#PuntoDeVista | Analisis de la Ley 31110

👉 ¡Atención agricultores y trabajadores del agro!
La modificación al régimen agrario genera incertidumbre sobre derechos, CTS y el bono Beta.
¡Tenemos respuestas!
Únete a "Punto de Vista" en Facebook de CODEHICA

Entrevista al economista Fernando Cuadros, ex viceministro de promoción del empleo. Explicará cada punto. Infórmate, aclara dudas y empodérate.



32 Me gusta 11 comentarios 52 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Fuente: <https://www.facebook.com/codehica/videos/860302985680001>

CODEHICA transmitió en vivo.
Publicado por Pepe Surco · 9 de noviembre de 2023 ·

#PuntodeVista 📌 Diálogo y Compromiso del Sector Empresarial

✅ Eduardo Ojeda Dávila, Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica es entrevistado para ver el trabajo y diálogo entre el empresariado, los trabajadores del agro y las autoridades con el objetivo de implementar el Plan Nacional de Acción Empresas y Derechos Humanos.

✅ También vamos hablar cuáles son las razones por qué su organización ha solicitado la presencia de la DINOES de la Policía Nacional ... Ver más



Tú y 41 personas más 18 comentarios 38 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Fuente: <https://www.facebook.com/codehica/videos/894142225459434>

CODEHICA transmitió en vivo.
Publicado por Pepe Surco · 12 de diciembre de 2023 ·

#PuntoDeVista | Cuántas empresas del agro reportan infracciones en el año, qué rol cumple SUNAFIL en las denuncias de lxs trabajadores hoy a las 7 pm.
📌 Entrevista al Dr. Gilberto Mori, intendente regional de SUNAFIL, a través del facebook de CODEHICA



Tú y 21 personas más · 6 comentarios · 17 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

DENUNCIAS DE LOS MISMOS TRABAJADORES DE AGROEXPORTACION

Fuente: <https://www.facebook.com/codehica/videos/3078988732405673>

CODEHICA transmitió en vivo.
Publicado por Rosario Huayanca Zapata · 8 de mayo de 2023 ·

#Ahora | Yanina Huamaní, trabajadora con 21 años de trabajo en AgroKasa, ha sido despedida luego de sindicalizarse. el 24 de febrero le notificaron que no podía ingresar a la empresa, sin ninguna argumento válido.

El sindicato de trabajadores a través del secretario general Miguel Quijandria presento la denuncia formal a SUNAFIL el 5 de mayo, luego de hacer las gestiones con la empresa y esperar el canal oficial, al no haber procedió con la denuncia al ente encargado y est... Ver más



49 · 67 comentarios · 164 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Fuente: <https://www.facebook.com/codehica/videos/256336036771110>

CODEHICA transmitió en vivo.
Publicado por Rosario Huayanca Zapata · 8 de mayo de 2023 ·

#despidoinjustificado | Luis Jayo, trabajador sindicalizado de la empresa Agrokasa, con más de 20 años de trabajo denuncia que no lo han dejado ingresar porque hace poco se ha sindicalizado. Luis manifiesta que la gerencia de recursos humano sin justificación alguna, no lo ha vuelto a contratar. Son 4 lunes seguidos que va y la empresa contrata personal nuevo y el que lleva años trabajando en el fundo en varias responsabilidades no lo contratan.



39 Me gusta · 27 comentarios · 130 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

INFOGRAFIAS, CARTILLAS Y DOCUMENTOS TRABAJADOS.

Fuente:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=747220154104675&set=pcb.747221307437893>

CODEHICA
Publicado por Alfredo Bacilio Torres · 30 de noviembre de 2023 ·

#EmpresasyDDHH | El Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos busca proteger y respetar los derechos en las actividades empresariales, mediante sus principios rectores organizados en 3 pilares aclaran los deberes y responsabilidades del Estado y las empresas:

- El Estado debe proteger los derechos humanos de vulneraciones.
- Las empresas deben respetar los derechos humanos y abstenerse de infringirlos.
- Estado y empresas están obligados a remediar vulneraciones a los derechos humanos.

¡Conoce más en las gráficas de este post!

#Empresa #DerechosHumanos #dialogo #compromiso



Ver estadísticas y anuncios · [Volver a promocionar](#)

215 · 3 comentarios · 23 veces compartido

Fuente:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=731373082356049&set=a.626126476214044>

CODEHICA
Publicado por Carolay Ascama · 3 de noviembre de 2023 ·

#Agenda | Compartimos La Agenda Mujer: Hacia la igual de género y debida diligencia en contextos agroexportadores

- ✓ agenda que se creó con la participación de más de 500 mujeres de 35 organizaciones de diversos sectores. Durante su diseño se promovió el dialogo e intercambios con mujeres de cuatro provincias, y se ha diseñado propuestas en el marco de las políticas públicas en salud, educación, género, derechos humanos, regionales, nacionales e internacionales.
- ✓ También se establece una ruta de trabajo desde el lineamiento del Plan de Acción Empresa y Derechos humanos, los estándares internacionales y los principios rectores de las Naciones unidas.
- ✓ La agenda tiene 7 ejes fundamentales para el respeto del cuerpo de las mujeres, la defensa del territorio y los medios de vida.
- ✓ descárgalo <https://bit.ly/agendamujercodehica> o escanea nuestro código QR desde la imagen



Descargalo aqui

DIÁLOGOS Y COMPROMISOS | EQUIDAD | CODEHICA | Diakonia | UNIÓN EUROPEA

Fuente:


<https://www.facebook.com/photo/?fbid=744174704409220&set=a.626126476214044>

CODEHICA
Publicado por Alfredo Bacilio Torres · 25 de noviembre de 2023 ·

#investigaciones || Estudio Mujer, cuerpo y Territorio en Ica

El estudio completo de Afectaciones específicas a mujeres: cuerpos territorios y ambiente laboral en un contexto agroexportador, tiene un enfoque de género que reconoce las experiencias diferenciadas y necesidades específicas de mujeres, hombres y personas por diversidad sexual.

Descárgalo aqui: <http://bit.ly/codehica-estudio-afectaciones>



Estudio Afectaciones específicas a mujeres: cuerpos territorios y ambiente laboral en un contexto agroexportador

Descargalo aqui

DIÁLOGOS Y COMPROMISOS | EQUIDAD | CODEHICA | Diakonia | UNIÓN EUROPEA

Anexo 8.
Fotografías a los encuestados.

