



## ANEXO 1

### FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

#### 1. Título del proyecto

Credibilidad de la población hacia los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción de noticias en Puno – 2023.

#### 2. Área de Investigación

Área de investigación	Línea de Investigación	Disciplina OCDE
Periodismo	Periodismo	Comunicación

#### 3. Duración del proyecto (meses)

12 meses

#### 4. Tipo de proyecto

Individual	<input type="radio"/>
Multidisciplinario	<input checked="" type="radio"/>
Director de tesis pregrado	<input type="radio"/>

#### 4. Datos de los integrantes del proyecto

<b>Apellidos y Nombres</b>	Huanca Rojas Félix
<b>Escuela Profesional</b>	Ciencias de la Comunicación Social
<b>Celular</b>	950002025
<b>Correo Electrónico</b>	<a href="mailto:felixhuro16@gmail.com">felixhuro16@gmail.com</a>

<b>Apellidos y Nombres</b>	García Tejada Mario Luis
<b>Escuela Profesional</b>	Ciencias de la Comunicación Social
<b>Celular</b>	953444953
<b>Correo Electrónico</b>	malugate84@hotmail.com

<b>Apellidos y Nombres</b>	Mario Milton Quisocala Lipa
<b>Escuela Profesional</b>	Ciencias de la Comunicación Social
<b>Celular</b>	994366861
<b>Correo Electrónico</b>	Marioql2011@gmail.com



- I. Título (El proyecto de tesis debe llevar un título que exprese en forma sintética su contenido, haciendo referencia en lo posible, al resultado final que se pretende lograr. Máx. palabras 25)

Credibilidad de la población hacia los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción de noticias en Puno – 2023.

- II. Resumen del Proyecto de Tesis (Debe ser suficientemente informativo, presentando -igual que un trabajo científico- una descripción de los principales puntos que se abordarán, objetivos, metodología y resultados que se esperan)

El presente proyecto de investigación titulado “Credibilidad de la población hacia los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción de noticias en Puno – 2023”, se desarrollará durante el primer semestre del año 2023 en la ciudad de Puno por ser capital de Región, teniendo como objetivo primordial conocer la credibilidad de la población hacia los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción de noticias.

El alcance de la investigación es descriptivo, puesto que se busca definir características de los hechos de investigación, el diseño de investigación es no experimental, ya que no hay manipulación de variables debido a que se analizan como se presentan en el ambiente natural, respecto al tiempo, la investigación es transeccional ya que se desarrolla en un momento y tiempo único, correspondiendo todo al enfoque cuantitativo de investigación. De ahí, que se plantea la hipótesis general siguiente: La población de Puno tiene una credibilidad de manera positiva hacia los medios de comunicación masiva, puesto que considera que, existe pluralidad de opiniones y se atiende las demandas sociales de la población. en el proceso de producción noticiosa.

La recolección de la información, se efectuará mediante la aplicación de una encuesta como parte del instrumento empleado, basándose en la escala de medición de actitudes Likert, estructurado por veintidós preguntas con cinco alternativas de respuesta. El procesamiento y tabulación de la información se ejecutará mediante el empleo del programa SPSS, utilizado para el análisis estadístico.

Los resultados esperados, están enmarcados en poder conocer la credibilidad que tiene la población puneña respecto a los medios de comunicación masiva en el proceso de producción de noticias. Así mismo, los resultados servirán como referente a los medios de comunicación masiva tradicionales a fortalecer y afianzar la objetividad, veracidad y pluralidad de sus productos ante el bombardeo de las fake news (noticias falsas) que abundan en redes sociales sin ningún control.

- III. Palabras claves (Keywords) (Colocadas en orden de importancia. Máx. palabras: cinco)

Credibilidad, medios de comunicación masiva, producción de noticias.



**IV. Justificación del proyecto (Describe el problema y su relevancia como objeto de investigación. Es importante una clara definición y delimitación del problema que abordará la investigación, ya que temas cuya definición es difusa o amplísima son difíciles de evaluar y desarrollar)**

En la actualidad, nuestra sociedad, que está integrada por diferentes entidades, entre instituciones, empresas, sean públicas o privadas y ciudadanía en general, necesitan tomar decisiones con inmediatez para un buen direccionamiento de sus organismos; el periodismo ante estos escenarios se convierte en un canal y fuente que provee información a través de sus noticias, investigaciones y comentarios, que son confiables y pueden tornarse necesarios para la toma de decisiones.

Un periodismo que sea parcializado, mediocre y carente de veracidad, contribuirá a que determinados medios carezcan de aceptación, por ende, difícilmente generarán corriente de opinión e influencia en la ciudadanía y poder político; salvo que tengan financiamiento de situaciones y fuentes irregulares, estarían tendientes a desaparecer.

La credibilidad periodística de los medios de comunicación masiva, esta en función de la objetividad, imparcialidad y veracidad de la información que publica, así como de la integridad profesional del recurso humano que integra su plana de periodistas, estos factores son importantes para determinar que un medio cuenta con credibilidad si, la población valora estos aspectos de manera positiva. Es imprescindible que los medios actúen con independencia de criterio, que sus miembros no estén involucrados en actos que signifiquen un mal manejo o tratamiento de la información, como la emisión de noticias erráticas o falsas del amera intencional o por falta de seriedad y profesionalismo, lo que repercute en la buena imagen del medio y los periodistas que la conforman.

Es imprescindible conocer el nivel de credibilidad que tiene la ciudadanía sobre el actuar de los medios de comunicación masiva, puesto que esa información permitirá a los medios conocer el sentir de la población respecto a su actuar durante el proceso de producción de noticias y, de la misma manera, tomar acciones conducentes a fortalecer la buena imagen y aceptación de la población al trabajo realizado. Por lo expuesto, se plantea la siguiente interrogante general:

¿Cuál es la credibilidad de la población hacia los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción de noticias en Puno – 2023?

Derivándose en las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cuáles son los factores que otorgan credibilidad a los medios de comunicación masiva de acuerdo a la opinión de la población?
- ¿Cuáles son los principales intereses que la población identifica como condicionantes del tratamiento de las noticias en los medios de comunicación masiva?
- ¿Cuáles son las principales presiones que soportan los medios de comunicación masiva en opinión de la población?
- ¿Cuál es el contexto laboral en el que se desenvuelven los periodistas, que la población percibe como limitantes del trabajo periodístico?

Los resultados de la presente investigación permitirán que los medios de comunicación masiva tengan un mejor posicionamiento y orientar acciones conducentes a logro de sus objetivos como difusores de información de calidad.



V. Antecedentes del proyecto (Incluya el estado actual del conocimiento en el ámbito nacional e internacional. La revisión bibliográfica debe incluir en lo posible artículos científicos actuales, para evidenciar el conocimiento existente y el aporte de la Tesis propuesta. Esto es importante para el futuro artículo que resultará como producto de este trabajo)

Martínez (2017) en su tesis titulada “Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario Los Angeles Times referente a la segunda Guerra del Golfo, año 2003”, tuvo como objetivo conocer de qué manera la manipulación fotográfica se relaciona con la credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario Los Angeles Times referida a la Segunda Guerra del Golfo, año 2003. La investigación realizada contempló el Diseño de investigación: No experimental. Corte transversal. Tipo de investigación: Aplicativa. Nivel de investigación: Descriptivo, correlacional, comparativa. Método de investigación: Inductivo, deductivo, analítico, estadístico y hermenéutico. En las conclusiones se confirmó la hipótesis general donde la manipulación fotográfica se relaciona significativamente con la credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario Los Ángeles Times referida a la Segunda Guerra del Golfo, Año 2003.

Vásconez (2010) en su investigación titulada: “La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad”. Tuvo como objetivos Determinar los indicadores de credibilidad de la opinión pública ecuatoriana sobre los medios de comunicación.; identificar los indicadores de credibilidad de la opinión ecuatoriana sobre los periodistas y conocer los factores que intervienen en la credibilidad de la opinión pública sobre los medios masivos de comunicación. En las conclusiones tenemos que, basados en los resultados de las encuestas, se comprobó que su credibilidad se encuentra medianamente moderada, debido a que sus porcentajes no alcanzan cifras muy altas. En promedio, los medios de comunicación a nivel local tienen menores porcentajes de credibilidad, debido a que hay más medios de comunicación por provincia y los resultados se dividieron en más opciones. A nivel nacional, la televisión, en especial Ecuavisa, recibió un porcentaje evidentemente alto frente a los demás. Asimismo, se determinaron los indicadores de credibilidad de la opinión pública ecuatoriana sobre los periodistas. Los resultados fueron moderadamente bajos, a excepción de Carlos Vera, que al momento que se realizaron las encuestas era periodista televisivo. Vera contó con un alto porcentaje de credibilidad, especialmente a nivel nacional. Por otro lado, en Internet el único periodista que constó en los resultados de las encuestas fue Jorge Ortiz, que constó con un porcentaje mínimo de credibilidad.

Rondón (2017) en su tesis titulada “El infoentretenimiento en la agenda periodística en el Facebook de los periódicos peruanos El Comercio y La República”, tiene el objetivo de analizar si se publican más noticias duras o blandas en el Facebook en los periódicos peruanos El Comercio y La República. Se ha realizado capturas de pantalla de cada una de las noticias que ambos periódicos han publicado en Facebook en una semana. Todas han sido clasificadas y el conteo ha revelado que existe una marcada agenda de infoentretenimiento en ambos diarios. Los resultados del análisis y el conteo de las publicaciones en Facebook han revelado que entre las noticias duras (portada, política, sociedad, mundo, economía y opinión) y las noticias blandas (tecnología, deporte, ocio, espectáculo y revista); las que tienen una mayor frecuencia de publicación son las noticias blandas, aunque en ciertos días han superado a las noticias duras. Este resultado comprueba nuestra hipótesis de que el infoentretenimiento tiene un rol destacado en el Facebook de ambos diarios y que configura la agenda periodística.

Trujillo (2016) en su investigación titulada “Credibilidad de los medios periodísticos digitales a través de la reputación online. Caso Andina y exitosa”, como una muestra específica para el trabajo, se aborda la labor que se realiza en la web y redes sociales de Andina y Exitosa. Para ello se ha establecido una metodología que emplea una técnica cualitativa, que consiste en el análisis de la credibilidad de las plataformas periodísticas digitales a través de su reputación online. También se ha empleado la técnica documental en el que se



recopilan los libros como Periodismo de marca e internet, Community Management para dummies, Identidad y Reputación Digital, El Concepto de Identidad, entre otros, con el objetivo de complementar la información presentada. Finalmente, se utiliza la técnica descriptiva en la que se selecciona y detalla los beneficios que obtienen los medios periodísticos digitales al contar con credibilidad, formas de actuar frente a una crisis, el aporte que puede ofrecer el Community Manager, repaso sobre los errores más comunes que provocan mala reputación online, entre otras. Entre las principales conclusiones de la investigación se dice que Los medios periodísticos digitales abusan de la intriga en sus titulares, en su intento por obtener más visitas en la web. Ello genera una reacción negativa por parte de los lectores, y como consecuencia, la credibilidad del medio puede perjudicarse. El trabajo del Community Manager es fundamental en la gestión de la reputación online, ya que éste será quien decida cómo publicará la noticia y bajo qué formato. Puede utilizar GIFs, galería de imágenes, infografías, entre otros recursos visuales, a fin de provocar la interacción de los usuarios.

Herrera (2017) en su investigación titulada: “Errores éticos en el periodismo político (caso Keiko Fujimori y Julio Guzmán)”. El objetivo principal es dar a conocer los errores éticos en los que podemos estar inmersos, consciente o inconscientemente, con el fin de evitarlos o, por lo menos, estar preparado para situaciones similares. Esta investigación se justifica en el hecho que, según estudios presentados, la credibilidad hacia los medios de comunicación ha estado disminuyendo con el pasar de los años. Según análisis realizados en Lima, solo 04 de cada 10 personas confía en su prensa. Para la metodología se documentó mediante libros y páginas web certificadas para conocer un poco más sobre la relación que existe entre la ética y el periodismo político. Además de videos de YouTube entrevistando a los principales periodistas éticos a nivel global. Asimismo, se elaboró cuatro entrevistas a connotados periodistas para que den su opinión respecto a cómo se está desarrollando el tratamiento de la información periodística y cómo ha ido cambiando con el pasar de los años. Además de analizar qué se debe y qué no se debe hacer al momento de presentar las noticias. Entre las principales conclusiones tenemos que el periodista ético debe tener pasión por servir al bien público y no difundir noticiosas tendenciosas con intereses de cualquier tipo. Pese a que suene muy utópico hablar de un medio con responsabilidad social, los valores y virtudes impartidos en cada periodista son necesarios para mantenerse al servicio de la comunidad y no dejarse llevar por intereses personales o económicos. Las tendencias en los estudios presentados indican que cada año la población confía menos en los periodistas, así como en los medios de comunicación en general. Esto debido a que piensan que están “parcializados”, pues se confirma que, cualquier dependencia del poder es mala para un periodista porque pierde credibilidad.

Yucra y Barrientos (2022) en su artículo de investigación titulada “Responsabilidad social de los medios de comunicación en Puno – Perú ante la COVID-19”, realizó un análisis sobre responsabilidad social que ejercen los medios locales de la ciudad de Puno. La investigación fue descriptivo – exploratoria, de diseño transversal y la técnica de la encuesta que fue aplicada mediante Google Forms a los directivos de ocho medios de comunicación tradicionales con mayor audiencia en la ciudad de Puno. Entre los resultados obtenidos se muestra que, los medios que formaron parte de la investigación, si asumieron la responsabilidad social con diferentes matices, finalmente concluye que se informó y sensibilizó a la población sobre esta enfermedad; sin embargo, la sobreexposición a infodemia y fake news generó incertidumbre.

## VI. Hipótesis del trabajo (Es el aporte proyectado de la investigación en la solución del problema)

La población de Puno tiene una actitud negativa respecto a la credibilidad de los medios de comunicación masiva, debido a que se considera que, en el proceso de producción noticiosa, no existe pluralidad de opiniones y no se atiende las demandas sociales de la población.

## VII. Objetivo general

Conocer la credibilidad de la población hacia los medios de comunicación masiva durante el proceso de producción de noticias en Puno – 2023.

## VIII. Objetivos específicos

- Precisar los factores que otorgan credibilidad de los medios de comunicación masiva de acuerdo a la opinión de la población.
- Señalar los principales intereses que la población identifica como condicionantes del tratamiento de las noticias en los medios de comunicación masiva.
- Precisar las principales presiones que soportan los medios de comunicación masiva en opinión de la población.
- Determinar el contexto laboral en el que se desenvuelven los periodistas, que la población percibe como limitantes del trabajo periodístico.

## IX. Metodología de investigación (Describir el(los) método(s) científico(s) que se empleará(n) para alcanzar los objetivos específicos, en forma coherente a la hipótesis de la investigación. Sustentar, con base bibliográfica, la pertinencia del(los) método(s) en términos de la representatividad de la muestra y de los resultados que se esperan alcanzar. Incluir los análisis estadísticos a utilizar)

Se utilizará el Método Científico. Para llegar a la verdad y sistematizar los conocimientos, el método científico es el modo ordenado de proceder para llegar a un resultado o fin determinado. El método científico es usado principalmente en la producción de conocimiento en las ciencias y consiste en la observación sistemática, medición y experimentación, y la formulación, análisis y modificación de las hipótesis (Carrasco, 2006, p. 34). El enfoque de investigación a desarrollar es cuantitativo, debido a que se trabaja el análisis estadístico y la recolección de datos con base en la medición numérica.

El alcance de la investigación es descriptivo. Los estudios descriptivos, buscan definir las características, propiedades y perfiles de las personas o grupos sujetos de la investigación, sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes (Hernández & Fernández, 2010, p. 80). Este alcance de estudio, mide, evalúa y recolecta datos sobre las características del fenómeno analizado.

Se aplicó el diseño No Experimental de tipo Transversal descriptivo. El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación (Hernández & Fernández, 2010, p. 120). El Diseño No experimental, las variables se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural, no se realiza una manipulación de las mismas. Respecto al tiempo será transversal porque la aplicación del instrumento de investigación se realizará en un solo momento y en un tiempo único, el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Respecto a la técnica, se empleará la escala de medición de actitudes Likert, la cual permite conocer las actitudes y medir el grado de conformidad del sujeto de investigación en relación a las interrogantes planteadas, proporcionando mayor información a valorar, a diferencia de las simples respuestas de si o no, producto de preguntas dicotómicas. Según Carrasco (2006) cada ítem debe contener una graduación



escalonada con dos extremos, del más favorable, al menos favorable, teniendo como resultado el parecer de manera objetiva y precisa de las personas sujetos de investigación (p. 296).

**Ubicación espacial:** La investigación se desarrollará en la ciudad de Puno (distrito), considerando los barrios de la zona norte y sur de la ciudad.

**Ubicación temporal:** Se desarrollará durante el primer semestre del año 2023

**Unidades de estudio:** Ciudadanos que habitan la ciudad de Puno (distrito), estimada según el INEI en 128.637 (2017) habitantes. Se aplicará el muestreo probabilístico estratificado.

## X. Referencias (Listar las citas bibliográficas con el estilo adecuado a su especialidad)

Abad, G. (2013). Medios, periodismo y responsabilidad social. En busca de políticas públicas en el Ecuador. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, (122), 13-22. <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/67/79>

Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias humanas* 2da. Edición. PEARSON.

Burgueño, J. (2010). *Cuestión de confianza. La credibilidad, el último reducto del periodismo del siglo XXI*. UOC. [https://books.google.com.pe/books?id=ZPkQ1V\\_QCsQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=ZPkQ1V_QCsQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)

Cabalin, C. y Lagos, C. (2009). Libertad de expresión y periodismo en Chile: presiones y mordazas. *Revista Palabra Clave*, 12(1), 37-59. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3040621>

Calduch, R. (1991). El público, la opinión pública y la sociedad internacional. *Relaciones Internacionales* (cap. 13). Ediciones Ciencias Sociales. Madrid. <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55159/lib1cap13.pdf>

Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. San Marcos.

Hernández, R. y Fernández, C. (2010). *Metodología de la investigación* 5ta. Edición. México: Mc Graw Hill.

Herrera, L. H. (2017). *Errores éticos en el periodismo político (caso Keiko Fujimori y Julio Guzmán)* [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/103>

Martínez, K.G. (2017). *Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía publicada en el diario Los Angeles Times referente a la segunda Guerra del Golfo, año 2003* [Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio institucional de la Universidad San Martín de Porres. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3312>

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., Villagómez, A. (2014). *Metodología de la Investigación. Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* 4ta. Edición. Colombia: Ediciones de la U.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., Romero, H. (2018) *Metodología de la investigación Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* 5ta. Edición- Colombia: Ediciones de la U.



Rondón, M. X. (2017). *El infoentretenimiento en la agenda periodística en el Facebook de los periódicos peruanos El Comercio y La República* [Tesis de licenciatura, Universidad Antonio Ruiz de Montoya]. Repositorio institucional de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya.

<http://hdl.handle.net/20.500.12833/47>

Trujillo, S. (2016). *Credibilidad de los medios periodísticos digitales a través de la reputación online. Caso Andina y exitosa* [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Mesa]. Repositorio institucional de la Universidad Jaime Bausate y Mesa.

<https://hdl.handle.net/20.500.14229/95>

Valderrama, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima Perú: San Marcos.

Vásconez, I. (2010). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad. *Revista ComHumanitas*, 1(1), 173-182.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5896200>

Yucra-Mamani, Y. J., Barrientos Paredes, K. N., & Vera del Carpio, M. del R. (2022). Responsabilidad Social de los medios de comunicación en Puno - Perú ante la COVID-19. *Comuni@cción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 13(3), 189–200.

<https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.694>

**XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto (Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)**

Los resultados del siguiente proyecto de investigación, permitirán a los medios de comunicación masiva, conocer la actitud que tienen la población de la ciudad de Puno, respecto a la credibilidad que gozan los medios de comunicación, conociendo principales intereses que la población identifica como condicionantes del tratamiento de las noticias, así mismo, precisar las principales presiones que soportan los medios de comunicación masiva en opinión de la población y por consiguiente, el contexto laboral, que la población percibe como limitantes del trabajo periodístico.

Todos estos considerandos, permitirán a los medios de comunicación masiva, elementos para reorientar sus políticas de trabajo tanto a nivel interno como externo, fortaleciendo el contacto con la ciudadanía, mejorando su posicionamiento en el imaginario social de la población.

**XII. Impactos esperados**

**i. Impactos en Ciencia y Tecnología**

Los alcances de la presente investigación, permite conocer las corrientes de opinión que tiene la población respecto al desenvolvimiento de los medios de comunicación, ya que son los medios quienes juegan un papel importante en la formación de conciencia ciudadana.



## ii. Impactos económicos

Conocer la credibilidad que tiene la población hacia el trabajo realizado por los medios tradicionales, permitirá reorientar sus políticas y un mejor posicionamiento en el mercado, significando una mejor oferta y mayor demanda de información de calidad por parte de la población de la ciudad de Puno.

## iii. Impactos sociales

Permitirá reorientar de mejor manera sus políticas sociales y tener una mejor interacción con la población, como espacios formales de intercambio de información y difusión de la misma de manera veraz y objetiva, a diferencia de las redes sociales, donde la formalidad del tratamiento de la información, es muy cuestionable.

## iv. Impactos ambientales

Los impactos en esta área de la investigación, persiguen un mejor y mayor involucramiento de los medios de comunicación masiva, con todo su entorno, no solo con su público interno y público objetivo externo. Conocer cómo piensa su entorno permitirá reorientar políticas conducentes a trabajar la responsabilidad social empresarial.

## XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)

02 computadoras  
01 licencia de software SPSS  
01 memoria externa  
02 USB  
03 millares de papel  
05 encuestadores  
01 analista estadístico

## XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)

El proyecto se realizará en Puno (distrito) capital de la Región.



**XV. Cronograma de actividades**

Actividad	Trimestres											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Presentación del proyecto de investigación	x											
Revisión de literatura		x	x	x								
Trabajo de campo					x	x						
Sistematización							x					
Análisis e interpretación de los datos								x	x			
Elaboración del informe										x	x	
Presentación del informe final												x

**XVI. Presupuesto**

Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario (S/.)	Cantidad	Costo total (S/.)
USB	02	60.00	02	120.00
Lapiceros	20	5.00	20	100.00
Memoria externa	01	500.00	01	500.00
Papel bond 80 gramos	3 M	30.00	3	90.00
Libros	04	200.00	04	800.00
Impresiones fotocopias	2 M	0.20	2000	400.00
Transporte	03 pers.	1.00	240	720.00
Analista estadístico	01	1000.00	1	1000.00
Encuestadores	05	400.00	05	2000.00
Internet	4 h. x día	1.00	500 h.	500.00
Anillados	04	10.00	05	50.00
Licencia software SPSS	01	500	01	500.00
Imprevistos				800.00
<b>TOTAL</b>				<b>7580.00</b>