



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>



NÚMERO: 2022 - 087

## 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:

### **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y ACEPTACIÓN DE LA APLICACIÓN DE LA VACUNA CONTRA LA COVID 19 EN EL DISTRITO DE VILCABAMBA, 2022”**

presentada por: **AQUIJE BAUTISTA, LAURA MELISSA**, del nivel de Pre Grado de la FACULTAD DE CCTYA, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. 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, 07 de Diciembre del 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN  
  
Dra. Marina Kellie Ote Choque  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

**UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA” DE ICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**TURISMO Y ARQUEOLOGÍA**



**PROGRAMA ACADÉMICO DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y ACEPTACIÓN DE  
LA APLICACIÓN DE LA VACUNA CONTRA LA COVID 19  
EN EL DISTRITO DE VILCABAMBA, 2022”**

**PRESENTADO POR:**

**LA BACHILLER: LAURA MELISSA AQUIJE BAUTISTA**  
**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**ICA - PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

Llegar a concluir mi formación profesional, fue un sueño anhelado y hoy que lo logre, deseo brindar esta realización a mis pequeños grandes amores, Gael y Maia, mis hijos, por haberse convertido en el impulso y motivo para llegar a completar el proceso de formación y titulación profesional.

A mi madre, por su indesmayable dedicación y apoyo en el tránsito de mi vida estudiantil.

A todos los actores universitarios donde me forme, Decano y docentes que me acompañaron y guiaron de la manera más noble compartiendo sus conocimientos y experiencias en pos de que pueda egresar con una formación científica y humanística al servicio de la sociedad.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	
Dedicatoria	i
Índice de contenido	ii
Índice de tablas	iv
Introducción	1
I.    Título	3
II.   Fundamentación del problema	4
III.  Marco teórico	6
3.1.  Antecedentes	6
3.2.  Marco conceptual	8
IV.  Objetivos	16
4.1.  Objetivo general	16
4.2.  Objetivos específicos	16
V.   Hipótesis	17
5.1.  Hipótesis general	17
5.2.  Hipótesis específicas	17
VI.  Importancia y justificación	18
VII. Diseño de la investigación	19
6.1.  Tipo de investigación	19
6.2.  Variables y operacionalización	19
6.3.  Ámbito de la investigación	20
6.4.  Población	20
6.5.  Muestra	20
6.6.  Muestreo	20
VIII. Metodología operativa de la investigación	21
8.1.  Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
8.2.  Procedimiento	21
8.3.  Método de análisis de datos	21
8.4.  Aspectos éticos	21

IX.	Cronograma	22
X.	Presupuesto	23
XI.	Resultados	24
XII.	Conclusiones y sugerencias	37
XIII.	Bibliografía	39
Anexos		

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de la V1 y V2	19
Tabla 2: Distribución de los niveles de las estrategias de comunicación	23
Tabla 3: Distribución de los niveles de cada dimensión de las estrategias de comunicación.	24
Tabla 4: Distribución de los niveles de la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.	25
Tabla 5: Distribución de los niveles de la dimensión de la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.	26
Tabla 6: Prueba de hipótesis general.	27
Tabla 7: Prueba de hipótesis entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.	28
Tabla 8: Prueba de hipótesis entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.	29
Tabla 9: Prueba de hipótesis entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.	30



## **Introducción:**

La pandemia del COVID 19 empezó en marzo del 2020, es desde entonces donde causa incertidumbre sobre los síntomas, efectos y consecuencias de la enfermedad, por lo que dio pie a una mayor investigación el cual concluyó en la elaboración de la vacuna contra el COVID 19.

Es así que, el ministerio de salud detalla cifras exactas sobre los casos de personas que se han infectado del COVID 19, siendo un total de 333,306,590 ciudadanos a nivel internacional y además de la cifra reportada por falleciendo debido al COVID 19 es un total de 5,548,085 personas a nivel mundial. Asimismo, la cifra que presenta el Perú en cuanto a personas contagiadas y muertas también es alarmante, hasta el mes de octubre del 2022 se ha reportado un total de 217,103 personas muertas y 4,162,326 personas contagiadas por el COVID 19 (Ministerio de Salud [MINSAL], 2022).

Por otra parte, en la región de Cusco, se ha reportado un total de 136,131 casos confirmado de COVID 19 y 5,333 personas fallecidas debido al COVID 19, asimismo, cabe mencionar que, en el Perú con una población de poco más de 33 millones, solo 21,417,320 personas tienen las 3 dosis aplicadas de la vacuna, siendo la población de 18 a 29 años la que protagoniza la decisión de la aplicación de la vacuna, representado por 6,788,969 jóvenes. Además, en el Cusco, que cuenta con una población de 1,392,648 habitantes, sólo 773,936 personas han recibido hasta la tercera dosis (Diario la República, 2022). Por lo que, en Cusco, el gobierno optó por la implementación de 158 puntos en los distritos, siendo clave para la inmunización de la población con la debida información proporcionada respecto a la vacuna y sus efectos (Gobierno regional Cusco, 2021).

Es así que, en el siguiente trabajo de investigación se desarrollará una serie de capítulos, en el Capítulo I: Título, se establece el título de investigación, en el Capítulo II: Fundamentación del problema, se evidenciará el problema desde un nivel internacional, nacional y local, planteamiento del problema, por otra parte, en el Capítulo III: Marco teórico, se detalla los antecedentes de acuerdo a las variables de la investigación, luego el marco conceptual de las variables, en el Capítulo IV: Objetivos, se planteará el objetivo general y específicos, además en el Capítulo V: Hipótesis, se establece la hipótesis general y las hipótesis específicas, por otro lado, en el Capítulo VI: Importancia y justificación, visto desde el ámbito práctico, metodológico y teórico, en el Capítulo VII: Diseño de la investigación: se detalla el tipo de investigación, diseño y nivel, asimismo la operacionalización de las variables 1 y 2, además de la población, muestra, muestreo, en el Capítulo VIII: Metodología operativa de la investigación, consiste en detallar la técnica e instrumentos para el recojo de datos en la población, asimismo, se describe los procedimientos que se ejecutarán para la obtención de resultados y contrastación de hipótesis, además de la descripción de los aspectos éticos que se consideran en la investigación, en el Capítulo IX: Cronograma, detallando el desarrollo del trabajo de acuerdo a un tiempo determinado, en el Capítulo X: Presupuesto, se detalla los gastos que la investigadora realiza para su trabajo, en el Capítulo XI. Resultados, se mostrarán resultados descriptivos e inferenciales, en el Capítulo XII, Conclusiones y sugerencias, son determinados de acuerdo a los objetivos planteados y los resultados obtenidos, por último, se tiene al Capítulo XIII: Bibliografía, según la norma APA 7 edición se redacta los autores de la información utilizada en el trabajo.

- I. **TÍTULO: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y ACEPTACIÓN DE LA APLICACIÓN DE LA VACUNA CONTRA EL COVID 19 EN EL DISTRITO DE VILCABAMBA, 2022.**

## II. FUNDAMENTACIÓN DEL PROBLEMA

Se han realizado diversas investigaciones en cuanto a las estrategias de comunicación más efectivas para persuadir la decisión de la población para la aceptación de la vacuna contra la COVID 19, siendo muchas razones por la que aceptan o se niegan.

Es así que se empezará con datos internacionales que evidencien un problema en cuanto a la aceptación de la vacuna y cómo influye la comunicación en la decisión, en Ecuador el 52% de la población mencionó que si aceptarían la vacuna del COVID 19, quedando un gran porcentaje de la población que no acepta vacunarse, y esto es a causa de la información que han recibido, asimismo mencionan que la vacuna de procedencia Europea es la que les causa más confianza, además que seguirán con las medidas de prevención una vez vacunados, sabiendo claramente que la vacuna no evita que se infecten sino que bajen las consecuencias de las enfermedades (Loza et al., 2022).

Por otra parte, en Honduras se realizó un estudio en donde se determinó que la población de 40-44 años, es el grupo que no acepta vacunarse, debido a su conocimiento subjetivo que ha sido influenciado por el entorno social y familiar, sumado a ello, la información recibida por grupos sociales que están en contra de la vacuna, por otra parte, el 53.2% de los universitarios aún no están vacunados pero que si aceptarían vacunarse a partir de una completa y clara información sobre su implicancia (Sauceda-Acosta et al., 2022).

Además, en Colombia se implementó y desarrolló programas para que la población se vacune, siendo obligatorio para que la población se desplace o realice sus actividades, es así que, consideraban la distribución adecuada y seguridad de las vacunas con la debida información que debe ser impartida, consideraban también la oportunidad para todos en el acceso a la vacuna (Lora, 2022).

A nivel nacional, se tiene a Pisconte (2022), en su investigación realizada a la población de Lima, el 76.87% piensa que la vacuna protege contra enfermedades infecciosas, asimismo que una vez vacunado, el 92.4% de la población se seguirá cuidando y todo ello es debido a la información

que han recibido, siendo corroborado con estadísticas, en donde el 71,64% de la población considera muy significativo la información recibida por amistades y familiares, y un 48.51% de la población considera significativo la información brindada por las noticias de TV, radio o periódico de la comunidad .

Por otra parte, Vilchez (2022) menciona que el 42,6% de los pobladores de un asentamiento humano está de acuerdo en que los mensajes emitidos sobre la COVID 19 son verdaderos, asimismo el 43.9% de la población del asentamiento está de acuerdo en que los posts sobre la COVID son verídicos y confiables. Dejando claro que la información recibida va tener impacto en la toma de decisiones frente a la aceptación o rechazo de la vacuna.

También, Villar-Cuéllar (2022) determina a partir de su estudio, que la población con mayor conocimiento sobre la vacuna son los adultos mayores, procediendo su conocimientos de noticias, periódico y por lo que han tomado todas las medidas necesarias para cuidarse, es así que, el 65.4% de los adultos considera segura las vacunas, y el 91.5% se vacunaron contra la COVID 19, siendo producto de una ardua información ejecutada por los gobiernos regionales y las municipalidades para la acogida de la vacuna.

Por tal motivo, se planteó como problema general: ¿Cuál es la relación entre las estrategias de comunicación y aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022?

Asimismo, se planteó como problemas específicos lo siguiente: ¿Cuál es la relación entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022?; ¿Cuál es la relación entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022?; y por último, ¿Cuál es la relación entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022?

### **III. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. Antecedentes**

De acuerdo a las variables planteadas para la investigación, se empezará con los estudios internacionales, es así que se tiene a, Tibbels et al. (2022) quienes en su investigación plantearon como objetivo, identificar las perspectivas sobre las vacunas contra COVID 19 en trabajadores del sector salud, es así que utilizan una metodología de enfoque cualitativo, aplicando entrevistas al personal, por lo que, tiene como resultado que muchos de las personas evitan vacunar por el miedo a las consecuencias de la vacuna o efectos secundarios, asimismo se halló que muchas personas no van a aceptar la vacuna por la constante información que existe sobre los efectos mortales de la vacuna (teorías planteadas por opositores a la vacuna).

Además, Samanta et al. (2022) en el estudio que realizaron en la India, en donde plantearon determinar la conexión entre el conocimiento y la aceptación de la inoculación de la vacuna COVID 19, es así que obtiene como resultado que, 40% de la población considera mejor aplazar la aceptación de la vacuna para observar los efectos y luego tomar la decisión de vacunarse, y un 12% de la población ha decidido tajantemente en vacunarse.

Por su parte, Guillon y Kergall (2021) plantearon como objetivo dentro de su investigación, describir los factores que están ligados a la actitud e intención de aplicarse la vacuna del COVID 19 en la población de Francia, para lo cual utilizaron un enfoque cualitativo, de corte transversal, es así que obtienen como resultado que, la decisión de la población de vacunarse está directamente relacionado con su percepción sobre ellas, por lo que aconseja que se tomen medidas de concientización para persuadir la decisión sobre la inoculación de las vacunas.

Asimismo, Zhou et al. (2021) en su estudio plantearon como objetivo, hallar y describir las causas que genera la decisión de querer vacunarse contra el COVID 19, por lo que utilizaron un enfoque cualitativo de corte transversal, por lo que, hallaron que

casi el 50% de los estudiantes chinos de enfermería no sentían seguros y claros sobre la vacuna y un 5% de ellos mencionaron una negativa rotunda sobre la aceptación de la vacuna.

Por último, se tiene a Lockyer et al. (2021) en el cual buscaron determinar las creencias de las personas con respecto al COVID 19 y su actitud frente a la vacuna, para lo cual utilizaron el enfoque cualitativo de corte transeccional, aplicando encuestas, en el que hallaron que la información que posee la población son datos confusos y falsos respecto al COVID por lo que ha provocado el rechazo a la vacuna.

A continuación, se mostrarán antecedentes a nivel nacional, es así que, Yantalema (2022) en su estudio plantea como objetivo, identificar los factores que inciden en la detención de la aplicación de la vacuna COVID 19, por lo que utiliza un enfoque cualitativo de tipo básica, en el que aplica una encuesta y entrevista, en donde halló como resultado que, la población hacía bastante hincapié en el desconocimiento de todo el proceso que conformaba la vacunación, además que la vacuna en quien más confiaban en la AstraZeneca.

Además, Paico (2022) en su investigación busca conocer las reflexiones de los pacientes de un centro de salud en cuanto a la vacuna COVID 19, por lo que utilizó como tipo básica, de enfoque cualitativo, aplicando una encuesta, pudo hallar que la razón o motivos por la que aceptaban o rechazaban la vacuna era por creencias religiosas, mitos de las personas, culturas entre otros aspectos.

Por su parte, Rodríguez (2022) en su investigación buscar analizar la actitud de las embarazadas en cuanto a los efectos de la vacuna, por lo que, utilizó como enfoque cualitativo, de diseño exploratorio, por lo que el autor realizó un levantamiento de información mediante encuestas, por lo que, obtuvo como resultado que la decisión de las embarcadas por vacunarse dependía de la información y la persona que daba dicha

información, ganando gran a peso a pesar de la información impartida por el estado.

También, Jachilla (2022) en su estudio realizado en la población de un centro poblado, en el que utiliza como enfoque cualitativo, de tipo básica, por lo que, como resultado obtuvo que la población al decidir vacunarse, tenía temor de los efectos, asimismo, existe otro grupo de personas que mencionan no querer inocularse debido a la efectividad de la vacuna, por lo que los mitos son solo eso, sin embargo, adquieren credibilidad por las mismas personas debido a las diversas incertidumbres.

Po último se encuentra a, Huamán y Boza (2022) en su estudio los investigadores establecieron como meta, comprobar la relación que existe entre ambas variables las cuales son: factores condicionantes y el grado de aceptación de la inoculación contra la COVID 19, por lo que utilizaron como metodología de tipo básica, enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo-correlacional, en el que obtuvieron como resultado que, el 27.2% de la población de Ccochaccasa tiene un grado alto de aceptación sobre la vacuna, mientras que el 37.7% de la población tiene un aceptación media y el 35.1% tiene una aceptación baja, además, mención que uno de los factores relacionadas a la aceptación de la vacuna es la información que poseen respecto a su efectos secundarios, comentarios de la sociedad o grupos organizados que rechacen enérgicamente la vacuna.

### **3.2. Marco conceptual**

Antes se dar a conocer el marco conceptual de las variables, se presentará la teoría que englobe al estudio presentado, es así que la **teoría de Maslow**, afirma que las necesidades de los seres humanos se organizan de acuerdo a prioridades, por lo que las necesidades de los humanos son: necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades sociales, necesidades de



estima, necesidades de autorrealización. Asimismo, la teoría de Maslow plantea las siguientes premisas (Madero, 2022):

- Las acciones de las personas pueden estar motivadas por diversas razones.
- Las acciones de las personas no son por casualidad o sin querer, sino que son motivados e impulsados por factores que ayuden a conseguir un objetivo.
- Las necesidades de los seres humanos están planteadas por orden de acuerdos a sus prioridades, y este a su vez está ligado a la satisfacción que logren cuando logren sus metas.
- Las necesidades que demanden las personas se convierten en un proceso continuo y repetitivo sobre todo si les ha conllevado a buenos resultados.

### **3.2.1. Escenario de la variable 1: estrategias de comunicación.**

Por lo que, Pérez (2001) menciona que las estrategias de comunicación son un conjunto de acciones que se programan para un fin u objetivo, para lo cual usa métodos y técnicas de comunicación, creando un fortalecimiento y vínculo con lo deseado. Asimismo, divide a las estrategias de comunicación en las siguientes dimensiones:

**Dimensión 1 Calidad de la comunicación:** es definida como aquella información que sea confiable, real, verídica, oportuna, adecuada, completa y creíble.

**Dimensión 2 Participación:** es definida como un conjunto de acciones que conlleva a pedir consejos, planificar y solicitar ayuda en caso sea necesario para una adecuada comunicación.

**Dimensión 3 Distribución de información:** es definida como a la capacidad que tiene las personas para compartir información de la forma más clara y directa posible, en donde emita mensajes de interés común.

De acuerdo a Cardoso (2010) menciona que para una adecuada estrategia de comunicación se deben realizar los siguientes pasos:

- **Primero**, se debe hacer un análisis de la situación en que se encuentra la población al que se quiere transmitir la información.
- **Segundo**, establecer los objetivos que están ligados con el fin de la organización o institución y transmitir la información de manera clara y directa.
- **Tercero**, identificar los destinatarios de la información y agrupar la población de acuerdo a sus características.
- **Cuarto**, determinar el presupuesto con que se cuenta para la ejecución de acciones.
- **Quinto**, se deberá crear el mensaje que se transmitirá y determinar los medios por lo que se quiere transmitir el mensaje.
- **Sexto**, se creará un cronograma de las actividades y espacios en donde se llevará a cabo.
- **Séptimo**, finalmente se evaluará los resultados obtenidos mediante la aplicación de las estrategias de comunicación.

Drucker (2021) define los tipos de estrategia de comunicación en 5:

**a) Estrategias de lanzamiento:** consiste en las primeras acciones que se realizará para llamar la atención del público objetivo.

**b) Estrategias de visibilidad:** consiste en cómo se ve la organización que quiere transmitir el mensaje, es decir, que tan confiable es para que aceptación del público sea como lo esperado.

**c) Estrategias de confianza:** lo define como la impresión y percepción que la población tenga sobre una organización o institución.

**d) Estrategias de posicionamiento:** se define como la credibilidad que se le da a la institución y la importancia para la toma de decisiones.

**e) Estrategias de expansión:** es referida a cómo la institución va trascender con la información que trasmite y que tanto llega e influye en las personas.

Por otra parte, García (2022), en su artículo da a conocer algunas ventajas que genera las estrategias de comunicación:

- Las estrategias de comunicación ayudan a tener claro el objetivo y establecer las prioridades, por lo que definirá el camino de la comunicación hacia el público destinado.
- Estructuras los procesos de la comunicación para que el mensaje sea llegue de manera positiva y clara mediante las estrategias definidas para el objetivo.
- Una vez definido el público objetivo e ideal para transmitir un mensaje, la institución o persona que haga este proceso, deberá hacerse visible ante las personas, por lo que dentro del desarrollo de las estrategias también se deben considerar los perfiles o características del público.
- Se debe establecer claramente el tono y estilo en que se transmitirá el mensaje lo cual ayudará a enviar un solo mensaje unificando a la población.
- Otra de las ventajas que conlleva las estrategias de comunicación, es la visibilidad de las instituciones o personas de interés, asimismo, conlleva a que el trasmisor cree un ambiente de confianza y credibilidad como parte de su reputación.
- Asimismo, por la credibilidad obtenida de la institución, este será de fuente confiable para futuras comunicaciones con su público objetivo.
- Cuando la comunicación interna no da buenos resultados, la externa claramente nos será diferente, por lo que no solo el

mensaje debe ser el foco de atención, sino el tono, matiz y énfasis en que se transmite.

- Es claro que para establecer las adecuadas estrategias de comunicación se debe contar con especialistas, sin embargo, esto ocasiona gastos económicos, que muchas veces lo toman como una mala inversión, sin embargo, con un proceso bien planificado, esto llega a ser una inversión que de buenos resultados y a la larga sea un ahorro en la economía.

Para Muniz (2019) los principales medios de comunicación son los siguientes:

- **Televisión:** este medio es el más usado ya que la población en su mayoría cuenta con un televisor, además que más del 50% de la población visualizan la televisión pública o abierta, y el resto cuenta con servicio de televisión privada o a paga.
- **Radio:** este medio es el más antiguo por lo que, durando mucho tiempo ha sido el medio principal de información, siendo un 38% de la población escuchan radio, asimismo, declaran los entrevistados que escuchan la radio por la música o entretenimiento que les puede brindar.
- **Internet:** se ha convertido en un medio de información básico para la población, siendo un 43% de la población que prefiere informarse través de las redes sociales, por las imágenes y cortos con los que cuenta y sobre todo la agilidad con que transmite y llega a las personas.

Existen otros medios para transmitir un mensaje como son las señales, signos, dibujos, cartas, entre otras, siendo la principal característica en brechas las distancia, el alcance, nivel, el impacto, el desarrollo en el público.

### **3.2.2. Escenario de la variable 2: aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.**

Cesar (2022) define a la aceptación como la decisión que tome una persona o un conjunto de personas referente a un tema en particular, por lo que, la percepción sobre el asunto es base para la decisión. Asimismo, el autor dimensiona la variable en:

**Dimensión 1 Condiciones para la aceptación de la vacuna:** definida como una serie de factores que influyen en la decisión de aceptar la inoculación de la vacuna contra la COVID 19,

**Dimensión 2 Condiciones para el rechazo de las vacunas:** es definida como un conjunto de razones que determina a decisión de rechazar la inoculación de la vacuna, por lo que el interesado toma una decisión respecto a la información que posee.

Por otra parte, Humana PMCÁ (2021) define a la aceptación como aquella habilidad que posee la persona para asumir y superar las adversidades de la vida, por lo mismo que dentro del proceso de aceptación engloba a: comprender las situaciones que debe enfrentar, adaptarse a las nuevas condiciones, asumir que existe un situación y seguir adelante, tomar conciencia de la situación y ver la manera de sobrellevar, además dentro de los procesos de no aceptar se encuentra: quejarse por lo que se cree que no está bien, luchar si considera que su punto de vista es el más adecuado, rechazar si no se está de acuerdo, exigir cuando considera que se lo merece, entre otros.

Asimismo, antes de concluir en aceptación, debe pasar por otras etapas como:

- **Resignación:** al aceptar una situación que no es agradable o favorable para la persona, no significa que todo este perdido y por ende debe resignarse a dicha situación, sino que por el momento es lo que se debe hacer pero que, en un futuro puede hacer algo para revertir o dar otra mirada de lo que se vive y cambiarlo.

- **Tolerancia:** está dada desde el punto de aceptar una situación, pero a la vez tener en mente que debe hacer algo, no solo es aguantar o soportar lo que considera desagradable, sino que, debe idear estrategias para salir y enfrentar la situación.
- **Aceptación:** es considerada un método o estrategia que resulta muy beneficiosa emocionalmente para la persona.

Meijide (2020) plantea vías para aceptar el cambio y conseguir adaptarse a ella:

- **Aprovechar para desarrollarse y seguir avanzando,** es así que, en cada paso que se puede aprender cosas nuevas y ver el mundo con otros ojos y otros conceptos.
- **Flexibilidad,** tiene que ver con la adaptabilidad a situaciones raras para la persona, por lo que al enfrentarse ante estas situaciones, las capacidades de adaptación van a ser menos invasivas al momento de enfrentarlas.
- **Aceptarlo,** es importante que no siempre se quiera controlar las circunstancias que pasan en la vida.
- **Aprender algo nuevo,** las personas tienen miedo a los cambios, sin embargo, estos pueden resultar positivos para su vida y su forma de pensar.
- **Mantener la calma y con mente positiva,** al aceptar una situación, se deberá enfrentar y buscar los beneficios que trae acceder a la situación.

Además, dan a conocer factores condicionantes de la aceptación a la vacuna contra COVID 19 (Casa P, 2019):

- **Habilitador medio ambiente:** para que se concrete una decisión, influyen muchos aspectos como factores políticos, sociales, religiosos, medios de comunicación, creencias, cultura, entorno social, familiar, lugar donde se vive.

- **Influencias sociales:** muchas veces para la toma de decisión a favor o en contra de la vacuna parte por el entorno y las creencias respecto a ellos, sobre todo cuando el comentario de la otra persona o grupo social tiene peso y valor en la vida de quien quiere influir.
- **Motivación:** la decisión final está impulsada por varias motivaciones como, por ejemplo: los riesgos comparados con las ventajas de aceptar una situación.

#### **IV. OBJETIVOS**

##### **4.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre las estrategias de comunicación y aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

##### **4.2. Objetivos específicos**

- Determinar la relación entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.
- Determinar la relación entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.
- Determinar la relación entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.



## **V. HIPÓTESIS**

### **5.1. Hipótesis general**

Existe relación entre las estrategias de comunicación y aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

### **5.2. Hipótesis específicas**

- Existe relación entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.
- Existe relación entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.
- Existe relación entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

## **VI. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN**

Se ha demostrado a partir de los antecedentes internacionales y nacionales que, la decisión por optar aplicarse la vacuna contra el COVID 19 está siendo influenciada por a la información recibida de diferentes fuentes como es la familia, la sociedad, grupos de personas organizadas, medios de comunicación, entre otros, todo ellos hacen que la persona tome una decisión y en muchos casos, estas fuentes no son confiables, transmitiendo informaciones erróneas.

Es así que, la investigación se justifica de manera practica porque a partir de las sugerencias o recomendaciones planteadas en la investigación, permitirá ponerlas en práctica en la población para obtener los resultados deseados, además, la justificación metodológica porque la investigación servirá como antecedentes para futuras investigaciones, asimismo, la justificación teórica porque corrobora información que ya existe y se suma a ella a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos, por último, la justificación social, porque permitirá con la aplicación de las sugerencias beneficiar a la sociedad en una mejor decisión en la aceptación de la vacuna contra la COVID 19.

## **VII. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **7.1. Tipo de la investigación**

De acuerdo con lo mencionado por Hernández et al. (2014), el tipo de investigación es básica, porque en la investigación se busca corroborar las teorías ya establecidas y sumarse a ellas.

El diseño de la investigación es no experimental, ya que no modificará las variables del estudio, y las tomará en su forma natural como fueron presentadas, la investigación es de ámbito correlacional ya que buscará determinar la relación entre ambas variables y de corte transversal, ya que se tomará en un momento determinado los instrumentos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

### **7.2. Variables y operacionalización**

#### **- Definición conceptual**

##### **Variable 1: Estrategias de comunicación**

Por lo que, Pérez (2001) menciona que las estrategias de comunicación son un conjunto de acciones que se programan para un fin u objetivo, para lo cual usa métodos y técnicas de comunicación, creando un fortalecimiento y vínculo con lo deseado.

##### **Variable 2: Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19**

Cesar (2022) define a la aceptación como la decisión que tome una persona o un conjunto de personas referente a un tema en particular, por lo que, la percepción sobre el asunto es base para la decisión.

#### **- Definición operacional**

A continuación, se presentará un cuadro de operacionalización de la V1 y V2:

**Tabla 1:***Operacionalización de la V1 y V2*

Variable	Dimensiones	indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
Estrategias de comunicación	Calidad de la comunicación	Calificar	1,2,3,4,5	Likert	Bajo [0-8]
	Participación	Planificar	6,7,8,9	1=SI	Medio [9-17]
		Participar		0=NO	Alto [18-24]
Distribución de información	Compartir	10,11,12			
Aceptación de la aplicación e la vacuna contra la COVID 19	Condiciones para la aceptación de la vacuna	Percepción	1,2,3,4,5,6	Likert	Bajo [0-7]
	Condiciones para el rechazo de la vacuna	Decidir	7,8,9,10,11	1=SI 0=NO	Medio [8-15] Alto [16-22]

César (2022) y Pérez (2001)

**7.3. Ámbito de la investigación**

El ámbito de aplicación de la investigación será en el distrito de Vilcabamba.

**7.4. Población**

La población estará constituida por 9557 habitantes del distrito de Vilcabamba.

**7.5. Muestra**

La muestra será de 150 personas, el cual será representativa de la población, considerando a personas de diferentes edades, también a personal de salud y autoridades políticas.

**7.6. Muestreo**

El muestreo para la selección de la muestra será no probabilístico. Por conveniencia, ya que, por el tamaño de la población y los gastos económicos que se generará, se opta por seleccionar una porción de la población de acuerdo a los grupos sociales que se considere para que sea representativa.

## **VIII. METODOLOGÍA OPERATIVA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **8.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se empleó es la encuesta, el cual está conformada por un conjunto de preguntas que ayudará a medir ambas variables identificadas, asimismo, el instrumento que se usa es el cuestionario.

### **8.2. Procedimiento**

Como primer paso, se identificó los instrumentos que tengan con 2 características esenciales: confiabilidad y validez, luego se elabora el cuestionario en Word para proceder a ser aplicado en la muestra identificada, luego esta data se ordenó en Excel.

### **8.3. Método de análisis de datos**

Una vez obtenido la base de datos, se procedió a basear la data en Excel y luego a procesar de acuerdo a cada instrumento para medir la relación entre ambas variables en el programa SPSS V.26.

### **8.4. Aspectos éticos**

Para la investigación será necesario que los instrumentos identificados tengan confiabilidad y validación por juicio de expertos, asimismo, es necesario mencionar que, para la participación de la aplicación de los instrumentos, tiene que ser voluntario y libre, además, la investigación cumple con la norma APA 7 edición y la estructura que establece la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.

## IX. CRONOGRAMA

Sesión N°	ACTIVIDADES	2022												2021					
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S 16	S 17	S 18
1	Planteamiento del problema, justificación y objetivos																		
2	Marco teórico: antecedentes nacionales e internacionales																		
3	Marco teórico: teorías generales y específicas																		
4	Marco teórico: conceptos de variables y dimensiones																		
5	Diseño de investigación: tipo de la investigación y ámbito de la investigación.																		
6	Metodología operativa de la investigación																		
7	Recolección de datos e Interpretación de resultados																		
8	Tratamiento de la información: análisis de datos																		
9	Discusión de resultados, conclusiones y sugerencias																		
10	Revisión del trabajo académico por miembros del jurado																		
11	Levantamiento de observaciones del trabajo académico																		
12	Levantamiento de observaciones del trabajo académico																		
13	Sustentación del trabajo académico.																		

## X. PRESUPUESTO

<b>Ítems</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Gastos</b>
Material de escritorio.	01	150
Materiales y equipos de acceso y navegación en plataformas web.	01	250
Asesor	01	900
Impresiones y anillados	03	150
Transporte.	01	150
<b>TOTAL</b>		<b>S/1,600.00</b>

## XI. RESULTADOS

### Resultados descriptivos

#### Variable 1: Estrategias de comunicación

Tabla 2.

*Frecuencia de cada ítem de la dimensión 1: calidad de la comunicación.*

DIMENSIÓN 1: CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN					
N°	ITEMS		SI	NO	TOTAL
1	Considera oportuna la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19	f	67	83	150
		%	44.7	55.3	100
2	Considera exacta la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19	f	89	61	150
		%	59.3	40.7	100
3	Considera adecuada la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19	f	72	78	150
		%	48	52	100
4	Considera completa la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19	f	78	72	150
		%	52	48	100
5	Considera creíble la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19	f	97	53	150
		%	64.7	35.3	100

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 2 se puede observar que, 67 personas (44.7%) respondieron que, si consideran oportuna la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19, mientras que 83 personas (55.3%) respondieron que no consideran oportuna la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19.

Asimismo, en la tabla se observa que, 89 personas (59.3%) respondieron que, si consideran exacta la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19, mientras que 61 personas (40.7%) respondieron que no consideran exacta la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19.

Además, se aprecia que, 72 personas (48%) respondieron que, si consideran adecuada la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19, mientras que 78 personas (52%) respondieron que, no consideran adecuada la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19.



También, se aprecia que, 78 personas (52%) respondieron que, si consideran completa la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19, mientras que, 72 personas (48%) respondieron que no consideran completa la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19.

Por último, se aprecia que, 97 personas (64.7%) respondieron que, si consideran creíble la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19, mientras que 53 personas (35.3%) respondieron que no consideran creíble la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19.

**Tabla 3.**

*Frecuencia de cada ítem de la dimensión 2: participación.*

<b>DIMENSIÓN 2: PARTICIPACIÓN</b>					
<b>N°</b>	<b>ITEMS</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
6	Solicita consejos y recomendaciones por parte de la municipalidad respecto a la COVID 19	f	40	110	<b>150</b>
		%	26.7	73.3	<b>100</b>
7	Considera que la municipalidad participa con usted para establecer objetivos y pronósticos	f	66	84	<b>150</b>
		%	44	56	<b>100</b>
8	Considera que la municipalidad lo incluye en la planificación de actividades	f	59	91	<b>150</b>
		%	39.3	60.7	<b>100</b>
9	Considera que la municipalidad toma en cuenta sus sugerencias	f	73	77	<b>150</b>
		%	48.7	51.3	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 3 se puede observar que, 40 personas (26.7%) respondieron que, si solicitan consejos y recomendaciones por parte de la municipalidad respecto a la COVID 19, mientras que 110 personas (73.3%) respondieron que no solicitan consejos y recomendaciones por parte de la municipalidad respecto a la COVID 19.

Asimismo, en la tabla se observa que, 66 personas (44%) respondieron que, si consideran que la municipalidad participa con la población para establecer objetivos y pronósticos, mientras que 84 personas (56%) respondieron que no consideran que la municipalidad participa con la población para establecer objetivos y pronósticos.

Además, se aprecia que, 59 personas (39.3%) respondieron que, si consideran que la municipalidad lo incluye en la planificación de actividades, mientras que 91 personas (60.7%) respondieron que, no consideran que la municipalidad lo incluye en la planificación de actividades.

Por último, se aprecia que, 73 personas (48.7%) respondieron que, si consideran que la municipalidad toma en cuenta sus sugerencias, mientras que 77 personas (51.3%) respondieron que no consideran que la municipalidad toma en cuenta sus sugerencias.

**Tabla 4.***Frecuencia de cada ítem de la dimensión 3: distribución de información.*

<b>DIMNESIÓN 3: DISTRIBUCIÓN DE INFORMACIÓN</b>					
<b>N°</b>	<b>ITEMS</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>10</b>	Considera que la municipalidad comparte todo tipo de información con usted	<b>f</b>	50	100	<b>150</b>
		<b>%</b>	33.3	66.7	<b>100</b>
<b>11</b>	Considera que la municipalidad informa adecuadamente las necesidades de la población	<b>f</b>	83	67	<b>150</b>
		<b>%</b>	55.3	44.7	<b>100</b>
<b>12</b>	Considera que la municipalidad proporciona información que sea útil para la población	<b>f</b>	75	75	<b>150</b>
		<b>%</b>	50	50	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 4 se puede observar que, 50 personas (33.3%) respondieron que, si consideran que la municipalidad comparte todo tipo de información con la población, mientras que, 100 personas (66.7%) respondieron que no consideran que la municipalidad comparte todo tipo de información con la población.

Asimismo, en la tabla se observa que, 83 personas (55.3%) respondieron que, si consideran que la municipalidad informa adecuadamente las necesidades de la población, mientras que, 67 personas (44.7%) respondieron que no consideran que la municipalidad informa adecuadamente las necesidades de la población.

Por último, se aprecia que, 75 personas (50%) respondieron que, si consideran que la municipalidad proporciona información que sea útil para la población, mientras que, 75 personas (50%) respondieron que no consideran que la municipalidad proporciona información que sea útil para la población.

## Variable 2: Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.

**Tabla 5.**

*Frecuencia de cada ítem de la dimensión 1: condiciones para la aceptación de la vacuna.*

DIMENSIÓN 1: CONDICIONES PARA LA ACEPTACIÓN DE LA VACUNA				
N°	ITEMS	SI	NO	TOTAL
1	Considera oportuna la campaña de vacunación contra la COVID 19 que ha implantado el gobierno	f 63	87	150
		% 42	58	100
2	Aceptarías vacunarte contra la COVID 19	f 91	59	150
		% 60.7	39.3	100
3	Consideras a la vacuna el único medio para protegerse de la COVID 19	f 70	80	150
		% 46.7	53.3	100
4	Consideras que tu decisión de vacunarte está influenciada por los medios de comunicación	f 68	82	150
		% 45.3	54.7	100
5	Consideras que la radio el mejor medio de comunicación para poder informarte	f 101	49	150
		% 67.3	32.7	100
6	Consideras que los roles que cumple la emisora de la municipal como: concientizar, informar; logra que las personas accedan a vacunarse	f 99	51	150
		% 66	34	100

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 5 se puede observar que, 63 personas (42%) respondieron que, si consideran oportuna la campaña de vacunación contra la COVID 19 que ha implantado el gobierno, mientras que 87 personas (58%) respondieron que no consideran oportuna la campaña de vacunación contra la COVID 19 que ha implantado el gobierno.

Asimismo, en la tabla se observa que, 91 personas (60.7%) respondieron que, si aceptarían vacunarse contra la COVID 19, mientras que 59 personas (39.3%) respondieron que no aceptarían vacunarse contra la COVID 19.

Además, se aprecia que, 70 personas (46.7%) respondieron que, si consideran a la vacuna el único medio para protegerse de la COVID 19, mientras que 80 personas (53.3%) respondieron que, no consideran a la vacuna el único medio para protegerse de la COVID 19.

También, se aprecia que, 68 personas (45.3%) respondieron que, si consideran que su decisión de vacunarse está influenciada por los medios de comunicación,

mientras que, 82 personas (54.7%) respondieron que no consideran que su decisión de vacunarse está influenciada por los medios de comunicación.

Asimismo, se aprecia que, 101 personas (67.3%) respondieron que, si consideran que la radio es el mejor medio de comunicación para poder informarse, mientras que, 49 personas (32.7%) respondieron que, no consideran que la radio es el mejor medio de comunicación para poder informarse.

Por último, se aprecia que, 99 personas (66%) respondieron que, si consideran que los roles que cumple la emisora de la municipal como: concientizar, informar; logra que las personas accedan a vacunarse, mientras que 51 personas (34%) respondieron que no consideran que los roles que cumple la emisora de la municipal como: concientizar, informar; logra que las personas accedan a vacunarse

**Tabla 6.**

*Frecuencia de cada ítem de la dimensión 2: condiciones para el rechazo de la vacuna.*

<b>DIMENSIÓN 2: CONDICIONES PARA EL RECHAZO DE LA VACUNA</b>					
<b>N°</b>	<b>ITEMS</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>7</b>	La información que proporciona los medios de comunicación de la municipalidad, destaca temas de salud, deporte, cultura	<b>f</b>	77	73	<b>150</b>
		<b>%</b>	51.3	48.7	<b>100</b>
<b>8</b>	Consideras que la aceptación de la vacuna está determinada por medios de comunicación	<b>f</b>	98	52	<b>150</b>
		<b>%</b>	65.3	34.7	<b>100</b>
<b>9</b>	Calificas bueno la función que cumple los medios de comunicación que se utiliza sobre la COVID 19	<b>f</b>	110	40	<b>150</b>
		<b>%</b>	73.3	26.7	<b>100</b>
<b>10</b>	La información recibida hizo que tu forma de pensar cambie	<b>f</b>	99	51	<b>150</b>
		<b>%</b>	66	34	<b>100</b>
<b>11</b>	Estás dispuesto a vacunarte	<b>f</b>	120	30	<b>150</b>
		<b>%</b>	80	20	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 6 se puede observar que, 77 personas (51.3%) respondieron que, si consideran que la información que proporciona los medios de comunicación de la municipalidad, destaca temas de salud, deporte, cultura, mientras que, 73 personas (48.7%) respondieron que no consideran que la información que proporciona los medios de comunicación de la municipalidad, destaca temas de salud, deporte, cultura.

Asimismo, en la tabla se observa que, 98 personas (65.3%) respondieron que, si consideran que la aceptación de la vacuna está determinada por medios de comunicación, mientras que, 52 personas (34.7%) respondieron que no consideran que la aceptación de la vacuna está determinada por medios de comunicación.

Además, se aprecia que, 110 personas (73.3%) respondieron que, si califican bueno la función que cumple los medios de comunicación que se utiliza sobre la COVID 19, mientras que 40 personas (26.7%) respondieron que, no califican bueno la función que cumple los medios de comunicación que se utiliza sobre la COVID 19.

También, se aprecia que, 99 personas (66%) respondieron que, la información recibida hizo que su forma de pensar cambie, mientras que, 51 personas (34%) respondieron que la información recibida no hizo que su forma de pensar cambie.

Por último, se aprecia que, 120 personas (80%) respondieron que, están dispuesto a vacunarse, mientras que 30 personas (20%) respondieron que no están dispuestos a vacunarse.

## Prueba de normalidad

**H0:** Los datos de la muestra siguen una distribución normal.

**H1:** Los datos de la muestra no siguen una distribución normal.

De acuerdo a los hallazgos de la prueba de normalidad, se evaluará normalidad de los datos, por lo mismo que se deberá toma el siguiente criterio:

Si  $p < 0.05$  se rechaza la H0 y se acepta la H1.

Si  $p \geq 0,05$  se acepta la H0 y se rechaza la H1.

### Tabla 7.

#### *Prueba de normalidad.*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>V1: Estrategias de comunicación</b>	0.071	150	,000*	0.989	150	0.648
Calidad de la comunicación	0.158	150	0.000	0.944	150	0.001
Participación	0.195	150	0.000	0.899	150	0.000
Distribución de información	0.150	150	0.000	0.956	150	0.003
<b>V2: Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19</b>	0.082	150	0,000	0.979	150	0.146
Condiciones para la aceptación de la vacuna	0.106	150	0.013	0.976	150	0.089
Condiciones para el rechazo de la vacuna	0.111	150	0.007	0.983	150	0.288

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

**Interpretación:** en la tabla 7 se aprecia que, los datos que se evaluarán serán de Kolmogorov-Smirnoy, ya que la cantidad de datos es mayor a 50, por otra parte, se verifica que el p valor o significancia en la V1 y V2 es de 0.000, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces se dice que, los datos no siguen una distribución normal, es así que, para evaluar la relación entre ambas variables se realizó la prueba de no paramétrica, y dentro de ella se usará la prueba de Rho de Spearman.



## Resultados inferenciales

Se utilizó el programa estadístico de SPSS V.26, el cual fue posible la contrastación de hipótesis, mediante la prueba de normalidad, se estableció utilizar la no paramétrica, ya que los datos no siguen una distribución normal, por lo tanto, se usará el Rho de Spearman.

### Planteamiento de hipótesis general

H0: No existe relación entre las estrategias de comunicación y aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

H1: Existe relación entre las estrategias de comunicación y aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

### Tabla 8.

*Prueba de hipótesis general.*

#### *Correlaciones*

		Estrategias de comunicación	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19	
Rho de Spearman	Estrategias de comunicación	Coeficiente de correlación	1.000	
		Sig. (bilateral)	,393**	
		N	0.000	
		150	92	
	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19	Coeficiente de correlación	,393**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
	N	150	150	

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 6 se aprecia que, el coeficiente de correlación de la prueba es de 0.393, lo que se puede concluir que las estrategias de comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 tienen una correlación baja, la cual es contrastada con el p valor de 0.000, por lo tanto, se concluye rechaza la hipótesis nula, es decir, existe relación entre las estrategias de comunicación y aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en un nivel directa positiva baja.

## Planteamiento de la hipótesis específica 1

H0: No Existe relación entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

H1: Existe relación entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

### Tabla 9.

*Prueba de hipótesis entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.*

#### *Correlaciones*

		Calidad de comunicación	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19
Rho de Spearman	Calidad de comunicación	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,354**
		N	0.000
	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19	Coefficiente de correlación	150
		Sig. (bilateral)	92
		N	,354**
		1.000	
		0.000	
		150	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 7 se puede apreciar que, el coeficiente de correlación es 0.354, por lo que se traduce en que existe una relación positiva baja, viendo el p valor de 0.000, se concluye que la hipótesis alterna es aceptada, es decir, existe relación entre la calidad de comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 el cual se encuentra en nivel de relación directa baja.

## Planteamiento de la hipótesis específica 2

H0: No existe relación entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

H1: Existe relación entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

### Tabla 10.

*Prueba de hipótesis entre la participación ya la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.*

#### *Correlaciones*

			Participación	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19
Rho de Spearman	Participación	Coeficiente de correlación	1.000	,324**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	150	92
	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19	Coeficiente de correlación	,324**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	150	150

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De acuerdo a la tabla 8 se puede apreciar que, el coeficiente de correlación es de 0.324 por lo que, se establece que existe una relación directa baja entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19, teniendo un p valor de 0.000, se establece aceptar la hipótesis alterna, es decir, existe una relación directa baja entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.

### Planteamiento de la hipótesis específica 3

H0: No existe relación entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

H1: Existe relación entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022.

**Tabla 11.**

*Prueba de hipótesis entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.*

#### *Correlaciones*

		Distribución de información	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19
Rho de Spearman	Distribución de información	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,357**
		N	0.000
	Aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19	Coefficiente de correlación	150
		Sig. (bilateral)	92
		N	,357**
		1.000	
		0.000	
		150	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Interpretación:** En la tabla 9, se puede apreciar que el coeficiente correlación es de 0.357 lo que se concluye que existe un r elación positiva baja, de acuerdo al p valor de 0.000 se establece aceptar la hipótesis alterna, es decir, existe un r elación entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19, en un nivel directo positivo bajo.

## **XII. Conclusiones y sugerencias**

Dentro de las conclusiones se establece los siguientes:

**Primero:** El objetivo general planteado en la investigación fue determinar la relación entre las estrategias de comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19, mediante la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una correlación de 0.393\*\* y un p valor de 0.000, es así que, a una menor aplicación de estrategias de comunicación, menor será la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en la población de Vilcabamba.

**Segundo:** El objetivo específico 1 fue determinar la relación entre la calidad de la comunicación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022, mediante la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una correlación de 0.354\*\* y un p valor de 0.000, es así que, a una mayor calidad de comunicación mayor será la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en la población de Vilcabamba.

**Tercera:** El objetivo específico 2 fue determinar la relación entre la participación y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022, mediante la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una correlación de 0.324\*\* y un p valor de 0.000, es así que, a una menor participación de la municipalidad, menor será la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en la población de Vilcabamba.

**Cuarta:** El objetivo específico 3 fue determinar la relación entre la distribución de información y la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en el distrito de Vilcabamba, 2022, mediante la prueba de Rho de Spearman se obtuvo una correlación de 0.357\*\* y un p valor de 0.000, es así que, a una mayor distribución de información mayor será la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19 en la población de Vilcabamba.

## **RECOMENDACIONES:**

Dentro de las sugerencias establecida en la investigación se tiene los siguientes:

**Primera:** Se recomienda a la municipalidad de Vilcabamba mejorar sus estrategias de comunicación para lograr una totalidad de la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la OVID 19.

**Segunda:** Se recomienda al área de relaciones públicas de la municipalidad de Vilcabamba, adoptar nuevas medidas en la calidad de información para mejorar la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.

**Tercera:** Se recomienda, a la población del distrito de Vilcabamba participar de las actividades que realiza la municipalidad sobre actividades o eventos en promoción de la aceptación de la aplicación de la vacuna contra la COVID 19.

**Cuarta:** Se recomienda al personal del área de relaciones públicas de la municipalidad de Vilcabamba adoptar nuevas medidas de distribución de información para que el mensaje llegue con mayor claridad y sea confiable para persuadir la decisión de la población y logre la aceptación de la vacuna.

### XIII. Bibliografía

- Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red, filtros, escaparates y noticias.* (2da. Ed.). UOC.  
<https://www.editorialuoc.cat/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-en-red-2a-ed>
- Center for Systems Science and Engineering. (2022). *Distribución geográfica del brote de la enfermedad por el Coronavirus (COVID-19) en el Mundo.*  
<http://www.bvs.hn/COVID-19/index2.html>
- Cesar, A. O. (2022). *Percepción de la aceptación de vacunación contra el covid-19 y factores relacionados en personas que acuden al centro de salud I-4 Javier Llosa García, Hunter, Arequipa 2022.* [Tesis para optar el grado de médico, Universidad Nacional San Agustín de Arequipa]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa.  
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/14168/MCALolcr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diario la República. (2022). *Así avanza la vacunación contra el COVID 19 en el Perú.*  
<https://data.larepublica.pe/avance-vacunacion-covid-19-peru/>
- Drucker, P. (2021). *10 pasos para crear estrategias de comunicación efectivas.*  
<https://www.becas-santander.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion.html>
- García, N. (2022). *12 ventajas de contar con estrategias de comunicación.*  
<https://nagoregarciasanz.com/12-ventajas-de-contar-con-estrategias-de-comunicacion/>
- Gobierno regional Cusco. (2021). *Vamos a tu encuentro con el Vacuna Raymi: conoce los puntos de inmunización en 112 distritos de la región Cusco.*  
<https://www.gob.pe/institucion/regioncusco/noticias/528577-vamos-a-tu-encuentro-con-el-vacuna-raymi-conoce-los-puntos-de-inmunizacion-en-112-distritos-de-la-region-cusco>

- Guillon, M., y Kergall, P. (2021). Factors associated with COVID-19 vaccination intentions and attitudes in France. *Public Health*, 198(1), 200–207. <https://doi.org/10.1016/J.PUHE.2021.07.035>
- Huamán, S. J., y Boza, L. ((2022). *Factores condicionantes para la aceptación de la vacuna para COVID-19 en el distrito de Ccochaccasa,2021*. [Tesis para optar el grado de licenciado, Universidad Nacional de Huancavelica]. Repositorio de la Universidad Nacional de Huancavelica. <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/ea8e3119-8091-4e36-9d68-285182713c14/content>
- Humana PMCÁ. (2021). *Aceptación aceptar la realidad como signo de fortaleza / Área humana*. <https://www.areahumana.es/aceptacion-aceptar-la-realidad/>
- Jachilla, R. J. (2022). *Vacunación contra la COVID 19 y percepción de la población en el Centro Poblado Micaela Bastidas en el año 2021*. [Tesis para optar el grado de magister, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100631/Jachilla\\_ORJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100631/Jachilla_ORJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Lora, P. (2022). Perspectivas jurídicas sobre a pandemia No brasil – mexico – colômbia. *Tirant lo blanch*, 2(1), 1-191. [https://editorial.tirant.com/free\\_ebooks/E000020005675.pdf#page=33](https://editorial.tirant.com/free_ebooks/E000020005675.pdf#page=33)
- Lockyer, B., Islam, S., Rahman, A., Dickerson, J., Pickett, K., Sheldon, T., Wright, J., McEachan, R., y Sheard, L. (2021). Understanding COVID-19 misinformation and vaccine hesitancy in context: Findings from a qualitative study involving citizens in Bradford, UK. *Health Expectations*, 24(4), 1158-1167. <https://doi.org/10.1111/hex.13240>
- Loza, J. S., Cárdenas, I. E., Miranda, M. G., Pérez, J. M., Fiallo, I. M., y Benítez, A. C. (2022). Pandemia en Ecuador: aceptación de la población ante la aplicación de la vacuna contra la covid – 19. *La ciencia al servicio de la*



salud y la nutrición, 1(1), 13-23.  
<http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/cssn/article/view/693/704>

Madero, S. (2022). Percepción de la jerarquía de necesidades de Maslow y su relación con los factores de atracción y retención del talento humano. *Contaduría y Administración*, 68(1), 235-259.  
<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3416>

Meijide, N. (2021). *Vías para aceptar el cambio y conseguir el éxito*.  
<https://forbes.es/empresas/5936/7-vias-para-aceptar-el-cambio-y-conseguir-el-exito/>

Ministerio de Salud. (2022). *Total de casos positivos por departamento del Perú*.  
[https://covid19.minsa.gob.pe/sala\\_situacional.asp](https://covid19.minsa.gob.pe/sala_situacional.asp)

Muniz, L. (2019). *Conoce los principales medios de comunicación y las características de cada uno*.  
<https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>

Paico, L. E. (2022). *Reflexiones de los usuarios acerca de la efectividad de la vacuna COVID-19, de un establecimiento de salud, Ventanilla, 2022*. [Tesis para optar el grado de magister, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95375/Paico\\_LLE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95375/Paico_LLE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pérez, R. A. (2001). Estrategias de comunicación. *Ariel*, 2(1), 131-163.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35326056/hologramatica2-V1\\_pp131-160-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668233486&Signature=WFhUWEiy~ClxmpXcl0DQ6zS4zDuz62FOj-OXIB6DdOA2TYi3Y6OkgWVd3CXMrJihpnJj13Fxr3z7b3LcnNRqP9I5IBvy21pc8oEw~mCGCO6upyXly7OHXLSs7vJbm8Os0rLLI7BrByCPnAoEKel2Eoq5kwi7smjVaDulohwXvjjMTn8AwUWyWCiAM38X9~TRYIz5Df9qRCFax6fCwn7QHADvdP9RkRuljFzZO~vGoyS5o-2p3XHtSeBXnvlDirSy7eID6EwZGxu8p8D4PYJBmwLgLc-zmEL-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35326056/hologramatica2-V1_pp131-160-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668233486&Signature=WFhUWEiy~ClxmpXcl0DQ6zS4zDuz62FOj-OXIB6DdOA2TYi3Y6OkgWVd3CXMrJihpnJj13Fxr3z7b3LcnNRqP9I5IBvy21pc8oEw~mCGCO6upyXly7OHXLSs7vJbm8Os0rLLI7BrByCPnAoEKel2Eoq5kwi7smjVaDulohwXvjjMTn8AwUWyWCiAM38X9~TRYIz5Df9qRCFax6fCwn7QHADvdP9RkRuljFzZO~vGoyS5o-2p3XHtSeBXnvlDirSy7eID6EwZGxu8p8D4PYJBmwLgLc-zmEL-)

7Pa2mh0VBflvCxAoSyE02PmCbMC9OZpX3SPtYDBKGAQqLjig9QKKA  
\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Pisconte, N. C. (2021). *Conocimiento sobre la vacuna contra COVID-19 y actitud frente a su aplicación en población de Lima-Perú, 2021*. [Tesis para optar el grado de magister, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68311/Piscoche\\_BNC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68311/Piscoche_BNC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rodríguez, J. D. (2022). *Actitud de la embarazada frente a los efectos adversos de la vacuna contra la COVID-19*. [Tesis para optar el grado de licenciado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional de la Universidad Técnica de Ambato. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36815/1/Rodr%c3%adguez%20Zapata%20Jessyca%20Daniela.pdf>

Samanta, S., Banerjee, J., Kar, S., Ali, K., Giri, B., Pal, A., y Dash, S. (2022). *Awareness, knowledge and acceptance of COVID-19 vaccine among the people of West Bengal, India: A web-based survey. Elsevier Public Health Emergency Collection*, 23(1), 46-55. <https://doi.org/10.1016/J.VACUN.2022.01.002>

Sauceda-Acosta, D., Beltrá, B., Araujo, S., Calderóm, A., y Olivera, P. (2022). Aceptabilidad de la vacuna contra la COVID-19 en alumnos de una universidad pública de Honduras. *Rev Méd Hondur*, 90(1), 44-53. <https://camjol.info/index.php/RMH/article/view/14396/17076>

Tibbels, N., Dosso, A., Fordham, C., Benie, W., Brou, J., Kamara, D., Hendrickson, Z., y Naugle, D. (2022). "On the last day of the last month, I will go": A qualitative exploration of COVID-19 vaccine confidence among Ivoirian adults. *Vaccine*, 40(13), 2028-2035. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2022.02.032>

Vidal-Cuelar, C., Zanoni, O., Mas, G., y Tello-Rodríguez, T. (2022). Percepción sobre las vacunas y nivel de conocimientos, actitudes y prácticas hacia la COVID-19 en adultos mayores de Lima, Perú. *Revista Peruana de*

*Medicina Experimental y Salud Publica*, 39(2), 200-207.  
[http://www.scielo.org.pe/pdf/rins/v39n2/en\\_1726-4642-rpmesp-39-02-201.pdf](http://www.scielo.org.pe/pdf/rins/v39n2/en_1726-4642-rpmesp-39-02-201.pdf)

Vilchez, A. L. (2022). *Percepción de la comunicación de riesgo en salud por la Covid-19 de los pobladores del asentamiento humano Consuelo de Velasco Piura, 2021*. [Tesis para optar el grado de licenciado, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio de la Universidad Nacional de Piura.  
<https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/3591/COMU-VIL-ALB-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yantalema, M. M. (2022). Factores que inciden en el retraso de la inoculación contra COVID-19 en adultos del centro de salud de Quito, 2022. [Tesis para optar el grado de magister, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/94213/Yantalema\\_PMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/94213/Yantalema_PMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Zhou, Y., Wang, Y., y Li, Z. (2021). Intention to get vaccinated against COVID-19 among nursing students: A cross-sectional survey. *Nurse Education Today*, 107, 105-152.  
<https://doi.org/10.1016/J.NEDT.2021.105152>

## ANEXO

### **Cuestionario sobre las estrategias de comunicación.**

Este cuestionario es anónimo y tiene el objetivo de conocer las estrategias de comunicación aplicadas por la municipalidad, por lo que solicitamos que conteste con la mayor sinceridad posible. El cuestionario es muy sencillo de contestar, solamente tienes que ir marcando SI y NO en donde considere que corresponda, Gracias por su participación.

N°	Preguntas	SI	NO
1	Considera oportuna la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19		
2	Considera exacta la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19		
3	Considera adecuada la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19		
4	Considera completa la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19		
5	Considera creíble la información que recibe de la municipalidad respecto a la vacuna de la COVID 19		
6	Solicita consejos y recomendaciones por parte de la municipalidad respecto a la COVID 19		
7	Considera que la municipalidad participa con usted para establecer objetivos y pronósticos		
8	Considera que la municipalidad la incluye en la planificación de actividades		
9	Considera que la municipalidad toma en cuenta sus sugerencias		
10	Considera que la municipalidad comparte todo tipo de información con usted		
11	Considera que la municipalidad informa adecuadamente las necesidades de la población		
12	Considera que la municipalidad proporciona información que sea útil para la población		

**Cuestionario sobre la aceptación de la aplicación de la vacuna contra el COVID 19.**

Este cuestionario es anónimo y tiene el objetivo de conocer la aceptación sobre la aplicación de la vacuna, por lo que solicitamos que conteste con la mayor sinceridad posible. El cuestionario es muy sencillo de contestar, solamente tienes que ir marcando SI y NO en donde considere que corresponda,

Gracias por su participación.

N°	Preguntas	SI	NO
1	Considera oportuna la campaña de vacunación contra la COVID 19 que ha implantado el gobierno		
2	Aceptarías vacunarte contra la COVID 19		
3	Consideras a la vacuna el único medio para protegerse de la COVID 19		
4	Consideras que tu decisión de vacunarte está influenciada por los medios de comunicación		
5	Consideras que la radio el mejor medio de comunicación para poder informarte		
6	Consideras que los roles que cumple la emisora de la municipal como: concientizar, informar logra que las personas accedan a vacunarse		
7	La información que proporciona los medios de comunicación de la municipalidad, destaca temas de salud, deporte, cultura.		
8	Consideras que la aceptación de la vacuna está determinada por medios de comunicación		
9	Calificas bueno la función que cumple los medios de comunicación que se utiliza sobre la COVID 19		
10	La información recibida hizo que tu forma de pensar cambie		
11	Estás dispuesto a vacunarte		