

**Universidad Católica de Santa María**  
**Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades**  
**Escuela Profesional de Comunicación Social**



**EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL  
DESARROLLO UTILIZADAS EN EL PROYECTO EMPODERAMIENTO DE  
LA MUJER RURAL EN LOS DISTRITOS DE UMACHIRI Y LLALLI,  
APLICADO POR DESCOSUR, PROVINCIA DE MELGAR, PUNO – 2020.**

Tesis presentada por la  
Bachiller:

**Carrasco Rosas, Paola Lucía**

Para optar el Título Profesional  
de: **Licenciada en  
Comunicación Social, con  
mención en Comunicación  
para el Desarrollo.**

Asesor:

**Dr. Torres Orihuela, Guido**

**Arequipa – Perú**

**2022**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**  
**COMUNICACION SOCIAL**  
**TITULACIÓN CON TESIS**  
**DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR**

Arequipa, 13 de Octubre del 2021

Dictamen: 00-4431-C-EPCS-2021

Visto el borrador del expediente 004431, presentado por:

**2014240212 - CARRAZCO ROSAS PAOLA LUCIA**

Titulado:

**EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO UTILIZADAS EN EL  
PROYECTO EMPODERAMIENTO DE LA MUJER RURAL EN LOS DISTRITOS DE UMACHIRI Y  
LLALLI, APLICADO POR DESCOSUR, PROVINCIA DE MELGAR, PUNO ? 2020.**

Nuestro dictamen es:

**APROBADO**

**0191 - FEBRES TAPIA DE PINTO MARIA DIANA AMPARO**  
**DICTAMINADOR**

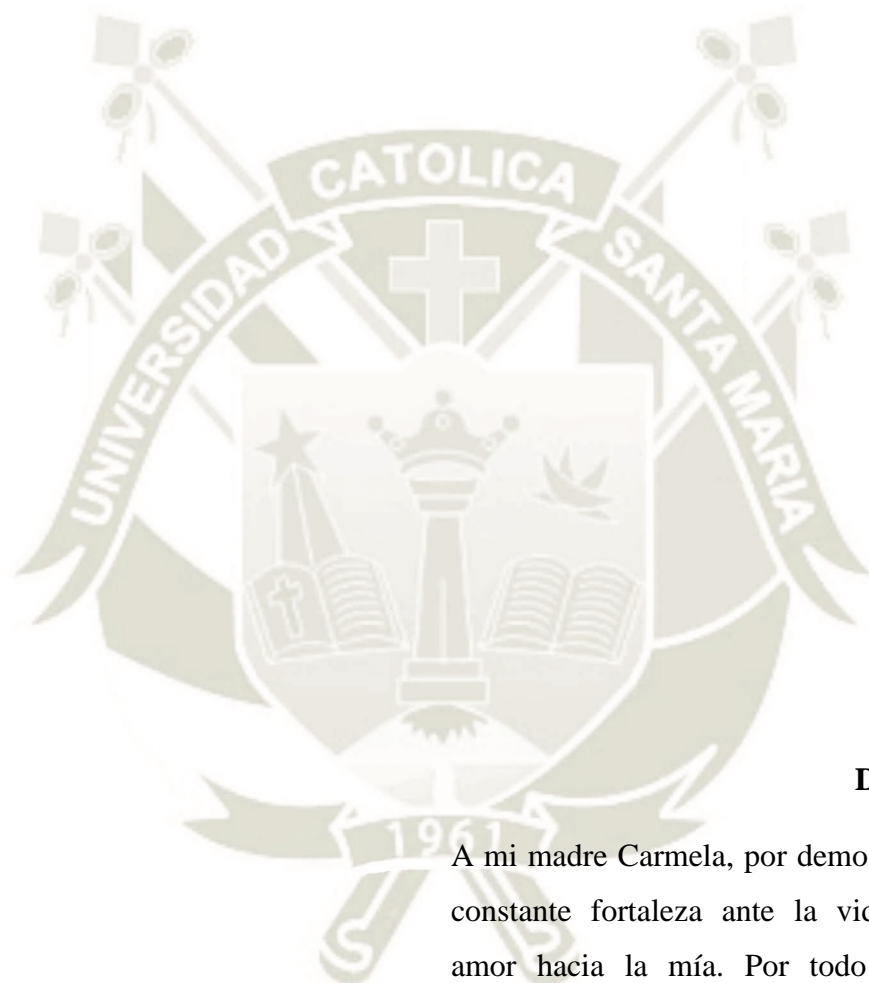


**1223 - CORNEJO PAREDES DORIS**  
**DICTAMINADOR**



**2824 - BARRIGA ZEGARRA CARLOS MARTIN**  
**DICTAMINADOR**





## **DEDICATORIA**

A mi madre Carmela, por demostrar día a día su constante fortaleza ante la vida e inigualable amor hacia la mía. Por todo el sacrificio y superación, esto es íntegramente para ti.

A mi mamá Lucía, por ser el pilar más importante de mi familia, por todo su amor y valentía y por haberme permitido vivir los días más bonitos a su lado.

A mi padre David, por haber hecho realidad todos mis sueños, sin renunciar, siempre

conmigo.



“Es necesario  
revertir el hechizo.

Ese,  
que borra a las mujeres  
de los libros de historia,  
de las esferas de poder,  
de las antologías.

Ese,  
que las encierra  
entre cuatro paredes,  
con solo

colocarles un anillo.”

*Guisela López.*

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general evaluar las estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el proceso participativo del proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli, aplicado por descosur, Provincia de Melgar, Puno. Como también, dentro de los objetivos específicos se contempla determinar la participación de las beneficiarias durante el proceso de las estrategias de Comunicación para el Desarrollo y la realización de la evaluación participativa. Además de identificar el proceso de la realización del diseño de actividades y los medios de comunicación utilizados para mejorar principalmente la calidad de vida de la mujer rural, a favor de su empoderamiento.

En la recolección de datos, la técnica empleada fue la encuesta, enfocada en los indicadores y subindicadores de la variable. Y fue aplicado a una muestra total de 237 personas que participaron en el proyecto de empoderamiento. Los resultados obtenidos se representan en 21 tablas y gráficos. De esa manera podemos apreciar ordenadamente los datos recopilados.

Finalmente, con la información lograda se llegó a concluir que las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas en este proyecto de empoderamiento fueron las adecuadas. Por demostrar como base, la teoría y práctica de la participación de las actoras sociales como tal, en la elaboración y ejecución general del proyecto. Además de aplicar con éxito los cuatro aspectos generales del proceso evaluado. También se identificó a la radio y comunicación alternativa, como los medios de comunicación con un nivel alto de efectividad en cuanto a la difusión del mensaje.

Palabras clave: Comunicación para el desarrollo, estrategias de comunicación, empoderamiento de la mujer.

## ABSTRACT

The present investigation called Evaluation of Communication Strategies for Development used in the project "Empowerment of Rural Women in the districts of Umachiri and Llalli, applied by descosur, Province of Melgar, Puno". Has as its main objective, evaluate the Communication for Development strategies applied in the project process of the NGO descosur. As well, within the specific objectives it is contemplated to determine the participation of the beneficiaries during the process of Communication for Development strategies and the performance of the participatory evaluation. In addition to identifying the process of carrying out the design of activities and the means of communication used.

In data collection, the technique used was the survey, focused on the indicators and sub-indicators of the variable. And it was applied to a total sample of 237 people who participated in the empowerment project. The results obtained are represented in 21 tables and graphs. In this way we can see the collected data in an orderly fashion.

Finally, with the information obtained, it was concluded that the strategies for development used in this empowerment project were adequate. For demonstrating as a basis, the theory and practice of the participation of social actors as such, in the development and general execution of the project. In addition to successfully applying the four general aspects of the evaluated process. Radio and alternative communication were also identified as the media with a high level of effectiveness in terms of spreading the message.

Keywords: Communication for development, communication strategies, women's empowerment.

## INTRODUCCIÓN

El empoderamiento de la mujer implica impulsar iniciativas, generar espacios de trabajo en donde se pueda desarrollar activamente nuestra participación e inclusión, y sobre todo que sea visible en cada sector y nivel socioeconómico. Es por ello, por lo que este tema resulta importante a resaltar en sociedades como la nuestra, en donde un machismo normalizado, prima y guía a la mayoría de los habitantes. Hoy, frente a esta problemática, considero que nos encontramos en un proceso de cambio, en un proceso de deconstrucción, realizando justamente proyectos como el evaluado en esta tesis, que contribuyen a nuestra sociedad.

En el 2018, un estudio realizado por el INEI tuvo como objetivo generar conocimiento acerca de las dimensiones y factores asociados al empoderamiento de la mujer peruana para implementar políticas públicas. En donde se obtuvo que, según el grupo focal, la autonomía o trabajo remunerado, la autoestima y salud emocional, participación comunitaria y educación y capacitación familiar, son los factores que rescataron como claves para forjar empoderamiento.

Dentro de ese contexto, la comunicación para el desarrollo tiene un rol importante, puesto que, desde las estrategias participativas se logra concientizar a una población o comunidad para un único fin: el cambio positivo de comportamientos. Como es el caso de la presente investigación evaluativa, realizada en los distritos de Umachiri y Llalli de la Provincia de Melgar, Puno. Lugares en los que la ONG descosur (Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo del Sur), identificó mediante un diagnóstico participativo, la carencia de inclusión de la mujer, además de índices elevados en cuanto a violencia familiar y machismo. Indicadores claros sobre la falta de trabajo en cuanto a género.

El desarrollo de esta investigación consta de 3 capítulos. El primero contempla el planteamiento teórico, formado por el enunciado del problema, el cuadro de variables, justificación, objetivos e interrogantes, así como también el marco de referencia junto a los fundamentos teóricos y antecedentes del problema. El segundo capítulo, lo conforma el planteamiento operacional, en donde se precisa la metodología, técnica e instrumento, estrategias de recolección de datos y el cronograma de trabajo. Finalmente, esta investigación culmina con el tercer capítulo, en donde se reflejan los resultados obtenidos con sus respectivas interpretaciones, conclusiones y

recomendaciones dadas por mi persona. Asimismo, el anexo correspondiente al instrumento aplicado.





## ÍNDICE

RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO</b>	<b>2</b>
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1 Enunciado del problema	2
1.2 Descripción del problema	2
1.2.2 Operacionalización de variables	2
1.3 INTERROGANTES	3
2. JUSTIFICACIÓN	3
3. OBJETIVOS	4
4. MARCO DE REFERENCIA	4
4.1 MARCO INSTITUCIONAL “DESCOSUR”	4
4.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS	7
5. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	22
<b>CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL</b>	<b>25</b>
1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	25
2. CAMPO DE VERIFICACIÓN	25
2.1 Ubicación espacial	25
2.2 Ubicación temporal	25
2.3 UNIDADES DE ESTUDIO	25
2.3.2 MUESTRA/SUBCORPUS	26
3. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	28
3.1 CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS	28
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>30</b>
CONCLUSIONES	75
SUGERENCIAS	76
REFERENCIAS	77
<b>ANEXO</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA LOCALIDAD .....	30
TABLA RANGO DE EDADES .....	31
TABLA N° 01 .....	32
¿DE QUÉ MANERA SE INVOLUCRÓ USTED EN EL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO?.....	32
TABLA N° 02 .....	35
CREE USTED QUE EL PROCESO DE DIÁLOGO FUE: .....	35
TABLA N° 03 .....	37
¿TUVO OPORTUNIDAD DE EXPRESAR SUS IDEAS Y DIFUNDIRLAS MEDIANTE EL PROYECTO?.....	37
TABLA N° 04 .....	39
¿CONSIDERA QUE SE TOMARON EN CUENTA LAS OPINIONES DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES?.....	39
TABLA N° 05 .....	41
¿RECIBIÓ CAPACITACIONES QUE LE INFORMABAN SOBRE LOS TEMAS A TRABAJAR DURANTE EL PROYECTO? .....	41
TABLA N° 06 .....	43
¿SE EXPONÍAN CONSTANTEMENTE LOS AVANCES ALCANZADOS DURANTE LA ETAPAS DEL PROYECTO? .....	43
TABLA N° 07 .....	45
¿DE QUÉ MANERA? .....	45
TABLA N° 08 .....	47
¿CONSIDERA QUE FUE UN ACTORA SOCIAL INVOLUCRADA PARA GENERAR EL CAMBIO DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN? .....	47
TABLA N° 09 .....	49
¿CONSIDERA USTED QUE DURANTE EL PROYECTO SE IMPULSÓ EL LIDERAZGO EN LAS INTEGRANTES DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN? ..	49

TABLA N°10 .....	50
MARQUE LA O LAS ACTIVIDADES EN LAS QUE USTED PARTICIPÓ ACTIVAMENTE EN SU ELABORACIÓN Y DESARROLLO .....	51
TABLA N°11 .....	53
¿SE TOMARON EN CUENTA PROPUESTAS SUGERIDAS POR LA COMUNIDAD/ASOCIACIÓN PARA EL DISEÑO DE LAS ACTIVIDADES? .....	53
TABLA N°12 .....	55
¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN FUERON UTILIZADOS PARA FINES DEL PROYECTO? .....	55
TABLA N°13 .....	57
A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO USTED SE ENTERÓ DEL PROYECTO. ....	57
TABLA N°14 .....	59
SEGÚN SU OPINIÓN, ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN FUE EL MEJOR PARA LLEVAR EL MENSAJE DEL PROYECTO?.....	59
TABLA N°15 .....	61
LA DIFUSIÓN DEL MENSAJE DEL PROYECTO FUE .....	61
TABLA N°16 .....	63
SEGÚN SU EXPERIENCIA, ¿DE QUÉ MANERA SE ELABORARON LOS MENSAJES QUE SE DIFUNDIERON DURANTE EL PROYECTO? .....	63
TABLA N°17 .....	65
SEGÚN SU EXPERIENCIA DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO, ¿QUÉ MEDIOS ALTERNATIVOS SE UTILIZARON? .....	65
TABLA N°18 .....	67
SEGÚN SU EXPERIENCIA, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS SE UTILIZARON PARA LLEVAR LOS MENSAJES DEL PROYECTO?.....	67
TABLA N°19 .....	69
¿AL FINALIZAR EL PROYECTO USTED PUDO EXPRESAR SU OPINIÓN LIBREMENTE? .....	69

TABLA N°20 .....	71
¿CONSIDERA USTED QUE EN LA EVALUACION DEL PROYECTO LA COMUNICACIÓN FUE FLUIDA? .....	71
TABLA N°21 .....	73
FINALMENTE ¿CONSIDERA USTED QUE PARTICIPÓ EN ESPACIOS DE APRENDIZAJE DONDE COMPARTIERON LOS RESULTADOS, LOGROS, EXPERIENCIAS Y NUEVOS CONOCIMIENTOS OBTENIDOS DURANTE LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO? .....	73

### INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO LOCALIDAD.....	30
GRÁFICO RANGO DE EDADES.....	31
GRÁFICA N° 01 .....	34
DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO .....	34
GRÁFICA N° 02.....	36
DIÁLOGO .....	36
GRÁFICO N° 03 .....	38
EMPODERAMIENTO .....	38
GRÁFICO N° 04.....	40
INTERVENCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES.....	40
GRÁFICO N° 05 .....	42
SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA .....	42
GRÁFICO N° 06.....	44
SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA .....	44
GRÁFICO N° 07.....	46
SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA .....	46
GRÁFICO N° 08.....	48
ACTORAS SOCIALES.....	48
GRÁFICO N° 09 .....	49
LIDERAZGO.....	50
GRÁFICO N°10.....	52

DISEÑO DE ACTIVIDADES.....	52
GRÁFICO N°11 .....	54
DISEÑO DE ACTIVIDADES.....	54
GRÁFICO N°12.....	56
ELECCIÓN DE MEDIOS .....	56
GRÁFICO N°13.....	58
ELECCIÓN DE MEDIOS .....	58
GRÁFICO N°14.....	60
ELECCIÓN DE MEDIOS .....	60
GRÁFICO N°15.....	62
DIFUSIÓN.....	62
GRÁFICA N°16.....	64
ELABORACIÓN DEL MENSAJE PARTICIPATIVO.....	64
GRÁFICO N°17.....	66
COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.....	66
GRÁFICO N°18.....	68
SOPORTES DE COMUNICACIÓN.....	68
GRÁFICO N°19.....	70
AUTONOMÍA.....	70
GRÁFICO N°20.....	72
RETROALIMENTACIÓN.....	72
GRÁFICO N°21 .....	74
APRENDIZAJE.....	74



**CAPÍTULO I**  
**PLANTEAMIENTO TEÓRICO**



## I PLANTEAMIENTO TEÓRICO

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Enunciado del problema

EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO UTILIZADAS EN EL PROYECTO EMPODERAMIENTO DE LA MUJER RURAL EN LOS DISTRITOS DE UMACHIRI Y LLALLI, APLICADO POR DESCOSUR, PROVINCIA DE MELGAR, PUNO – 2020.

#### 1.2 Descripción del problema

##### 1.2.1 Campo, área y línea de acción

**Campo:** Comunicación social.

**Área:** Comunicación para el desarrollo

**Líneas de acción:** Estrategias de comunicación para el desarrollo.

##### 1.2.2 Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	SUBINDICADORES
EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	PROCESO PARTICIPATIVO	Participación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diagnóstico participativo</li> <li>● Diálogo</li> <li>● Empoderamiento</li> <li>● Intervención en la toma de decisiones</li> <li>● Actoras sociales</li> <li>● Socialización de la información</li> <li>● Liderazgo</li> </ul>
		Diseño de Actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plan de incidencia</li> <li>● Planes Locales de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (PLIO)</li> <li>● Agenda mujer</li> </ul>
		Medios de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboración del mensaje participativo</li> <li>● Comunicación alternativa</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>● Difusión</li> <li>● Soportes de comunicación</li> </ul>
		<b>Evaluación Participativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Autonomía</li> <li>● Retroalimentación</li> <li>● Aprendizaje</li> </ul>

### 1.3 INTERROGANTES

- ¿Cuál es la evaluación de las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas en el proceso participativo del proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli, aplicado por descosur provincia de Melgar, Puno – 2020?
- ¿Cuál es el nivel de participación de las beneficiarias en el proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli?
- ¿De qué manera se presentó el proceso participativo en la realización del diseño de actividades en el proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli?
- ¿Cuáles fueron los medios de comunicación utilizados en el proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli?
- ¿Cómo se llevó a cabo la evaluación participativa del proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli?

## 2. JUSTIFICACIÓN

La importancia de la investigación reside en la evaluación de cómo se llevaron a cabo las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas en el proceso participativo en el proyecto de género: Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli, aplicado por **descosur**, provincia de Melgar, Puno – 2020. Que, desde un enfoque social, muestra el trabajo desarrollado en una realidad en donde la comunicación y sus estrategias enfocadas para el desarrollo fueron puntos clave para alcanzar resultados positivos en las poblaciones.

La investigación realizada es de carácter científico, puesto que responde a la



utilización del método científico y se exponen los temas con bases de investigación, de esta manera dar mayor sustento comunicacional al proyecto investigado. Es pertinente realizar este estudio, ya que las estrategias aplicadas dentro del proyecto corresponden a investigaciones pertenecientes a la comunicación para el desarrollo. Además, de ser factible por contar con los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros necesarios para su realización.

La utilidad del estudio recae en la relevancia social y en temas académicos relacionados con la comunicación para el desarrollo, los datos recogidos servirán como apoyo a futuras investigaciones afines al tema. Se reflejan temas de género que, anteriormente no fueron considerados con frecuencia dentro proyectos, sin embargo, en la actualidad son temas fundamentales dentro de nuestra sociedad y por consecuencia necesitan ser objeto de mayores investigaciones.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo General**

Evaluar las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas en el proceso participativo del proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli, aplicado por descosur, provincia de Melgar, Puno – 2020.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la participación de las beneficiarias en el proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli.
- Identificar el proceso participativo en la realización del diseño de actividades del proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli.
- Identificar los medios de comunicación utilizados en el proyecto Empoderamiento de la mujer rural en los distritos de Umachiri y Llalli.
- Determinar la realización de la evaluación participativa en las beneficiarias de los distritos de Umachiri y Llalli.

### **4. MARCO DE REFERENCIA**

#### **4.1 MARCO INSTITUCIONAL “DESCOSUR”**

**descosur - Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo del Sur.**

#### 4.1.1 Ubicación



Fuente: Google Maps, 2021

#### 4.1.2 Historia

La presencia de desco en el departamento de Arequipa se inicia en 1985 con la ejecución del Programa de Desarrollo Rural Valle del Colca, que contribuyó al desarrollo económico y social de la provincia de Caylloma, al dinamizar y consolidar los circuitos económicos de los camélidos sudamericanos domésticos, los policultivos (el portafolio comercial y de autoconsumo), apoyar el funcionamiento de las organizaciones económicas y sociales e instituciones en su gestión del desarrollo local y provincial. (DESCOSUR, s.f).

#### MISIÓN

Promovemos el desarrollo sostenible, conjuntamente con los actores económicos, sociales y políticos (públicos y privados) para mejorar las condiciones de vida y la reducción de las desigualdades, en poblaciones urbanas marginales, familias de pequeños productores rurales, desde la macro región sur del Perú (DESCOSUR, s.f.).

## VISIÓN

Somos una institución reconocida, con propuestas de desarrollo territorial sostenible validadas y difundidas, en alianza estratégica con los actores sociales, aportando alternativas frente al cambio climático, desigualdad económica, social y de género, gestión ambiental y desarrollo de la institucionalidad local para la gobernabilidad y democracia (DESCOSUR, s.f.).

## ORGANIGRAMA



## QUÉ HACEMOS

### **Desarrollo institucional local y participación ciudadana en el proceso de descentralización:**

Comprende acciones de acompañamiento en el desarrollo de las capacidades propositivas y de negociación de las organizaciones de los sectores populares rurales y urbanos, para el ejercicio de derechos y deberes, es decir el ejercicio efectivo de la ciudadanía de todos los sectores de la sociedad, como parte de un proceso de consolidación de la democracia, la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos en los distintos niveles del Estado (gobierno local y regional), y trabajar por la descentralización y la gobernabilidad (DESCOSUR, s.f.).

**Gestión de los recursos naturales y educación ambiental:**

Se basa en las experiencias desarrolladas en la ejecución de los diferentes proyectos. Forman parte a su vez de sus estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático.

La gestión y manejo de los recursos hídricos, forma parte de nuestras actividades centrales para impulsar la ejecución de los proyectos para garantizar la sostenibilidad de las actividades económicas, como condición del desarrollo de la producción agropecuaria, impulsando actividades orientados a la conservación, el incremento y la disponibilidad del agua para la agricultura y la ganadería (DESCOSUR, s.f.)

**Dinamización del desarrollo económico territorial sostenible: producción agropecuaria, turismo rural comunitario, seguridad alimentaria, desarrollo de capacidades, gestión empresarial y acceso al mercado:**

Este eje temático propicia el desarrollo económico territorial sostenible promoviendo los sectores de producción agropecuaria, turismo rural, el desarrollo de capacidades para la gestión empresarial (para promover la pequeña industria rural y las MIPES en las ciudades), y el acceso al mercado (DESCOSUR, s.f.).

En los territorios donde intervenimos, se vienen impulsando actividades turísticas conexas a la producción agropecuaria (orientada al mercado de consumo generado por la afluencia de visitantes), vienen surgiendo nuevos circuitos turísticos locales y pequeñas empresas familiares de servicios (alojamiento, gastronomía, guiado) (DESCOSUR, s.f.).

**4.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS****4.2.1 PROCESO PARTICIPATIVO**

Los procesos participativos son instrumentos importantes y necesarios para favorecer la fase deliberativa y el contraste de perspectivas diferentes, antes de tomar una decisión sobre ciertos temas de interés público. De ahí la importancia también de diseñar unos buenos procesos de participación, de calidad en función del problema o situación a abordar. Teniendo claro, eso sí, que los procesos participativos por sí solos

no hacen la participación ciudadana (EUDEL,2009).

La Estrategia se construye a partir de procesos y capacidades en CpD (INIAF, 2011).

## **A. EVALUACIÓN**

La evaluación consiste, con las correspondientes excepciones, en el análisis comparativo del documento de Proyecto con sus objetivos (generales y específicos), actividades y requerimientos, con la situación final a que se llegó en el momento de la evaluación (Calvelo, 2017).

## **B. ESTRATEGIAS**

Se puede definir una estrategia como una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado (FAO, 2008).

La estrategia es el arte de planificar acciones para conducir a una firma hacia un objetivo determinado en el tiempo, a la luz de sus cualidades intrínsecas y del contexto que la rodea (Cleri, 2016).

## **C. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

La Comunicación para el Desarrollo (CpD) implica el uso planificado de diferentes estrategias (medios de comunicación y otros) para ayudar a las personas a tomar conciencia y articular su posición, intercambiar conocimientos y habilidades para tomar el control sobre sus vidas, alcanzar el consenso y manejar conflictos, así como mejorar la eficacia de sus organizaciones. La comunicación es establecer puentes de entendimiento dentro de una comunidad humana mediante el intercambio de mensajes que enriquezcan el sentido y el conocimiento común, a menudo con el propósito de abrazar el cambio (ICDS, 2011).

La Comunicación para el Desarrollo es un proceso social basado en el diálogo usando un amplio abanico de instrumentos y de métodos. Se refiere también a la búsqueda del cambio a diferentes niveles que incluyen escuchar, construir confianza, compartir conocimiento y habilidades, desarrollar políticas, debatir y aprender para lograr cambios sostenibles y significativos. No se trata de relaciones públicas ni de

comunicación corporativa (Consenso de Roma, 2006).

#### **D. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Una estrategia de comunicación para el desarrollo proporciona el marco de referencia para la selección de los mejores enfoques, mensajes, métodos y canales de comunicación en respuesta a las necesidades y prioridades locales, sobre la base de los conocimientos y las redes rurales existentes. Complementada por un plan de acción concreto, la estrategia se parece a una hoja de ruta para mantener a los profesionales de campo en el camino correcto y para que se enfoquen en los objetivos que las actividades de CpD contribuirán a lograr. (FAO, 2016)

##### **4.2.2 PARTICIPACIÓN**

Con relación a la definición, Stringer citado por Sánchez (2000), interpreta tres versiones conocidas sobre la participación con base en la teoría de los constructos personales las cuales son, “tener parte de”, que pertenece a un grupo, “tomar parte en” algo con otros y “ser parte de” algo, es decir, involucrarse en lo esencial de esto, con lo cual se tiene y se toma parte.

En la aceptación “ser parte de”, por el contrario, se requiere que los sistemas de constructos de ambos sean parte integral del proceso de diseño, lo que exige, a fin de garantizar congruencia entre los constructos del público y del plan, una relación de comunicación que garantice la influencia mutua entre los constructos de uno y de otros. (Sánchez, 2000)

Por otro lado, para Burin et al. citado por Barrientos (2005), proponen una definición, que la participación es un proceso social que supone un ejercicio permanente de derechos y responsabilidades, reproduciendo un modelo de sociedad, por lo que una de sus claves es la adecuada combinación de derechos y responsabilidades.

##### **4.2.3 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO**

El Diagnóstico Participativo es un método para determinar, desde el punto de vista de los miembros de la comunidad, qué actividades son necesarias y pueden apoyarse; si los miembros de la comunidad aceptan las actividades propuestas por el personal externo y si tales actividades son razonables y prácticas. (FAO, 1993)

Los miembros de la comunidad, ayudados por el personal externo, pasan por un proceso en el cual identifican las condiciones que son necesarias para la realización exitosa de las actividades y acopian información para determinar si la comunidad reúne estas condiciones o si puede crearlas. El «marco referencial del diagnóstico» examina cada actividad en relación con las condiciones necesarias y elimina aquellas actividades para las que no se dan estas condiciones. (FAO, 1993)

De acuerdo con la FAO (1993), frecuentemente la forma en como las actividades están planificadas puede significar que se tomaron algunas decisiones sin recibir aportes de la comunidad como:

- que los problemas y las soluciones a los problemas hayan sido determinados por el personal externo;
- que se haya decidido en cuanto al financiamiento;
- que la administración nacional o local haya negociado con el personal externo o, en algunos casos, haya iniciado el proyecto;
- que se haya determinado una zona de trabajo y se hayan asignado roles específicos al personal de campo. (pág.19)

El Diagnóstico Participativo proporciona un marco para que los miembros de la comunidad y el personal externo determinen si quieren, necesitan y pueden apoyar las actividades propuestas. (FAO, 1993)

Involucrar a diversos actores locales en el diagnóstico es determinante para lograr los objetivos propuestos y la sostenibilidad del proceso de innovación productiva y de comunicación e información. Por este motivo, es imprescindible estimularlos para que participen desde el diseño del diagnóstico, lo cual conlleva ventajas para enriquecerlo y acceder a información relevante. (FAO, 2011)

#### **4.2.4 DIÁLOGO**

El diálogo es un proceso incluyente, reúne a un conjunto diverso de voces para crear un microcosmos de la sociedad en general. Para lograr un cambio sostenible, las personas deben desarrollar un sentido de apropiación común del proceso y convertirse en partes interesadas en la identificación de nuevos enfoques para abordar retos

comunes. (PNUD, 2009)

El diálogo implica aprender y no sólo conversar. El proceso no implica solamente sentarse alrededor de una mesa sino modificar la forma en que las personas hablan, piensan y se comunican entre ellas. A diferencia de otros tipos de discusión, el diálogo requiere que la auto-reflexión, el espíritu de indagación y el cambio personal estén presentes. Los participantes deben estar dispuestos a tratar las causas fundamentales de una crisis y no sólo los síntomas que asoman a la superficie. (PNUD, 2009)

Por otro lado, podemos incluir la definición del “diálogo de saberes”, pues es un proceso inclusivo que integra diferentes conocimientos y prácticas (científicas, ancestrales, locales, tecnológicas), pero focaliza su acción en lo “invisibilizado”. Se constituye en una guía para rescatar y promover los saberes ancestrales y transformarlos en un conocimiento local o territorial de apoyo a la innovación. El diálogo trata de la emergencia, del nacimiento de nuevos significados de comprensiones antes ocultas. Es un proceso dinámico complejo que permite que afloren alternativas a la vez que surgen cuestiones y problemas que permanecían latentes. (Batram, A., 2001).

Requiere que todos los actores involucrados tengan confianza recíproca y voluntad para compartir y escuchar o aprender de otros. (FAO, 2011).

#### **4.2.5 TOMA DE CONCIENCIA**

Según la FAO (2008), la escalera de la adopción facilita la identificación de los puntos de entrada de comunicación, los cuales podrían referirse a elevar la conciencia o el conocimiento de cierto tema, el cambio de actitud o el fomento de la aplicación de ciertas prácticas.

En el primer escalón de dicha escalera es la toma de conciencia del problema: la población debe percibir primero que todo, que existe un problema. (FAO, 2008)

#### **4.2.6 EMPODERAMIENTO**

Para Romano citado por ASOCAM (2007), la definición de empoderamiento surge desde la lucha feminista, como un término orientado a identificar mecanismos y condiciones para que las mujeres equilibren su poder frente a los hombres. “El empoderamiento se relaciona, (...), con el poder, cambiando las relaciones de poder en favor de aquellos que con anterioridad tenían escasa autoridad sobre sus propias



vidas”.

Mauricio García citado por ASOCAM (2007), afirma que, existen dos tipos de empoderamiento, el primero basado en la delegación del poder y el segundo en la representación política. El define a este último como “ascendente” porque está inspirado en la participación y discusión de las personas en asuntos públicos. Esta noción de empoderamiento tiene íntima relación con el concepto de ciudadanía.

#### **4.2.7 INTERVENCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES**

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial, etc., es decir, en todo momento se toman decisiones, la diferencia entre cada una de estas es el proceso o la forma en la cual se llega a ellas. La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una alternativa entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial, (aun cuando no se evidencie un conflicto latente). (Díaz, s.f.)

La participación de la ciudadanía en la planificación constituye un tema de gran interés y complejidad y se refiere al conjunto de teorías, métodos y prácticas que introducen de forma interactiva la comunidad en los procesos de toma de decisión. La comunidad desempeña un papel importante en relación con el Estado y el mercado. Además, su participación activa y directa en los procesos de decisión puede interferir en la supuesta autonomía técnico-científica de los planificadores, poniendo en discusión el papel del experto en el proceso de planificación y gestión de un territorio; por lo tanto, su participación en la toma de decisión puede considerarse, dependiendo del contexto, como un elemento dinamizador o amenazador de las normales prácticas urbanísticas o de ordenamiento territorial. (Fracasso, 2000)

#### **4.2.8 ACTORAS SOCIALES**

Touraine citado por Barbini y Caciutto (2011), define al actor social como “un sujeto colectivo estructurado a partir de una conciencia de identidad propia, portador de valores y poseedor de un cierto número de recursos que le permiten actuar en el seno de una sociedad con vistas a defender los intereses de los miembros que lo componen

y/o de los individuos que representa, para dar respuesta a las necesidades identificadas como prioritarias”.

Por otro lado, Fassler et al. (1997), indica que promover la "construcción de ciudadanías" de las mujeres implica generar en ellas mismas el autorreconocimiento de sus necesidades en tanto derechos y el fortalecimiento de su participación como actoras sociales y políticas. Implica además generar acciones que favorezcan el reconocimiento social de los derechos de las mujeres en las áreas social, civil y política.

Esta dimensión supone entender que los malestares, las inquietudes y limitaciones que las mujeres sufren en relación a su desarrollo personal y social no pueden explicarse sólo a partir de variables individuales, sino que se requiere analizar los lugares socialmente asignados para mujeres y hombres y los roles y las expectativas que de ellos derivan. (Fassler et al, 1997)

Problemas vinculados a la salud física y psíquica, al empleo, a la familia y al tiempo libre de las mujeres producen efectos no sólo en la esfera de lo personal-familiar sino también en lo social y lo político (Fassler et al, 1997).

En este nivel se requiere pensar en programas específicos que satisfagan las necesidades de las mujeres y a su vez las fortalezcan en tanto actoras sociales superando el lugar tradicional de receptoras de servicios. (Fassler et al, 1997)

La promoción de la ciudadanía social y política requiere programas especialmente dirigidos al fortalecimiento de la participación y organización de las mujeres. (Fassler et al, 1997)

#### **4.2.9 SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Se refiere al acceso que deben tener las comunidades involucradas en los mismos, a la información técnica del proyecto, en sus diferentes etapas. (Bermúdez, 2003)

Como se afirma en la Agenda 21, según Sato citado por Bermúdez (2003), en muchos países la información existente no se aprovecha de manera adecuada, para la

sensibilización pública y la participación en la toma de decisiones.

En otras ocasiones, la carencia de información no solamente les impide a algunos actores conocer sus posibilidades de participar en un determinado proceso, sino la existencia del proceso mismo, del cual sólo se enteran cuando comienzan a padecer sus consecuencias de manera irreversible. (Bermúdez, 2003)

#### **4.2.10 LIDERAZGO**

Para Newstrom (2007), liderazgo es el proceso que consiste en influir y apoyar a los demás para que lo sigan y se muestren con disposición para hacer todo aquello que sea necesario.

Para Ivancevich (2005), es el proceso de influir en otro para facilitar el logro de objetivos pertinentes para la organización.

#### **4.2.11 DISEÑO DE ACTIVIDADES**

Según las guías y documentos elaborados por descosur (2019), el proyecto inicia las coordinaciones respectivas con las diferentes instituciones locales y organizaciones de mujeres para la formulación y aprobación de los siguientes documentos:

##### **4.2.11.1 PLAN DE INCIDENCIA “AYLLUNCHIS KUNAMANTA Q’HAWARIYNIN”**

El plan de incidencia tuvo como objetivo la elaboración de un documento donde se expresen las necesidades y las líneas de acción en el tema de mujeres con la finalidad de hacer incidencia ante las autoridades locales. Este documento se elaboró a través talleres con las organizaciones de mujeres. (descosur, 2019)

En las provincias y distritos existen organizaciones de mujeres como la del vaso de leche, clubes de madres, asociaciones de productoras, etc., que sin embargo no han logrado hasta la fecha incorporar sus demandas en las prioridades locales y por ende conseguir financiamiento para sus proyectos. (descosur, 2019)

Para descosur (2019), los temas que se abordaron para determinar las prioridades de la problemática de las mujeres a nivel local y/o provincial se analizó primero el diagnóstico y de manera participativa se determinó cuáles son los principales problemas a abordar:

- selección y análisis de la problemática;
- análisis del espacio de decisión.;
- mapeo o análisis de poder, quienes son las personas a influir para lograr insertar nuestra problemática y soluciones en las instituciones del Estado;
- análisis del interno/autoanálisis (FODA);
- estrategias para la incidencia;
- plan anual de actividades de la organización;
- seguimiento y evaluación de las actividades de incidencia. (pág.13)

A partir de estas capacitaciones a las organizaciones de mujeres, se hicieron más efectivas sus intervenciones para poner en agenda su problemática en el distrito y provincia y presentar sus respectivas agendas mujer, en diversas presentaciones en el marco de la coyuntura electoral, y en el incremento de su participación en el proceso del presupuesto participativo. (descosur, 2019)

#### **4.2.12 AGENDA MUJER**

La agenda de la mujer es un instrumento que visibiliza los principales aspectos de la problemática de la mujer en el distrito y la provincia, particularmente en lo relacionado a su salud sexual y reproductiva, a la violencia de género, generación de ingresos, ambiente, educación y cultura y participación política y ciudadana. (descosur, 2019)

Los talleres programados en el plan de incidencia contribuyeron en la elaboración de las agendas de la mujer en los distritos y provincias durante el 2018 las organizaciones de mujeres han participado en los talleres de capacitación sobre temas relacionados a los derechos de las mujeres; en la identificación de estos derechos han puesto énfasis en los temas de violencia contra las mujeres. (descosur, 2019)

Para descosur (2019), los temas que abordaron en la Agenda Política de la Mujer Melgariana 2019-2023 fueron “violencia contra la mujer”, “embarazo adolescente”, “contaminación de recursos naturales”, “generación de ingresos”, “desnutrición y anemia” y finalmente “pobreza”.

#### **2.4.15 PLANES LOCALES DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES – PLIO**

La Ley N° 28983, Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (PLIO), en vigencia desde el año 2007, establece el marco normativo, institucional y de políticas públicas en los ámbitos nacional, regional y local, para garantizar a mujeres y hombres el ejercicio de sus derechos a la igualdad, dignidad, libre desarrollo, bienestar y autonomía, impidiendo la discriminación en todas las esferas de su vida, pública y privada. A nivel local dispone que los gobiernos locales deben establecer mecanismos para promover la igualdad de género en sus territorios y promueve la elaboración de planes locales. (descosur, 2019)

A pesar de contar con dicha ley, la mayoría de municipalidades en el país no la cumplen y no cuentan con los “planes de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres” (PLIO), como instrumentos de gestión municipal porque las autoridades no lo ven necesario ni importante porque tienen en su imaginario una visión patriarcal de las relaciones entre hombres y mujeres. (descosur, 2019)

La formulación de los PLIO se hizo a través de un proceso participativo mediante la realización de talleres, participaron representantes de la municipalidad, organizaciones de mujeres, de los Centros de Emergencia Mujer, CEM, del Ministerio Público (fiscalías de familia), Poder Judicial, Policía Nacional, Rondas Campesinas, dirigentes de comunidades campesinas y ONG locales. Esta estrategia fue común en los ámbitos del proyecto. El proyecto ha promovido la mayor convocatoria y la participación de todas las instituciones del lugar en esta tarea. (descosur, 2019)

#### **2.4.16 MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

En cuanto a medios de comunicación, son los medios para hacer llegar el mensaje al público objetivo y la elección de cuál usar deben responder a los objetivos a lograr. Si bien es cierto todos los medios pueden ser usados en toda circunstancia, lo más importante es hacer uso de ellos en función a su eficiencia. Por ejemplo, para lograr que un campesino adopte una práctica agrícola, puede generarse la comunicación por radio o TV, pero más eficiente será la extensión rural (comunicación personal), porque habrá la oportunidad que el campesino pueda preguntar y plantear dudas, que serían resueltas en la interacción. Por el contrario, si el objetivo es difundir

conocimiento, los medios masivos podrán llegar a más personas por el mismo precio y serán más eficientes que la comunicación personal. (Solano, 2008)

#### **2.4.17 ELECCIÓN DE MEDIOS**

Cuando se considera cuáles medios utilizar en la estrategia de comunicación es necesario regresar al problema que se tratará y al objetivo de comunicación. Si se quiere aumentar la participación de la gente en cierta actividad será necesario utilizar herramientas de discusión como un medio principal. (FAO, 2008)

De otra manera, si el fin es enviar un mensaje alertando a la población sobre un tema muy específico, se podría definir por el uso de la radio. Antes de tomar la decisión es necesario revisar el propósito, el contexto de la situación, las características del medio y los perfiles de los grupos interactivos. (FAO, 2008)

Un enfoque interpersonal (de persona a persona o la discusión de grupos) son muy efectivos cuando se trabaja sobre las necesidades individuales porque permite a la gente expresar directamente sus ideas. Por otra parte, la comunicación interpersonal puede alcanzar sólo un número limitado de gente, y las discusiones pueden ser monopolizadas por individuos influyentes o tomar una dirección no deseada. Los medios tradicionales locales (folklore, teatro, narraciones, canciones, danzas, etc.) pertenecen a este enfoque y tienen la gran ventaja de que la comunidad puede dirigirlos. Generalmente, la producción es menos costosa y permite que ciertos temas se desarrollen dentro de un contexto local apropiado. Una de sus desventajas es que no alcanza a cubrir a una gran población y que podrían no ser accesibles cuando se necesitan. Los medios modernos como el video, la radio, los periódicos, los manuales, los afiches, etc. Son muy efectivos para generar interés y proveer la información necesaria. (FAO, 2008)

Se pueden dividir en visuales, de audio (radio y cintas de audio) y medios impresos (panfletos, libros, etc.). Los medios visuales como la televisión y el video tienen diversas ventajas, como la claridad (explicación apoyada por la imagen), el interés y la retención (lo que se ve permanece por más tiempo con relación a lo que se oye o se lee). El audio, como la radio y las cintas de audio es un medio adecuado para motivar y apoyar, pero resulta difícil que mantenga el interés en programas muy largos. Los medios impresos pueden ser muy efectivos para la transmisión de mensajes cortos y simples como los afiches, o para tratar temas en detalle como los manuales y los

libros, etc. Sin embargo, requieren que la gente sepa leer, lo cual es un gran obstáculo en muchas áreas. Todos los medios modernos son caros comparados con otros tipos de medios. Han sido desarrollados fuera del contexto cultural de las comunidades a las cuales se pretende servir. Inclusive, su nivel de penetración es generalmente lento, especialmente la televisión y muchas veces también la radio y los periódicos. (FAO, 2008)

#### **2.4.18 ELABORACIÓN DEL MENSAJE PARTICIPATIVO**

En el desarrollo, el Diseño Participativo de Mensajes y de los temas a discutir, está relacionado con la identificación de tópicos críticos, la elaboración de información pertinente y la transmisión de ciertos contenidos, sea en una sola vía, o en forma de diálogo o de doble vía, para tratar una situación que necesita ser mejorada. (FAO, 2008)

Cuando se desarrollan los mensajes y los temas se deberá tener en cuenta que el elemento participación deberá estar presente siempre que sea posible. El mensaje que se transmitirá deberá ser identificado o tratado con la comunidad o el grupo seleccionado. Idealmente, se deberá discutir el contenido con la comunidad, como también los enfoques, las demandas, los medios y la manera como se presentan. Si no fuera posible, el tiempo compartido con la comunidad será necesario aprovecharlo lo mejor posible y dedicar tiempo y atención extra a la fase de la validación. (FAO, 2008)

Lo anterior se aplica también para el diseño de los temas de discusión. Este difiere del diseño de mensajes en que no se propone transmitir un mensaje definitivo sino crear las bases para la discusión de un tema crítico. Con este fin se usan imágenes y rota folios. Como el término lo sugiere el diseño de temas de discusión, propone desarrollar el diseño de materiales de comunicación para debatir ciertos tópicos. El propósito es hacer que la comunidad tome consciencia de estos temas, por ejemplo, explorando los pros y los contras. Esta puede ser una forma muy efectiva de tratar temas los cuales, si se transmiten directamente, podrían no ser tomados en cuenta. Cuando el mismo tema se presenta y se discute abiertamente con la comunidad, por lo general la población reconoce y reflexiona sobre muchos de los puntos en cuestión. (FAO, 2008)

Según la FAO (2008), cuando se pretende diseñar mensajes participativos, es

necesario tener en cuenta “enfaticar una idea principal”, “describir o hacer un borrador preliminar de las ilustraciones o narraciones”, “escribir las afirmaciones sobre el tema y las palabras claves que expresan las ideas o la información que se escribirá en el mensaje”, “proponer o sugerir beneficios y soluciones prácticas que convengan a las necesidades de los grupos interactivos”, “enfaticar los elementos de la idea o innovación que satisfagan las necesidades de los grupos interactivos”, “mantener un mensaje claro, simple, conciso y firme”, y finalmente, “asegurar que el mensaje sea comprensible” (pág.33).

#### **2.4.19 COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**

La noción de comunicación alternativa se refiere a aquellos procesos, relaciones e interacciones de carácter dialógico, simétrico y libre entre sujetos autónomos que permiten la participación de todos. Frente al tipo de comunicación hasta hoy hegemónica, esta caracterización se presenta como alternativa al hacer referencia, si bien en forma implícita, a la participación democrática de los sujetos. (Biagini & Roig, 2008)

Según Lewis (1995), con el propósito de complementar el concepto de la comunicación alternativa, citamos también a los medios tradicionales, que guardan relación con:

- *El motivo o el propósito*, es decir, el rechazo de los motivos comerciales o la afirmación de fines humanos, culturales o educativos (véase, por ejemplo, CIESPAL, 1978);
- *Las fuentes de financiación*; por ejemplo, en distintos lugares se rechazan las subvenciones estatales o municipales y en otros los ingresos por la publicidad;
- *Lo exención reglamentaria*; por ejemplo, los medios alternativos de comunicación pueden estar supervisados por organismos distintos de los que acostumbran a encargarse de la supervisión (Ministerio de Comunicaciones o de Cultura), o ser autónomos, o bien de carácter local;
- *La estructura organizativa*; los medios pueden ser conscientemente alternativos en su modo de funcionamiento;
- *La crítica de las prácticas profesionales*, fomentando el uso de voluntarios o encargando la producción, participación y/o control a personas “corrientes”; tratar de adoptar criterios distintos para la selección de noticias, por ejemplo. (pág.12)



#### **2.4.20 DIFUSIÓN**

Pascuali citado por Hernando (2001), entiende por difusión el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo receptor disponible en una unidad geográfica, sociopolítica, cultural, etc. Para el conocido divulgador mexicano Luis Estrada, es frecuente emplear la palabra difusión cuando se hace referencia a la comunicación entre personas que conocen un campo, es decir, el intercambio de conocimientos entre personas agrupadas por motivos profesionales o por intereses específicos.

#### **2.4.21 SOPORTES DE COMUNICACIÓN**

Un soporte de comunicación es el medio por donde el mensaje a difundir podrá ser propagado hacia los receptores. Entre los medios o soportes más habituales se encuentran la prensa, la radio, la televisión, otros soportes audiovisuales como el vídeo y el cine, soportes publicitarios (publicidad exterior, publicidad en lugar de venta, productos editoriales), y el grupo de elementos que se conoce con el nombre de nuevos medios, nacidos de la simbiosis entre la informática y las telecomunicaciones. Mediante la difusión informativa se trabaja en la elección de los medios o soportes más adecuados para el producto informativo y según sus destinatarios, y se intenta comprobar que efectivamente ha sido establecido el encuentro con la demanda. (Sotelo Enríquez, 2008)

#### **2.4.22 EVALUACIÓN ALTERNATIVA**

De acuerdo con la FAO (1993), la evaluación participativa es una oportunidad para los miembros de la comunidad como para el personal externo, un espacio de reflexión sobre el pasado para tomar decisiones sobre el futuro.

La FAO (1993), determina que el personal externo alienta del proyecto y apoya a los miembros de la comunidad para que asuman la responsabilidad y el control de “la organización de lo que se quiere evaluar”, “cómo efectuar la evaluación”, “la realización de la evaluación” y por último “el análisis de la información y la presentación de sus resultados”.

Las Evaluaciones Participativas no se realizan con el fin de responder a las interrogantes a las que el personal externo quiere dar respuesta. Sin embargo, en muchos casos las preguntas de evaluación de los miembros de la comunidad y del personal externo pueden ser las mismas. Ambos pueden recibir una respuesta

mediante la Evaluación Participativa. (FAO, 1993)

#### **2.4.23 AUTONOMÍA**

La autonomía es un concepto de la filosofía y la psicología evolutiva que expresa la capacidad para darse normas a uno mismo sin influencia de presiones externas o internas. Se opone a heteronomía. (Escuelas de Familia Moderna, s.f.)

Autonomía se refiere a la regulación de la conducta por normas que surgen del propio individuo. Autónomo es todo aquél que decide conscientemente qué reglas son las que van a guiar su comportamiento. Tener autonomía quiere decir ser capaz de hacer lo que uno cree que se debe hacer, pero no sólo eso. También significa ser capaz de analizar lo que creemos que debemos hacer y considerar si de verdad debe hacerse o si nos estamos engañando. (Escuelas de Familia Moderna, s.f.)

Precisamente cuando hacemos esto, nos fijamos en la conexión causal entre las acciones y los efectos que producen. La conciencia de esa conexión nos lleva al concepto de responsabilidad. Sólo cuando somos libres en el sentido positivo de la palabra -es decir, autónomos, conscientes-, nos damos cuenta de la repercusión de nuestras acciones y podemos ser responsables. (Escuelas de Familia Moderna, s.f.)

#### **2.4.24 RETROALIMENTACIÓN**

El proceso de evaluación es, por lo tanto, muy voluminoso y enmarañado, y sin la retroalimentación no podrían funcionar los procesos de evaluación. (Gimber, 2014)

Para el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo citado por Gimber (2014), el concepto de retroalimentación, queda entendida como “proceso, en el marco de seguimiento y evaluación, mediante el cual se divulgan información y conocimientos que se utilizan para evaluar el progreso general hacia el logro de resultados o para confirmar el logro de resultados”.

#### **2.4.25 APRENDIZAJE**

El aprendizaje es el proceso o conjunto de procesos a través del cual o de los cuales, se adquieren o se modifican ideas, habilidades, destrezas, conductas o valores, como resultado o con el concurso del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento o la observación. (Zapata-Ros, 2012)

(...) un proceso de cambio relativamente permanente en el comportamiento de una

persona generado por la experiencia. (Feldman, 2005)

Para Zapata-Ros (2012), la definición de Feldman supone que:

- el aprendizaje implica un cambio conductual o un cambio en la capacidad conductual;
- dicho cambio es duradero;
- el aprendizaje ocurre, entre otras vías, través de la práctica o de otras formas de experiencia (p.ej., mediante la observación de otros individuos). (pág.73)

## 5. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

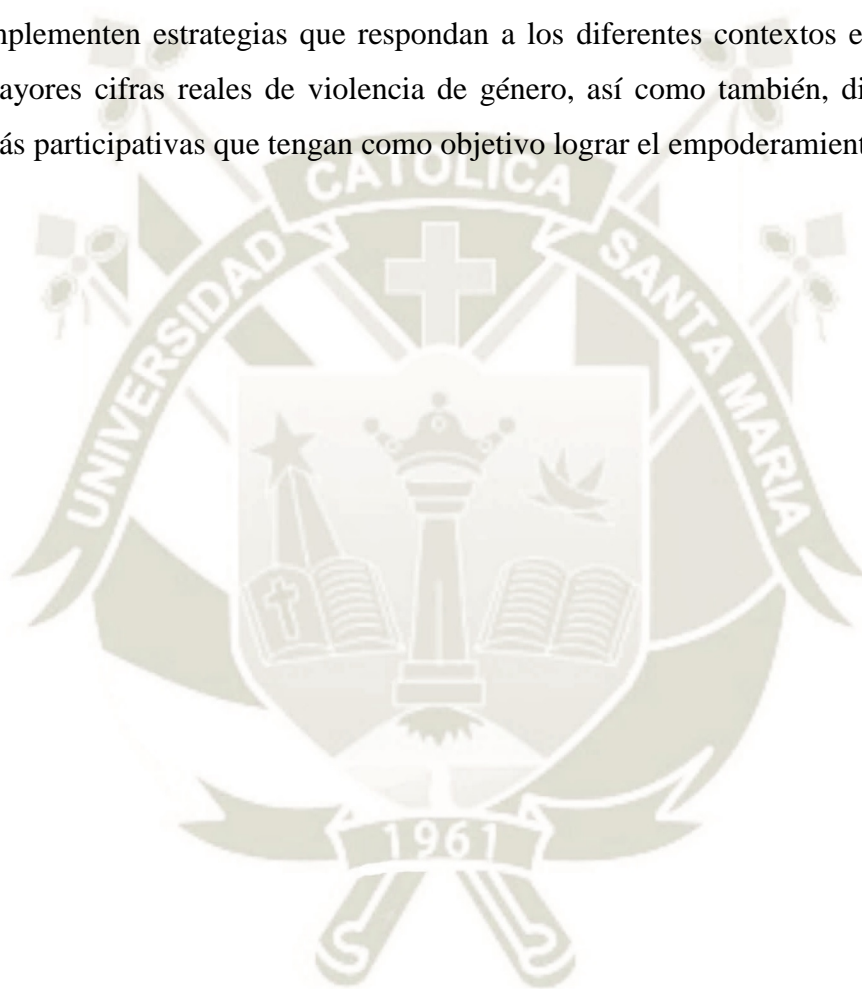
Pocas investigaciones están directamente relacionadas con el problema que esta investigación plantea. Sin embargo, a nivel nacional, se tiene la investigación para optar el grado de licenciatura en Comunicación para el Desarrollo, por la Pontificia Universidad Católica del Perú, presentado por Baldeón (2018), denominada: Estrategias de comunicación para la mejora pedagógica en zonas rurales del Perú. El caso del proyecto “Maestros y Escuelas que cambian tu vida” en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho. Que presenta el caso de estudio, vinculado a un proyecto implementado por Cáritas del Perú. Tiene como objetivo principal determinar las estrategias de comunicación de mayor contribución para la mejora pedagógica en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho. La hipótesis planteada por el investigador pronostica que, las estrategias de comunicación de mayor contribución para la mejora pedagógica aplicadas en el proyecto son las que incorporaron las relaciones humanas basadas en el trato horizontal y la participación activa, según la percepción de los actores. Para comprobar ello, se empleó una metodología de investigación mixta y la triangulación de información a nivel de campo con encuestas, entrevistas, observación no participante, y *focus group* a los involucrados de la comunidad educativa, como son: estudiantes, docentes, madres y padres de familia. El estudio tuvo como resultado que, las estrategias de relaciones humanas, participación activa, acompañamiento y retroalimentación, promueven la valoración de la identidad y desarrollo de competencias interculturales Baldeón (2018). Una de las principales conclusiones del trabajo fue que existió una complementariedad entre las tres estrategias de comunicación y fueron necesarias para el funcionamiento del proyecto. Finaliza con las recomendaciones del caso, como, la importancia de continuar las acciones que

contribuyan al vínculo con la cultura familiar y comunitaria en procesos educativos.

Luego, otra investigación adjuntada como antecedente es la realizada en Cusco, por Ruíz (2018) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, para obtener el Grado en Comunicación para el Desarrollo, denominada: Comunicación y Empoderamiento de la Mujer: Estrategia de Comunicación como medio para Visibilizar el Rol que cumplen las Mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local. Este trabajo analiza a la comunicación y sus estrategias como medio para el empoderamiento femenino y visibilizar los roles que las mujeres cumplen dentro de su comunidad. El objetivo principal de la investigación plantea analizar el impacto generado ante la ausencia de estrategias de comunicación en la visibilización y el rol de las mujeres de yachachiq de Canas, que genere una propuesta comunicacional con los resultados. Se utilizó una metodología mixta y se identificó una diferenciación relacionada a las percepciones de las mujeres yachachiq, por su género. La primera conclusión de la investigación indica que existe un reconocimiento bajo de lo miembros de la comunidad sobre la existencia de los yachachiq, identificando al grupo casi nulo y su rol es desconocido en el desarrollo local de Canas. Frente a esto, Ruíz (2018) plantea que es importante la implementación de una estrategia centrada en promover la visibilidad de los participantes y de las actividades que realizan. Y finaliza recomendando un plan de comunicación con el fin de generar mayor visibilización del trabajo de las mujeres yachachiq de Canas.

Otro trabajo de investigación que sirvió como antecedente es el de Sánchez (2021) para obtener el Grado en Comunicación para el Desarrollo, por la Universidad Católica de Santa María, denominada: Estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el Centro de Emergencia Mujer en la Violencia de Género en mujeres de la Asociación Avequimakicc, Arequipa, 2020. En donde plantea una investigación correlacional entre las estrategias de comunicación para el desarrollo y la violencia de género, teniendo como objetivo principal analizar la relación entre ambas variables. Para la recolección de datos se utilizó como técnica a la encuesta y un cuestionario como instrumento que fue dividido en dos partes. La primera, enfocada en la variable independiente de las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas por el Centro de Emergencia Mujer; la segunda, enfocada en la variable dependiente de violencia de género. Se llegó a concluir que existe una relación inversa significativa

entre las estrategias de comunicación para el desarrollo y la violencia de género en las mujeres de la asociación mencionada; así como también otra conclusión importante fue que se evidencia que las estrategias de comunicación para el desarrollo pueden tener una relación importante en temas como la violencia de género y, además, depende en gran medida el tipo de estrategia que se utilice para alcanzar los objetivos planteados. Finalmente, Sánchez (2021) sugiere al Centro de Emergencia Mujer, al programa Aurora y al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, se implementen estrategias que respondan a los diferentes contextos en donde se tiene mayores cifras reales de violencia de género, así como también, diseñar estrategias más participativas que tengan como objetivo lograr el empoderamiento femenino.



## CAPÍTULO II

### PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

## II PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

**1.1. Técnica:** Encuesta.

**1.2. Instrumento:** Cuestionario.

Para la recolección de datos del presente estudio la técnica a utilizar será: la encuesta. Y se diseñará un cuestionario con 21 preguntas entre opciones múltiples, abiertas y cerradas.

### 2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

#### 2.1 Ubicación espacial

La ubicación espacial se encuentra en los distritos de Umachiri y Llalli - Ayaviri, Provincia de Melgar, región Puno.

#### 2.2 Ubicación temporal

La ubicación temporal corresponde al año 2020, correspondiente al mes de febrero.

### 2.3 UNIDADES DE ESTUDIO

#### 2.3.1 UNIVERSO/CORPUS

La población del proyecto está conformada por 616 personas, y la conforman las siguientes asociaciones:

Organización (social / productiva / política) vigente	Participantes activos
	Mujeres
Asociación de productoras (es) agropecuarios Virgen de las Nieves – Vallecito – Llalli.	20
Asociación de productores Agropecuarios y Múltiples Sayari – Sur Paylla – Umachiri	20
Organización de GANPA – Norte Paylla – Umachiri	30
Asociación Provincial de Mujeres de Melgar - APROMM	108
Asociación Distrital de Mujeres de Umachiri - ACMU – Umachiri	180
Asociación Distrital de Mujeres de - ACMULLA- Llalli	210
<b>SUBTOTAL</b>	<b>568</b>

	Mujeres
Capacidades mejoradas en gestión empresarial a 12 varones y 36 mujeres.	48
<b>SUB TOTAL</b>	<b>48</b>
<b>TOTAL</b>	<b>616</b>

### 2.3.2 MUESTRA/SUBCORPUS

La muestra obtenida comprende 237 unidades de estudio, mujeres entre los 18 a 65 años. El margen de error es de 5% y nivel de confianza de 95%. El muestreo se hará al azar simple.

Se empleó la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p^*(1-p)^* \left( \frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

**n= 237**

**Estratificación de la muestra:**

	Personas	A encuestar
	F	F
Asociación de productoras (es) agropecuarios Virgen de las Nieves – Vallecito – Llalli.	20	8
Asociación de productores Agropecuarios y Múltiples Sayari – Sur Paylla – Umachiri	20	8
Organización de GANPA – Norte Paylla – Umachiri	30	11
Asociación Provincial de Mujeres de Melgar - APROMM	108	41
Asociación Distrital de Mujeres de Umachiri - ACMU – Umachiri	180	69
Asociación Distrital de Mujeres de - ACMULLA- Llalli	210	81
Capacidades mejoradas en gestión empresarial	48	19



<b>TOTAL</b>	<b>616</b>	<b>237</b>
--------------	------------	------------

### 3. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### 3.1 CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS

**Criterios:**

- Diseño del instrumento.
- Se coordinará con descosur para realizar las aplicaciones del instrumento en los distritos.
- Se realizará la prueba piloto a 10 unidades de estudio, antes de aplicar el instrumento.
- Se capacitará a 4 colaboradores para la aplicación del instrumento.
- El muestreo se realizará al azar simple.

**Procedimientos:**

- Aplicación del instrumento.
- Tabulación de datos
- Se sistematizará en Excel
- Se elaborarán tablas y gráficos.
- Se procederá a la interpretación de resultados.
- Elaboración de conclusiones y recomendaciones



## **CAPÍTULO III**

# **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

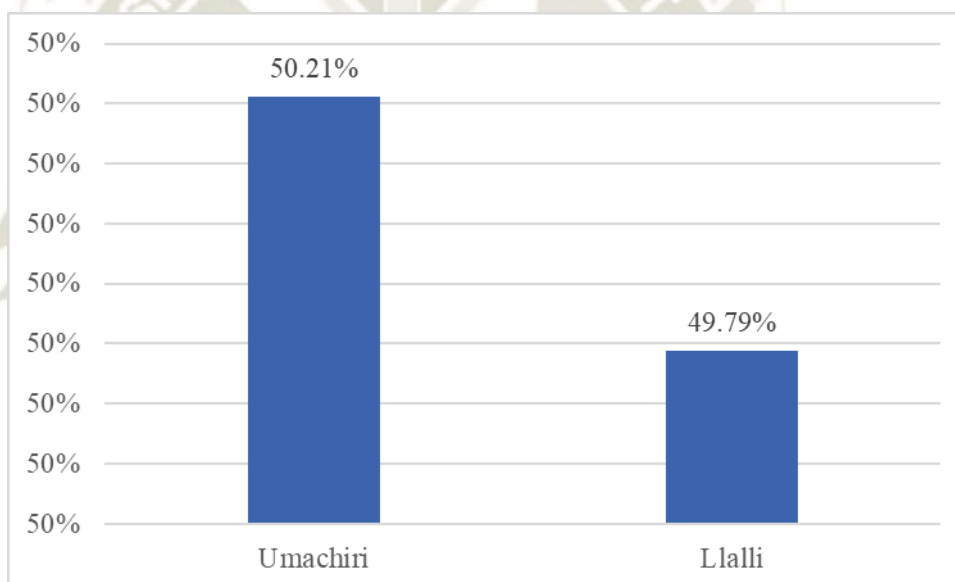
#### 1. CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

**TABLA LOCALIDAD**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
Umachiri	119	50.21
Llalli	118	49.79
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

**GRÁFICO LOCALIDAD**



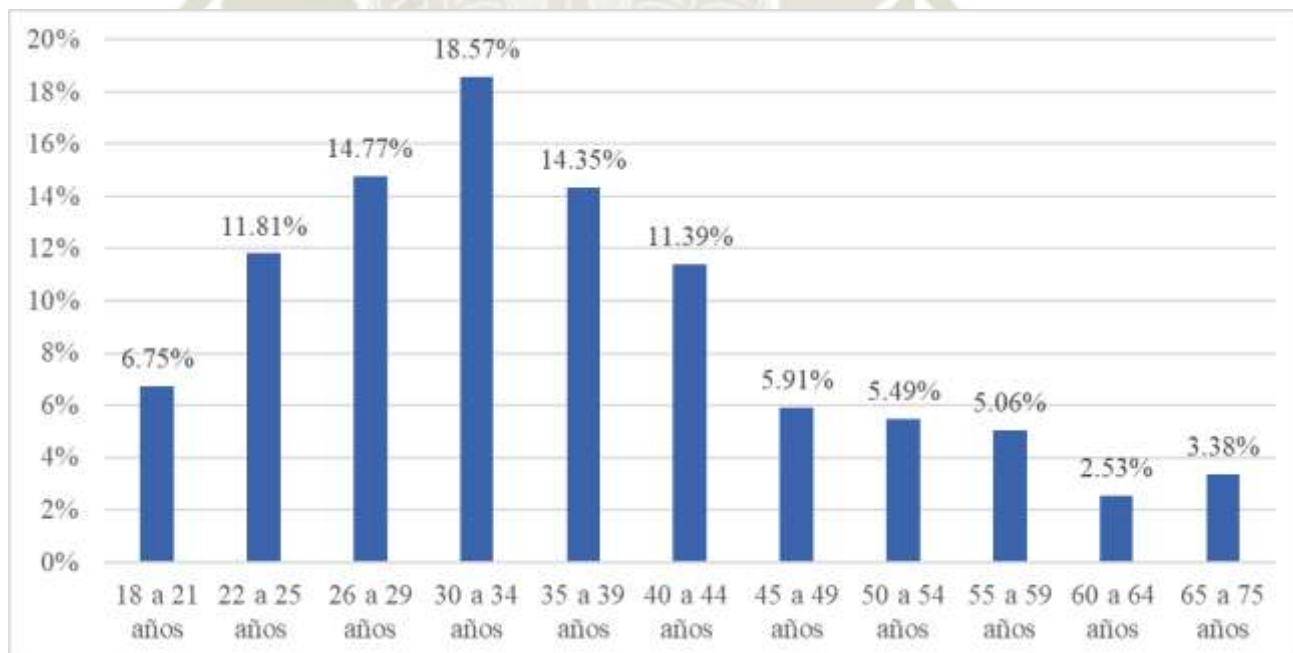
Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA RANGO DE EDADES**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
18 a 21 años	16	6.75
22 a 25 años	28	11.81
26 a 29 años	35	14.77
30 a 34 años	44	18.57
35 a 39 años	34	14.35
40 a 44 años	27	11.39
45 a 49 años	14	5.91
50 a 54 años	13	5.49
55 a 59 años	12	5.06
60 a 64 años	6	2.53
65 a 75 años	8	3.38
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

**GRÁFICO RANGO DE EDADES**



Fuente: Elaboración propia, 2021.

## 2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

**TABLA N° 01**

### **¿DE QUÉ MANERA SE INVOLUCRÓ USTED EN EL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO?**

#### **DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Om</b>	<b>%</b>
Identificación de problemas	212	47.32
Determinación de necesidades	101	22.54
Planteamiento de soluciones	92	20.54
Decisión en cuanto al financiamiento	12	2.68
Elaboración del proyecto	22	4.91
No participé	9	2.01
<b>TOTAL</b>	<b>448</b>	<b>100</b>

**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

En el ítem, **¿DE QUÉ MANERA SE INVOLUCRÓ USTED EN EL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO?** Las encuestadas respondieron, 47.32% identificación de problemas, 22.54% determinación de necesidades, 20.54% planteamiento de soluciones, 2.68% decisión en cuanto al financiamiento, 4.91% elaboración del proyecto y 2.01% no participé.

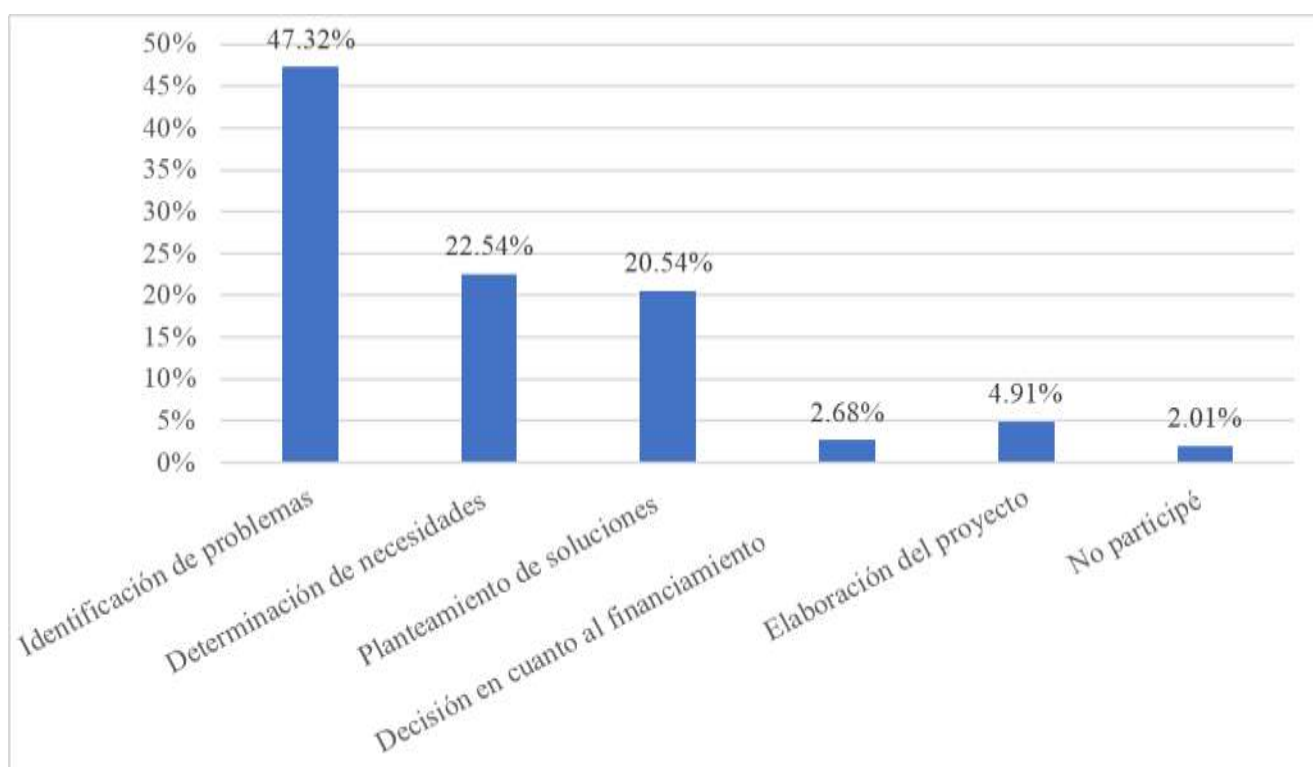
En los resultados encontrados, la mayoría de las mujeres participaron en la identificación de problemas, lo que da a entender que asistieron a las reuniones en donde fueron parte activa del proceso, reflejando el involucramiento desde esta importante etapa inicial. Luego, se ubica la opción de determinación de necesidades, en donde las encuestadas tuvieron una participación medianamente activa, que puede interpretarse como una participación aún dudosa, ya que es probable que cueste señalar las necesidades más urgentes. Seguidamente, se encuentra el planteamiento de soluciones, con un porcentaje similar a la premisa anterior, la cual podría indicar que aún no tenían consciencia suficiente que los problemas presentes tendrían soluciones factibles; finalmente, encontramos los porcentajes más bajos. La decisión en cuanto al financiamiento y elaboración del proyecto, se pueden inferir a que fueron pocas las mujeres quienes tuvieron real conocimiento y participación en estos puntos, es

probable que solo representantes de las asociaciones/comunidades, tuvieron acceso y decisión; y la alternativa, no participé, puede señalar que no pudieron participar de las reuniones en donde se trataron estos temas, ya sea por falta de tiempo o coordinación.



### GRÁFICA N° 01

### DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N° 02**

**CREE USTED QUE EL PROCESO DE DIÁLOGO FUE:**

**DIÁLOGO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>Om</i></b>	<b>%</b>
Incluyente	184	38.66
Enriquecedor	87	18.28
Reflexivo	84	17.65
Descubridor de nuevos temas a considerar	113	23.74
Ninguna de las anteriores	8	1.68
<b>TOTAL</b>	<b>476</b>	<b>100</b>

**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

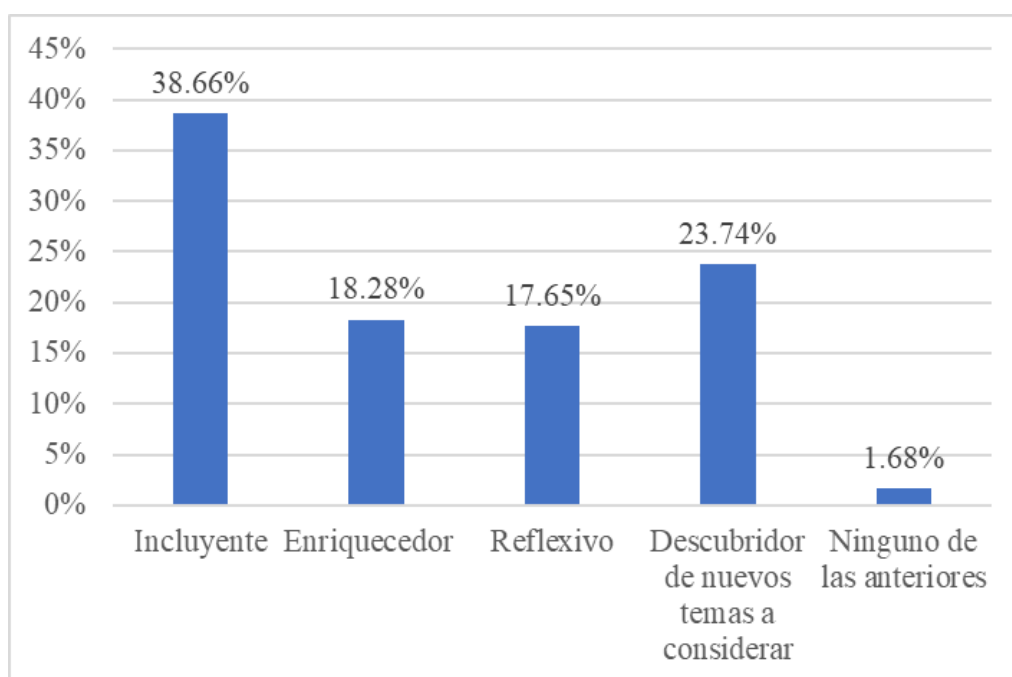
Ante la premisa, **CREE USTED QUE EL PROCESO DE DIÁLOGO FUE:** Las encuestadas respondieron, 38.66% considera que fue incluyente, 23.74% descubridor de nuevo temas a considerar, 19.28% enriquecedor, 17.65% reflexivo y un 1.68% ninguna de los anteriores.

Como podemos apreciar, el gran porcentaje de encuestadas consideran que este proceso fue entre incluyente, descubridor de nuevos temas, reflexivo y enriquecedor esto indica que el dialogo establecido fue aceptado e interiorizado en las participantes del proyecto, como paso importante para comenzar el cambio de comportamiento esperado y que además la mayoría de las encuestadas se sintieron parte del proceso en las diferentes opciones que, son parte fundamental del dialogo. Finalmente, se puede interpretar la opción ninguna de las anteriores, como una probable inasistencia de esas ocho personas, a las reuniones y espacios en donde se generó el diálogo. Por ser un número mínimo que la marcó y difiere de casi toda la población encuestada.



## GRÁFICA N° 02

### DIÁLOGO



Fuente: Elaboración propia, 2021.

TABLA N° 03

¿TUVO OPORTUNIDAD DE EXPRESAR SUS IDEAS Y DIFUNDIRLAS  
MEDIANTE EL PROYECTO?

**EMPODERAMIENTO**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
SÍ	198	83.54
NO	39	16.46
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

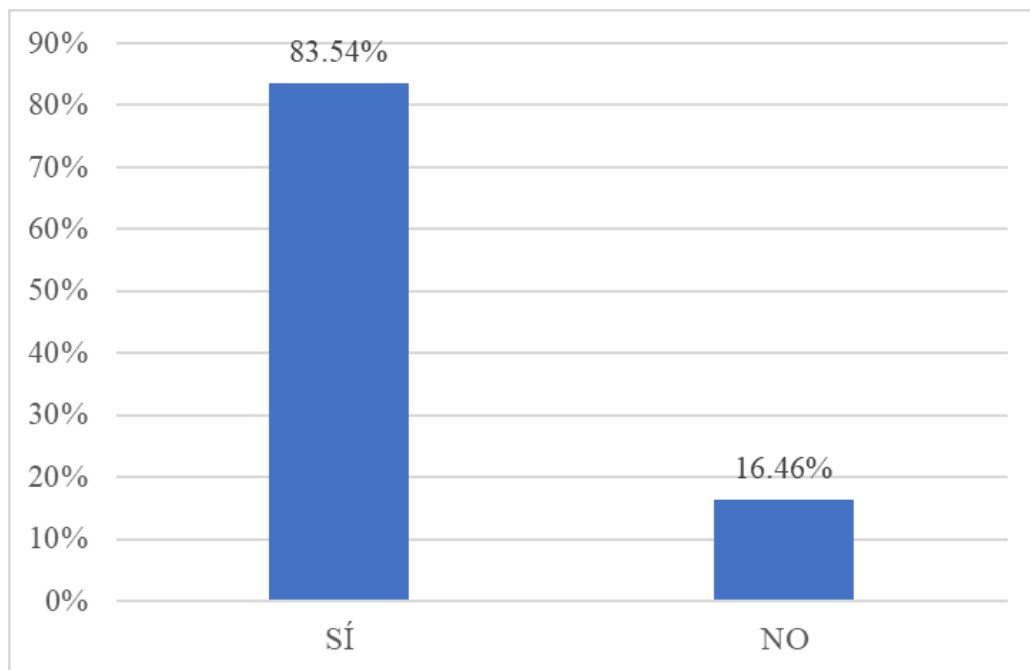
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Ante la pregunta, **¿TUVO OPORTUNIDAD DE EXPRESAR SUS IDEAS Y DIFUNDIRLAS MEDIANTE EL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 83.54% sí y el 16.46% no.

Como podemos apreciar, más de la mitad de las encuestadas, indica que sí tuvo la oportunidad de expresar sus ideas y difundirlas mediante el proyecto, lo que da a entender que el proyecto fue un espacio libre y seguro en donde se otorgó el poder de la palabra y empoderar desde la experiencia. Luego, el porcentaje bajo, sin embargo importante, puesto que ese grupo de mujeres refieren a que no tuvieron la oportunidad para expresar sus ideas, esto se puede interpretar de dos maneras, como una falta de integración completa de toda la población del proyecto en estos espacios, así como también, el posible temor y timidez de la mujer aun no empoderada. En este proceso de cambio, estas barreras son comprensibles.

### GRÁFICO N° 03

#### EMPODERAMIENTO



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N° 04**

¿CONSIDERA QUE SE TOMARON EN CUENTA LAS OPINIONES DE SU  
COMUNIDAD/ASOCIACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES?

**INTERVENCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
SÍ	210	88.61
NO	27	11.39
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

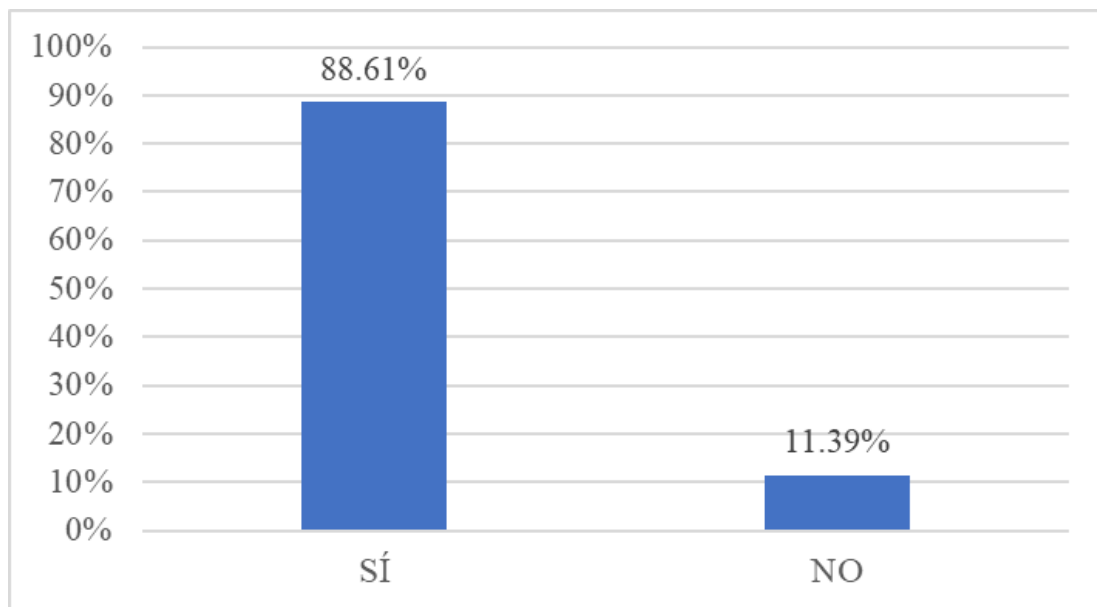
**Fuente:** Elaboración propia, 2021.

Ante la interrogante, **¿CONSIDERA QUE SE TOMARON EN CUENTA LAS OPINIONES DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES?** Las encuestadas respondieron, 88.61% sí y un 11.39% no.

Según los datos obtenidos en esta pregunta cerrada, más de la mitad de la población encuestada refiere afirmativamente en la intervención de toma de decisiones, SÍ tuvieron acceso a que sus opiniones fueran tomadas como fundamentales en el rumbo del proyecto. Luego, el grupo de mujeres que marcaron NO, hace un notorio contraste de una minoría que se puede interpretar como en las anteriores interrogantes, como el conjunto de personas que por diferentes motivos probablemente no asistieron a los espacios, reuniones, en donde se socializaba la información.

GRÁFICO N° 04

INTERVENCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES



Fuente: Elaboración propia, 2021.



**TABLA N° 05**

**¿RECIBÍO CAPACITACIONES QUE LE INFORMABAN SOBRE LOS TEMAS A TRABAJAR DURANTE EL PROYECTO?**

**SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
Constantemente	178	75.00
Regularmente	30	12.50
Muy escasamente	10	4.17
No recibí ninguna capacitación	20	8.33
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

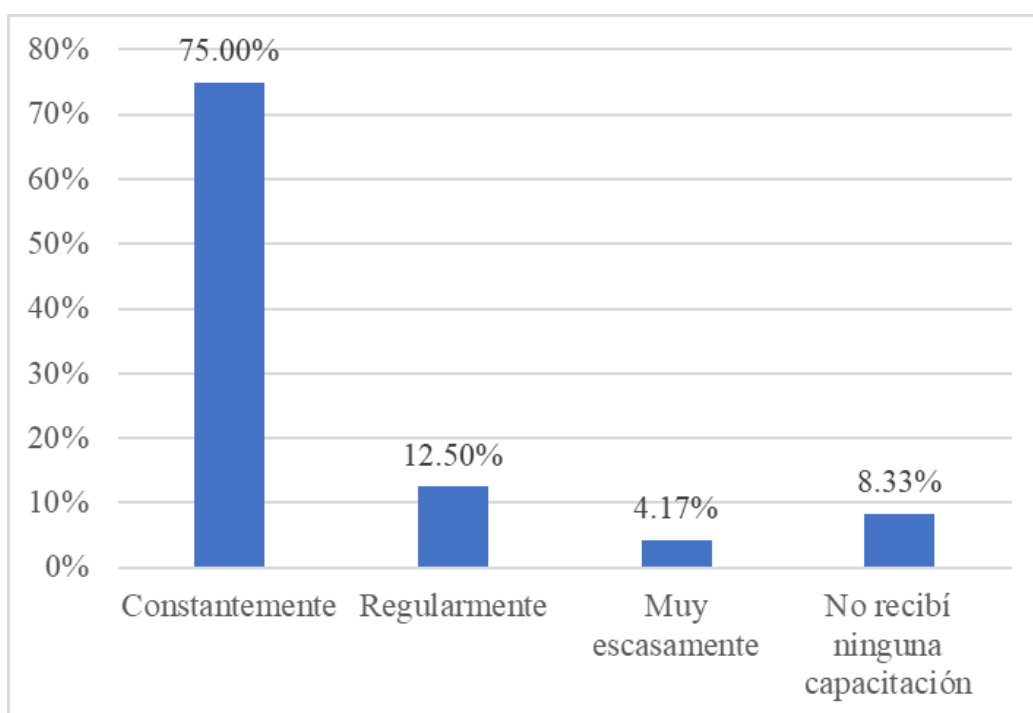
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la interrogante, **¿RECIBÍO CAPACITACIONES QUE LE INFORMABAN SOBRE LOS TEMAS A TRABAJAR DURANTE EL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 75.0% constantemente, 12.5% regularmente, 8.33% no recibí ninguna capacitación y un 4.17% muy escasamente.

En los datos logrados, más de la mitad de personas encuestadas recibieron capacitaciones constantemente, lo que se puede interpretar como una disposición positiva en ellas, reconociendo como importante el trabajo realizado; luego, algunas encuestadas indican que fue de manera regular, no recibió ninguna capacitación y muy escasamente, por diversos factores, como podrían ser la falta de transporte, poco interés en cuanto a ellas o no estar al tanto de lo trabajado.

GRÁFICO N° 05

SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA



Fuente: Elaboración propia, 2021.

TABLA N° 06

¿SE EXPONÍAN CONSTANTEMENTE LOS AVANCES ALCANZADOS  
DURANTE LA ETAPAS DEL PROYECTO?

**SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
Sí	214	90.48
No	23	9.52
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

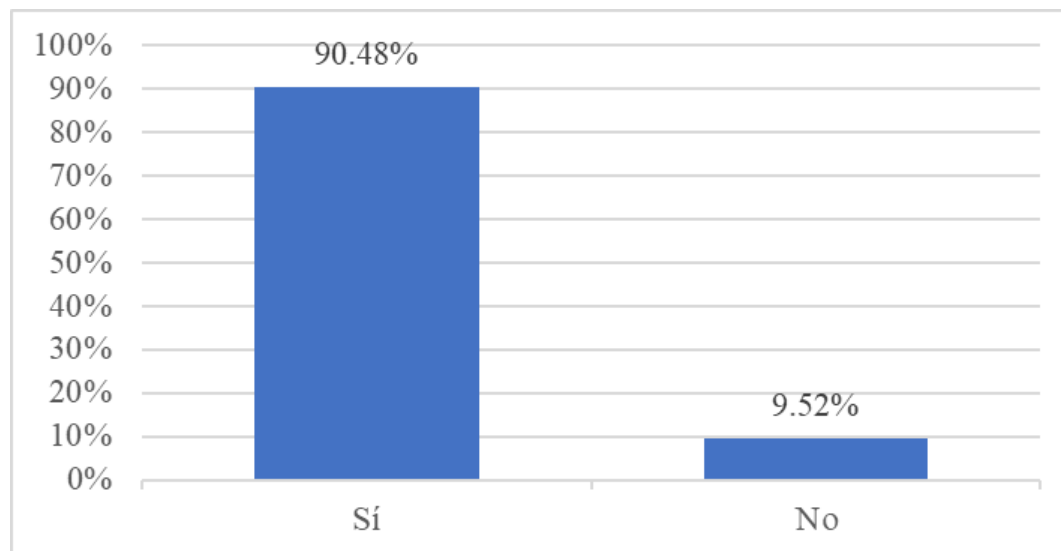
Ante la interrogante, **¿SE EXPONÍAN CONSTANTEMENTE LOS AVANCES ALCANZADOS DURANTE LA ETAPAS DEL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 90.4% sí, y 9.5% no.

Como podemos apreciar, casi el total de encuestadas afirman que se compartían los avances según lo trabajado durante el proyecto, la comunicación fue reconocida como constante; seguidamente, unas cuantas mujeres indican que no se compartían, podría deberse a que no participaron cuando se realizaban las reuniones.



### GRÁFICO N° 06

#### SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N° 07**

¿DE QUÉ MANERA?

**SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>Om</i></b>	<b>%</b>
Informes	27	8.82
Comunicados	62	20.26
Reuniones	217	70.92
Otros	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

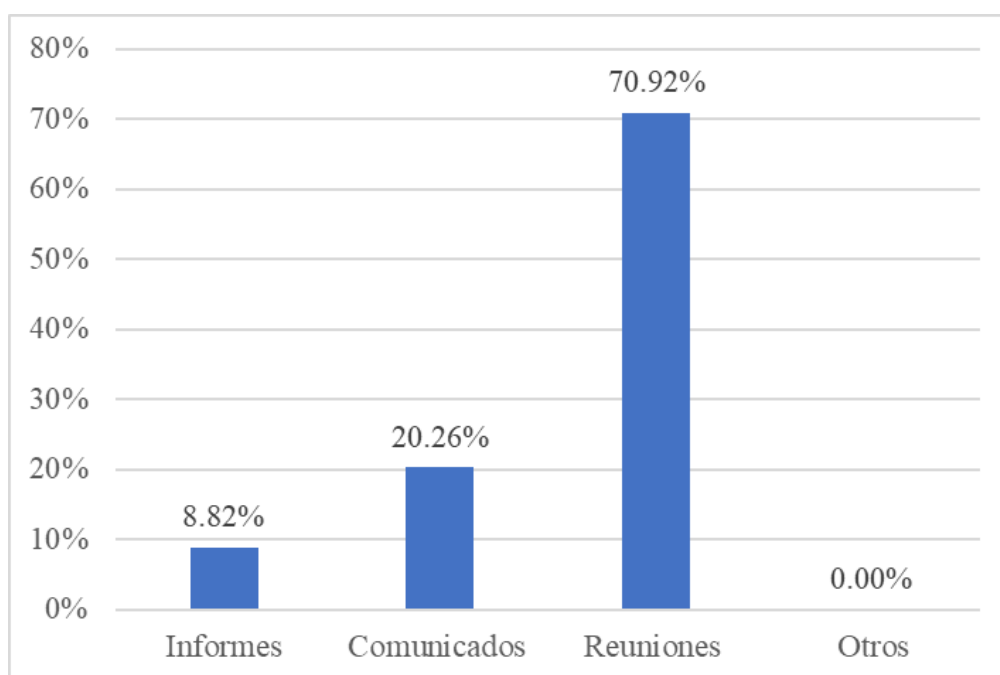
**Fuente:** Elaboración propia, 2021.

Ante la pregunta, **¿DE QUÉ MANERA?** Las encuestadas respondieron, 70.92% reuniones, 20.26% comunicados, 8.82% informes y otros, un 0%.

En los datos logrados, casi todos las encuestadas indican que la manera en como se compartieron los avances fue por medio de reuniones, siendo la opción más utilizada para socializar la información dentro del proyecto; luego, los comunicados, fueron el segundo medio más utilizado, lo que puede hacer referencia a que cuando no todas asistían a las reuniones, se les hacía alcance por medio de un comunicado directo. Finalmente, los informes también fueron utilizados, pero escasamente, ya que estos son de índole formal y da a entender que no fueron los más utilizados, ya que en la zona, las actividades interpersonales son las más concurridas.

GRÁFICO N° 07

SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN LEVANTADA



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N° 08**

¿CONSIDERA QUE FUE UN ACTORA SOCIAL INVOLUCRADA PARA  
GENERAR EL CAMBIO DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN?

**ACTORAS SOCIALES**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
Sí	134	56.54
A veces	93	39.24
No	10	4.22
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

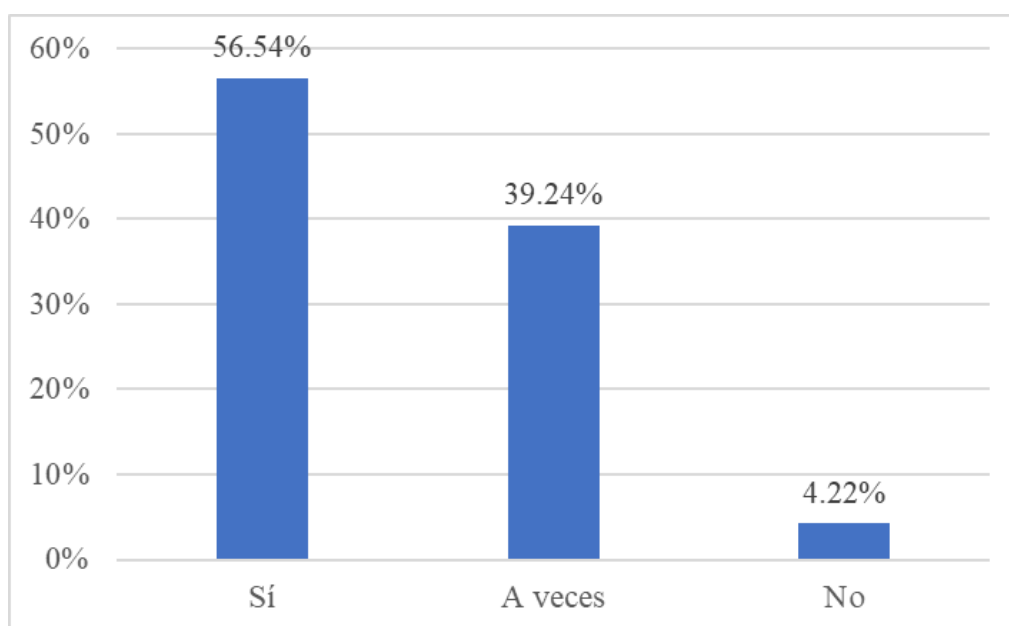
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la interrogante, ¿CONSIDERA QUE FUE UN ACTORA SOCIAL INVOLUCRADA PARA GENERAR EL CAMBIO DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN? Las encuestadas respondieron, 56.54% sí, un 39.24% a veces, 4.22% marcaron no.

En los datos levantados, la mitad de las encuestadas indicaron que sí fueron actoras sociales comprometidas para el cambio, estando de acuerdo con lo planteado. Se puede afirmar que su participación fue activa dentro de las actividades planteadas y tuvieron poder de decisión, por ende, sí comenzaron a sentirse actoras sociales de cambio. Las estrategias utilizadas para lograr estos resultados, reflejan que fueron las adecuadas. Luego, un porcentaje importante, considera que a veces fue una actora social. Esto puede ser referente a que durante el proceso, aquellas mujeres no tuvieron una disposición completa, ya sea por una timidez aún presente o por falta de tiempo. Finalmente, las que no consideran que fueron parte de esta condición, podría deberse a actitudes recias al cambio y a la no disponibilidad de tiempo. Asimismo, actitudes muy arraigadas a la sumisión y a no expresar sus ideas con libertad sin temor al “qué dirán”, pueden influenciar a este tipo de actitudes que contrarian a lo que la mayoría de la población sí responde.

### GRÁFICO N° 08

#### ACTORAS SOCIALES



Fuente: Elaboración propia, 2021.



**TABLA N° 09**

¿CONSIDERA USTED QUE DURANTE EL PROYECTO SE IMPULSÓ EL LIDERAZGO EN LAS INTEGRANTES DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN?

**LIDERAZGO**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
Frecuentemente	161	67.86
Algunas veces	17	7.14
Rara vez	25	10.71
No se trabajaron temas de liderazgo	34	14.29
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

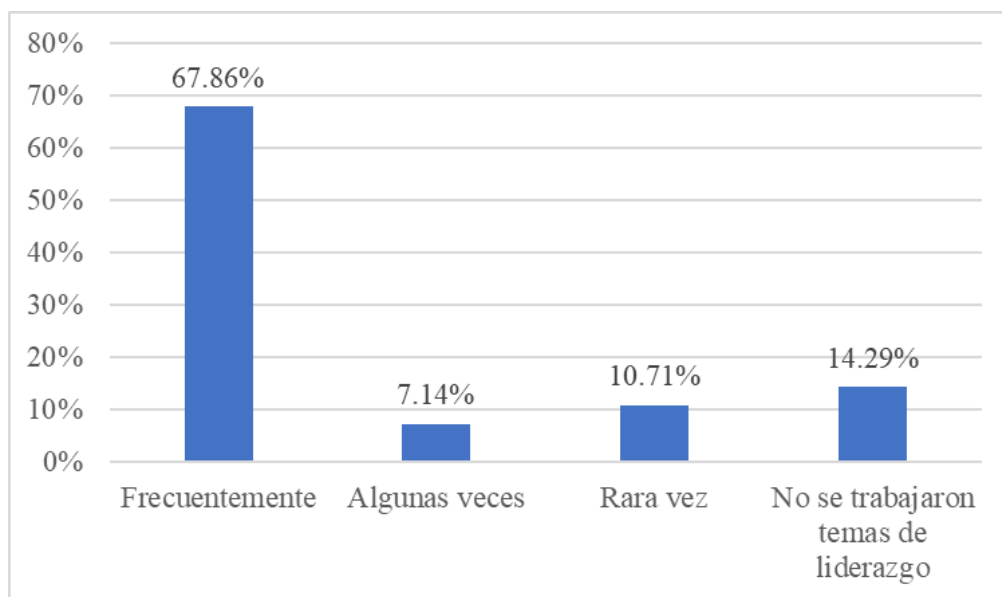
**Fuente:** Elaboración propia, 2021.

Ante la interrogante, **¿CONSIDERA USTED QUE DURANTE EL PROYECTO SE IMPULSÓ EL LIDERAZGO EN LAS INTEGRANTES DE SU COMUNIDAD/ASOCIACIÓN?** Las encuestadas respondieron, 67,86% frecuentemente, 14.29% no se trabajaron temas de liderazgo, 10.71% rara vez y 7.14% algunas veces.

En los datos logrados, apreciamos que más de la mitad de mujeres trabajaron temas de liderazgo, sintió que sí impulsaron este aspecto, considerando este tema como importante para lograr su autonomía; luego, un grupo de encuestadas indicaron que no se trabajó liderazgo, rara vez o algunas veces, reflejando solo una actitud negativa, ya que va en contra con lo que la mayoría de la población encuestada sí trabajó.

**GRÁFICO N° 09**

## LIDERAZGO



Fuente: Elaboración propia, 2021.

TABLA N°10

MARQUE LA O LAS ACTIVIDADES EN LAS QUE USTED PARTICIPÓ  
ACTIVAMENTE EN SU ELABORACIÓN Y DESARROLLO

**DISEÑO DE ACTIVIDADES**

ALTERNATIVAS	<i>Om</i>	%
Plan de incidencia	103	20.04
Planes Locales de Igualdad de Oportunidades entre Hombre y Mujeres (PLIO)	227	44.16
Agenda mujer	184	35.80
No participé en ninguna	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>514</b>	<b>100</b>

**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante el ítem, **MARQUE LA O LAS ACTIVIDADES EN LAS QUE USTED PARTICIPÓ ACTIVAMENTE EN SU ELABORACIÓN Y DESARROLLO:**

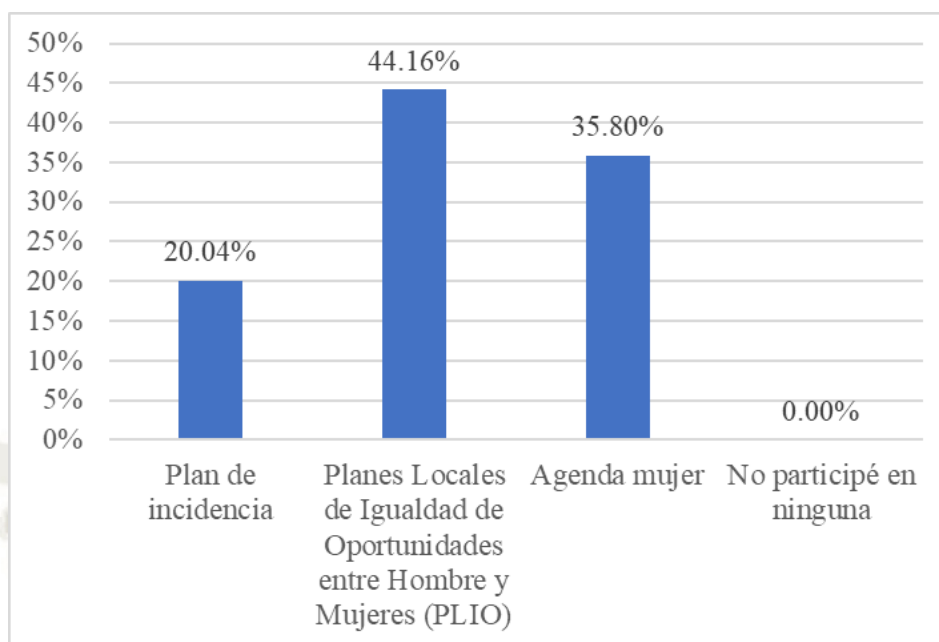
Las encuestadas respondieron, 44.16% Planes Locales de Igualdad de Oportunidades entre Hombre y Mujeres (PLIO), luego un 35.80% agenda mujer, seguidamente un 20.04% plan de incidencia, y un 0% no participó en ninguna actividad.

En los datos logrados observamos que en las tres actividades principales, todas tuvieron participaron. En unas más que en otras, pero en todas se trabajó. La más votada fue el PLIO, y hace referencia a que esta actividad fue la que tuvo más aceptación e importancia para ellas, por el machismo predominante, como también el hecho de atribuir las tareas del hogar solo a las mujeres y sobre todo responde a las predisposición al cambio, que exista igualdad de condiciones entre hombres y mujeres. Las demás opciones también tuvieron una importante participación, desde la incidencia política y agenda de necesidades de las mujeres de la zona. Se logró trabajar en todas las actividades.



### GRÁFICO N°10

#### DISEÑO DE ACTIVIDADES



**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

**TABLA N°11**

**¿SE TOMARON EN CUENTA PROPUESTAS SUGERIDAS POR LA  
COMUNIDAD/ASOCIACIÓN PARA EL DISEÑO DE LAS ACTIVIDADES?**

**DISEÑO DE ACTIVIDADES**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
Sí, frecuentemente	149	62.87
Algunas veces	74	31.22
Rara vez	8	3.38
No se tomaron en cuenta	6	2.53
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

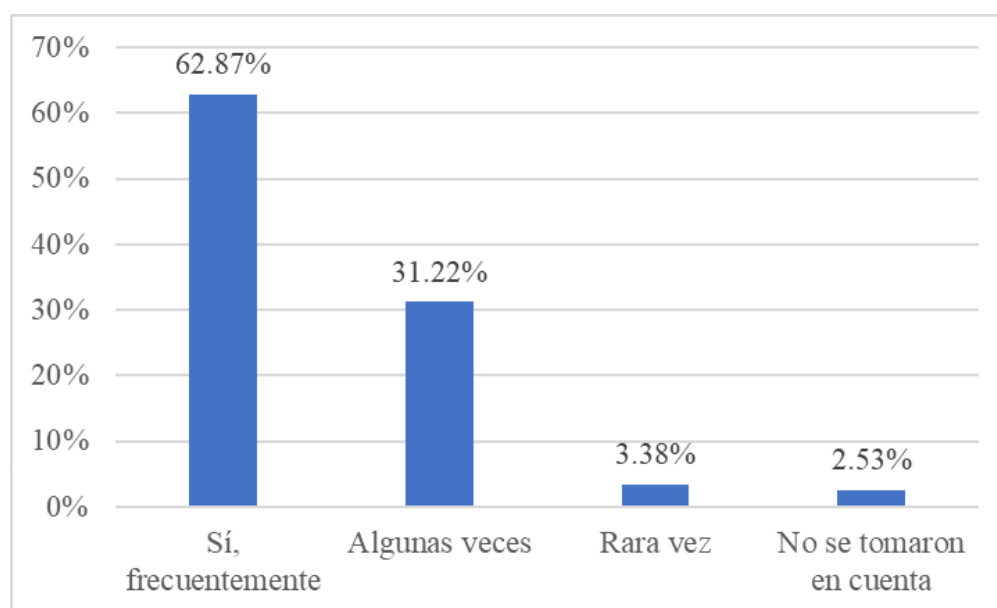
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la interrogante, **¿SE TOMARON EN CUENTA PROPUESTAS SUGERIDAS POR LA COMUNIDAD/ASOCIACIÓN PARA EL DISEÑO DE LAS ACTIVIDADES?** Las encuestadas respondieron, 62.87% sí, frecuentemente, 31.22 % algunas veces, 3.38% rara vez y un 2.53% no se tomaron en cuenta.

Como podemos apreciar, más de la mitad de las encuestadas consideran que sus propuestas sí fueron tomadas en cuenta, esto hace referencia a que el diseño de actividades pudo ser participativo; luego, un porcentaje considerable opina que, solo algunas veces fueron tomadas en cuenta, esto podría deberse a problemas de integración con algunas participantes; finalmente, unos cuantos encuestados refirieron que rara vez fueron tomados en cuenta y no se tomaron en cuenta. Se pueden inferir estas respuestas negativas como parte de un grupo que no terminó de involucrarse en el proceso o que no asistió a los espacios en donde se trabajaron estos temas y concluyeron que no se tomó en cuenta este aspecto.

### GRÁFICO N°11

#### DISEÑO DE ACTIVIDADES



**Fuente: Elaboración propia, 2021.**



**TABLA N°12**

**¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN FUERON UTILIZADOS PARA FINES  
DEL PROYECTO?**

**ELECCIÓN DE MEDIOS**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>Om</i></b>	<b>%</b>
Radio	210	67.09
Televisión	30	9.58
Redes Sociales	10	3.19
Otros: Comunicados	63	20.13
<b>TOTAL</b>	<b>313</b>	<b>100</b>

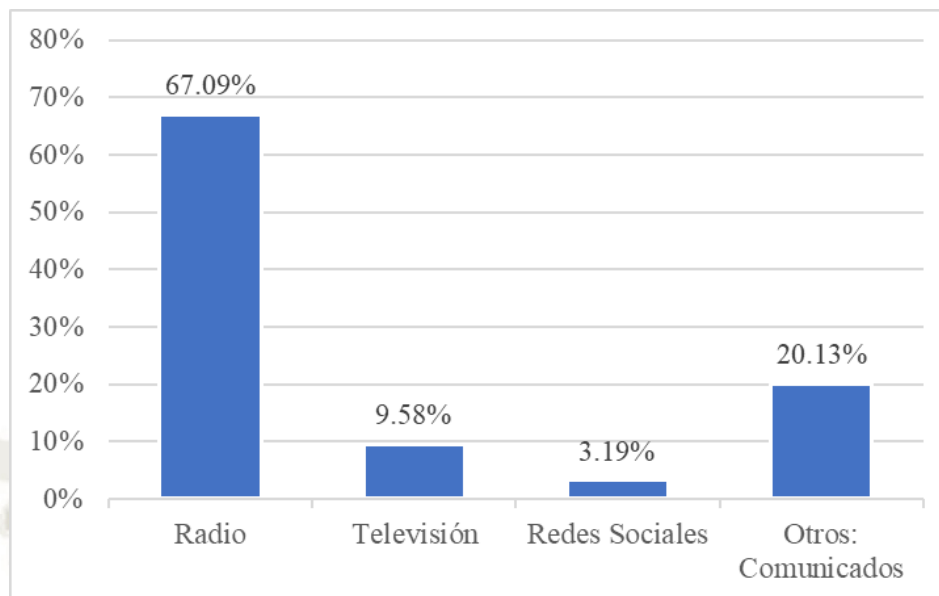
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la interrogante, **¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN FUERON UTILIZADOS PARA FINES DEL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 67.09% radio, 20.13% otros (comunicados), 9.58% televisión y 3.19% redes sociales.

Según la estadística procesada, se obtuvo que la radio fue el medio más utilizado por ser el más eficaz en cuanto al acceso en las habitantes de la zona. Las demás alternativas de comunicación no suelen abastecer señal en zonas muy alejadas y la población cuenta con una radio en casa que otros dispositivos. Seguidamente, en la respuesta otros (comunicados), se puede inferir a la elección de ese medio por su efectividad en la recepción, ya que es directa e interpersonal. Finalmente, en redes sociales, el porcentaje es mínimo, sin embargo, considero que tiene una interpretación importante. Da a entender que el proyecto cubrió todos los medios actuales, y si bien es cierto que la frecuencia fue de diez personas, este número ya marca un antecedente en futuras investigaciones, para el momento de considerar los medios a utilizar.

### GRÁFICO N°12

#### ELECCIÓN DE MEDIOS



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N°13**

A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO USTED SE ENTERÓ DEL PROYECTO.

**ELECCIÓN DE MEDIOS**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
De boca en boca	75	31.82
Club de madres	22	9.09
Por medio de nuestra presidenta	11	4.55
Reunión de su organización	65	27.27
Invitación directa descosur	54	22.73
No responde	11	4.55
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

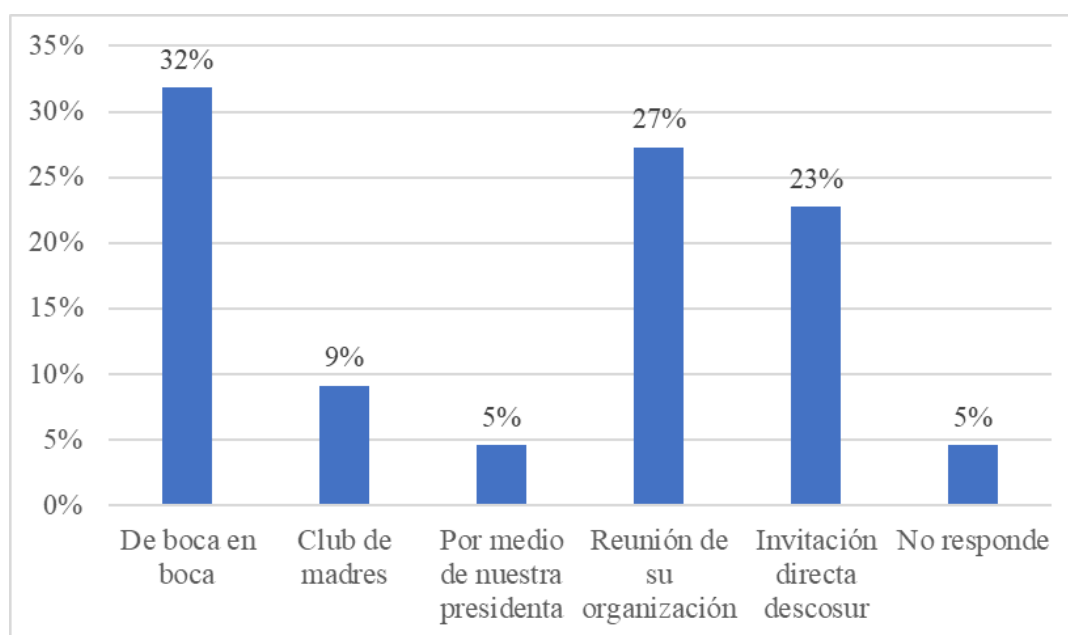
**Fuente:** Elaboración propia, 2021.

Ante el ítem, **A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO USTED SE ENTERÓ DEL PROYECTO**. Las encuestadas respondieron, 31.82% de boca en boca, 27.27% reunión de su organización, 22.73% por medio de invitación directa de descosur, 9.09% club de madres, 4.55% por medio de su presidenta. Así mismo, un 4.55% no dio respuesta.

Según los datos obtenidos, las encuestadas se enteraron del proyecto a través de boca en boca, entre ellas difundieron informalmente la información; luego, se tiene a las reuniones de su organización, ya que las mujeres encuestadas participan frecuentemente en estos espacios; así mismo, se enteraron por invitaciones directas de la ONG para participar en el proyecto; seguidamente, con porcentajes similares encontramos a los club de madres y por medio de su presidenta. Estas afirmaciones podrían ser consideradas como parte de las reuniones con sus organizaciones. Finalmente, algunos encuestados no respondieron la pregunta.

### GRÁFICO N°13

#### ELECCIÓN DE MEDIOS



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N°14**

SEGÚN SU OPINIÓN, ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN FUE EL MEJOR  
PARA COMPARTIR EL MENSAJE DEL PROYECTO?

**ELECCIÓN DE MEDIOS**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
Reuniones	117	49.32
Insentivos	12	5.06
Charlas	26	11.10
Interpersonal	12	5.06
Capacitación	44	18.50
De boca en boca	12	5.06
No responde	14	5.90
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

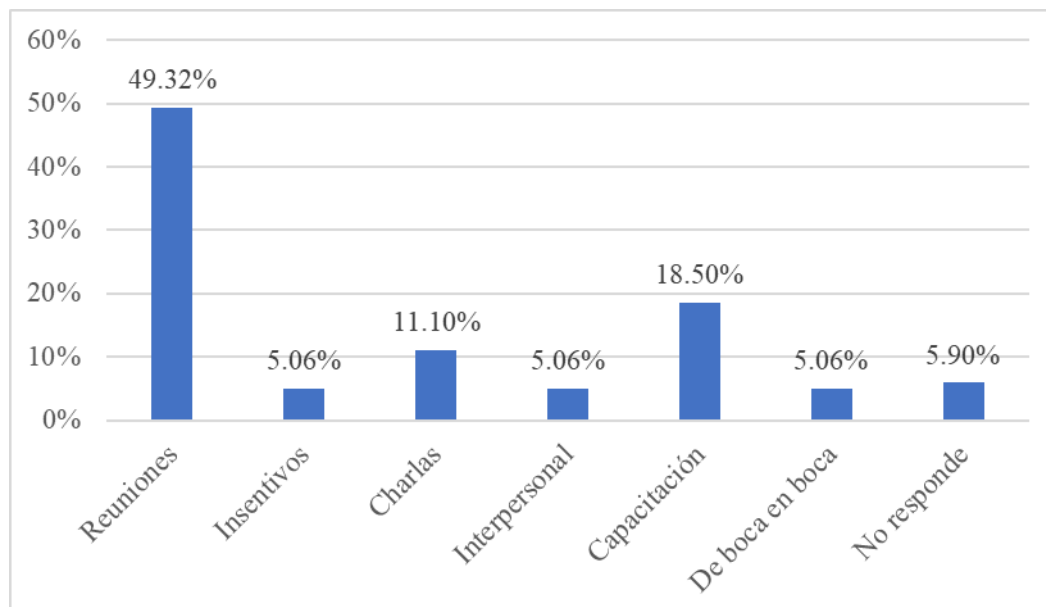
Ante la interrogante, **SEGÚN SU OPINIÓN, ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN FUE EL MEJOR PARA LLEVAR EL MENSAJE DEL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 49.32% reuniones, 18.5% capacitación, 11.1% charlas, 5.9% no respondieron la interrogante, un 5.06% insentivos e interpersonal. Y de igual manera un 5.06% de boca en boca.

En los resultados obtenidos se tiene, con un porcentaje de casi la mitad de encuestadas, indicando a las reuniones como el primer medio elegido para llevar los mensajes del proyecto, por ser el recurso más frecuente en zonas rurales, en ellas suelen expresarse de mejor manera; seguidamente, en posición similar se encuentran a las charlas y capacitaciones, siendo estas un medios alternativos también utilizados en la zona, además los más solicitados por la población. Finalmente, con un mismo rango se encuentran los insentivos y boca en boca.



### GRÁFICO N°14

### ELECCIÓN DE MEDIOS



Fuente: Elaboración propia, 2021.

TABLA N°15

LA DIFUSIÓN DEL MENSAJE DEL PROYECTO FUE

## DIFUSIÓN

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
Constante	172	72.53
Regular	51	21.55
Escasa	10	4.23
No era difundido	4	1.69
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

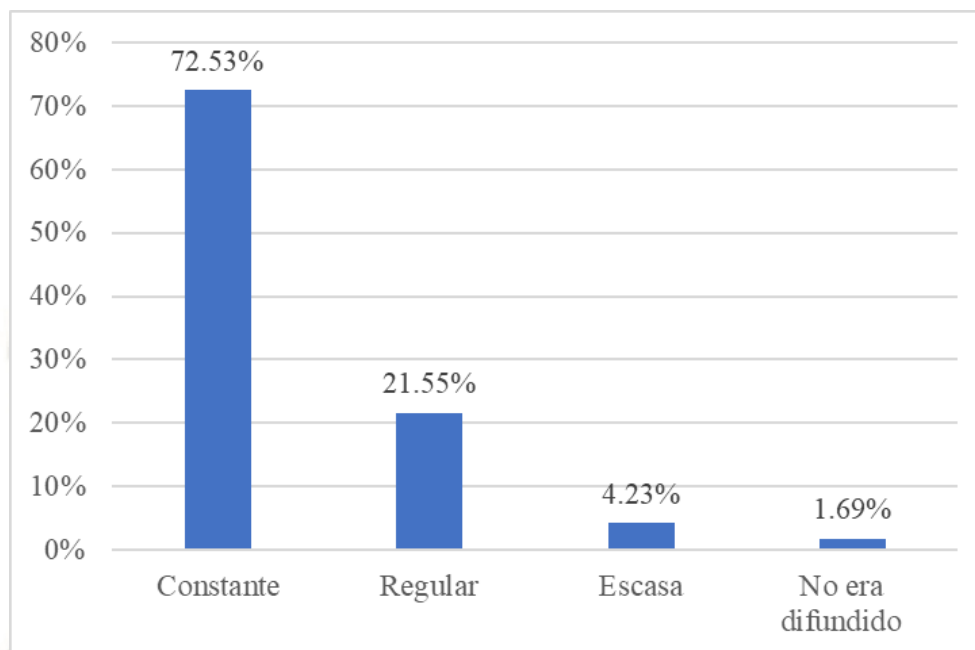
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la afirmación, **LA DIFUSIÓN DEL MENSAJE DEL PROYECTO FUE:** Las encuestadas respondieron, 72.53% constante, 21.55% regular, 4.23% escasa y un 1.69% no era difundido.

Como se aprecia, más de la mitad de encuestadas manifestaron que la difusión de los mensajes fue constante, reflejando que las estrategias de medios lograron el fin esperado de difusión permanente y repetitiva, sin embargo, con porcentajes menores se observa que algunas encuestadas consideran que fue escasa o no era difundido, lo cual podría indicar que no tenían un fácil acceso a los medios o no asistieron a las reuniones.

### GRÁFICO N°15

#### DIFUSIÓN



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N°16**

SEGÚN SU EXPERIENCIA, ¿DE QUÉ MANERA SE ELABORARON LOS MENSAJES QUE SE DIFUNDIERON DURANTE EL PROYECTO?

**ELABORACIÓN DEL MENSAJE PARTICIPATIVO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Om</b>	<b>%</b>
Enfatizando la idea principal	84	19.01
Realizando un borrador de ideas	6	1.36
Mediante lluvia de ideas	136	30.78
Votación de los mensajes ya propuestos	165	37.35
No tuvimos acceso a ese proceso	51	11.50
<b>TOTAL</b>	<b>442</b>	<b>100</b>

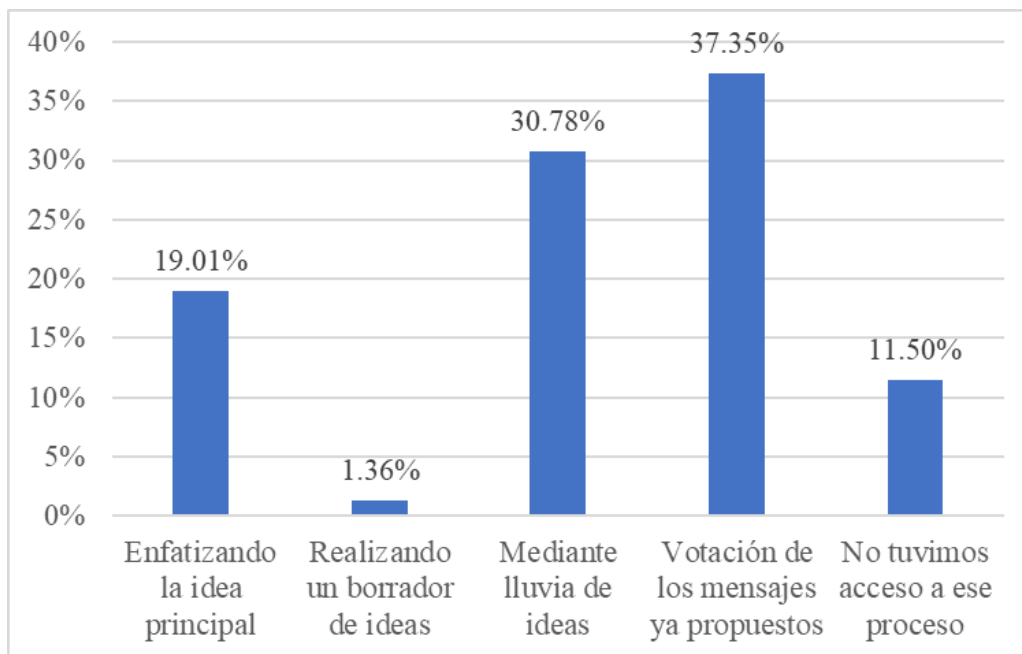
**Fuente:** Elaboración propia, 2021.

Ante la pregunta, **SEGÚN SU EXPERIENCIA, ¿DE QUÉ MANERA SE ELABORARON LOS MENSAJES QUE SE DIFUNDIERON DURANTE EL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 37.35% votación de los mensajes ya propuestos, 30.78% mediante lluvia de ideas, 19.01% enfatizando la idea principal, 11.5% no tuvimos acceso a ese proceso y un 1.36% realizando un borrador de ideas.

Como se aprecia, se tuvo una votación de los mensajes, sin embargo, fueron los ya propuestos por los encargados y encargadas del proyecto. Un punto importante es observar la similitud con la opción de lluvia de ideas, lo que se puede interpretar como una combinación de ambos, además de la votación, también pudieron formular sus propios mensajes a difundir. Las personas involucradas en el proyecto responden positivamente para ambas, es un indicador común en zonas rurales, de esa manera son tomadas la mayoría de las decisiones que implican la mejora de su calidad de vida y demás temas de interés.

### GRÁFICA N°16

#### ELABORACIÓN DEL MENSAJE PARTICIPATIVO



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**TABLA N°17**

SEGÚN SU EXPERIENCIA DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO,  
¿QUÉ MEDIOS ALTERNATIVOS SE UTILIZARON?

**COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**

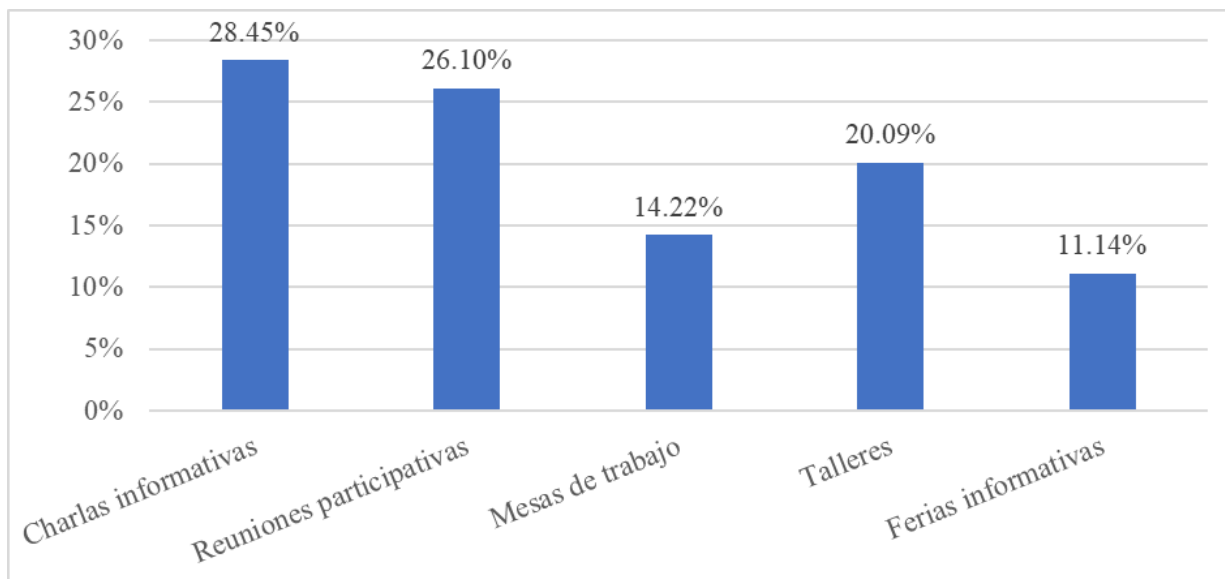
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>Om</i></b>	<b>%</b>
Charlas informativas	194	28.45
Reuniones participativas	178	26.10
Mesas de trabajo	97	14.22
Talleres	137	20.09
Ferias informativas	76	11.14
<b>TOTAL</b>	<b>682</b>	<b>100</b>

**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la interrogante, **SEGÚN SU EXPERIENCIA DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO, ¿QUÉ MEDIOS ALTERNATIVOS SE UTILIZARON?** Las encuestadas respondieron, 28.45% charlas informativas, 26.1% reuniones participativas, 20.09% talleres, 14.22% mesas de trabajo, y un 11.14% ferias informativas.

Los datos obtenidos reflejan que las charlas informativas fueron las que más se realizaron, junto con las reuniones participativas; seguidamente, con porcentajes similares, señalan a las mesas de trabajo, talleres, ferias informativas, entre otros. Todas las mencionadas, responden a una comunicación alternativa, una herramienta potencial para fines de proyectos de comunicación para el desarrollo e indican a su vez que, las encuestadas se sienten familiarizadas con estas actividades, se involucran y participan de ellas.

**GRÁFICO N°17**  
**COMUNICACIÓN ALTERNATIVA**



**Fuente: Elaboración propia, 2021.**



**TABLA N°18**

SEGÚN SU EXPERIENCIA, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS SE UTILIZARON PARA DIFUNDIR LOS MENSAJES DEL PROYECTO?

**SOPORTES DE COMUNICACIÓN**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Om</b>	<b>%</b>
Medios escritos	168	35.59
Data multimedia / proyector	183	38.77
Anuncios y/o programas radiales	121	25.64
<b>TOTAL</b>	<b>472</b>	<b>100</b>

**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

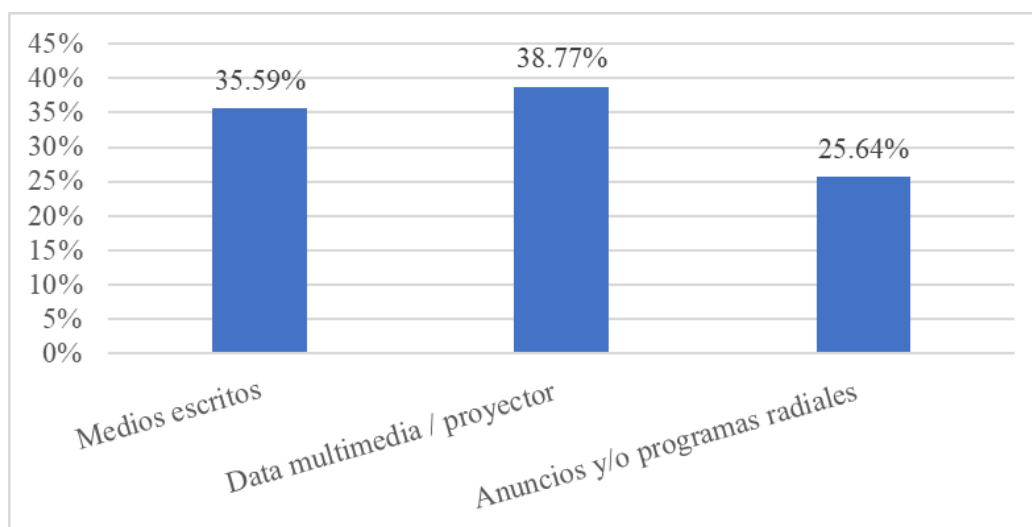
Ante la interrogante, **SEGÚN SU EXPERIENCIA, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS SE UTILIZARON PARA LLEVAR LOS MENSAJES DEL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 38.77% data multimedia, 35.59% medios escritos y un 25.64% anuncios y/o programas radiales.

En los resultados se observa que el soporte más utilizado como estrategia, fue la alternativa data multimedia. Por ser la herramienta/soporte, por el cual se pueden proyectar videos, textos, imágenes, diapositivas, etc. Siendo muy útiles para fines del proyecto; luego, los medios escritos fueron utilizados, por su facilidad de difusión y también es probable su uso como un refuerzo a lo conversado en reuniones. Siendo una estrategia vital, por ser un medio importante en zonas rurales, los pobladores luego de sus jornadas habituales, llegan y leen el material que se les hace alcance. Finalmente, los programas y anuncios radiales también fueron importantes llevando los mensajes, además de ser un medio al alcance de toda la población.

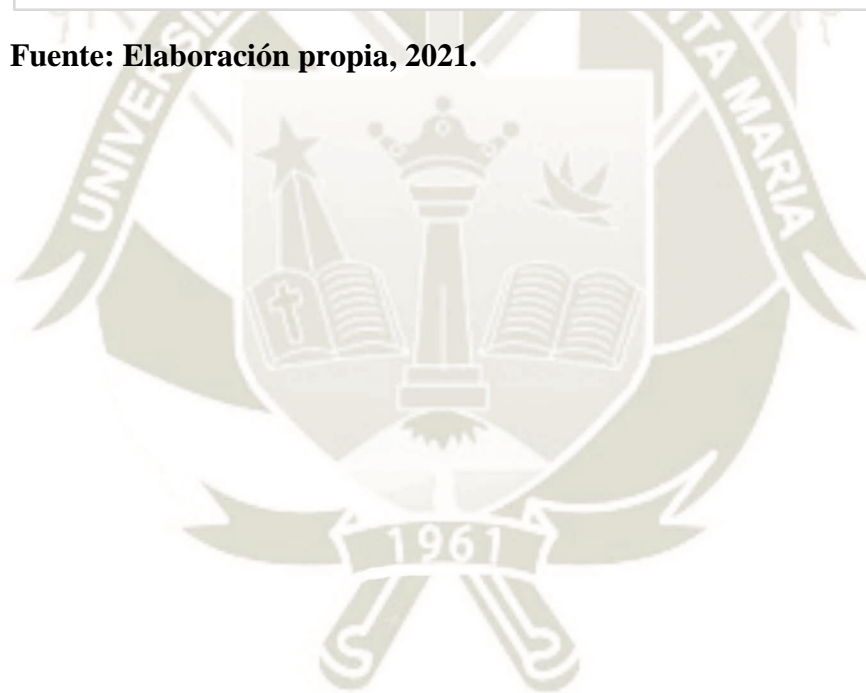


GRÁFICO N°18

SOPORTES DE COMUNICACIÓN



Fuente: Elaboración propia, 2021.



**TABLA N°19**

¿AL FINALIZAR EL PROYECTO USTED PUDO EXPRESAR SU OPINIÓN  
LIBREMENTE?

**AUTONOMÍA**

ALTERNATIVAS	<i>f</i>	%
Sí, siempre	176	74.26
algunas veces	53	22.36
No	8	3.38
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

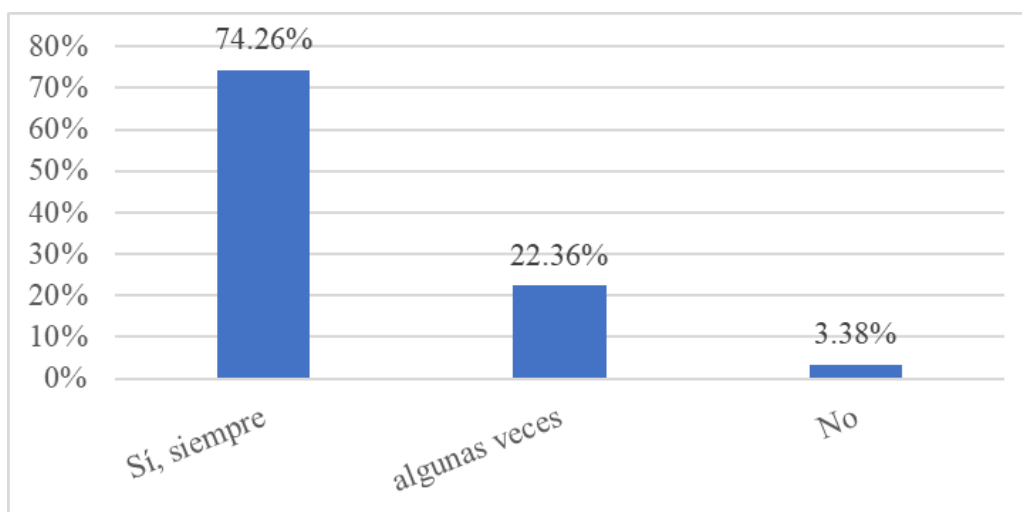
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Según la pregunta, **¿AL FINALIZAR EL PROYECTO USTED PUDO EXPRESAR SU OPINIÓN LIBREMENTE?** Las encuestadas respondieron, 74.26% sí, siempre, 22.36% algunas veces y un 3.38% respondió que no.

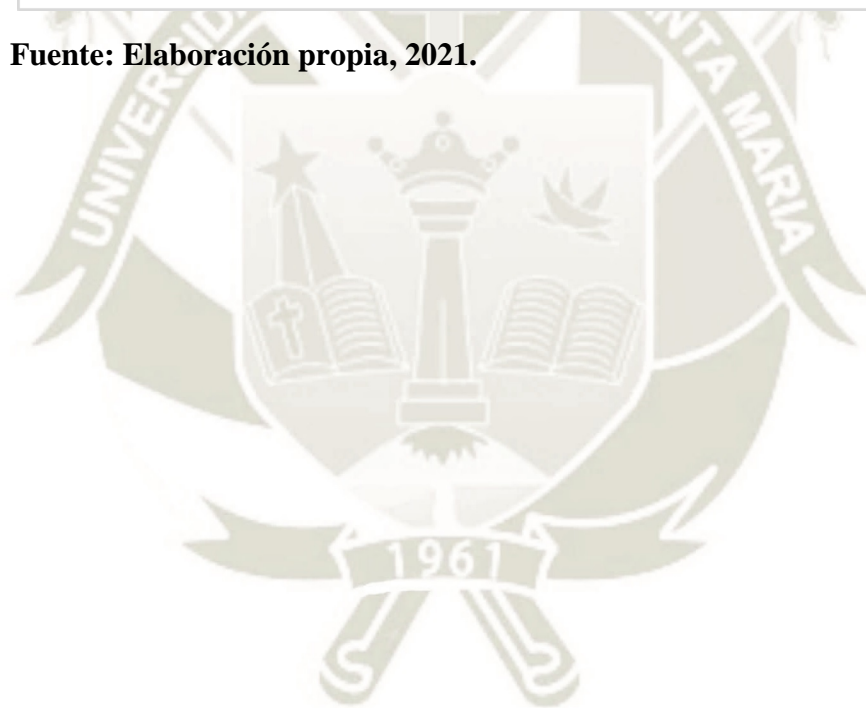
En los datos obtenidos, podemos inferir que la mayoría de encuestadas tuvieron una respuesta afirmativa, como resultado de lo trabajado en el proyecto, reflejando que se tuvo autonomía y libertad para expresar sus opiniones. Luego, el porcentaje de mujeres que solo algunas veces pudo expresarse, es probable que en ese grupo aún lo trabajado no fue suficiente para que siempre y sin temor, puedan expresar sus ideas. Finalmente, las personas que indicaron que no lograron expresar su opinión, puede deberse a factores ajenos a lo realizado en el proyecto, como podría ser la falta de apoyo de la familia o condiciones aún muy arraigadas de machismo que no se pudieron cambiar, ya que casi el 100% de ellas, expresaron su voz.

### GRÁFICO N°19

#### AUTONOMÍA



Fuente: Elaboración propia, 2021.



**TABLA N°20**

**¿CONSIDERA USTED QUE EN LA EVALUACION DEL PROYECTO LA  
COMUNICACIÓN FUE FLUIDA?**

**RETROALIMENTACIÓN**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
Sí, siempre	182	76.79
Algunas veces	33	13.92
Rara vez	12	5.06
No hubo	10	4.22
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

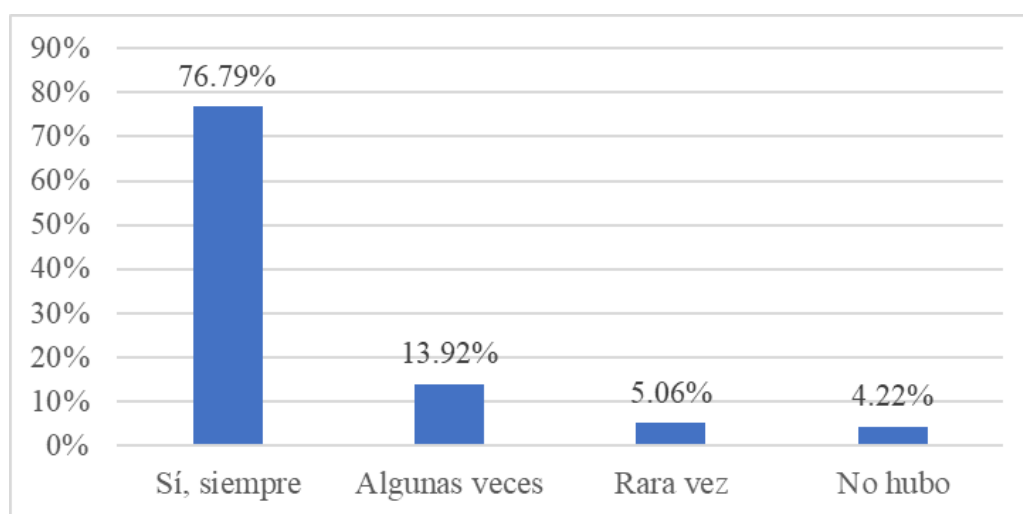
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la interrogante, **¿CONSIDERA USTED QUE EN LA EVALUACION DEL PROYECTO LA COMUNICACIÓN FUE FLUIDA?** Las encuestadas respondieron, 76.79% sí, siempre, el 13.92% algunas veces, 5.06% rara vez y un 4.22% no hubo.

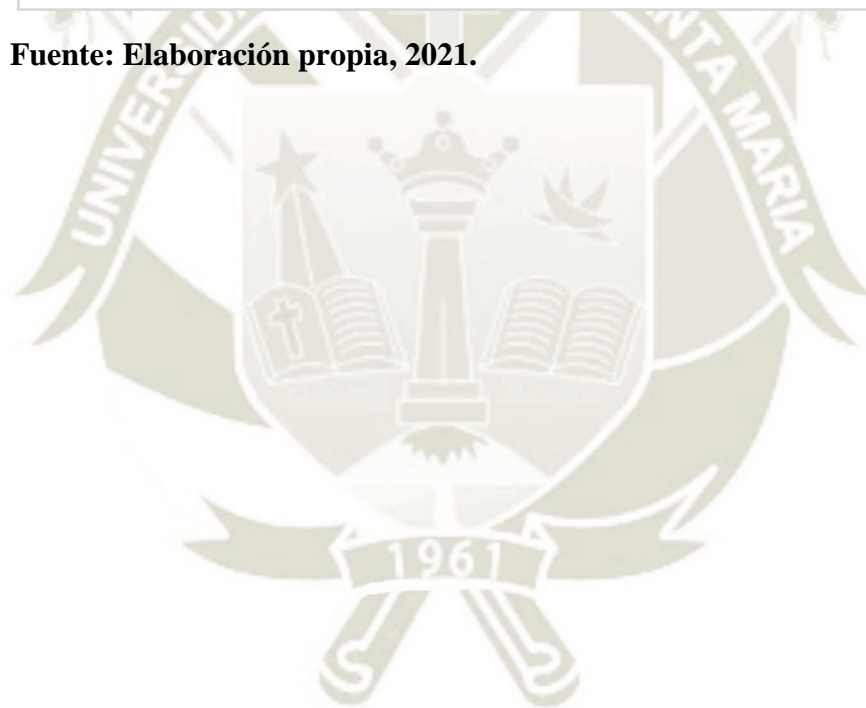
En los datos logrados; se considera que sí hubo una comunicación frecuente y fluida en la etapa de evaluación participativa, lo que nos indica que los miembros del equipo del proyecto establecieron una retroalimentación frecuente con los involucrados; luego, se encuentra a las mujeres que refieren que solo algunas veces, rara vez y que no hubo una comunicación fluida es este proceso ,esto puede deberse a diversos factores, como al ser más de doscientas personas participando del proyecto, no todas contaron con la misma oportunidad de comunicación ya sea por falta de abastecimiento de los encargados o falta de tiempo de la población.

## GRÁFICO N°20

### RETROALIMENTACIÓN



Fuente: Elaboración propia, 2021.



**TABLA N°21**

**FINALMENTE ¿CONSIDERA USTED QUE PARTICIPÓ EN ESPACIOS DE APRENDIZAJE DONDE COMPARTIERON LOS RESULTADOS, LOGROS, EXPERIENCIAS Y NUEVOS CONOCIMIENTOS OBTENIDOS DURANTE LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO?**

**APRENDIZAJE**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>
Sí	173	73.08
No	46	19.23
No responde	18	7.69
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

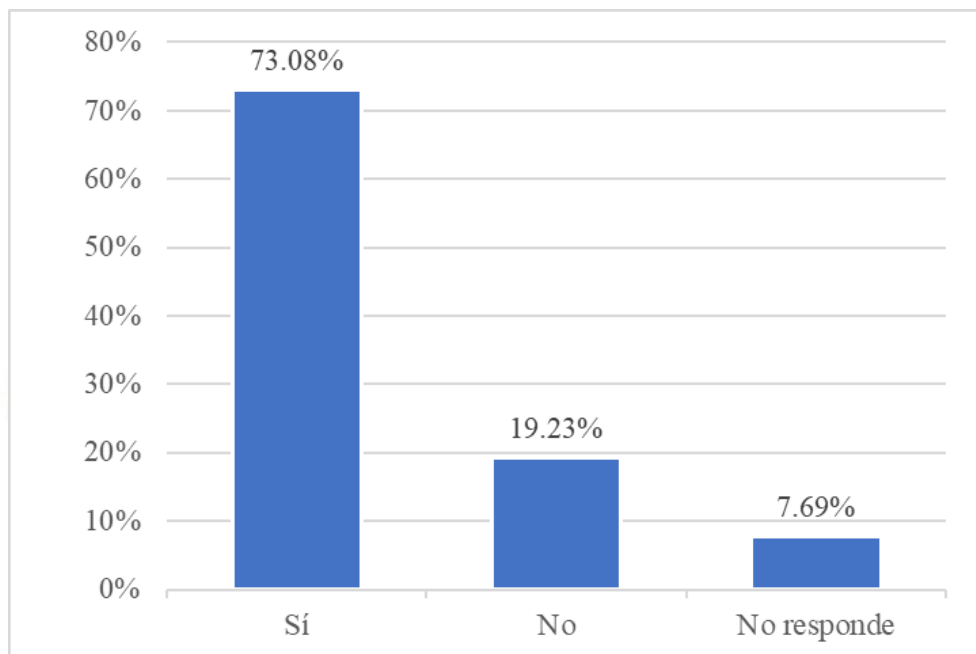
**Fuente: Elaboración propia, 2021.**

Ante la interrogante, **FINALMENTE ¿CONSIDERA USTED QUE PARTICIPÓ EN ESPACIOS DE APRENDIZAJE DONDE COMPARTIERON LOS RESULTADOS, LOGROS, EXPERIENCIAS Y NUEVOS CONOCIMIENTOS OBTENIDOS DURANTE LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO?** Las encuestadas respondieron, 73.08% sí, 19.23% no, y un 7.69% no respondió la pregunta.

Como se aprecia en los datos procesados; más de la mitad de las encuestadas indicaron que participaron en dichos espacios y puede corresponder a la buena aceptación y ganas de compartir los cambios que lograron en todo el proceso; seguidamente un porcentaje menor, pero no menos importante, no participó en los espacios de aprendizaje de evaluación, lo que nos indica la probabilidad de falta de espacios repartidos según la disponibilidad de las participantes, como también de fallas en coordinación al momento de esta última etapa del proceso. Finalmente, se puede interpretar que no respondieron la pregunta, por no considerarla importante o falta de tiempo para culminar la encuesta.

### GRÁFICO N°21

#### APRENDIZAJE



Fuente: Elaboración propia, 2021.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA.** En cuanto al objetivo general de la investigación se concluye que, las estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el proceso participativo del proyecto Empoderamiento de la Mujer Rural en los distritos de Umachiri y Llalli, aplicado por descosur, son las adecuadas. Por demostrar como base la teoría y práctica de la participación de las actoras sociales como tal, en la elaboración y ejecución general del proyecto. Además de aplicar con éxito los cuatro indicadores del proceso evaluado.

**SEGUNDA.** Se logró determinar que, la participación de las beneficiarias fue alta según los resultados contrastados, en todos los aspectos evaluados tales como: el diagnóstico participativo, diálogo, empoderamiento, intervención en la toma de decisiones, como actoras sociales, socialización de información y liderazgo.

**TERCERA.** Se logró identificar que, el diseño de actividades corresponde al proceso participativo de la Comunicación para el Desarrollo. Por presentar un involucramiento alto de las beneficiarias en la creación y ejecución de las mismas.

**CUARTA.** Según los datos obtenidos, se identificó que el medio de comunicación más utilizado con un alto porcentaje fue la radio. Los demás como la televisión y redes sociales tuvieron un bajo uso; sin embargo, los medios de comunicación alternativos y comunitarios fueron un soporte esencial en el proyecto, y de igual manera como en el caso de la radio, se identificó su uso con alta frecuencia en todo el proceso.

**QUINTA.** Se determinó que, según los datos contrastados la evaluación participativa de las beneficiarias fue alta, en todos los aspectos como identificar un grado alto de autonomía, retroalimentación y aprendizaje.



## SUGERENCIAS

**PRIMERA.** A las mujeres de Umachiri y Llalli, para que, desde lo aprendido y trabajado durante este proyecto de empoderamiento, mantengan el cambio sostenible a lo largo del tiempo y pueda ser aplicado en nuevas generaciones del lugar, como también socializar la información a más personas.

**SEGUNDA.** A la ONG descosur para que sigan implementando proyectos de este tipo, sobre todo en zonas en donde las acciones del Estado no suelen llegar. Es importante desarrollar autonomía y otorgar poder de decisión, brindando las herramientas necesarias. Asimismo, seguir trabajando con los gobiernos locales de las zonas en donde se sitúan sus diferentes UOT, con dirigentes y presidentas de los sectores; para motivar la participación de las personas a más proyectos, iniciativas y actividades que solo benefician su calidad de vida.

## REFERENCIAS

- DESCOSUR. (s.f.). *Nosotros*. <http://www.descosur.org.pe/nosotros/>
- EUDEL. (2009). *¿Cómo realizar un proceso participativo de calidad? Guía Práctica*. Asociación de Municipios Vascos.
- INIAF, F. (2011). *Estrategias y Planes Locales de Comunicación para la Innovación y el Desarrollo Rural*. FAO.
- Calvelo, J. M. (2017). *Evaluación de Procesos de Comunicación para el Desarrollo*. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*. COMMONS 2017 Vol. 6 N. 1 pp. 63-79.
- FAO. (2008). *Manual de Diseño Participativo para una estrategia de comunicación*. ICDS.
- Cleri, C. (2016). *ESTRATEGIA BONSAI Y otras estrategias para el desarrollo de las PyMEs*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Granica.
- ICDS. (2011). *Comunicación para el Desarrollo en la Innovación Agropecuaria y Forestal*. Bolivia.
- Consenso de Roma. (2006). Washington DC. <https://www.comminit.com/node/196336>
- FAO. (2016). *Manual de Comunicación para el desarrollo rural*. FAO. <https://www.fao.org/3/i3492s/i3492s.pdf>
- Sánchez, E. (2000). *Todos con la "esperanza": continuidad de la participación comunitaria*. Comisión de Estudios de Postgrado, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.
- Barrientos, M. A. (2005). *LA PARTICIPACIÓN*. Asignatura Extensión Rural F.C.A.-U.N.C. <http://agro.unc.edu.ar/~extrural/LaPARTICIPACION.pdf>
- FAO. (1993). *Herramientas para la comunidad. Conceptos, métodos y herramientas para el diagnóstico, seguimiento y la evaluación de los participativos en el Desarrollo Forestal Comunitario. Manual de Campo N°2*. Italia.

- FAO. (2011). *Estrategias y planes locales de comunicación para la innovación y el desarrollo rural*. La Paz: ICDS.
- PNUD. (2009). *Importancia del diálogo para la prevención de conflictos y la construcción de la paz*. República Democrática del Congo. UNICEF.
- ASOCAM. (2007). *Empoderamiento: Conceptos y orientaciones*. Quito.
- Díaz, A. G. (s.f.). Centro Cultural Itaca S.C. Obtenido de <http://cursos.aiu.edu/Toma%20de%20Decisiones/PDF/Tema%201.pdf>
- Fracasso, L. (2000). *Planificación Comunitaria y Participación en los Procesos de Decisión: Categorías De Análisis y Argumentos*. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales.
- Barbini y Cacciutto. (2011). *Actores organizacionales estratégicos: su papel en los procesos de gobernanza turística. Análisis del caso zona puerto de la ciudad de Mar del Plata*. Universidad Nacional de Mar del Plata
- Fassler, Clara., Hauser, Patricia., Iens, Inés. (1997). *Género, familia y políticas sociales: modelos para armar*. Trilce.
- Bermúdez, Olga M. (2003). *Cultura y ambiente: la educación ambiental, contexto y perspectivas*. Universidad Nacional de Colombia.
- Newstrom, John. (2007). *Dirección: Gestión para lograr resultados*, 9ª edición, México. McGraw-Hill.
- Ivancevich, John, et al. (2005). *Comportamiento Organizacional*. McGraw-Hill.
- descosur. (2019). *Informe Final de la Sistematización de Experiencias, en el marco de La Construcción de Instrumentos y Estrategias Fundamentales para la Intervención Pública en Materia de Igualdad de Género, así como de las Prácticas Incorporadas Respecto a Economía de Cuidados*. Arequipa.
- Solano, D. (2008). *Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible*. Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Santiago.
- Biagini, H., & Roig, A. (2008). *Diccionario del pensamiento alternativo*. Buenos

Aires: REUNI.

Lewis, P. (1995). *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*. Paris: UNESCO.

Hernando, M. C. (2001). *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*. México: UNAM.

Sotelo Enríquez, C. (2008). *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Ariel S.A.

FAO. (1993). *Conceptos, métodos y herramientas para el diagnóstico, seguimiento y la evaluación participativos en el Desarrollo Forestal Comunitario*. Italia.

Escuelas de Familia Moderna. (s.f.). *Bloque III Documentación Sobre Las Competencias*. Obtenido de

[https://www.educacion.navarra.es/documents/27590/51352/AUTONOMIA\\_Y\\_RESPONSABILIDAD.pdf/34e7af0a-341e-47eb-b7a6-5b44a2c56a4e](https://www.educacion.navarra.es/documents/27590/51352/AUTONOMIA_Y_RESPONSABILIDAD.pdf/34e7af0a-341e-47eb-b7a6-5b44a2c56a4e)

Gimber, A. (2014). *Seguimiento y retroalimentación en los procesos de evaluación*.  
<https://www.ucm.es/data/cont/docs/3-2014-01-24-Seguimiento%20y%20retroalimentaci%C3%B3n%20en%20los%20procesos%20de%20evaluaci%C3%B3n.pdf>

Zapata-Ros, M. (2012). *Teorías y modelos sobre el aprendizaje en entornos conectados y ubicuos. Bases para un nuevo modelo teórico a partir de una visión crítica del “conectivismo”*. Universidad de Salamanca. España.  
<https://www.redalyc.org/pdf/5355/535554757006.pdf>

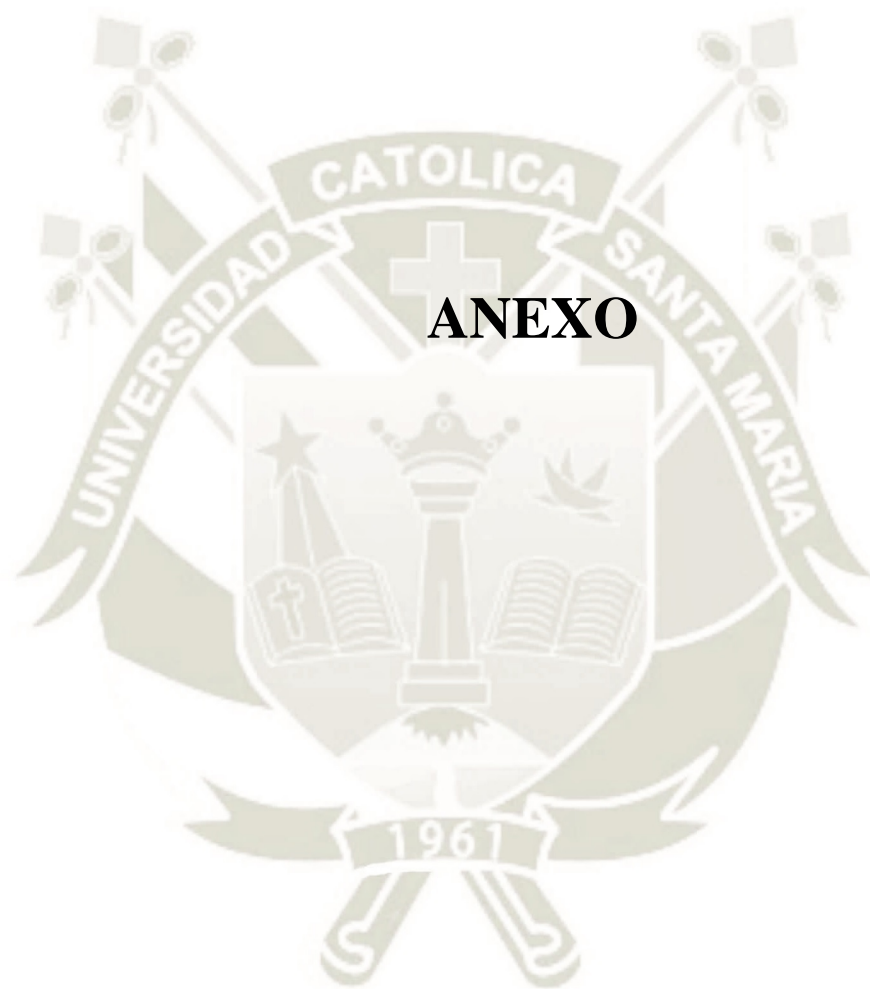
Feldman, R.S. (2005). *“Psicología: con aplicaciones en países de habla hispana”*. McGrawHill. México.

Baldeón, F. (2018). *Estrategias de comunicación para la mejora pedagógica en zonas rurales del Perú. El caso del proyecto “Maestros y Escuelas que cambian tu vida” en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho*. PUCP.

Ruíz, E. (2018). *Comunicación y Empoderamiento de la Mujer: Estrategia de Comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local*. PUCP.

Sánchez, G. (2021). *Estrategias de Comunicación para el Desarrollo aplicadas por el Centro De Emergencia Mujer en la violencia de género en mujeres de la Asociación Avequimakicc, Arequipa, 2020*. UCSM.





**EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO UTILIZADAS EN EL PROYECTO EMPODERAMIENTO DE LA MUJER RURAL EN LOS DISTRITOS DE UMACHIRI Y LLALLI, APLICADO POR DESCOSUR, PROVINCIA DE MELGAR, PUNO 2020**

**Datos Informativos:**

**Localidad:** \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

**Agradezco que lea atentamente las siguientes preguntas y conteste con completa sinceridad.**

1. **¿De qué manera participó Ud. en las primeras reuniones del proyecto?** Puede marcar más de una alternativa.

Identificación de problemas	
Determinación de necesidades	
Planteamiento de soluciones	
Decisión en cuanto al financiamiento	
Elaboración del proyecto	
No participé	

2. **Cree usted que el proceso de diálogo fue:**

Inclusivo	
Enriquecedor	
Reflexivo	
Descubridor de nuevos temas a considerar	
Ninguno de las anteriores	

3. **¿Tuvo oportunidad de expresar sus ideas y difundirlas (empoderamiento) mediante el proyecto?** Marque una alternativa.

Sí	No
----	----

4. **¿Considera que se tomaron en cuenta las opiniones de su comunidad/asociación para la toma de decisiones?** Marque una alternativa.

Sí	No
----	----

5. **¿Recibió capacitaciones que le informaban sobre los temas a trabajar durante el proyecto?** Marque una alternativa.

Constantemente	
Regularmente	
Muy escasamente	
No recibí ninguna capacitación	

6. **¿Se exponían constantemente los avances alcanzados durante las etapas del proyecto?** (De ser negativa su respuesta, por favor omita la siguiente pregunta.)

Sí	No
----	----

7. **¿De qué manera?** Puede marcar más de una alternativa.

Informes	
Comunicados	
Reuniones	
Otros, cuáles:	

8. **¿Considera que fue un actora social involucrada para generar el cambio de su comunidad/asociación?** Marque una alternativa.

Sí.	
A veces	
No	

9. **¿Considera usted que durante el proyecto se impulsó el liderazgo en los integrantes de su comunidad/asociación?**

Marque una alternativa.

Frecuentemente	
Algunas veces	
Rara vez	
No se trabajaron temas de liderazgo	

10. **Marque la o las actividades en las que Ud. participó activamente en su elaboración y desarrollo.**

Plan de incidencia	
Planes Locales de Igualdad entre Hombres y Mujeres(PLIO)	
Agenda Mujer	
No participé en ninguna	

11. **¿Se tomaron en cuenta propuestas sugeridas por la comunidad/asociación para el diseño de las actividades?** Marque una alternativa.

Sí, frecuentemente	
Algunas veces	
Rara vez	
No se tomaron en cuenta	

12. **¿Qué medios de comunicación fueron utilizados para fines del proyecto?** Puede marcar más de una alternativa.

Radio	
Televisión	
Redes Sociales	
Otros, cuáles:	

13. A través de qué medio usted se enteró del proyecto.

--

14. Según su opinión, ¿Qué medio de comunicación fue el mejor para llevar el mensaje del proyecto?

--

15. La difusión del mensaje del proyecto fue:

Constante	
Regular	
Escasa	
No era difundido	

16. ¿De qué manera participó usted en la elaboración de los mensajes del proyecto?

Enfatizando la idea principal	
Realizando un borrador de ideas	
Mediante lluvia de ideas	
Votación de los mensajes ya propuestos	
No tuve acceso a la elaboración	

17. Según su experiencia durante la ejecución del proyecto, ¿Qué medios alternativos se utilizaron? puede marcar más de una alternativa.

Charlas informativas	
Reuniones participativas	
Mesas de trabajo	
Talleres	
Ferias informativas	

18. Según su experiencia, cuáles de las siguientes alternativas se utilizaron para llevar los mensajes del proyecto:

Medios escritos	
Data multimedia / proyector	
Anuncios y/o programas radiales	

19. Al finalizar el proyecto usted pudo expresar su opinión libremente?

Sí, siempre	
Algunas veces	
No	

20. ¿Considera usted que en la evaluación del proyecto la comunicación fue fluida?

Sí, siempre	
Algunas veces	
Rara vez	
No hubo	

21. Finalmente, ¿considera usted que participó en espacios de aprendizaje donde compartieron los resultados, logros, experiencias y nuevos conocimientos obtenidos durante los procesos de evaluación del proyecto?

Sí  No

***¡Gracias por su colaboración!***