

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



**HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y
EMPODERAMIENTO EN LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA
EMPRENDE EN CASA. MOQUEGUA, 2021.**

Tesis presentada por la Bachiller:
Chávez Ormeño María Soledad

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

Asesor:
**Dr. Torres Orihuela Héctor
Octavio Guido**

Arequipa – Perú

2022

UCSM-ERP

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

Arequipa, 24 de Marzo del 2022

Dictamen: 005452-C-EPCS-2022

Visto el borrador del expediente 005452, presentado por:

2013242472 - CHAVEZ ORMEÑO MARIA SOLEDAD

Titulado:

**HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EMPODERAMIENTO EN LOS
BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA EMPRENDE EN CASA. MOQUEGUA, 2021.**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

1223 - CORNEJO PAREDES DORIS
DICTAMINADOR



1365 - FLORES CASTRO VDA. DE LINARES MIRIAM ROSARIO
DICTAMINADOR



2791 - VERA REVILLA CINTYA YADIRA
DICTAMINADOR



DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, a mi familia, a mis buenos amigos y también a esas personas especiales que en algún momento se cruzaron en mi camino, a quienes recuerdo con gratitud. Todos me brindaron cariño, apoyo incondicional e importantes enseñanzas que aportaron a construir una vida llena de alegría, bondad, honestidad y agradecimiento.



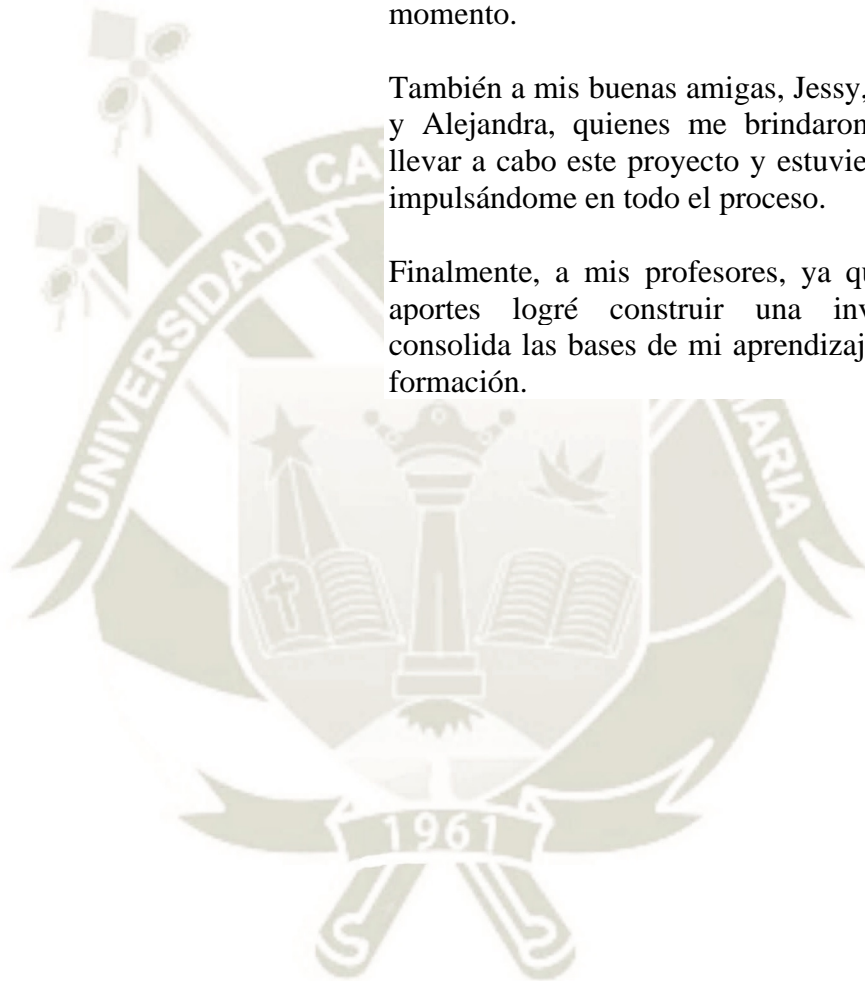
AGRADECIMIENTO

Doy las gracias a Dios, porque de su mano todo es posible de lograr y junto a él mi camino es más liviano.

Agradezco a mis padres, por su apoyo y enseñanzas, ellos me encaminaron hacia la perseverancia que me permite seguir adelante con paso firme. Y a mi familia, en especial a mi mamá Evelyng y a Jimena, por su apoyo, sin condiciones, comprensión y aliento en todo momento.

También a mis buenas amigas, Jessy, Prisciani, María y Alejandra, quienes me brindaron su apoyo para llevar a cabo este proyecto y estuvieron pendientes e impulsándome en todo el proceso.

Finalmente, a mis profesores, ya que gracias a sus aportes logré construir una investigación que consolida las bases de mi aprendizaje, tras 5 años de formación.



RESUMEN

El presente trabajo de investigación, denominado Herramientas de comunicación para el desarrollo y empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en casa en Moquegua al 2021, pretende demostrar la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en casa. Dentro de sus objetivos específicos, busca determinar la eficacia de las herramientas de comunicación para el desarrollo aplicadas en el programa Emprende en casa y el nivel de empoderamiento de los beneficiarios de este.

Para la recolección de datos, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario compuesto por veinticuatro ítems estructurados en dos partes: la primera parte comprende once ítems respecto al estudio de la variable, herramientas de comunicación para el desarrollo, y la segunda parte posee trece ítems que engloban el estudio de la variable empoderamiento. Este instrumento fue aplicado a una muestra de 66 personas, compuesta por mujeres y hombres, cuyas edades oscilan entre los veinte a sesenta años de edad, quienes son beneficiarios del programa Emprende en casa.

En cuanto a los resultados obtenidos en esta investigación, estos se presentaron en cuarenta y nueve tablas y treinta y nueve gráficos recopilados de manera ordenada para comprender la información, llegando a concluir que existe una correlación moderada, positiva y significativa entre las variables de estudio.

Así mismo, se encontró que la eficacia de las herramientas de comunicación para el desarrollo aplicadas en el programa Emprende en casa es regular y el nivel de empoderamiento de sus beneficiarios es alto, lo que evidencia la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento, en tal sentido, se demuestra que el acceso a diferentes herramientas de comunicación para el desarrollo permite a los beneficiarios empoderarse para transformar su contexto actual, logrando el cambio en su entorno sostenible en el tiempo.

Palabras clave: herramientas de comunicación, comunicación para el desarrollo, empoderamiento de los beneficiarios, programa social, áreas de influencia minera.

ABSTRACT

This research work, entitled Communication tools for the development and empowerment of the beneficiaries of the "Emprende en casa" program in Moquegua to 2021, aims to prove the relationship between the communication tools for development and the empowerment of the beneficiaries of the "Emprende en casa" program. Among its specific goals, it looks to find the effectiveness of the communication tools for development applied in the "Emprende en casa" program and the level of empowerment of its beneficiaries.

For data collection, the technique used was the survey and the instrument applied was a questionnaire composed of twenty-four items structured in two parts: the first part includes eleven items about the study of the variable communication tools for development, and the second part has thirteen items that encompass the study of the variable empowerment. This instrument was applied to a sample of sixty-six people, made up of people between the ages of twenty and sixty who are beneficiaries of the "Emprende en casa" program.

As for the results obtained in this research, these were presented in forty-nine tables and thirty-nine graphs compiled in an orderly manner to understand the information, concluding that there is a moderate, positive, and significant correlation between the study variables.

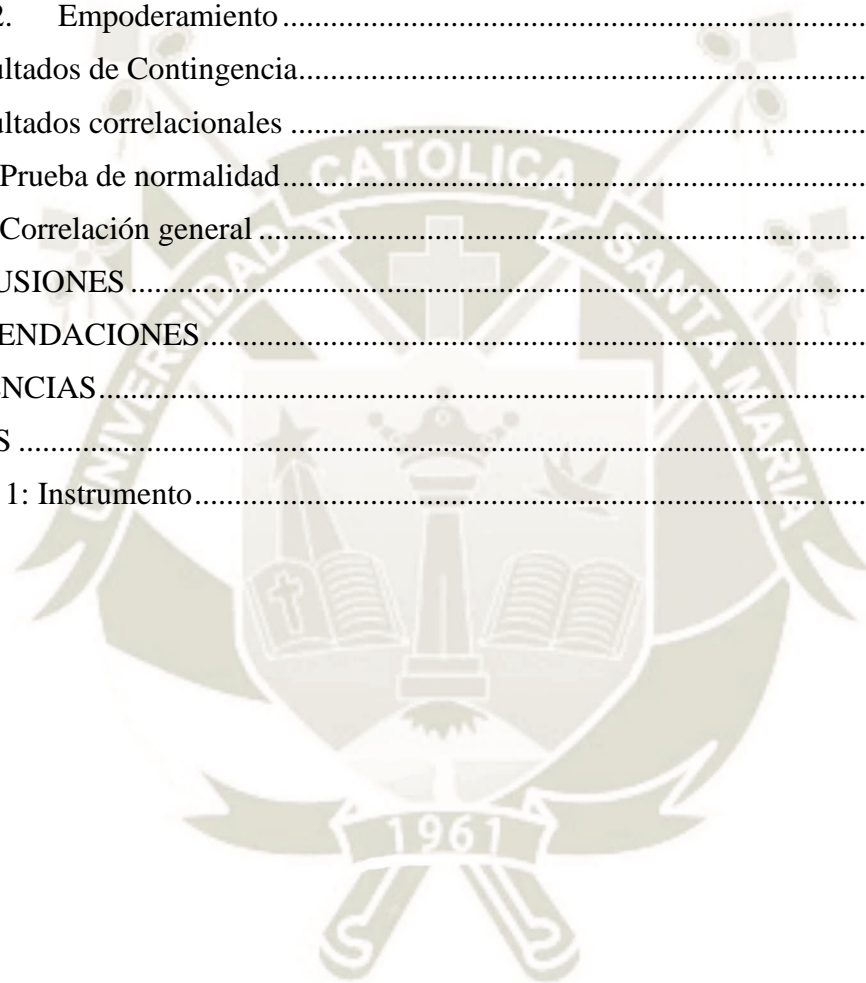
It was also, found that the effectiveness of the communication tools for development applied in the "Emprende en casa" program is regular and the level of empowerment of its beneficiaries is high, which evidences the relationship between communication tools for development and empowerment, in this sense, it is demonstrated that access to different communication tools for development allows the beneficiaries to empower themselves to transform their current context, achieving the change in their environment sustainable over time.

Keywords: communication tools, communication for development, beneficiary empowerment, social program, mining areas of influence.

ÍNDICE

RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE.....	vi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Enunciado del problema.....	1
1.2. Descripción del problema.....	1
1.2.1. Campo, área y línea de acción	1
1.2.2. Operacionalización de variables	2
1.3. Interrogantes.....	3
2. JUSTIFICACIÓN.....	3
3. OBJETIVOS.....	4
3.1. Objetivo general	4
3.2. Objetivos específicos.....	5
4. HIPÓTESIS	5
5. MARCO REFERENCIAL	6
5.1. Marco empresarial.....	6
5.1.1. Empresa minera	6
5.1.2. Programa Emprende en Casa	8
5.2. Fundamentos teóricos.....	11
5.2.1. Comunicación para el desarrollo	11
5.2.2. Empoderamiento	22
6. ANTECEDENTES	34
CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	38
1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	38
2. CAMPO DE VERIFICACIÓN	39
2.1. Ubicación espacial.....	39
2.2. Ubicación temporal	39
2.3. Unidades de estudio	39
2.3.1. Universo/corpus	39
2.3.2. Muestra/subcorpus	40
3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	41
3.1. Criterios y procedimientos	41

4. CRONOGRAMA DE TRABAJO	41
CAPITULO III. RESULTADOS	42
1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS	42
1.1. Resultados de control	42
1.2. Resultados descriptivos por ítems	54
1.3. Resultado por dimensiones y variables	102
1.3.1. Herramientas de comunicación para el desarrollo	102
1.3.2. Empoderamiento	110
2. Resultados de Contingencia.....	120
3. Resultados correlacionales	128
3.1. Prueba de normalidad.....	128
3.2. Correlación general	129
CONCLUSIONES	130
RECOMENDACIONES.....	132
REFERENCIAS.....	134
ANEXOS	137
Anexo 1: Instrumento.....	137



ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1	Operacionalización de variables	2
Tabla 2	Edad	42
Tabla 3	Sexo	44
Tabla 4	Grado de instrucción	46
Tabla 5	Distrito de residencia	48
Tabla 6	Tiempo de permanencia en el taller	50
Tabla 7	Idea de negocio o emprendimiento	52
Tabla 8	Participar exhibiendo mis productos en ferias como parte de las actividades de Emprende en casa me ha permitido potenciar mi emprendimiento y/o consolidar mi aprendizaje	54
Tabla 9	Los talleres permiten nuevos conocimientos para la elaboración de productos y desarrollar habilidades que me permitan tener ingresos	56
Tabla 10	Comprendo mejor los talleres impartidos de forma presencial que de manera virtual	58
Tabla 11	Considero que los productos impresos del programa han sido informativos y fáciles de comprender	60
Tabla 12	Los manuales u otros materiales (en ppt, word, pdf) referentes a los talleres que me brindó el programa Emprende en casa me han servido para reforzar mis conocimientos	62
Tabla 13	He reforzado mi aprendizaje con el material audiovisual (videos) brindado por el programa Emprende en casa	64
Tabla 14	He escuchado información en la radio frecuentemente sobre el programa Emprende en casa	66
Tabla 15	He visto bastante información en Facebook del programa Emprende en casa	68
Tabla 16	He encontrado información útil en Instagram del programa Emprende en casa	70
Tabla 17	He usado frecuentemente WhatsApp para recibir valiosa información y retroalimentación sobre los talleres de Emprende en casa	72
Tabla 18	He reforzado mi aprendizaje con los videos subidos a YouTube del programa Emprende en casa	74
Tabla 19	Participó activamente en proyectos, comités u asociaciones de mi comunidad	76
Tabla 20	Me comunico y organizo con mis compañeros participantes del programa y otras personas de mi comunidad	78
Tabla 21	Últimamente he tomado decisiones como participar en iniciativas comunitarias, emprender mi negocio propio, entre otros.	80

Tabla 22	Me he dado cuenta de que estoy logrando cambios que aportan al desarrollo de mi comunidad.	82
Tabla 23	He logrado influir en los miembros de mi comunidad para que participen en iniciativas de desarrollo como el programa Emprende en casa.	84
Tabla 24	No soy indiferente a las aspiraciones, motivaciones y/o problemas de las personas que me rodean.	86
Tabla 25	Siento que mis acciones ayudan a otros a superarse y a emprender.	88
Tabla 26	Estoy orgulloso de formar parte de mi comunidad	90
Tabla 27	Me intereso por ayudar a buscar soluciones a los problemas de mi comunidad.	92
Tabla 28	Procuró estar informado sobre mis deberes y derechos como ciudadano	94
Tabla 29	Siento que tengo control sobre mis habilidades para manejar exitosamente cualquier situación que se me presente.	96
Tabla 30	Considero que, a pesar de las adversidades de mi entorno, yo puedo salir adelante	98
Tabla 31	Siento que tengo las capacidades para realizar los proyectos que me proponga.	100
Tabla 32	Herramienta de Comunicación para el Desarrollo	102
Tabla 33	Comunicación interpersonal	104
Tabla 34	Medios impresos o electrónicos	106
Tabla 35	Medios sociales	108
Tabla 36	Empoderamiento	110
Tabla 37	Participación	112
Tabla 38	Liderazgo	114
Tabla 39	Interés comunitario	116
Tabla 40	Control personal	118
Tabla 41	Edad según la comunicación interpersonal	120
Tabla 42	Edad según el grado de participación	121
Tabla 43	Sexo según la comunicación interpersonal	122
Tabla 44	Grado de instrucción según el nivel de empoderamiento	123
Tabla 45	Distrito en el que vive según la comunicación interpersonal	124
Tabla 46	Distrito en el que vive según medios sociales	125
Tabla 47	Distrito en el que vive según el Liderazgo	126
Tabla 48	Distrito en el que vive según el nivel de empoderamiento	127
Tabla 49	Prueba de normalidad	128
Tabla 50	Correlación general	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Plan de trabajo del programa de capacitación en elaboración de subproductos agrícolas y otros	10
Figura 2	Plan de trabajo del programa de capacitación en elaboración de subproductos agrícolas y otros	10
Figura 3	Cronograma de trabajo	41
Figura 4	Edad	43
Figura 5	Sexo	45
Figura 6	Grado de instrucción	47
Figura 7	Distrito de residencia	49
Figura 8	Tiempo de permanencia en el taller	51
Figura 9	Idea de negocio o emprendimiento	53
Figura 10	Exhibición en ferias como potenciamiento del emprendimiento y/o aprendizaje.	55
Figura 11	Los talleres permiten nuevos conocimientos para la elaboración de productos y desarrollar habilidades que me permitan tener ingresos	57
Figura 12	Comprendo mejor los talleres impartidos de forma presencial que de manera virtual	59
Figura 13	Considero que los productos impresos del programa han sido informativos y fáciles de comprender	61
Figura 14	Los manuales u otros materiales (en ppt, word, pdf) referentes a los talleres que me brindó el programa Emprende en casa me han servido para reforzar mis conocimientos	63
Figura 15	He reforzado mi aprendizaje con el material audiovisual (videos) brindado por el programa Emprende en casa	65
Figura 16	He escuchado información en la radio frecuentemente sobre el programa Emprende en casa	67
Figura 17	He visto bastante información en Facebook del programa Emprende en casa	69
Figura 18	He encontrado información útil en Instagram del programa Emprende en casa	71
Figura 19	He usado frecuentemente WhatsApp para recibir valiosa información y retroalimentación sobre los talleres de Emprende en casa	73
Figura 20	He reforzado mi aprendizaje con los videos subidos a YouTube del programa Emprende en casa	75

Figura 21	Participó activamente en proyectos, comités u asociaciones de mi comunidad	77
Figura 22	Me comunico y organizo con mis compañeros participantes del programa y otras personas de mi comunidad	79
Figura 23	Últimamente he tomado decisiones como participar en iniciativas comunitarias, emprender mi negocio propio, entre otros.	81
Figura 24	Me he dado cuenta de que estoy logrando cambios que aportan al desarrollo de mi comunidad.	83
Figura 25	He logrado influir en los miembros de mi comunidad para que participen en iniciativas de desarrollo como el programa Emprende en casa.	85
Figura 26	No soy indiferente a las aspiraciones, motivaciones y/o problemas de las personas que me rodean.	87
Figura 27	Siento que mis acciones ayudan a otros a superarse y a emprender.	89
Figura 28	Estoy orgulloso de formar parte de mi comunidad	91
Figura 29	Me intereso por ayudar a buscar soluciones a los problemas de mi comunidad.	93
Figura 30	Procuro estar informado sobre mis deberes y derechos como ciudadano	95
Figura 31	Siento que tengo control sobre mis habilidades para manejar exitosamente cualquier situación que se me presente.	97
Figura 32	Considero que a pesar de las adversidades de mi entorno yo puedo salir adelante	99
Figura 33	Siento que tengo las capacidades para realizar los proyectos que me proponga.	101
Figura 34	Herramienta de Comunicación para el Desarrollo	103
Figura 35	Comunicación interpersonal	105
Figura 36	Medios impresos o electrónicos	107
Figura 37	Medios sociales	109
Figura 38	Empoderamiento	111
Figura 39	Participación	113
Figura 40	Liderazgo	115
Figura 41	Interés comunitario	117
Figura 42	Control personal	119

INTRODUCCIÓN

Actualmente, organismos gubernamentales, no gubernamentales y empresas privadas, planifican y ejecutan diversas iniciativas multidisciplinarias, las cuales se han valido de estrategias y/o herramientas de comunicación para el desarrollo para transformar la realidad actual de las personas a las que benefician, a través de un proceso que les permite adquirir e intercambiar información, generar nuevas destrezas y desarrollar habilidades y capacidades, de esta manera se empodera a los principales actores, lo que facilita la toma de decisiones y la acción colectiva para cambiar su contexto incidiendo no solo en el ámbito personal sino también en la sociedad. Asimismo, el empoderamiento producto de dichas intervenciones propicia la igualdad de oportunidades para personas en situación de vulnerabilidad, por lo que es considerado como un pilar fundamental para la erradicación de la pobreza.

De manera que, es importante resaltar también la labor de la comunicación para el desarrollo y su singular relevancia en los últimos años para fomentar desarrollo y propiciar empoderamiento, ya que permite concientizar a la comunidad sobre su situación y consecuentemente lograr cambios en su entorno sostenibles en el tiempo.

Es preciso tener presente que, muchas de estas iniciativas, específicamente en nuestro país, son promovidas por el sector minero, su contribución a la inversión social y desarrollo sostenible, beneficia de manera considerable a las comunidades de las zonas aledañas a la actividad minera. Únicamente en el año 2018 en algunas regiones del país “se realizaron 3,822 actividades de desarrollo sostenible, de las cuales; 1,908 fueron proyectos (49.92%)” (Ministerio de Energía y Minas (MINEM), 2020, p. 121), invirtiendo principalmente según el Ministerio de Energía y Minas (2020) en el rubro de empleo local cuya finalidad es fortalecer capacidades productivas a fin de propiciar la creación de pequeñas y medianas empresas.

Por lo que, la empresa minera Southern Perú no ha sido ajena a ello e implementó en la ciudad de Moquegua el programa Emprende en casa, compuesto de charlas, talleres, material audiovisual, spots, entre otros, buscando desarrollar capacidades y fortalecer habilidades a nivel personal y comunitario en sus participantes que contribuyan a generar una idea de negocio, propiciar autoempleo desde emprendimientos locales, fortalecer negocios, entre otras iniciativas que permitan a los participantes transformar y mejorar su contexto en la actual y complicada coyuntura que atravesamos por la pandemia de COVID-19, que no solo ha afectado la salud sino también a la economía del país, ya que las medidas adoptadas por el gobierno para la contención de la pandemia paralizaron actividades dejando sin empleo e ingresos a miles de peruanos, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) “2 millones 231 mil 300 peruanos quedaron sin empleo en el año 2020” (Radio Programas del Perú (RPP), 2021, p.1).

En tal sentido, la presente investigación pretende demostrar la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento en los beneficiarios del programa “Emprende en casa”, además de determinar la eficacia de las herramientas de comunicación para el desarrollo y medir el nivel de empoderamiento de sus beneficiarios. Por tanto, el estudio será una fuente importante de información para llevar a cabo mejoras en el programa, además de establecer un importante antecedente al estudiar dichas variables, con el que se pretende aportar en el ámbito académico.

Dicha investigación se divide en tres capítulos: el primer capítulo contiene el planteamiento teórico, compuesto por la descripción del problema, el desglose de variables, los objetivos propuestos, interrogantes, hipótesis y los antecedentes de investigación. Seguido por el segundo capítulo que contiene el planteamiento operacional, compuesto por la metodología de recolección de datos y tratamiento de la información aplicables al trabajo de investigación. Y por último se encuentra el tercer capítulo, el cual contiene los resultados de la investigación

con sus respectivas tablas, gráficas e interpretaciones, además de las conclusiones y recomendaciones por parte de la investigadora, y, por último, anexos.



CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Enunciado del problema

Herramientas de comunicación para el desarrollo y empoderamiento en los beneficiarios del programa Emprende en casa. Moquegua, 2021.

1.2. Descripción del problema

1.2.1. Campo, área y línea de acción

- **Campo:** Ciencias sociales y tecnologías y humanidades
- **Área:** Comunicación social
- **Línea de acción:** Comunicación para el desarrollo

1.2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	
Herramientas de comunicación para el desarrollo	Comunicación interpersonal	Ferias Talleres Productos impresos y digitales	
	Medios impresos y/o electrónicos	Material audiovisual Radio Facebook Instagram WhatsApp YouTube	
	Medios sociales digitales		
	Empoderamiento	Participación	Participación en actividades de grupo Organización social Toma de decisiones Cambios logrados Uso del poder con eficacia
		Liderazgo	Capacidad de comprensión Habilidad para inspirar Sentido de comunidad
		Interés comunitario	Interés en la comunidad Conocimiento en política Percepción de control interno
		Control sobre mis conductas	Percepción de control externo Autoeficacia

Fuente. Adaptación propia basada en la información obtenida de T. Jenatsh y R. Bauer (2014) y Canaval (1999).

1.3. Interrogantes

- ¿Cuál es la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en Casa?
- ¿Cuál es la eficacia de las herramientas de comunicación para el desarrollo aplicadas en el programa Emprende en Casa?
- ¿Cuál es el nivel de empoderamiento en los beneficiarios del programa Emprende en Casa?

2. JUSTIFICACIÓN

La realización de la presente investigación se justifica desde el ámbito académico con respecto al estudio de la comunicación para el desarrollo y el cambio social a partir del empoderamiento. Por lo que, es preciso tener presente que la comunicación para el desarrollo, es un pilar fundamental para la creación e implementación de programas sociales, ya que contribuye de manera significativa al desarrollo desde el cambio social, promoviendo espacios de diálogo y adaptándose al contexto y entorno en el que se aplicará, a fin de brindar a los actores involucrados las herramientas necesarias para desarrollar sus habilidades y generar capacidades que les permitirán empoderarse y lograr liderar un cambio sostenible para ellos y su comunidad. Es por ello que la investigación resulta importante porque pretende demostrar la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo aplicadas en el programa Emprende en casa y el empoderamiento de los beneficiarios, que permite establecer un antecedente relevante que contribuye al campo de la comunicación para el desarrollo.

Por otro lado, la investigación resulta novedosa, ya que los estudios sobre la relación de la aplicación de herramientas de comunicación para el desarrollo y empoderamiento

no son frecuentes, sin embargo, de acuerdo a los antecedentes encontrados, los investigadores demuestran que la aplicación de diversas herramientas de comunicación para el desarrollo en programas sociales ha contribuido de manera significativa al empoderamiento sostenible de los beneficiarios. (Ruiz,2018; Olano, 2019; Pizardi,2020)

El presente estudio también se justifica desde el ámbito práctico, ya que recopilará información en cuanto a la eficacia en la implementación de herramientas de comunicación para el desarrollo y el nivel de empoderamiento de los beneficiarios. De manera que, el estudio realizado brindará acceso a una fuente importante de información, que contribuirá a futuros trabajos de investigación en la materia y a construir una mejor sociedad partiendo del cambio social, además de aportar datos significativos para Southern Perú, empresa promotora del programa Emprende en Casa.

Así mismo, la realización de la investigación es factible, ya que la investigadora cuenta con los recursos técnicos, materiales y humanos necesarios para el desarrollo y aplicación de la investigación.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

- Determinar la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en Casa en Moquegua al 2021.

3.2. Objetivos específicos

- Determinar la eficacia de las herramientas de comunicación para el desarrollo aplicadas en el programa Emprende en Casa en Moquegua al 2021.
- Determinar el nivel de empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en casa en Moquegua al 2021.

4. HIPÓTESIS

H1:

Dado que la comunicación para el desarrollo, tiene por finalidad contribuir al cambio social desde la participación de la comunidad, a través de diversas herramientas como: la comunicación interpersonal, los medios impresos o electrónicos y los medios sociales digitales, promoviendo que los actores involucrados sean portavoces de su propio desarrollo y el empoderamiento es un proceso, mediante el cual se fortalecen capacidades y se desarrollan habilidades que permiten al individuo incidir en la sociedad a través de la participación, el liderazgo, interés comunitario y el autocontrol, es probable que, exista una relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en Casa en Moquegua al 2021.

H0:

Es probable que no exista una relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en Casa en Moquegua al 2021.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. Marco empresarial

5.1.1. Empresa minera

Según el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN, 2017) la minería es una actividad extractiva que tiene por finalidad la obtención de minerales para su comercialización, dicha actividad es considerada como soporte de la industria y además concentra un gran aporte al desarrollo económico de países en vías de desarrollo.

En efecto, el Ministerio de Energía y Minas (MINEM, 2019) señala que la presencia de empresas mineras de nivel internacional en el país ha contribuido al desarrollo y sostenibilidad de la actividad, generando aportes significativos en la economía.

Prueba de ello es el boom minero que ha permitido al estado peruano promover obras de gran envergadura referentes a transportes, telecomunicaciones, saneamiento, electricidad, también ha atraído capital para proyectos como el aprovechamiento del gas natural. Todo lo anteriormente mencionado ha permitido diversificar las actividades productivas, integrando los mercados urbanos y rurales, modernizar los sectores tradicionales y no tradicionales, ampliar el sector retail, entre otros grandes aportes como al sector educativo, salud, infraestructura, entre otros. (OSINERGMIN, 2017)

Actualmente, la actividad minera aporta en promedio con el 14% del Producto Bruto Interno nacional, que representa más del 60% de las exportaciones totales y contribuye con cerca del 30% del impuesto a la Renta empresarial, entre otros (Instituto de Ingenieros de Minas del Perú, 2019).

En definitiva, la minería genera importantes beneficios para el desarrollo del país, cubriendo necesidades de diferentes sectores, siendo una actividad sostenible en Perú, ya que nuestro país cuenta con una gran fuente de recursos minerales.

5.1.1.1. Minería y responsabilidad social

De acuerdo con Arias et al. (2009) las prácticas de la minería actual son diferentes a las que regían hace una década, ya que factores como la globalización, la competencia por capitales de riesgo, el deterioro ambiental y la intervención de las ONG, obligaron a que las empresas redireccionaran sus labores y usaran tecnología que permita mitigar el impacto ambiental ocasionado por la actividad minera, añadiendo una serie de acciones para su resguardo.

Por otro lado, la autora señala que la población tiene gran expectativa cuando una empresa minera se instaura en su localidad, ya que se espera con la llegada de la minería erradicar la pobreza. En efecto, muchas empresas en Perú asumen el reto de dirigir su organización bajo las conductas de responsabilidad social corporativa y trabajan en la localidad con diversas estrategias como la generación de empleo local, compras locales, proyectos, entre otros, fortaleciendo el lazo empresa-comunidad que permite mejorar la convivencia entre los implicados.

Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos realizados por empresas formales para mejorar las relaciones con la comunidad, existe una fuerte resistencia al desarrollo de la actividad proveniente de grupos organizados que exigen más beneficios para su localidad o demandan la erradicación de

la actividad minera. Cabe resaltar que los aportes brindados por la minera no solo en materia de impuestos, sino en ejecución de proyectos sociales benefician a los miembros de diferentes comunidades de las áreas de influencia a la actividad minera, como el programa *Emprende en Casa*, implementado por Southern Perú en la ciudad de Moquegua.

5.1.2. Programa *Emprende en Casa*

Emprende en casa es un programa de la empresa minera Southern Perú que se desarrolla desde hace cuatro años a fin de propiciar emprendimientos locales, es así, que según el suplemento *Lazos de Southern Perú Copper Corporation* (2021), han capacitado a hombres y mujeres de la ciudad de Moquegua principalmente en la elaboración de subproductos comerciales empleando como insumos, productos de la localidad donde se ejecuta el proyecto. En efecto, los participantes han aprendido a elaborar yogur de frutas, manjares, conservas de fruta y verduras, coctelería, panificación, néctares, encurtidos, chocotejas, champú, velas, entre otros.

Es conveniente especificar que, en el año 2018 el programa se denominaba *Productos de mi Tierra* de acuerdo con Southern Perú Copper Corporation (2020), desde entonces han instruido con talleres gratuitos a más de mil personas de los anexos de Torata Alta, Lambramane, Alegoma, Coplay, Mollesaja, Doce quebradas, las cuales son zonas de aledaños a la actividad minera.

Años después, debido a la emergencia sanitaria por COVID – 19, el programa fue denominado *Emprende en casa*, ya que a raíz de la pandemia, las capacitaciones presenciales se detuvieron y fueron llevadas a cabo de manera virtual en talleres

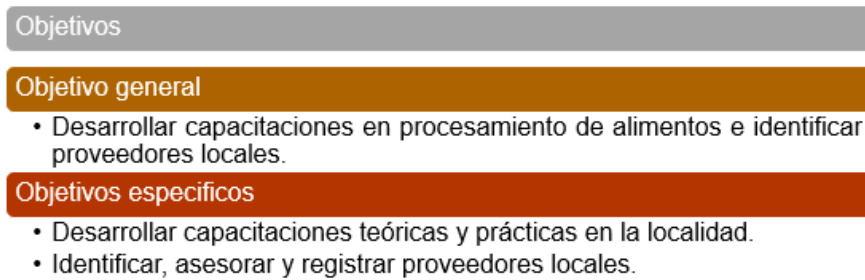
dictados 8 veces al mes, recibiendo aproximadamente 100 participantes al mes, a través de diversas herramientas de comunicación como plataformas digitales de reunión virtual, redes sociales, entre otros, de esta forma, de acuerdo con el suplemento Lazos de Southern Perú Copper Corporation (2021) el programa continuó contribuyendo a fortalecer cualidades de los participantes colocando especial énfasis en apoyar las iniciativas de negocios para generar autoempleo, ya que la pandemia perjudicó los ingresos del hogar y mermó considerablemente el empleo local, es por ello que también brindan asesorías y capacitaciones en la formación de empresas, además de charlas en marketing digital. Así mismo, el programa trabaja de manera directa y participativa con municipalidades, diversas asociaciones de la ciudad y programas a nivel nacional como Tu empresa, entre otros.

Cabe mencionar que según el Plan de trabajo del programa de capacitación en elaboración de subproductos agrícolas y otros de Southern Perú Copper Corporation (2020) en el año 2019 llevaron a cabo una capacitación para el registro de marcas colectivas dirigida por INDECOPI, apoyando en la elaboración de logos y procedimientos logísticos para su registro, actualmente han logrado registrar a beneficiarios como la Asociación de productores agropecuarios agroindustriales unidos triunfaremos 12 Quebradas, Cooperativa Industrial Frutifresh Torata y la Asociación de productores de Orégano de Tala.

Además, es importante destacar el caso de Frutifresh, ya que gracias a las asesorías y capacitaciones brindadas por el programa y al empeño de sus fundadores es actualmente proveedora alimentaria de Southern Perú.

Figura 1

Plan de trabajo del programa de capacitación en elaboración de subproductos agrícolas y otros.

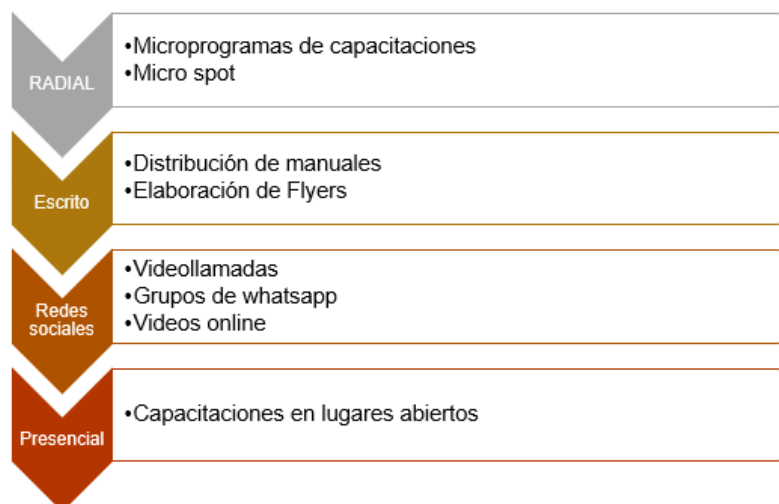


Fuente. Adaptado de *Programa Emprende en casa*, por Southern Perú, (2020).

De acuerdo a los cuidados que se deben de tener por el COVID-19 y proteger a los beneficiarios, trabajaron de la siguiente manera:

Figura 2

Plan de trabajo del programa de capacitación en elaboración de subproductos agrícolas y otros



Fuente. Adaptado de *Programa Emprende en Casa*, por Southern Perú, (2020).

5.2. Fundamentos teóricos

5.2.1. Comunicación para el desarrollo

Empezaremos por definir el concepto de comunicación, la autora Wolton (2005) en su libro *Pensar la comunicación* reflexiona sobre el concepto comunicación desde diferentes ángulos y plantea los siguientes sentidos: Para empezar, señala que la comunicación permite la interacción y el intercambio, resaltando que es una realidad y un modelo cultural a la vez, ya que siempre está enlazada a la representación del otro, porque comunicar consiste no solo en difundir, sino también en interactuar con un individuo o la colectividad, por otro lado, refiere que la comunicación es un conjunto de técnicas que ha evolucionado de tal forma que ha anulado casi por completo a la comunicación directa, puesto que actualmente la comunicación se da por diversos medios técnicos como los teléfonos, televisión, radio, entre otros. Por último, manifiesta que las técnicas de comunicación son una necesidad funcional. En síntesis, la comunicación es fundamental para los individuos que conviven en sociedad porque permite la interacción y comprensión entre dos o más personas.

Por otro lado, cabe contextualizar el término desarrollo, el cual es un proceso que abarca la mejora de calidad de vida desde el progreso económico y social permitiendo la satisfacción de las necesidades de la población a través de recursos, sistemas y de la tecnología. Escribano (como se citó en Diaz y Ascoli, 2006).

De manera que, la Comunicación para el desarrollo, se define como una herramienta aplicada en el ámbito social y político que se caracteriza por impulsar y fomentar la participación y el diálogo, generando intercambio de ideas y conocimiento en un grupo y entorno específico a fin de conocer sus necesidades y

promover la participación mediante la creación de espacios en la que los involucrados puedan desenvolverse libremente. (Jenatsch y Bauer,2016)

En el libro Comunicación para el desarrollo, una guía práctica, los autores Jenatsch y Bauer, (2016) distinguen que la labor de la comunicación para el desarrollo, en primer lugar, facilita el acceso a la información y al conocimiento porque tiene un papel fundamental al conectar a las personas con procesos de comunicación y medios de información inclusivos y de fácil acceso que pueden llegar a través de radio, teatro, e internet, eventos culturales, visitas de campo, videos, seminarios y talleres, productos impresos, entre otros. En segundo lugar, promueve la participación, ya que, contribuye a la creación de espacios de comunicación como cabildos, debates públicos, foros radiofónicos o plataformas web, entre otros, para que el diálogo sea inclusivo y transparente. En tercer lugar, empodera, ya que, contribuye al aprendizaje en el uso de los diferentes medios de comunicación para que expresen sus opiniones, emitan sus programas, boletines, entre otros, de esta manera los involucrados son activos partícipes del diálogo. Por último, incide en políticas públicas, ya que facilitan procesos inclusivos de comunicación y debate sobre problemas que afectan a la ciudadanía, como desafíos ecológicos, sociales y políticos.

Podríamos decir que la comunicación para el desarrollo tiene por finalidad contribuir al cambio, incidiendo positivamente en el individuo y la sociedad, llevando a cabo su tarea haciendo uso de diversas herramientas de la comunicación que permiten promover la reflexión y tomar acción para modificar contextos desfavorables.

A. Fases del proceso de comunicación para el desarrollo

Según Jenatsch y Bauer (2016) la comunicación para el desarrollo guía y apoya al desarrollo del proyecto con actividades comunicacionales, partiendo de la planificación, implementación y evaluación.

Por lo que, los autores distinguen cuatro fases de la planificación en comunicación para el desarrollo, partiendo del diagnóstico participativo de comunicación, en el que es importante recopilar información sobre la situación actual donde se aplicará el plan y realizar un estudio y análisis del contexto. Luego se encuentra el diseño de la estrategia y el plan de comunicación para el desarrollo, donde los resultados obtenidos de la primera fase son de utilidad para definir los objetivos de comunicación y metas. Otra fase es el planteamiento de la estrategia de comunicación para el desarrollo, que es un plan de acción que determina actividades de comunicación, resultados, también los recursos necesarios para su implementación. En la implementación del plan de comunicación para el desarrollo, es necesario contar con personas con capacidad de diálogo, que brinden información y asesoramiento y también integren a los actores involucrados. Por último, se efectúa la evaluación de resultados y sostenibilidad, realizando seguimiento y evaluando el proceso para obtener información sobre la eficacia de las actividades de comunicación, así mismo con base en lo evaluado se puede modificar o implementar estrategias de ser necesario.

B. Estrategias de comunicación para el desarrollo

Aunque no existe definición exacta del término estrategia, Mintzberg (1997) el principal investigador del campo, refiere que es “el patrón de una serie de acciones que ocurren en el tiempo” (p. 3). Asimismo, señala que una estrategia efectiva está conformada por las metas a alcanzar, estas deben considerarse dentro de la estructura que determina el enfoque y dirección del proyecto u organización. También deben considerarse políticas que guíen a la acción, es importante la administración de los recursos que será determinante en la efectividad de la estrategia. Por último, señala que, los principales actos deben ser cumplidos dentro de los preceptos establecidos. Además, comenta que una estrategia debe ser resistente y a su vez flexible en ciertas áreas, para que pueda enfrentar algún acontecimiento de manera eficaz ante la presencia de un agente externo. Por lo que podemos referir que el concepto estrategia es el conjunto de planes y acciones tomados para lograr y cumplir con objetivos y metas en un determinado plazo, y pueden ser moldeables según los sucesos que se presenten.

En tal sentido, en el libro *Comunicación para el desarrollo, una guía práctica*, los autores Jenatsch y Bauer (2016) postulan que una estrategia de comunicación para el desarrollo contiene acciones de comunicación a varios niveles transmitidas por diversos canales a largo plazo para la obtención de resultados duraderos. Además, mencionan que es necesario establecer un plan estratégico de comunicación adaptado a las necesidades del lugar en donde se implementará el proyecto. Asimismo, sostienen que una estrategia de comunicación es eficaz si logra influir en el cambio de comportamiento del público objetivo, está debe estar compuesta por objetivos, el público al que se

dirige, los mensajes, canales y herramientas de medición, basados en el análisis del contexto.

Añadiendo, en el *Manual de comunicación para el desarrollo rural*, Acunzo et al. (2016) definen el término como el conjunto de objetivos, enfoques, mensajes y canales de comunicación integrados para alcanzar los resultados del proyecto. También manifiestan que la estrategia de comunicación para el desarrollo está compuesta por la información recopilada en el diagnóstico participativo de la comunicación, la cual es transformada en información beneficiosa para la formulación de la estrategia y proponen los siguientes pasos para el diseño de estrategia de comunicación para el desarrollo:

- Selección de temas clave a tratar: En este paso es importante la información recopilada en el diagnóstico participativo de la comunicación para el desarrollo, ya que es necesario identificar la situación ideal y la existente con los actores involucrados, los puntos de entrada de la comunicación, políticas relevantes, programas y servicios existentes relacionados con el plan.
- Identificación de los actores prioritarios: El éxito de la estrategia de comunicación para el desarrollo planteada depende de tener información sobre los actores involucrados, por ello es necesario segmentar grupos, crear perfiles y priorizar para enfocar los mensajes y utilizar canales de comunicación adecuados.
- Ajuste de los objetivos de comunicación: con base en los puntos de entrada de comunicación y los grupos de actores prioritarios, se establecen los objetivos de comunicación los que deben señalar tipo de cambio a lograr.

Para el desarrollo efectivo de la estrategia de comunicación, los autores sugieren tomar en cuenta: En primer lugar, formular los objetivos orientados a los actores principales, en segundo lugar, incluir a los actores relevantes, el cambio deseado, condiciones, grado de logro, y, por último, los objetivos deben ser simples, mensurables, alcanzables, realistas y deben tener un tiempo determinado.

- Selección del enfoque de comunicación adecuado: Es el conjunto de acciones para el logro de objetivos, los principales enfoques dirigidos a la participación activa de los actores son los siguientes: Información e intercambio de conocimiento, concienciación, movilidad social y promoción.
- Identificación del contenido básico de la estrategia de comunicación para el desarrollo: “El contenido de cualquier estrategia de comunicación tendrá una mayor oportunidad de éxito si la información es: accesible, precisa, verificable; completa, oportuna y pertinente.” Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE (como se citó en Acunzo et al., 2016, p. 95).
- Selección de los métodos y canales de comunicación: El último paso es considerar los canales de comunicación que servirán para informar adecuadamente a los actores involucrados, como la comunicación interpersonal, comunicación mediada, comunicación masiva.

A modo de conclusión, podríamos decir que las estrategias de comunicación para el desarrollo a través de la implementación de procesos, técnicas y medios de comunicación, promueven la reflexión en el individuo sobre su situación

actual, permitiendo que, al adquirir nuevos conocimientos y habilidades, los individuos puedan influir en otros y de esta forma modificar contextos desfavorables.

5.2.1.1. Clasificación de las herramientas de comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo cumple su propósito a través de diferentes herramientas, métodos y canales, los que como se mencionó anteriormente, deben estar adaptados a las necesidades del lugar en la que se implementará el proyecto. En tal sentido, Jenatsch y Bauer (2016) proponen distinguir tres grupos de herramientas: comunicación directa, la comunicación por medios impresos o electrónicos o mass media y nuevos medios.

A. La comunicación directa o interpersonal

La comunicación interpersonal se da entre dos o más personas físicamente próximas, permitiendo el intercambio de información y experiencias (Romeu, 2015). Según Acunzo et al. (2016) la comunicación interpersonal o directa permite la comunicación de los actores cara a cara, la cual puede ser individual o grupal. Los proyectos en zonas rurales a menudo hacen uso de la comunicación interpersonal considerando que, en diversas zonas, los actores no cuentan con acceso a internet o a los nuevos medios sociales y la interacción cara a cara les permite debatir y desarrollar el aprendizaje de manera colectiva.

Basándonos en Jenatsch y Bauer (2016) la comunicación interpersonal puede estar conformada por:

- **Visitas de campo:** permite el contacto directo con los individuos y/o miembros de una comunidad, fomentando el aprendizaje y el intercambio de opiniones e ideas, así mismo facilita la adquisición de conocimiento y la promoción de nuevas prácticas.
- **Exposiciones y ferias:** son eventos sociales, económicos y culturales que permiten a productores acercarse a su público consumidor mostrando su trabajo, dando valor a sus creaciones y productos locales. Además, brinda la oportunidad de abrir espacios para mostrarse a los medios.
- **Seminarios y talleres:** son actividades en las que se pueden intercambiar opiniones e ideas entre expertos. Esta actividad tiene un efecto multiplicador de conocimiento, ya que las personas asistentes se informan y difunden dicha información impartiendo conocimiento.

B. Medios de comunicación masiva

Los medios masivos tienen por finalidad llevar información a grandes audiencias, dentro de ellos se encuentra la radio, la televisión, el periódico, entre otros. Además, los medios de comunicación masiva permiten reducir el tiempo en la comunicación, ya que enviando un solo mensaje se puede llegar a un extenso público, no solo al deseado. (Dominguez, 2012)

Según Acunzo et al. (2016) los medios impresos y electrónicos permiten concientizar, promover y facilitar información sobre temas o ideas de interés de los destinatarios, además posibilita la interacción con los actores involucrados en dicha comunicación.

Los autores Jenatsch y Bauer (2016) señalan que los medios electrónicos e impresos pueden estar conformados por:

- **Productos impresos y digitales:** sirven para precisar y compartir conceptos o ilustrar procesos que buscan sensibilizar sobre diferentes temas o promover nuevos métodos sobre temas de actualidad para el público. Cabe resaltar que los productos impresos son la herramienta más usada para difundir y documentar experiencias e información. Además, el contenido de dichos productos también es adaptado en muchas ocasiones a plataformas digitales lo que permite llegar a más personas.
- **Radios comunitarias:** sirven para divulgar temas de interés de la comunidad, también para sensibilizar y movilizar a la comunidad local, además de promover debates. Las radios también son populares, ya que en zonas rurales es el único medio por el cual pueden informarse y a través de este espacio se puede interactuar con la comunidad,
- **Videos y audiovisuales:** los videos pueden informar, sensibilizar, capacitar y movilizar. Además, en la actualidad pueden ser transmitidos por diversas plataformas digitales, que permiten su difusión e impacto en un número considerable de personas.

C. Medios sociales digitales

Como plantea Jenatsch y Bauer (2016) actualmente las personas están conectadas a internet gran parte del día, se informan a través de redes sociales y diversas plataformas web, no solo reciben información, sino que también pueden interactuar con otras personas. El potencial de los nuevos medios sociales también es una gran oportunidad para la comunicación para el desarrollo porque permiten democratizar la formación de opinión, empoderar y movilizar a las personas.

Además, permiten difundir información, movilizar a grandes grupos de personas y lanzar debates, además de su gran diversidad de canales, también amplían las posibilidades de interacción entre ciudadanos. Dentro de las principales encontramos WhatsApp, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram y una extensa variedad de plataformas que permiten comunicación rápida y eficaz, mediante las redes sociales y plataformas se puede educar, entretener y trabajar, sin lugar a duda son sumamente útiles para la sociedad.

- **Facebook:** es la red social más usada en el mundo y con más seguidores, dicha red sirve para comunicarse con familiares, amigos, permite hacer nuevos amigos y comunicarse con compañeros de trabajo o socios de negocios (Escuela Ergon, 2021). Esta plataforma cuenta con diferentes aplicaciones que permiten chatear con otras personas, compartir imágenes, videos, comentarios e información, además de formas, grupos privados y públicos en los que se puede compartir información por personas

con intereses en común, lo que permite sentirse parte de una comunidad. Además, también es empleado por empresas como medio para captar clientes y realizar negocios (Imaña, 2008).

- **Instagram:** es una herramienta para compartir imágenes, videos, comentarios e información de forma instantánea a una gran cantidad de personas. Las funcionalidades de Instagram, como los likes, comentarios en una publicación, permiten obtener valiosa información sobre la experiencia de usuario y sus gustos.

Para Gonzales, (2017) es una aplicación que ha revolucionado las formas de comunicación rompiendo barreras sociolingüísticas, geográficas y de mercado. Además, señala que esta aplicación es útil tanto para promocionar imagen personal como la imagen de una empresa. Según, Fernández (2021) los rangos de edades de los usuarios de Instagram, es de 18 a 34, siendo un público importante para muchas empresas.

- **WhatsApp:** es una aplicación con la cual se puede enviar información de manera instantánea, tanto por mensaje de texto, imágenes, audios, videos, documentos, posee muchas más funcionalidades útiles para sus usuarios. Además, por esta aplicación puedes comunicarte con familiares, amigos, compañeros de trabajo, crear conversaciones con grupos de personas lo que permite generar la sensación de pertenencia a una comunidad (Suárez, 2018).

- **YouTube:** es una plataforma que permite compartir información o entretenimiento visual a la cual puede tener acceso una gran cantidad de personas alrededor del mundo, además dichos videos pueden ser transmitidos por otras redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp, entre otras. Mediante esta plataforma, los usuarios pueden interactuar, informarse y motivar a una gran cantidad de personas alrededor del mundo. “Este sitio es considerado una comunidad que sirve tanto para compartir videos como para buscar información” (López, 2018, p.5)

En definitiva, la tecnología es un gran aporte para nuevas formas de comunicación y puede ser utilizada de múltiples maneras y para diferentes fines. En este caso, dichas herramientas de comunicación para el desarrollo permiten que grandes y alejados grupos de comunidades se mantengan informados y se pueda llegar a ellos con mayor facilidad, permitiendo también estar más unidos y organizados como sociedad.

5.2.2. Empoderamiento

A través de los años, diversos autores han abordado la definición de empoderamiento bajo similares perspectivas, pues en muchas ocasiones el concepto se ha relacionado estrechamente con otros como el control, la participación comunitaria, la integración, la autonomía, la identidad, liderazgo, el bienestar y el desarrollo (León, 1997) lo cual implica que no podemos afirmar que exista una única visión universal ni un entendimiento homogéneo del concepto.

Como expresa Rappaport (1987) la base del empoderamiento está en el control, ya que él lo define como un proceso progresivo que permite que las personas, organizaciones y comunidades desarrollen la capacidad de controlar o dominar sus vidas en ámbitos diversos como el social, económico, político, entre otros. Complementando esta conceptualización, Chambers (como se citó en Oxford Poverty and Human Development Initiative (OPHI) y CAF, 2016) quien también toma de punto de partida el control, afirma que el empoderamiento, incluye el hecho que las personas puedan tener la posibilidad de tomar más control y conciencia sobre los diversos factores que influyen en sus vidas, permitiéndoles trazar un camino que los lleve a mejorar sus oportunidades y su calidad de vida.

Sumado a la perspectiva del control, dentro del concepto de empoderamiento otros autores han remarcado que este no podría ejercerse si no le precede un proceso de auto reconocimiento de potencialidades en la persona. En ese sentido Sen (2001) afirma que el empoderamiento es un proceso en donde las personas reconocen sus capacidades e intereses y actúan basándose en ello, asumiendo decisiones y siendo actores activos de su vida por esta razón resulta necesario que no solo se tome en cuenta dentro del concepto de empoderamiento el nivel de poder y control que las personas ejercen en sus vidas, sino también deben estar incluidos dentro del concepto aquellos procesos que los llevaron a percibirse como agentes activos en una sociedad que tienen el derecho a decidir y la capacidad de hacer incidencia en ellos mismos y su comunidad.

De acuerdo con Montero (2003) quien amplía el concepto, definiéndolo desde una visión más participativa y comunitaria orientada a la acción, señalando que el empoderamiento es un “proceso mediante el cual los miembros de una comunidad desarrollan capacidades y recursos para controlar su vida, actuando de manera

comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos” (p.84).

Teniendo en cuenta a Franco (2003) que compendia los aspectos esenciales del concepto de empoderamiento vistos anteriormente, señala que el empoderamiento brinda las herramientas para que las personas tomen conciencia de las dinámicas de poder que están presentes en su contexto vital, desarrollando progresivamente las capacidades necesarias para lograr un control continuo en su vida, sin infringir los derechos de otros y promoviendo adicionalmente el empoderamiento de la comunidad.

En resumidas cuentas, se podría señalar que el empoderamiento es ese proceso que abarca en primera instancia la creación de un sentimiento individual de autonomía y confianza en las propias potencialidades, el cual permite a la persona tener iniciativa en la toma de decisiones y desarrollar un pensamiento crítico respecto a las incidencias del entorno, para posteriormente ser parte de la acción colectiva eficaz que genere cambios sostenibles a nivel personal y comunitario.

5.2.2.1. Dimensiones del empoderamiento

En su estudio realizado para medir el empoderamiento, la investigadora Canaval, (1999) distingue cuatro dimensiones, participación, liderazgo, interés comunitario, control personal, que se desarrollarán a continuación:

A. Participación

La participación, es un punto de partida importante como mencionan Llena et al. (2009), esta interacción entre personas, grupos, entre otros, permite la inclusión y el acceso a recursos, a través de un conjunto de acciones como la toma de decisiones que a su vez requiere del compromiso del otro para movilizarse en torno a un propósito en común, dando lugar al reconocimiento y la obtención de logros.

Además, según Flores y Javiedes, una persona al participar en un grupo, asociación, comunidad, entre otros, adquiere el sentido de pertenencia permitiendo que “forme su identidad, autogestión y conciencia ciudadana que son efectos importantes de la participación social” (como se citó en Banda et al. 2013). En tal sentido, Banda et al. señala que cuando las personas pertenecen a redes y grupos sociales, además de motivarse la movilidad social se propicia el empoderamiento (2013).

Por tanto, el proceso de empoderamiento a través de la participación otorga poder, para la toma de decisiones y acciones que impactan de manera individual y colectiva. Por lo que podemos mencionar que la clave de la participación deriva de las acciones comunitarias que representan el proceso de empoderamiento de un grupo comunitario, con

ello los miembros de la comunidad reconocen sus responsabilidades.
(Banda et al. 2013)

En consecuencia, en el proceso de participación se distinguen factores importantes mencionados por la autora Canaval como la participación grupal, la organización social, la toma de decisiones y cambios logrados (1999):

- **Participación grupal:** se da cuando los sujetos se reúnen para qué a través del intercambio de ideas, posturas, entre otros, puedan proponer y decidir sobre posibles soluciones a determinados contextos. Como se mencionó anteriormente, de acuerdo con los autores Llena et al. (2009) la participación permite la intervención de las personas en torno a un propósito, en el que a través de la toma de decisiones y la organización se pueden obtener resultados favorables para la comunidad.
- **Organización social:** Para Banda y Morales (2015) la organización social se caracteriza por la participación de los individuos que intervienen y contribuyen en grupos organizados que tienen como propósito contribuir a mejorar la sociedad. Además, coinciden con los autores mencionados anteriormente sobre el empoderamiento en las comunidades, ya que señalan que se da a través de la participación, que conduce a la toma de decisiones y acciones y estas a su vez les permiten tomar riesgos y obtener beneficios de las mismas.

- **Toma de decisiones:** se define “como la selección de un curso de acción entre varias alternativas”. (Koontz, Weihrich, y Cannice, 2012, p. 152) , en otras palabras la toma de decisiones es un proceso por el cual los individuos eligen entre diferentes opciones para resolver sus conflictos.
- **Cambios logrados:** la participación es un proceso que permite atender los problemas de la sociedad e involucra a sus miembros en la búsqueda de soluciones para lograr cambios sostenibles para el bienestar de la comunidad (Kliksberg, 1999).

Por otro lado, cabe resaltar la importancia de la participación de los sujetos y la comunidad en proyectos de desarrollo, ya que a partir de ellos obtienen conocimiento que les permite tomar conciencia de sus condiciones sociales, económicas y políticas para poder cambiar su estado actual y hacer frente a sus problemas. Es importante resaltar que, solo siendo conscientes de su situación y los cambios a afrontar, tomarán la iniciativa para encontrar soluciones. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), 2003)

Añadiendo, en el Manual de Comunicación para el Desarrollo Rural Acunzo et al. (2016) señalan que la participación de la comunidad en proyectos de desarrollo permite: Crear oportunidades para que los grupos desfavorecidos accedan a recursos externos (capacitación, créditos) o movilicen sus propios recursos (conocimientos, habilidades), aumenta la capacidad para expresar sus intereses y accionar para defenderlos. (p.19)

Por lo que podemos concluir que la participación es una pieza clave para el cambio social, ya que a través de sus factores como la organización y toma de decisiones se puede modificar el estado actual y obtener resultados beneficiosos que empoderen no solo al individuo sino a la comunidad.

B. Liderazgo

El concepto de liderazgo abarca una amplia variedad de teorías, definiciones y descripciones. Algunas teorías coinciden que, el liderazgo es un proceso de influencia entre el líder y sus seguidores, determinado por las características y conductas del líder y las percepciones de los seguidores en un contexto. (Lupano y Castro, 2006)

Los autores Koontz et al. (2012) comentan que todo sujeto con habilidad para el liderazgo se compone de:

- **Capacidad del uso del poder con eficacia:** en el que se hace referencia a la capacidad del líder para persuadir e influir en la opinión de otros.
- **Capacidad para comprender las motivaciones de otros en cada momento:** se refiere a la capacidad del líder para comprender y conocer a su entorno, y de esta manera diseñar y establecer estrategias para movilizarlos en torno a un propósito.
- **Capacidad para inspirar:** hace referencia al valor personal del líder, a su carisma, atractivo y la lealtad que desprende de él, que inspira a su entorno a brindarle apoyo desinteresado.

Añadiendo, cabe mencionar los conceptos de liderazgo orientados hacia el ámbito social y comunitario, debido al objeto del presente estudio, por lo que se encuentran los siguientes autores a mencionar:

Para Fernández y Cardona (2017) el liderazgo desde una orientación social se da cuando los individuos que conforman un grupo son dirigidos por un sujeto que los motiva y moviliza en torno a un objetivo u propósito. En tal sentido, los autores añaden que el liderazgo es percibido como una actividad social que involucra la interacción entre sujetos para gestionar y movilizar recursos.

Por otro lado, desde una orientación comunitaria, el liderazgo está construido con prácticas con base en lo tradicional y lo emotivo, pero no son solo esas prácticas son las que engloban el liderazgo comunitario sino también el sentido que encuentran en la satisfacción de necesidades, ya que se movilizan en torno a un propósito donde predomina el bien común por encima del individual.

Según de Izarra et al. (2020) un líder comunitario es carismático y su principal propósito es lograr el bien social, además de motivar eficazmente a sus seguidores, reconocer a su equipo y su adaptabilidad al cambio.

En resumidas cuentas, el liderazgo es un proceso social mediante el cual un sujeto influye y motiva a otros, movilizándolos en torno a un propósito. Podemos distinguir también que la orientación social del liderazgo permite la obtención de resultados motivados por los conocimientos y habilidades de las interacciones del grupo y desde la

orientación comunitaria, la obtención de resultados por la satisfacción de las necesidades características del territorio.

C. Interés comunitario

Platón y Aristóteles definen el interés comunitario “como aquel conjunto de intereses que busca la comunidad y que han definido como provechosos para su progreso” (como se citó en Ocampo, 2010).

El investigador Ocampo señala también que la comunidad se forma en la participación para perseguir el bien común, ya que se busca obtener todo lo que los miembros de la comunidad quieren. Es por ello que, a pesar de que los miembros de la comunidad tengan intereses individuales, se antepone siempre el interés común que avanza para el bienestar de la comunidad, es necesario resaltar que los intereses individuales no se dejan a un lado, ya que, para que la comunidad pueda cumplir sus objetivos es necesario que sus miembros los comprendan y aprueben, de esta manera se respeta el interés individual, por lo que podemos decir que la suma de intereses individuales equilibrados con la búsqueda del bien común se convierte en interés comunitario.

Ocampo (2010) añade que “El interés común se plasma principalmente en la formación de los sistemas sociales, instituciones y entornos de los cuales todos dependemos y que deben funcionar de tal manera que beneficien a todo el conglomerado social.”(p.90) En tal sentido Sánchez (2017) comenta que el empoderamiento comunitario no puede pasar por alto la intervención de las instituciones y organizaciones que tras articuladas acciones buscan contribuir al desarrollo colectivo.

La autora Canaval (1999) distingue los siguientes factores referentes a interés comunitario:

- **Sentido de comunidad:** es el sentimiento de confianza de un individuo hacia a una colectividad en donde considera que pueden recibir apoyo y sus necesidades pueden ser atendidas al estar unidos en torno a un propósito. El sentido de comunidad, no solo se da desde el apego a un lugar determinado o por la proximidad entre los miembros, se da aunque no se comparta un espacio en común, en la actualidad existen diversas maneras de interactuar, por ejemplo a través de las redes sociales, ya que por medio de ellas puedes contactar a otros sujetos, pertenecer a diversos grupos y organizarse en torno a un propósito. (Maya, 2004)
- **Interés en la comunidad:** como se mencionó anteriormente de acuerdo con Ocampo (2010) los miembros de la comunidad anteponen el interés común por encima de sus intereses individuales, ya que debe darse prioridad al bienestar y desarrollo de la comunidad, además que al atender los problemas que aquejan en general a la sociedad, se atiende también los intereses individuales como miembro de la sociedad.
- **Conocimiento en política:** de acuerdo con Ocampo (2010, p.96) “La comunidad, mediante leyes, políticas sociales y económicas, programas, proyectos, etc. busca adelantar el interés común y a través de este el avance del bien común”. Es decir, todos como miembros de la sociedad dependemos de instituciones que a través

de consensos y velando por el bienestar social proponen leyes, actividades y acuerdos para el desarrollo de la sociedad, las cuales deben cubrir las necesidades básicas de todos sus miembros.

Por lo que podemos concluir que el interés comunitario, es la búsqueda del bienestar común sin dejar de lado el interés individual, además cabe señalar que para la obtención del desarrollo y beneficio comunitario no solo intervienen los miembros de la comunidad, sino también instituciones y organizaciones.

D. Control sobre mis conductas

Los autores Pick et al. (2007) refieren que es la capacidad de controlar y gestionar los pensamientos, emociones y acciones ante situaciones difíciles, así mismo mencionan que con la autorregulación se evitan los resultados no deseados, logrando efectos a largo plazo, ya que el individuo considera que sus propias acciones determinan el éxito o el fracaso de lo que le ocurra.

En esta dimensión la autora Canaval (1999) destaca los siguientes factores:

- **Control interno:** El control sobre las propias conductas no implica una represión total o anulación de las emociones y acciones, si no implica lograr un adecuado equilibrio interno, pues las personas que desarrollan esta habilidad suelen mantenerse positivas, con una óptima adaptación a pesar de la situación de conflicto, y suelen mantener claridad sobre sus objetivos y accionar a pesar del

contexto cuando interactúan con los demás, ya que, el autocontrol posee un rol fundamental en la interacción del individuo con su entorno. (Armentía ,2002)

- **Control externo:** Rotter (1966) señala que el control externo se da cuando una persona considera que no tuvo el control total del resultado de algún suceso de su vida en el que puede haber influido factores externos, este hecho es percibido por el individuo como cuestión de suerte o del destino.

De manera que Meichenbaum (1978), resalta que, aunque el control de las conductas sea algo que se lleve a cabo en un nivel individual, esto no significa que sea un proceso aislado, más bien es todo lo contrario, pues está sujeto a factores externos e internos, abarcando componentes cognitivos, perceptuales, situacionales, motivacionales y actitudinales.

- **Autoeficacia:** Al hablar de autoeficacia referimos a aquella seguridad que posee alguna persona respecto a sus propias habilidades y capacidades. Bandura (como se citó en Pick et al., 2007) plantea que las personas poseen un sistema propio que permite controlar sus pensamientos, sentimientos y acciones, este sistema también permite aprender de otros, considerar y planear alternativas, regular la propia conducta y reflexionar, por ello consideran que la autoeficacia es necesaria para el cambio de conductas. Adicionalmente, Baessler y Schwarzer (1996) consideran que la autoeficacia está compuesta por la visión del

control individual sobre el actuar, por esa razón es posible que cualquier persona pueda sentirse segura de hacer y liderar el rumbo de su vida de forma productiva.

En ese sentido, podríamos definir al control de conductas como aquella habilidad que permite autocontrolar los impulsos, lo cual facilita a los individuos desempeñarse satisfactoriamente en diversos aspectos dentro de la sociedad. También, podemos decir que la autoeficacia es la confianza que poseen las personas sobre sus capacidades para lograr con esfuerzo, seguridad y competencia, sus objetivos.

6. ANTECEDENTES

Aunque la presente investigación es novedosa en el campo, existen estudios similares que han abordado el tema, dentro de ellos, está la tesis presentada por Ruiz (2018) para obtener el grado en Comunicación Social en la mención de Comunicación para el desarrollo en la Pontificia Universidad Católica Del Perú, su tesis se denomina *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*. En la investigación el objetivo principal es el análisis del impacto que genera la escasez de estrategias de comunicación en la falta de reconocimiento y visibilización de las mujeres Yachachiq de Canas quienes se dedican a actividades agropecuarias Para el desarrollo de dicha investigación se empleó una metodología de tipo mixta, planteando una investigación cuantitativa por lo que se aplicaron encuestas a 40 personas pertenecientes a la provincia de Canas, y otra investigación cualitativa por la que se aplicaron entrevistas a profundidad a cuatro

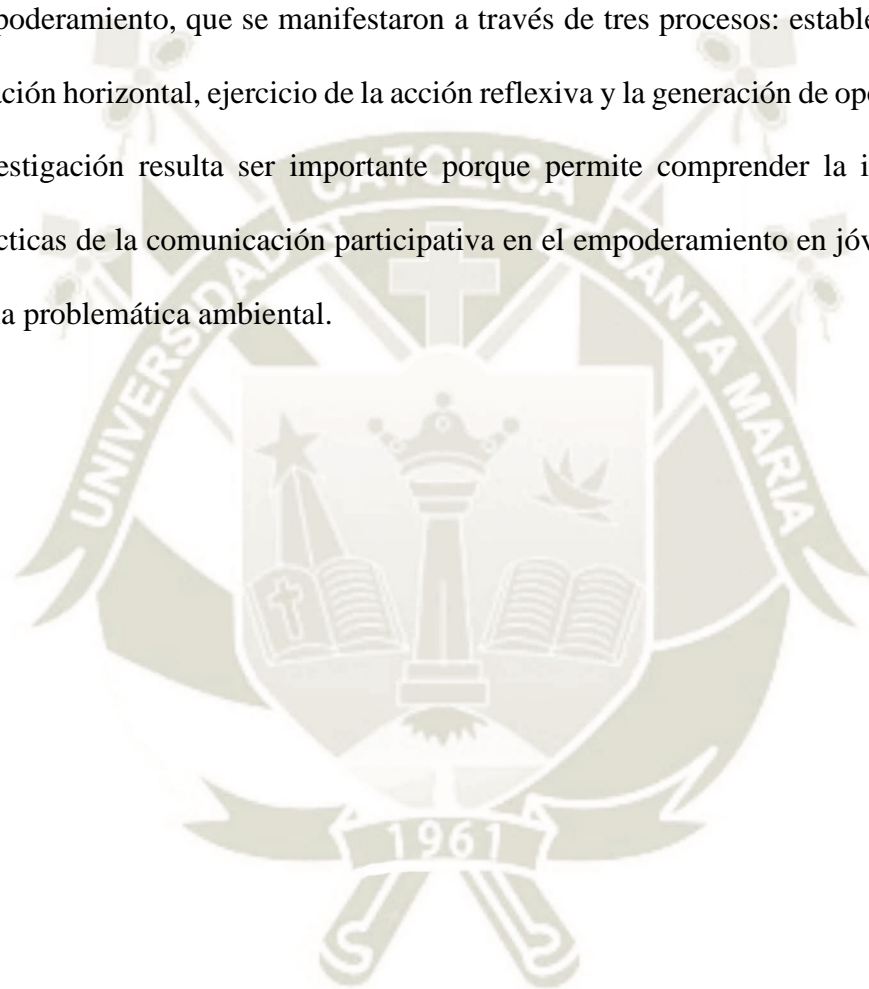
mujeres Yachachiq, al Sub perfecto y a la regidora de la provincia de Canas y a dos representantes de los medios de comunicación, también se estableció el análisis biográfico de mujeres Yachachiq y como última herramienta se empleó la observación participante. Lo que permitió identificar un bajo reconocimiento de los miembros de la comunidad sobre el rol que cumplen las mujeres Yachachiq, este bajo reconocimiento se debe a la falta de espacios de comunicación donde se difunda la labor de las mujeres Yachachiq, entre otros factores, como la percepción de la mujer como inferior por su género, también identificaron que la percepción de la comunicación por parte de los Yachachiq, es solo una forma de intercambiar información, limitando notablemente su contribución al programa. La realización del estudio permitió a la investigadora presentar una propuesta comunicacional para promover la visibilidad de las mujeres Yachachiq y de las actividades que realizan. La investigación resulta ser importante porque busca abordar temas como el rol de la mujer y el desarrollo social, ya que muestra indicadores para mejorar programas y experiencias desde la comunicación que contribuyan al cambio social.

Otro antecedente importante es el realizado por Olano (2019) para obtener el grado en Comunicación Social en la mención de Comunicación para el desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú denominado *La comunicación participativa en la transformación de percepciones negativas acerca de la vejez a partir del empoderamiento y visibilización de los adultos mayores. Proyecto “Juventud Acumulada” en el Centro Integral de Atención al Adulto Mayor de Surquillo, en el 2015*. La investigación tuvo por objetivo comprobar la incidencia de las estrategias y recursos comunicacionales implementados en “Juventud Acumulada” para disminuir la percepción negativa, impulsar el empoderamiento en los adultos mayores de 60 años y contribuir a su visibilización en la comunidad. El método de aplicación del estudio fue

cualitativo tipo investigación-acción, el análisis de datos se toma en cuenta desde la perspectiva de la investigadora, así como de la relación del equipo de trabajo con los beneficiarios del programa, la investigación se lleva a cabo mediante observaciones participantes y no participantes, entrevistas y grupos focales a los participantes y a los realizadores del proyecto, además del análisis a los productos comunicacionales aplicados a 35 adultos mayores del Club “Hospital de la Solidaridad del CIAM y 6 personas del equipo “ Juventud Acumulada”, 5 comunicadoras y 1 diseñador gráfico. En la investigación se concluye que el nivel de independencia del adulto mayor se debe a que contribuye o es sustento económico de la familia, también que el conocimiento y motivación desde su experiencia permite que los adultos mayores generen propuestas en los talleres de empoderamiento, así mismo concluye que debido a la predisposición positiva de los beneficiarios, el proyecto debe tener continuidad. La investigadora desde su estudio pretende contribuir a propiciar el posicionamiento de los adultos mayores en el entorno social y cultural, es por ello que realiza un análisis acerca de las estrategias de comunicación implementadas por “Juventud Acumulada” y su incidencia en el empoderamiento de los adultos mayores, abordando un importante tema como es la problemática de la vejez en el país.

Por último, es importante mencionar también la tesis realizada por Pizardi (2020), para obtener el grado en Comunicación Social en la mención de Comunicación para el desarrollo en la Pontificia Universidad Católica Del Perú nombrada *Comunicación participativa y empoderamiento juvenil en áreas naturales protegidas, el caso de la Brigada Ecológica Yanachaga*. El objetivo principal en la investigación es comprender la influencia de las prácticas de comunicación participativa en los procesos de empoderamiento de los jóvenes que integran la Brigada Ecológica Yanachaga. Para el desarrollo de la investigación se aplicaron como técnicas de recolección de datos

entrevistas a profundidad semiestructuradas, una dirigida al instructor del SERNANP y otra dirigida a los jóvenes brigadistas, en la entrevista participaron 15 personas, la segunda técnica fue la reunión de discusión-reflexión en la que se utilizó una guía orientadora. El investigador concluye que las prácticas de comunicación participativa realizadas por los brigadistas influyen de manera positiva en su proceso de empoderamiento, que se manifestaron a través de tres procesos: establecimiento de una relación horizontal, ejercicio de la acción reflexiva y la generación de oportunidades. Esta investigación resulta ser importante porque permite comprender la incidencia de las prácticas de la comunicación participativa en el empoderamiento en jóvenes interesados en la problemática ambiental.



CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La técnica de recolección de datos para la presente investigación es la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una escala tipo Likert dirigida a los beneficiarios del programa Emprende en casa.

El instrumento estará estructurado en dos partes:

La primera parte dirigido al estudio de la variable herramientas de comunicación para el desarrollo conformado por 11 ítems de elaboración propia que corresponden a las dimensiones de comunicación interpersonal, medios impresos o electrónicos y medios sociales digitales basados en los autores Jenatsch y Bauer (2016) en las que se empleará la escala de Likert con las siguientes alternativas: Totalmente en desacuerdo = 1; En desacuerdo = 2; Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3; De acuerdo = 4; Totalmente de acuerdo = 5.

La segunda parte dirigido al estudio de la variable empoderamiento conformado por 13 ítems de elaboración propia que corresponden a las dimensiones de participación, liderazgo, interés comunitario y control sobre mis conductas basados en la autora Canaval (1999) en las que se empleará la escala de Likert con las siguientes alternativas: Totalmente en desacuerdo = 1; En desacuerdo = 2; Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3; De acuerdo = 4; Totalmente de acuerdo = 5.

2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.1. Ubicación espacial

El presente trabajo fue desarrollado en la ciudad de Moquegua en los beneficiarios del programa Emprendo en casa.

2.2. Ubicación temporal

El estudio corresponde al año 2021.

2.3. Unidades de estudio

2.3.1. Universo/corpus

El universo está compuesto por los beneficiarios del programa Emprende en Casa, quienes son alrededor de 433, participantes en su mayoría mujeres residentes en los distritos a las zonas aledañas de la actividad minera como son Torata, Yacango, la ciudad de Moquegua e Ilo, quienes tienen como grado de instrucción desde primaria hasta postgrado y oscilan entre las edades de 20 a 60 años.

Al caracterizar la población de estudio se determinó que, de los 433 participantes, 39 son varones (9%) y 394 son mujeres (91%); respecto a la distribución geográfica se identificó que, de los 433 participantes, 7 personas son de Ilo (1,5%); Mariscal Nieto, 46 personas (10.6%), Moquegua; 151 personas (34.8%); Samegua 151 personas (34.8%), San Antonio, 13 personas (3%) y Torata 66 personas (15.2%). Por grado de instrucción; se encontró que de los 433 participantes, 7 tienen estudios primarios (1.5%), 66 tienen estudios secundarios (15.2%), 125 tienen estudios técnicos (28.8%), 210 estudios universitarios (48.5%) y finalmente 26 cuentan con estudios de postgrado (6.1%).

2.3.2. Muestra/subcorpus

Se consideró la estratificación de la muestra por sexo, distrito de residencia y grado de instrucción de los beneficiarios del programa Emprende en casa. Estableciendo el tamaño de muestra a través de la fórmula de poblaciones finitas:

	N.C. =	91%
$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$	Z =	1,64
	E =	10%
	p =	0,5
n = 66	q =	0,5
	N =	433

Donde:

NC: Nivel de confianza

Z: Parámetro

E: Error

p: Probabilidad de acierto

q: Probabilidad de desacierto

N: Población

Por lo tanto, se consideró un total de 66 beneficiarios como muestra, los cuales se estratificaron considerando los porcentajes de participación según sexo, distrito y grado de instrucción, por ser los datos con los que se cuenta en registro del programa.

En consecuencia, del total de beneficiarios del programa para la muestra se consideró: una frecuencia en mujeres de 60 y en varones de 6; en cuanto a la distribución geográfica se tomó en cuenta la participación de 1 persona de Ilo, 7 personas de Mariscal Nieto, 23 personas de Moquegua, 23 personas de Samegua,

2 personas de San Antonio, 10 personas de Torata; sobre la estratificación por grado de instrucción se consideró, 1 persona con estudios primarios, 10 personas con estudios secundarios, 19 personas con estudios técnicos, 32 personas con estudios universitarios y finalmente 4 personas de postgrado.

3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.1. Criterios y procedimientos

Para la recolección de datos se aplicaron los siguientes criterios y procedimientos:

- Coordinación con las autoridades del programa “Emprende en casa”.
- Establecer un cronograma para la aplicación del instrumento.
- Aplicación del instrumento de forma virtual y llamada telefónica.

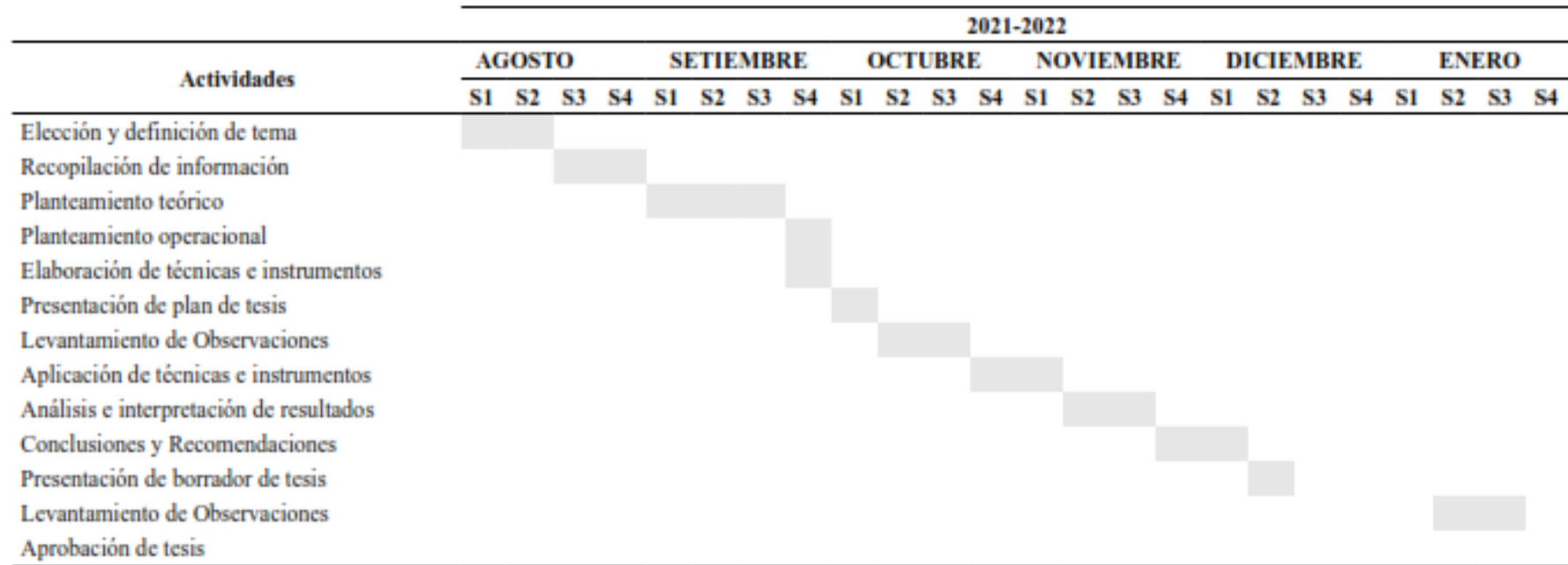
Sobre el procesamiento de la información, la tesista consideró que, la información obtenida de los instrumentos aplicados pase a un trabajo estadístico para la representación de datos de manera concisa y directa.

Una vez obtenidos los datos de la muestra, se creó una base de datos con la ayuda del programa de office Excel, posteriormente se realizó el análisis descriptivo e inferencial con el software estadístico SPSS 25 presentando tablas de frecuencias y porcentajes de los datos sociodemográficos, variables y dimensiones, para determinar el uso del coeficiente de correlación de Spearman y examinar la intensidad de relación de las variables. Por último, se realizaron las conclusiones y sugerencias en base al estudio realizado.

4. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Figura 3

Cronograma de trabajo



Fuente: Elaboración propia, (2021)

CAPITULO III. RESULTADOS

1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS

1.1. Resultados de control

Tabla 2

Edad

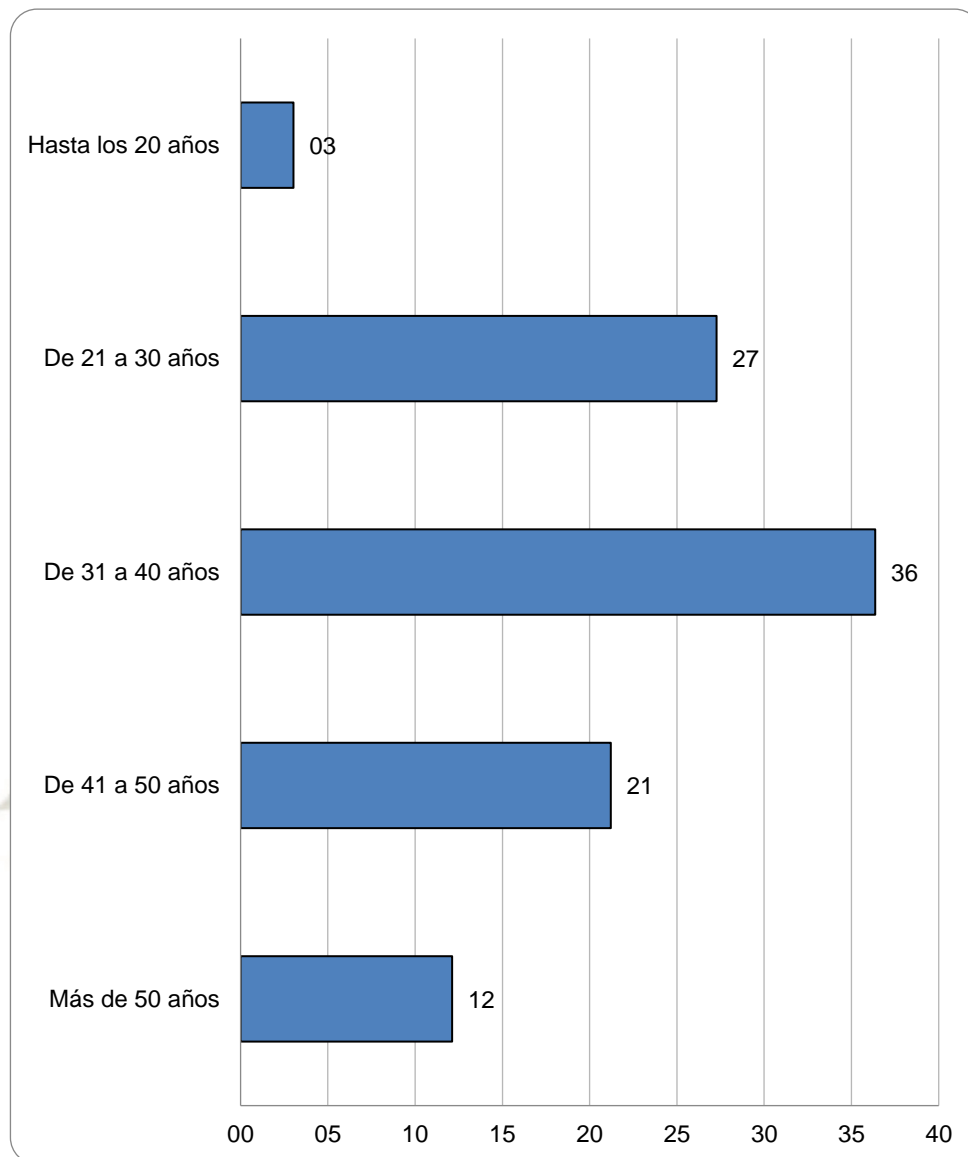
	<i>f</i>	<i>%</i>
Hasta los 20 años	2	3.0
De 21 a 30 años	18	27.3
De 31 a 40 años	24	36.4
De 41 a 50 años	14	21.2
Más de 50 años	8	12.1
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 36.4% oscila entre las edades de 31 a 40 años, el 27.3% entre 21 a 30 años, el 21.2% entre 41 a 50 años, el 12.1% son personas mayores de 50 años y en un menor porcentaje 3% son menores de 20 años. Por lo que podemos observar que las personas más interesadas en capacitarse con los talleres de Emprende en casa oscilan entre las edades de 21 a 40 años.

Figura 4

Edad



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 3

Sexo

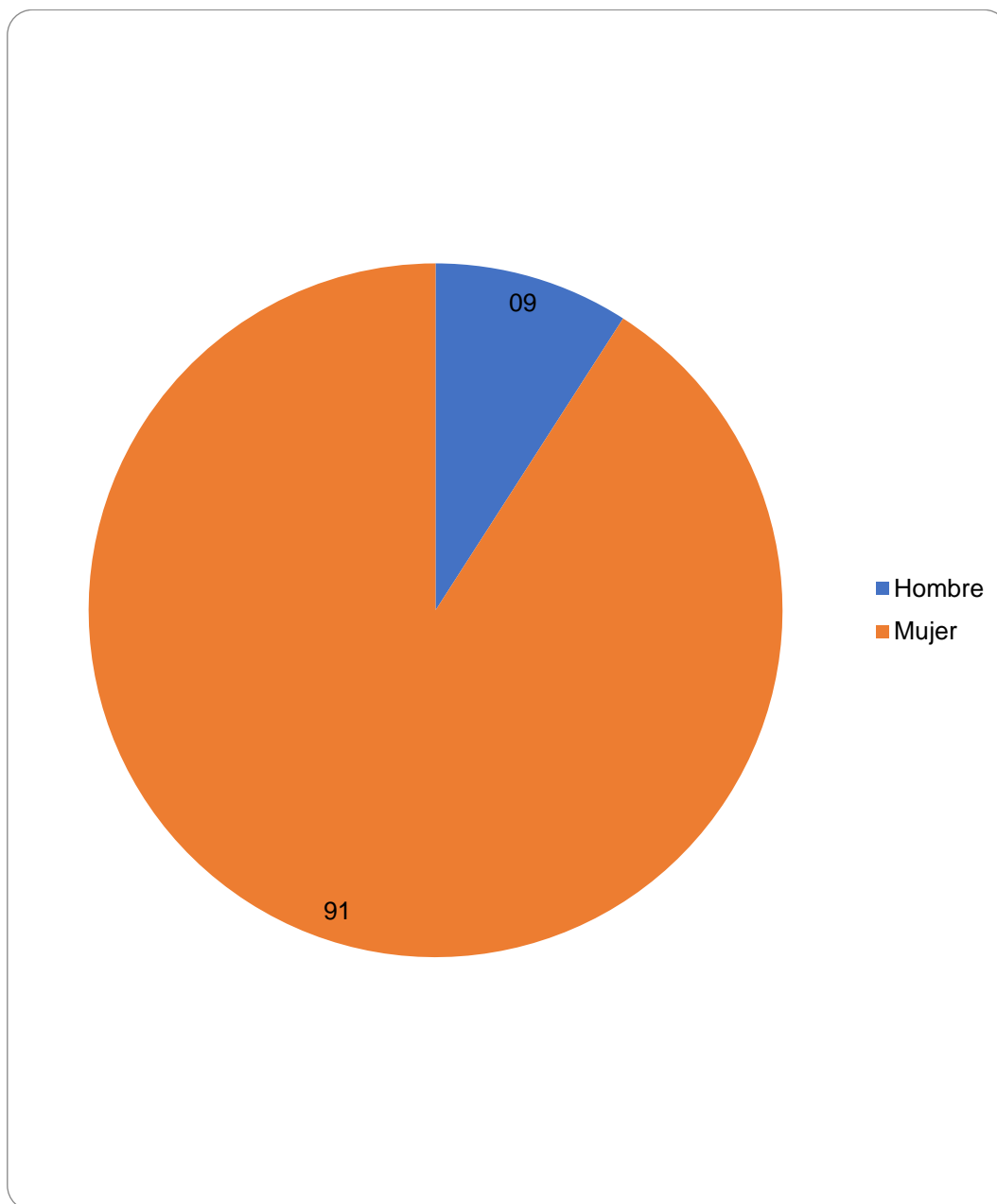
	<i>f</i>	<i>%</i>
Hombre	6	9.1
Mujer	60	90.9
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 90.9 % de los beneficiarios son mujeres y solo el 9.1 % son hombres. Por lo que se puede inferir que en su mayoría las mujeres buscan capacitarse con la finalidad de formar un emprendimiento y generar ingresos para el bienestar familiar, ya que probablemente no cuentan con ingresos fijos, debido a que no pueden acceder a trabajar a un empleo formal porque son personas dedicadas al cuidado del hogar, también se podría considerar que estas mujeres disponen de holgura en sus horarios para participar de diversos talleres que les permitan desarrollar nuevas habilidades.

Figura 5

Sexo



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 4

Grado de instrucción

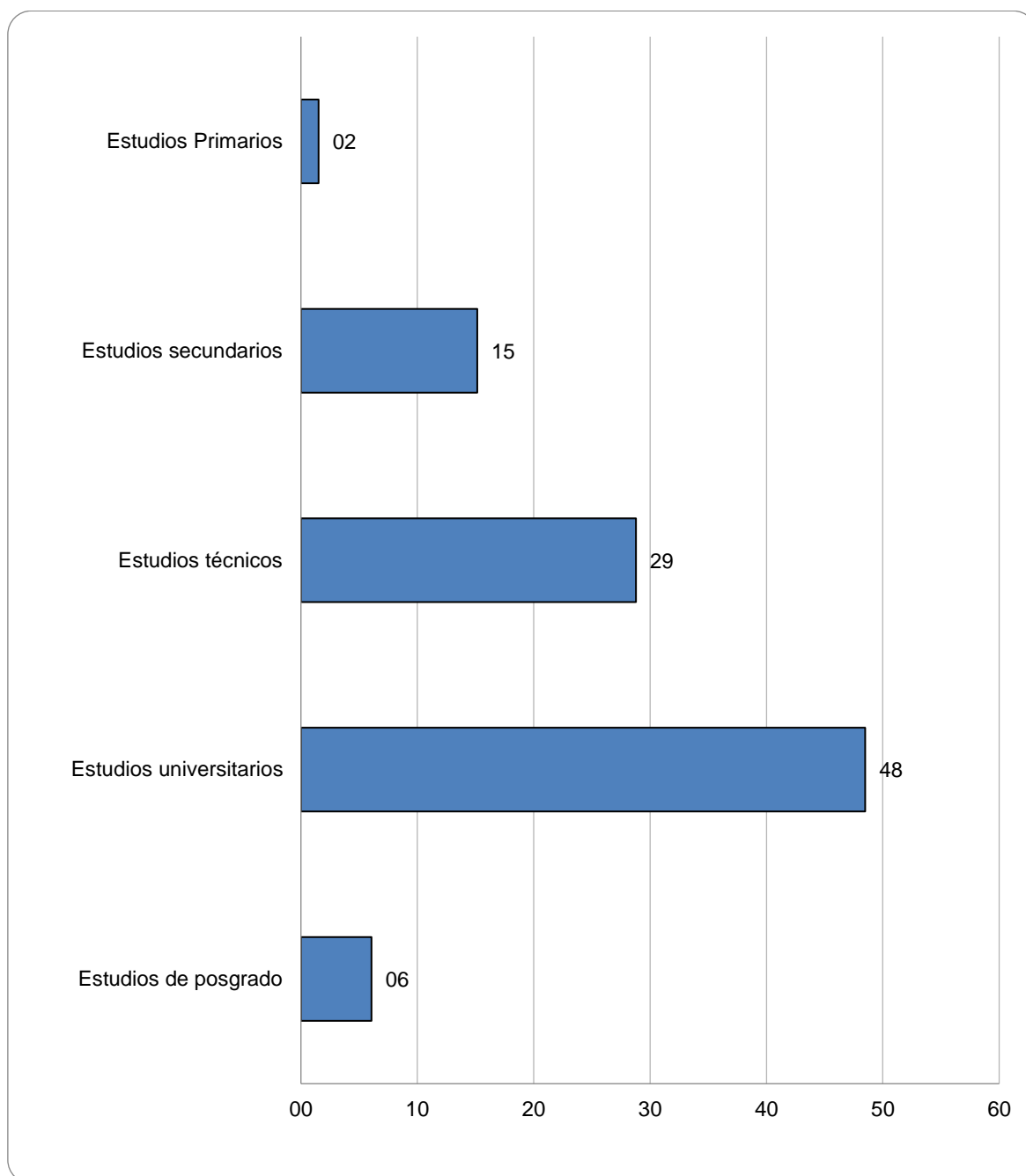
	<i>f</i>	<i>%</i>
Estudios Primarios	1	1.5
Estudios secundarios	10	15.2
Estudios técnicos	19	28.8
Estudios universitarios	32	48.5
Estudios de posgrado	4	6.1
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 48.5% cuenta con estudios universitarios, el 28.8 % con estudios técnicos, el 15.2% con estudios secundarios, finalmente y en un menor porcentaje 6.1% con estudios de posgrado y 1.5% cuenta con estudios primarios. Por lo que podemos observar que la mayoría de participantes del programa *Emprende en casa* cuenta con estudios superiores y están preparados para desenvolverse laboralmente.

Figura 6

Grado de instrucción



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 5*Distrito de residencia*

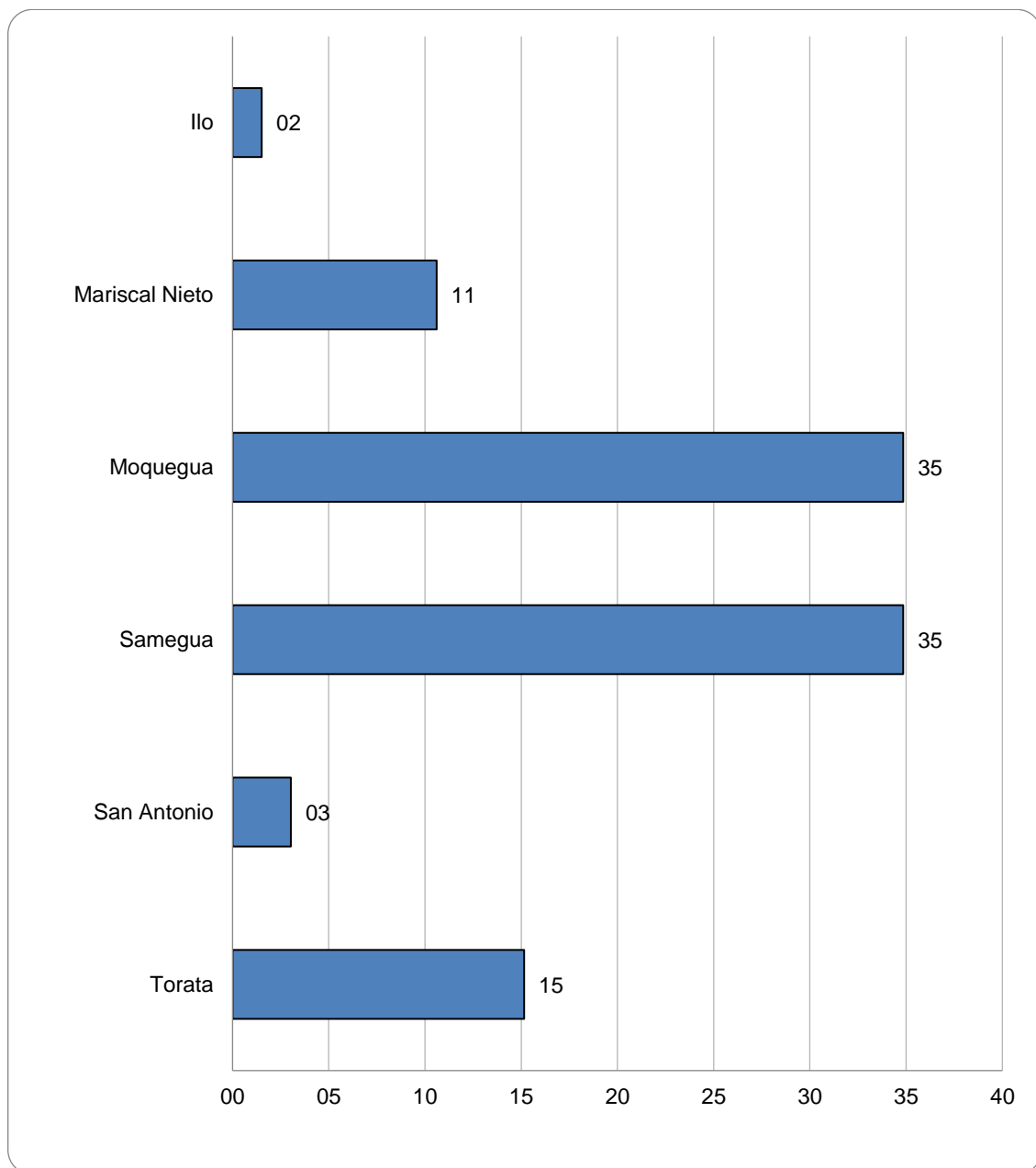
	<i>f</i>	%
Ilo	1	1.5
Mariscal Nieto	7	10.6
Moquegua	23	34.8
Samegua	23	34.8
San Antonio	2	3.0
Torata	10	15.2
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 34.8 % residen en el distrito de Samegua, la misma cantidad reside en la ciudad de Moquegua, el 15.2 % reside en el distrito de Torata, el 10.6 % pertenece al distrito de Mariscal Nieto, el 3 % reside en el distrito de San Antonio y el 1.5% en Ilo. Según los resultados obtenidos, principalmente los beneficiarios del programa *Emprende en casa* residen en Samegua, es importante considerar que en dicho distrito el programa se formaron alianzas con la municipalidad, lo que permite tener mayor participación de personas que residen en la zona. Seguido de la ciudad de Moquegua, lo que se puede deber a que los talleres se llevaron a cabo de manera virtual durante la pandemia y en la ciudad se tiene mayor acceso a internet. Por otro lado, Torata, cuenta con un porcentaje mínimo de participación, a pesar de que en este distrito se encuentra una de las oficinas de Southern Perú "Casa Nuestra".

Figura 7

Distrito de residencia



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 6

Tiempo de permanencia en el programa Emprende en casa

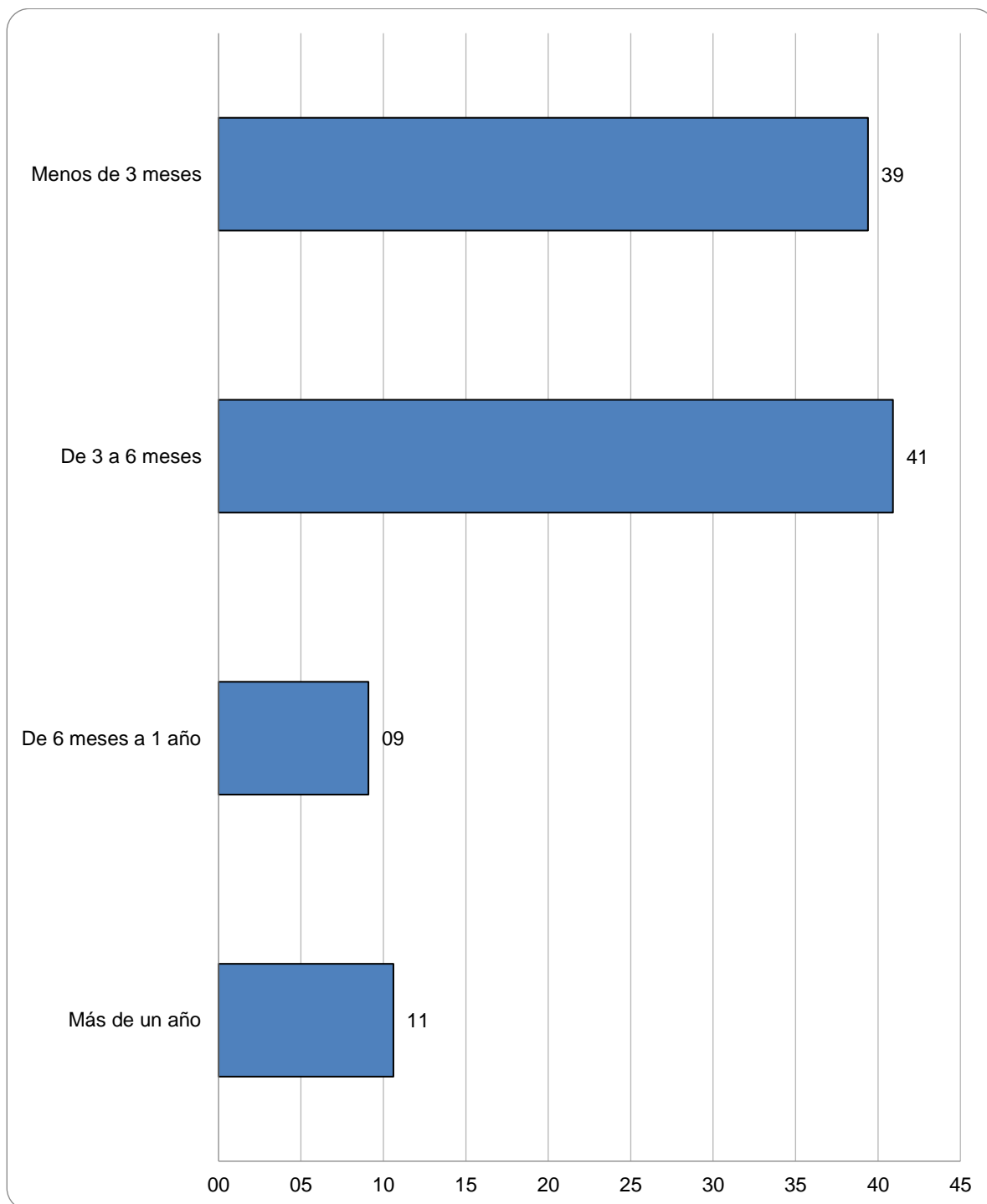
	<i>f</i>	<i>%</i>
Menos de 3 meses	26	39.4
De 3 a 6 meses	27	40.9
De 6 meses a 1 año	6	9.1
Más de un año	7	10.6
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 40.9% han participado del programa de tres a seis meses, el 39.4% menos de tres meses y en un menor porcentaje el 10.6% más de un año y finalmente el 9.1 % de seis meses a un año. Por lo que se puede observar que en su mayoría los participantes del programa, no asisten a los talleres de manera permanente. Probablemente, se deba a que no se ha creado una estrategia para que los participantes se sientan atraídos a seguir los cursos, por lo que se debe considerar mejorar la planificación de sus contenidos.

Figura 8

Tiempo de permanencia en el programa Emprende en casa



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 7

Idea de negocio o emprendimiento

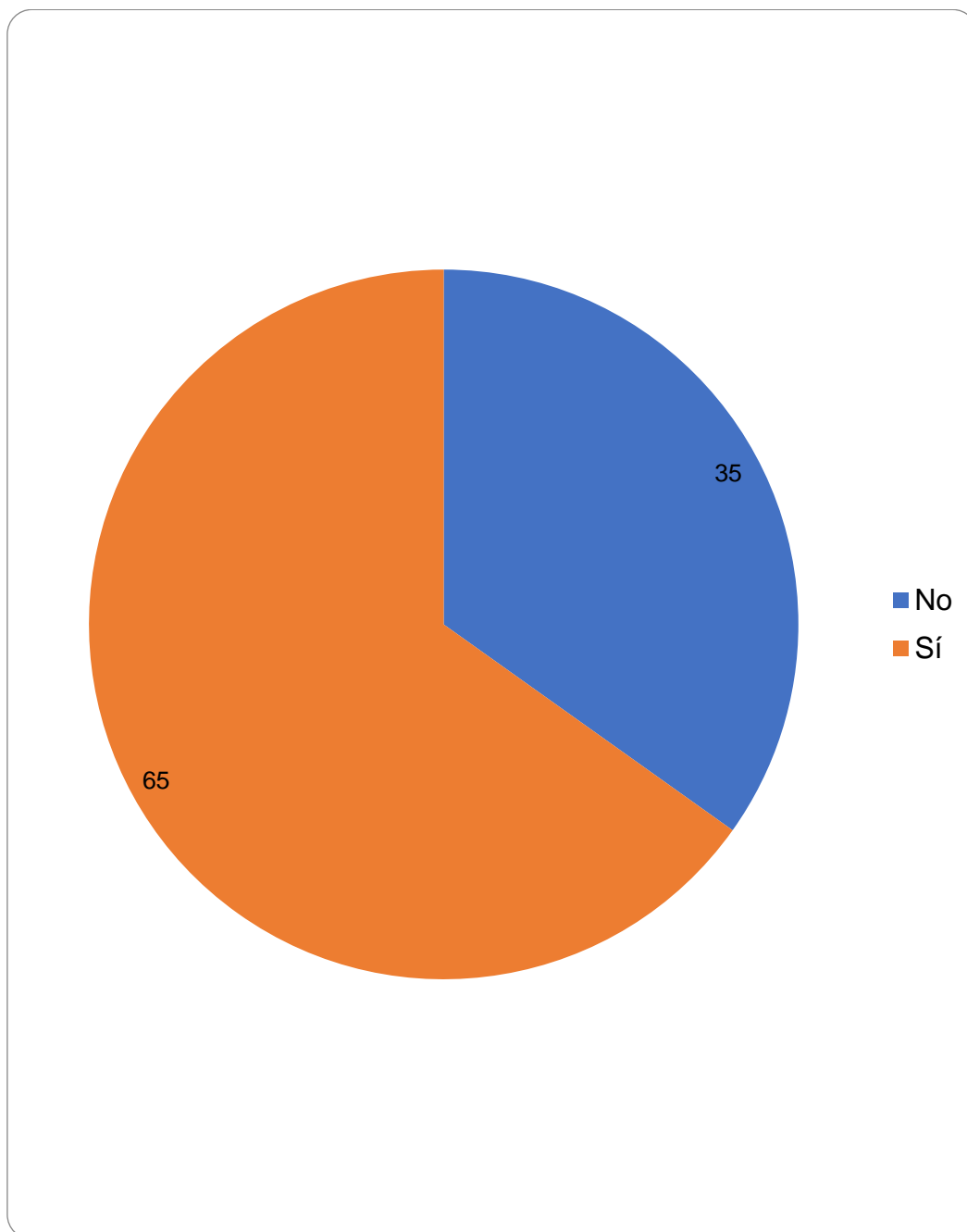
	<i>f</i>	<i>%</i>
No	23	34.8
Sí	43	65.2
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 65.2 % cuenta con una idea de negocio o ha realizado algún emprendimiento, y el 34.8 % no tiene un emprendimiento ni idea de negocio. De los resultados obtenidos, podemos observar que la mayoría de beneficiarios del programa buscan participar de dichos talleres para capacitarse y formar su emprendimiento o mejorarlo.

Figura 9

Idea de negocio o emprendimiento



Fuente: Elaboración propia, (2021).

1.2. Resultados descriptivos por ítems

Tabla 8

Participar exhibiendo mis productos en ferias como parte de las actividades de Emprende en casa me ha permitido potenciar mi emprendimiento y/o consolidar mi aprendizaje.

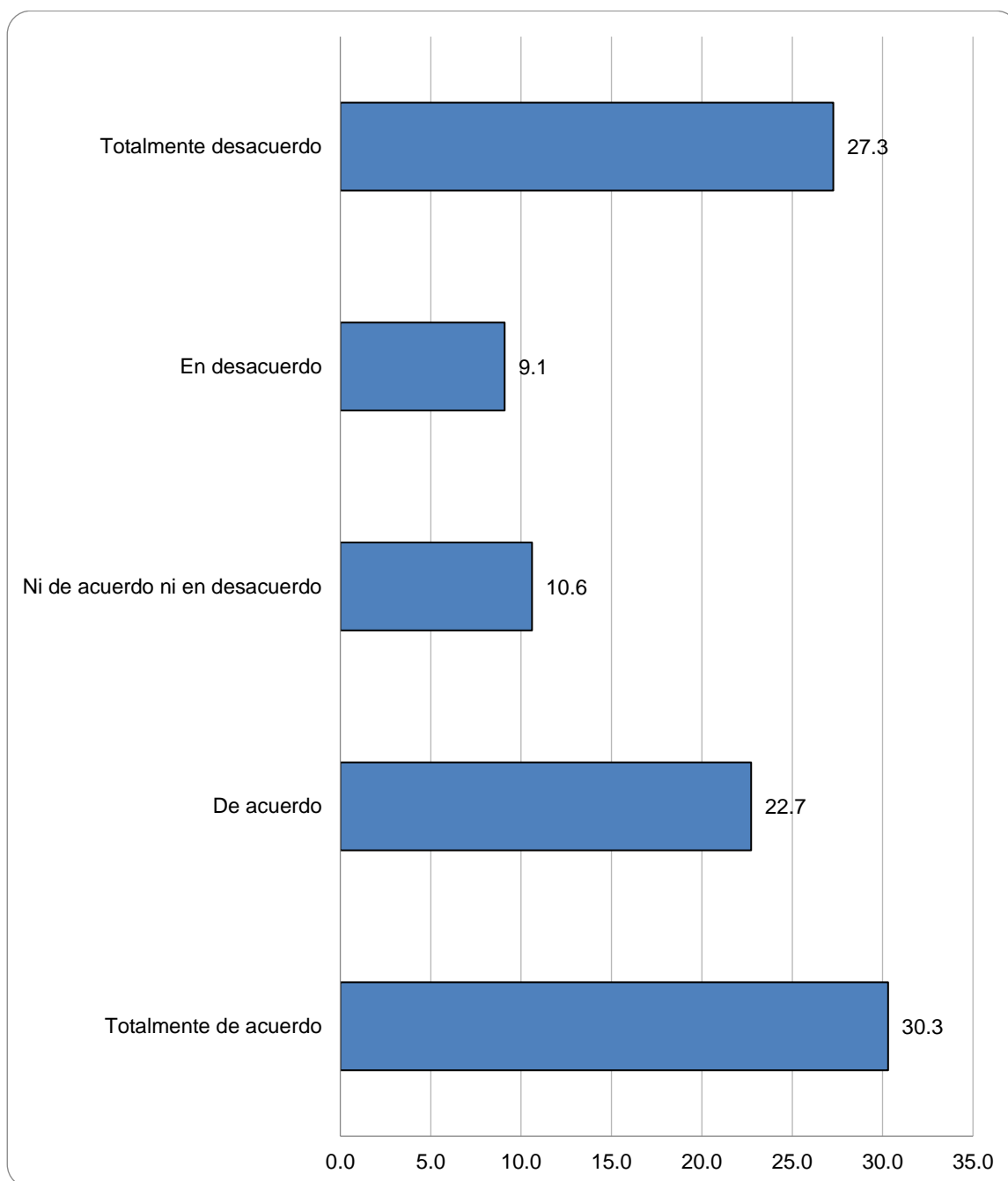
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	18	27.3
En desacuerdo	6	9.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	10.6
De acuerdo	15	22.7
Totalmente de acuerdo	20	30.3
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 30.3% está totalmente de acuerdo en participar exhibiendo sus productos en ferias que les permitan potenciar su emprendimiento y consolidar su aprendizaje, sin embargo, un porcentaje importante el 27.3% está totalmente en desacuerdo, el 22.7% de acuerdo, el 10.1 % ni de acuerdo ni desacuerdo y el 9.1% en desacuerdo. En cuanto a los resultados obtenidos, podemos observar que la mayoría de participantes considera beneficioso presentar sus productos en ferias, sin embargo, otro porcentaje relevante no lo considera de esta forma, en efecto, existe un porcentaje de participantes que aún no cuenta con un emprendimiento consolidado por lo que cabe resaltar que tomando en cuenta el riesgo por la exposición al COVID – 19 en espacios públicos, a raíz de la pandemia mundial que atravesamos, los participantes consideran no participar de ellos. .

Figura 10

Participar exhibiendo mis productos en ferias como parte de las actividades de Emprende en casa me ha permitido potenciar mi emprendimiento y/o consolidar mi aprendizaje.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 9

Los talleres me han permitido obtener nuevos conocimientos para la elaboración de productos y desarrollar habilidades que me permitan tener ingresos

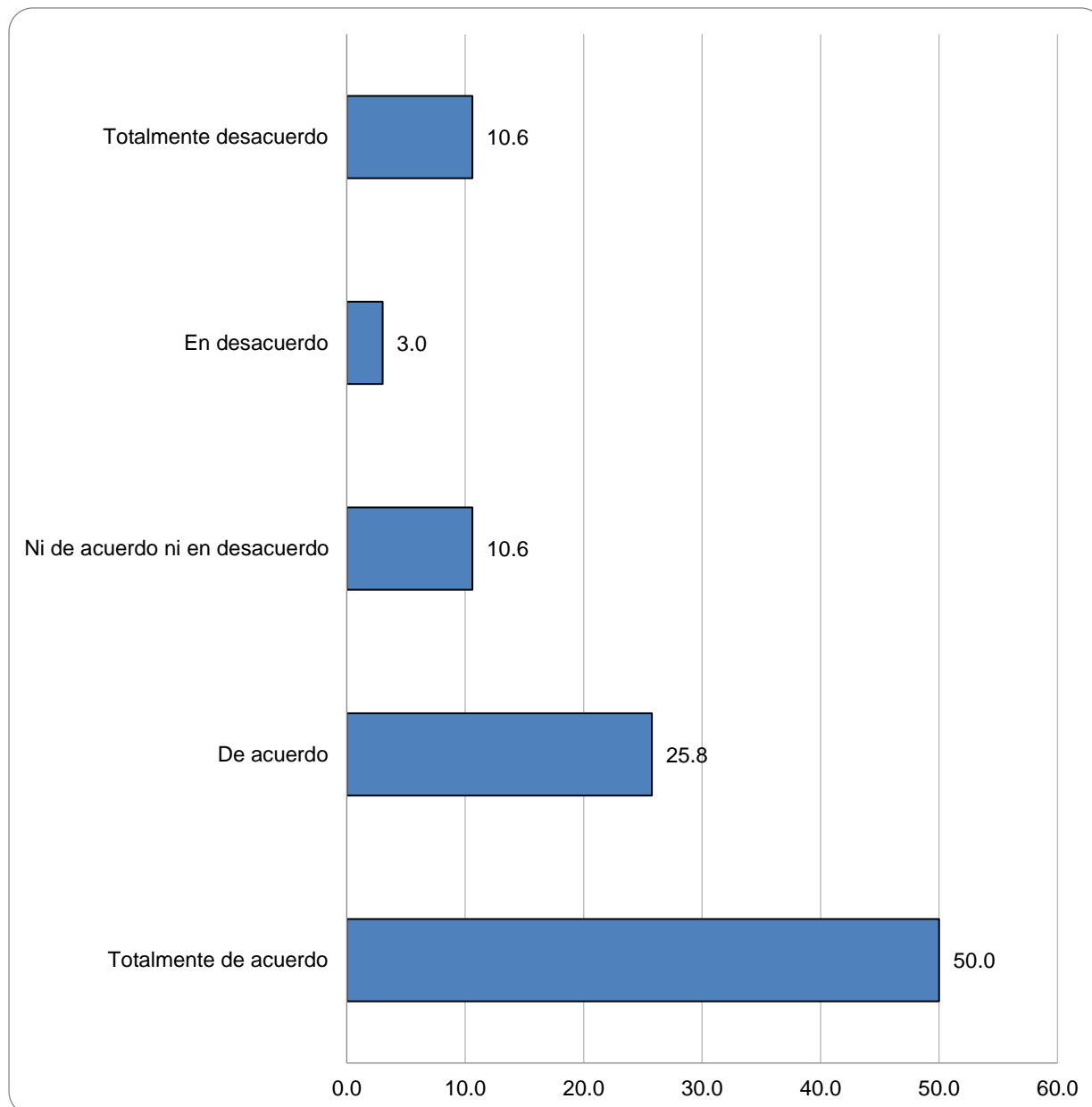
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	7	10.6
En desacuerdo	2	3.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	10.6
De acuerdo	17	25.8
Totalmente de acuerdo	33	50.0
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 50 % está totalmente de acuerdo con que los talleres de Emprende en casa les han permitido obtener nuevos conocimientos para la elaboración de productos y desarrollar habilidades que les permitan tener ingresos, el 25.8 % está de acuerdo, el 10.6 % ni de acuerdo ni desacuerdo, el mismo porcentaje totalmente en desacuerdo y por último el 3% en desacuerdo. Por lo que podemos afirmar que los talleres de Emprende en casa son de gran utilidad para sus participantes porque desarrollan habilidades que les permitirán obtener ingresos.

Figura 11

Los talleres me han permitido obtener nuevos conocimientos para la elaboración de productos y desarrollar habilidades que me permitan tener ingresos.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 10

Comprendo mejor los talleres impartidos de forma presencial que de manera virtual

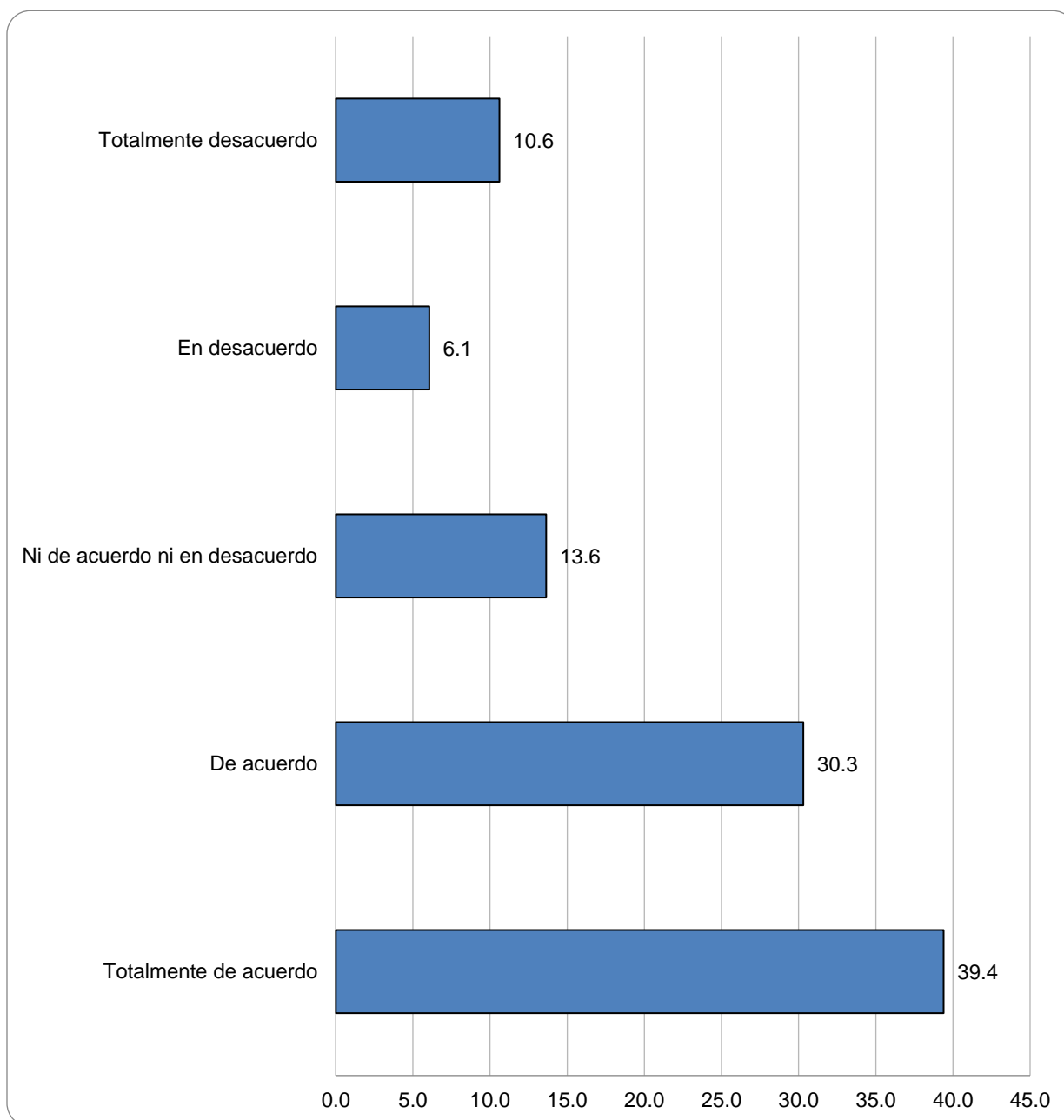
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	7	10.6
En desacuerdo	4	6.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	13.6
De acuerdo	20	30.3
Totalmente de acuerdo	26	39.4
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 39.4 % está totalmente de acuerdo con que comprenden mejor los talleres impartidos de forma presencial que de manera virtual, el 30.3% está de acuerdo, el 13.6% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.6% está totalmente desacuerdo y el 6.1% en desacuerdo. Es conveniente mencionar que, debido a la pandemia los talleres han sido impartidos de manera virtual, por lo que un porcentaje significativo de participantes considera que comprende mejor los talleres presenciales porque pueden observar, preguntar con facilidad y tener mayor acercamiento, lo que es muy útil para temas referentes a elaboración de productos. Por otro lado, un menor porcentaje está totalmente en desacuerdo, probablemente porque gracias a la tecnología puedes conectarte a los talleres en cualquier momento y lugar.

Figura 12

Comprendo mejor los talleres impartidos de forma presencial que de manera virtual



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 11

Considero que los productos (dípticos, volantes, afiches) del programa han sido informativos y fáciles de comprender

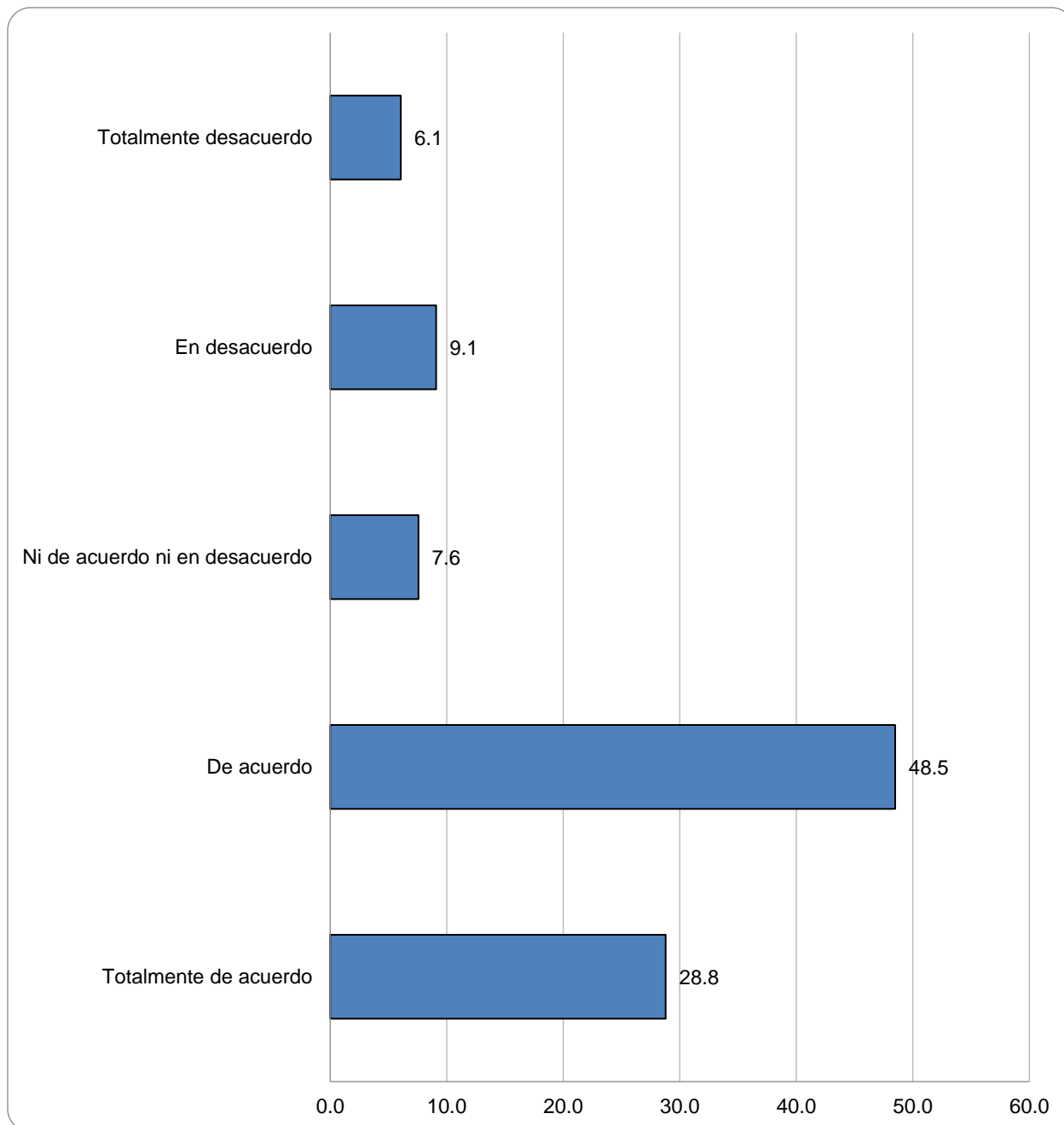
	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	6	9.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7.6
De acuerdo	32	48.5
Totalmente de acuerdo	19	28.8
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 48.5 % está de acuerdo con que los productos informativos (dípticos, volantes, afiches) del programa *Emprende en casa* han sido fáciles de comprender, el 28.8 % está totalmente de acuerdo, el 9.1% en desacuerdo, 7.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente el 6.1% totalmente en desacuerdo. Por lo que, la mayoría de los participantes consideran que la información de los productos como dípticos, volantes y afiches es adecuada, por otro lado, existe un porcentaje mínimo que considera que la información en estos productos no es suficiente, por lo que se podría mejorar el contenido de dichos elementos informativos.

Figura 13

Considero que los productos (dípticos, volantes, afiches) del programa han sido informativos y fáciles de comprender



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 12

*Los manuales u otros materiales (en ppt, word, pdf) referentes a los talleres que me brindó el programa *Emprende en casa* me han servido para reforzar mis conocimientos*

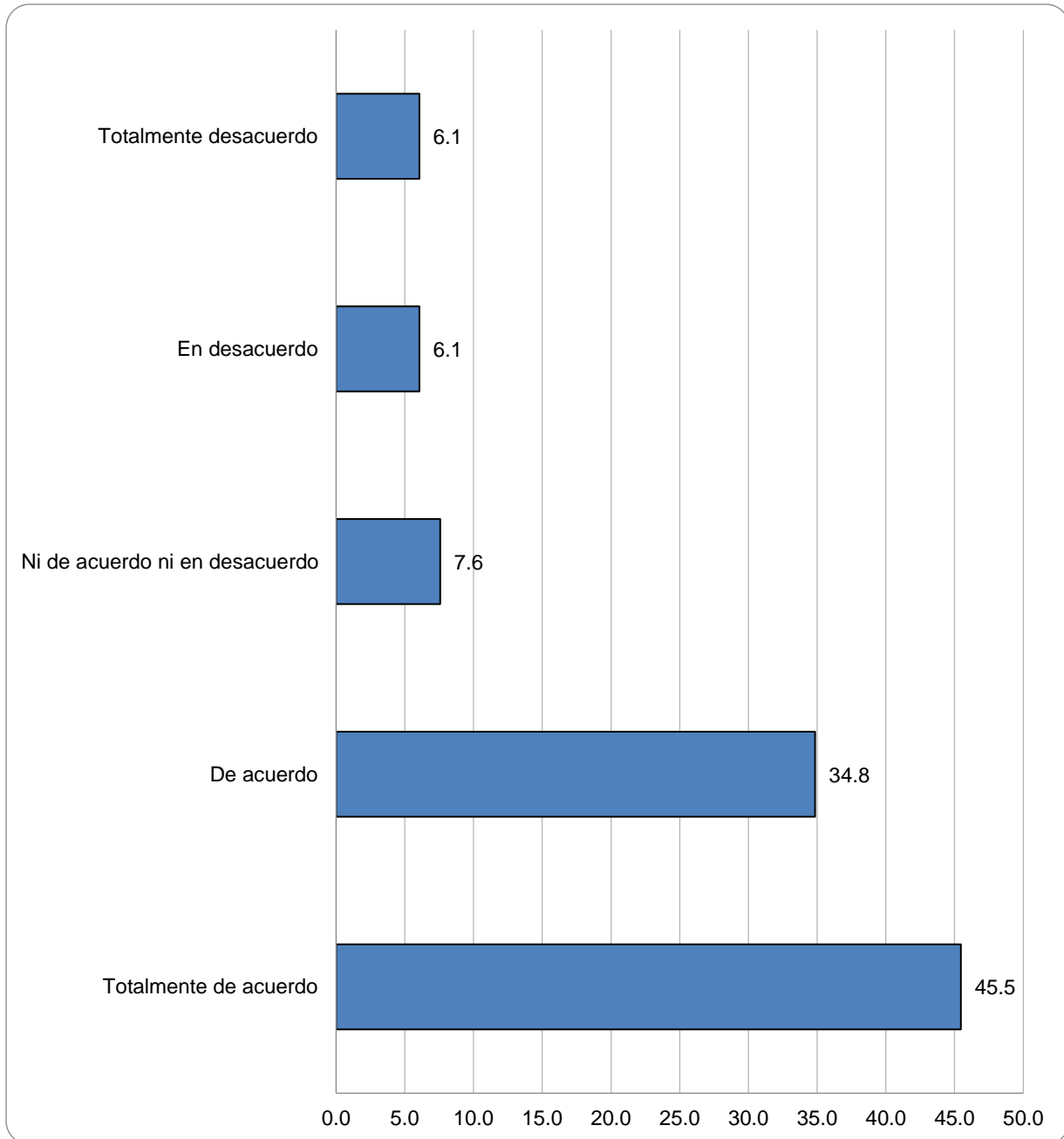
	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	4	6.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7.6
De acuerdo	23	34.8
Totalmente de acuerdo	30	45.5
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 45.5% está totalmente de acuerdo con que los manuales u otros materiales (en ppt, word, pdf) referentes a los talleres que les brindó el programa *Emprende en casa* les han servido para reforzar sus conocimientos, el 34.8% está de acuerdo, el 6.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, con el mismo porcentaje en desacuerdo y totalmente desacuerdo. Los datos evidencian que, para la mayoría de participantes, han sido de utilidad los materiales con información sobre los talleres, ya que les ha servido para reforzar sus conocimientos.

Figura 14

*Los manuales u otros materiales (en ppt, word, pdf) referentes a los talleres que me brindó el programa *Emprende en casa* me han servido para reforzar mis conocimientos*



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 13

*He reforzado mi aprendizaje con el material audiovisual (videos) brindado por el programa
Emprende en casa*

	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	3	4.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	4.5
De acuerdo	24	36.4
Totalmente de acuerdo	32	48.5
Total	66	100.0

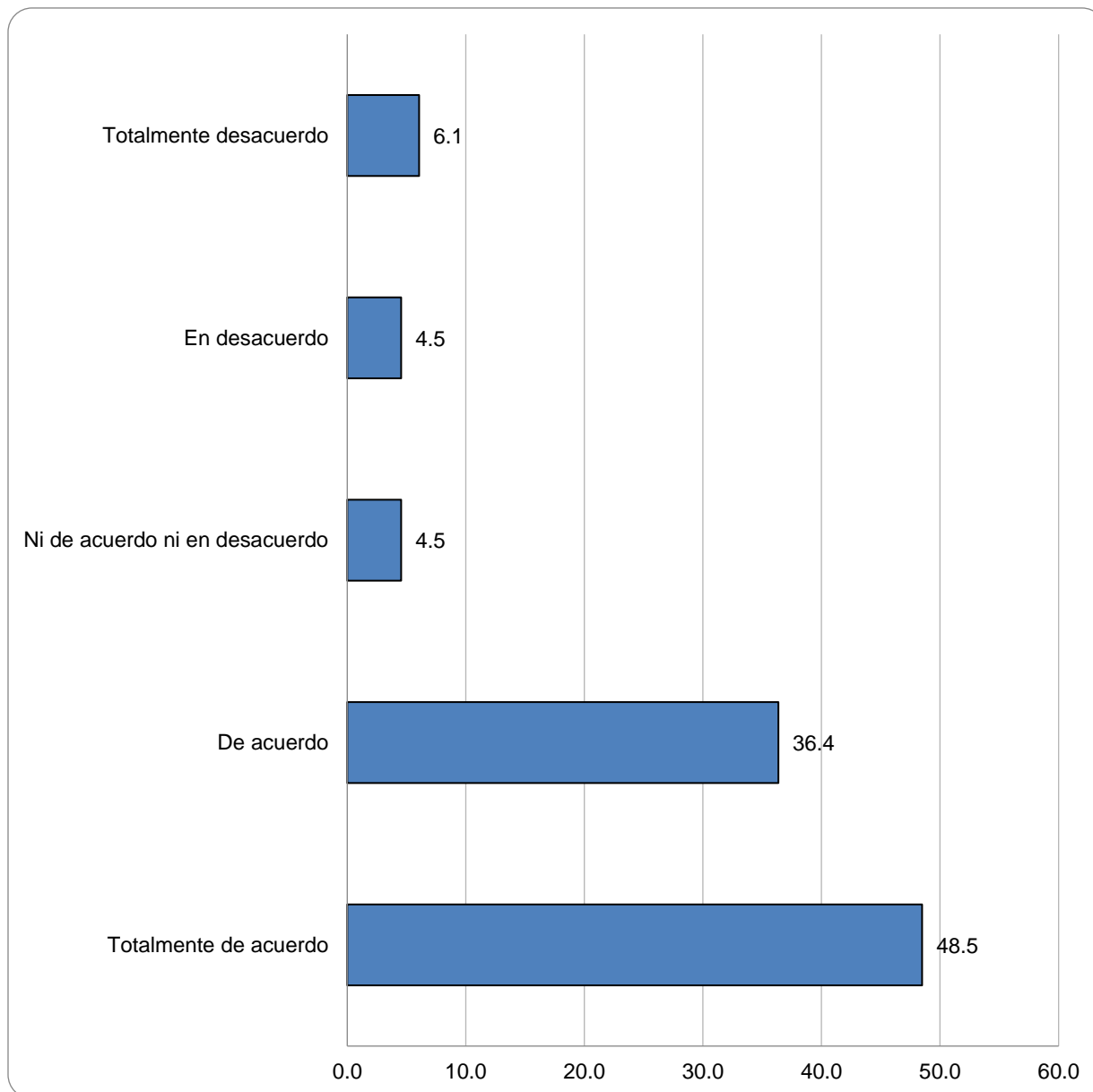
Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 48.5% está totalmente de acuerdo con haber reforzado su aprendizaje con el material audiovisual (videos) brindado por el programa Emprende en casa, el 36.4 % está de acuerdo, el 6.1 % está totalmente desacuerdo, el 4.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el mismo porcentaje en desacuerdo. Según los resultados, el material audiovisual es bastante útil, sobre todo en el caso de las personas que no cuenta con los recursos suficientes y disponibilidad.

Figura 15

He reforzado mi aprendizaje con el material audiovisual (videos) brindado por el programa

Emprende en casa



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 14

He escuchado información en la radio frecuentemente sobre el programa Emprende en casa

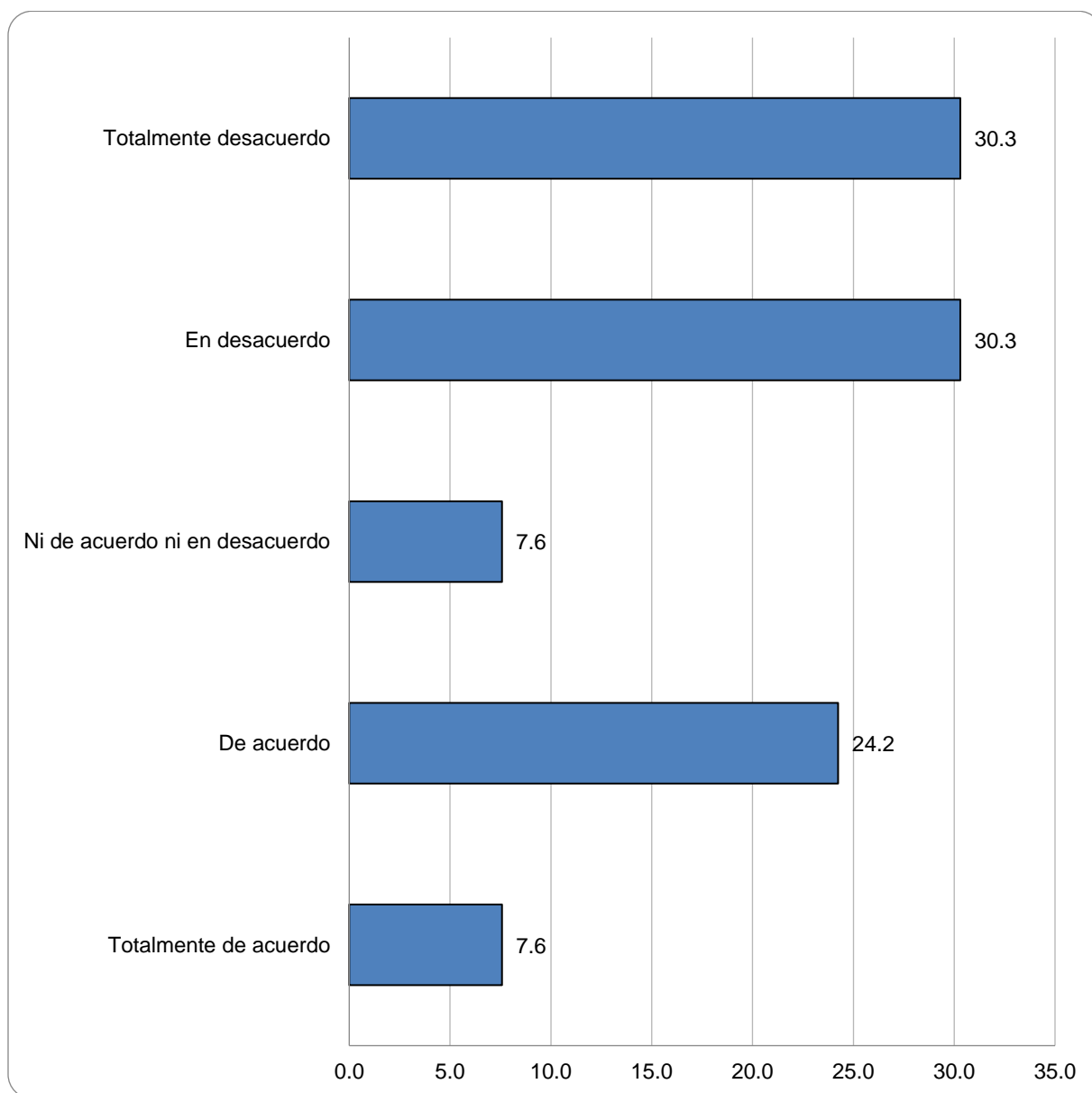
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	20	30.3
En desacuerdo	20	30.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7.6
De acuerdo	16	24.2
Totalmente de acuerdo	5	7.6
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia (2021)

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 30.3 % está totalmente en desacuerdo con la afirmación sobre haber escuchado frecuentemente información en la radio sobre el programa Emprende en casa, el mismo porcentaje está en desacuerdo, el 24.2% está de acuerdo, y el 7.6% totalmente de acuerdo y el mismo porcentaje ni de acuerdo ni desacuerdo. Se puede observar que un alto porcentaje no ha escuchado información en la radio sobre el programa Emprende en casa, por lo que se puede inferir que los participantes no escuchan radio con frecuencia, también, se puede considerar que no se está cumpliendo con lo indicado en el proyecto del programa Emprende en casa, (2021).

Figura 16

He escuchado información en la radio frecuentemente sobre el programa Emprende en casa



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 15

He visto bastante información en Facebook del programa Emprende en casa

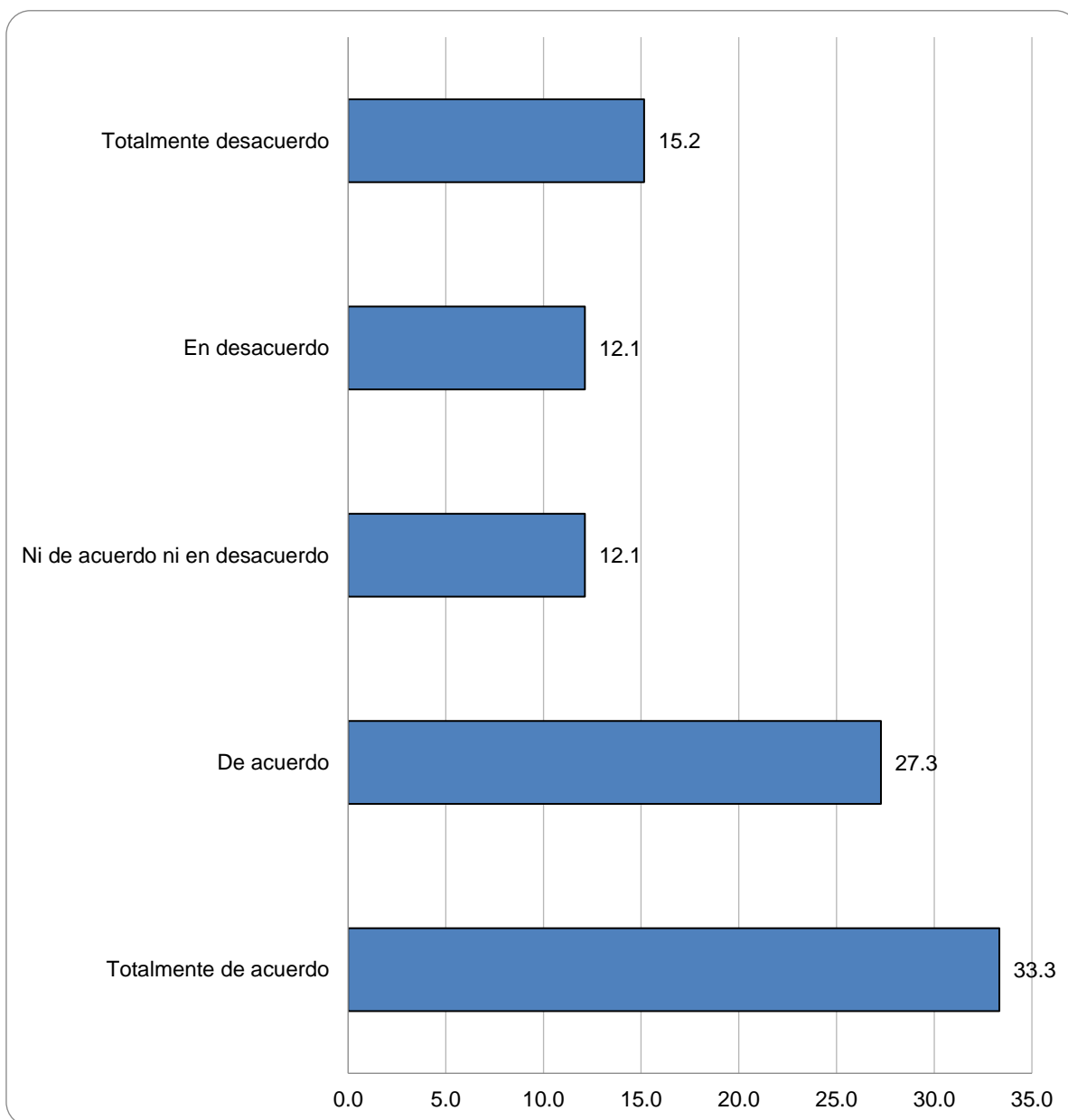
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	10	15.2
En desacuerdo	8	12.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	12.1
De acuerdo	18	27.3
Totalmente de acuerdo	22	33.3
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 33.3% está totalmente de acuerdo con haber visto información en Facebook del programa Emprende en casa, el 27.3 % está de acuerdo, el 15.2 % totalmente desacuerdo, el 12.1% en desacuerdo y el mismo porcentaje ni de acuerdo ni desacuerdo. Se puede observar que un alto porcentaje recibe información del programa Emprende en casa a través de Facebook, lo que se puede deber a que esta aplicación es la más usada por los participantes, también se puede considerar mediante esta aplicación Southern Perú tiene mayor cantidad de seguidores.

Figura 17

He visto bastante información en Facebook del programa Emprende en casa



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 16

He encontrado información útil en Instagram del programa Emprende en casa

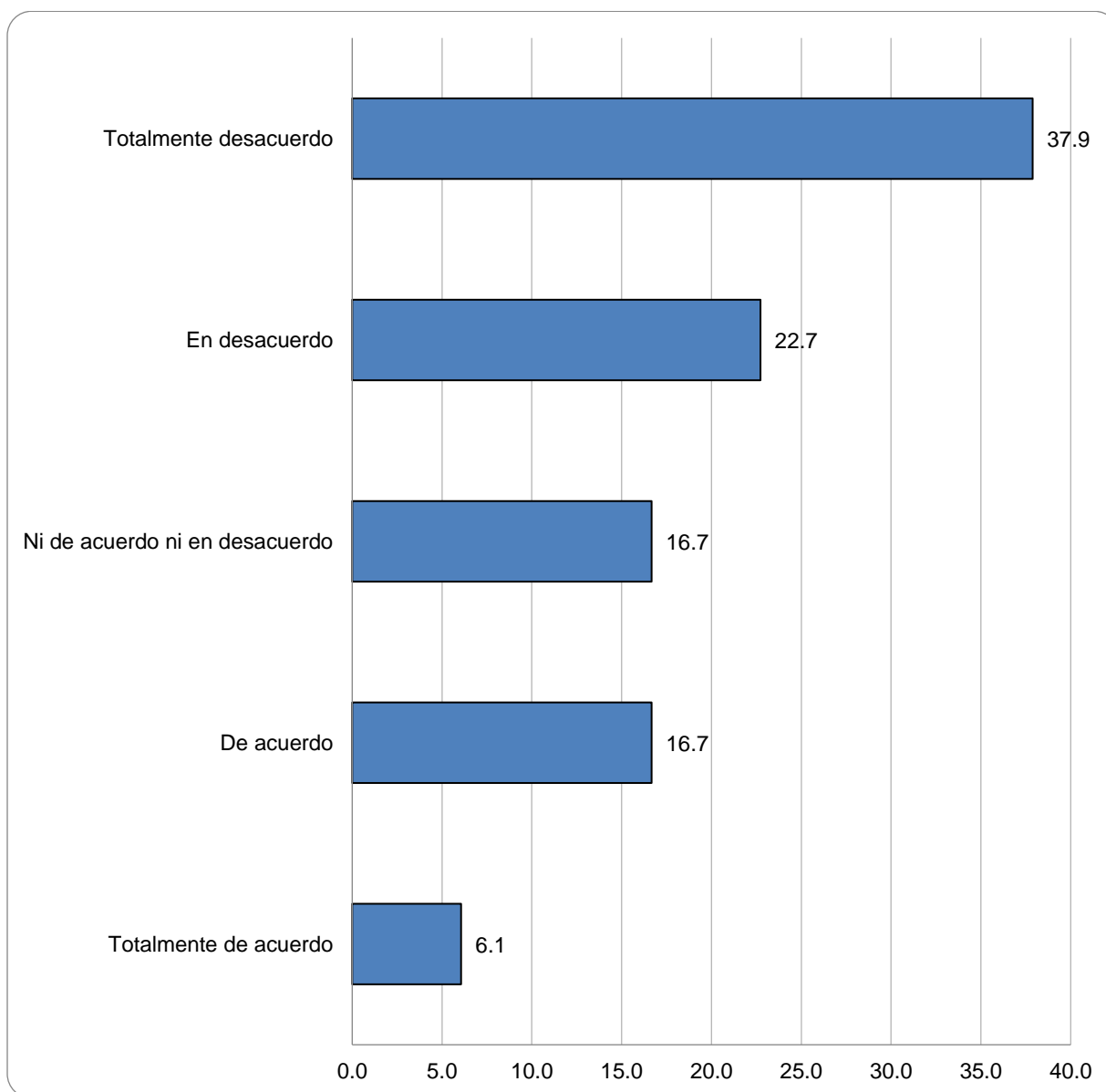
	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	25	37.9
En desacuerdo	15	22.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	16.7
De acuerdo	11	16.7
Totalmente de acuerdo	4	6.1
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 37.9% está totalmente en desacuerdo sobre haber encontrado información útil en Instagram sobre el programa Emprende en casa, el 22.7% en desacuerdo, el 16.7% ni de acuerdo ni desacuerdo, el mismo porcentaje está de acuerdo y el 6.1% está totalmente desacuerdo. Se puede observar que un alto porcentaje no ha encontrado información del programa Emprende en casa en Instagram, una de las razones de ello se puede deber a que los participantes del programa no cuentan con dicha aplicación en sus dispositivos celulares ya que, no tienen la memoria suficiente para descargar la aplicación, también se puede considerar que no son afines a la aplicación, por otro lado, se podría tomar en cuenta implementar estrategias en redes sociales que permitan al programa dirigirse a su público objetivo a través de los canales más usados por los beneficiarios.

Figura 18

He encontrado información útil en Instagram del programa Emprende en casa



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 17

He usado frecuentemente WhatsApp para recibir valiosa información y retroalimentación sobre los talleres de Emprende en casa

	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	3	4.5
En desacuerdo	6	9.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	6.1
De acuerdo	23	34.8
Totalmente de acuerdo	30	45.5
Total	66	100.0

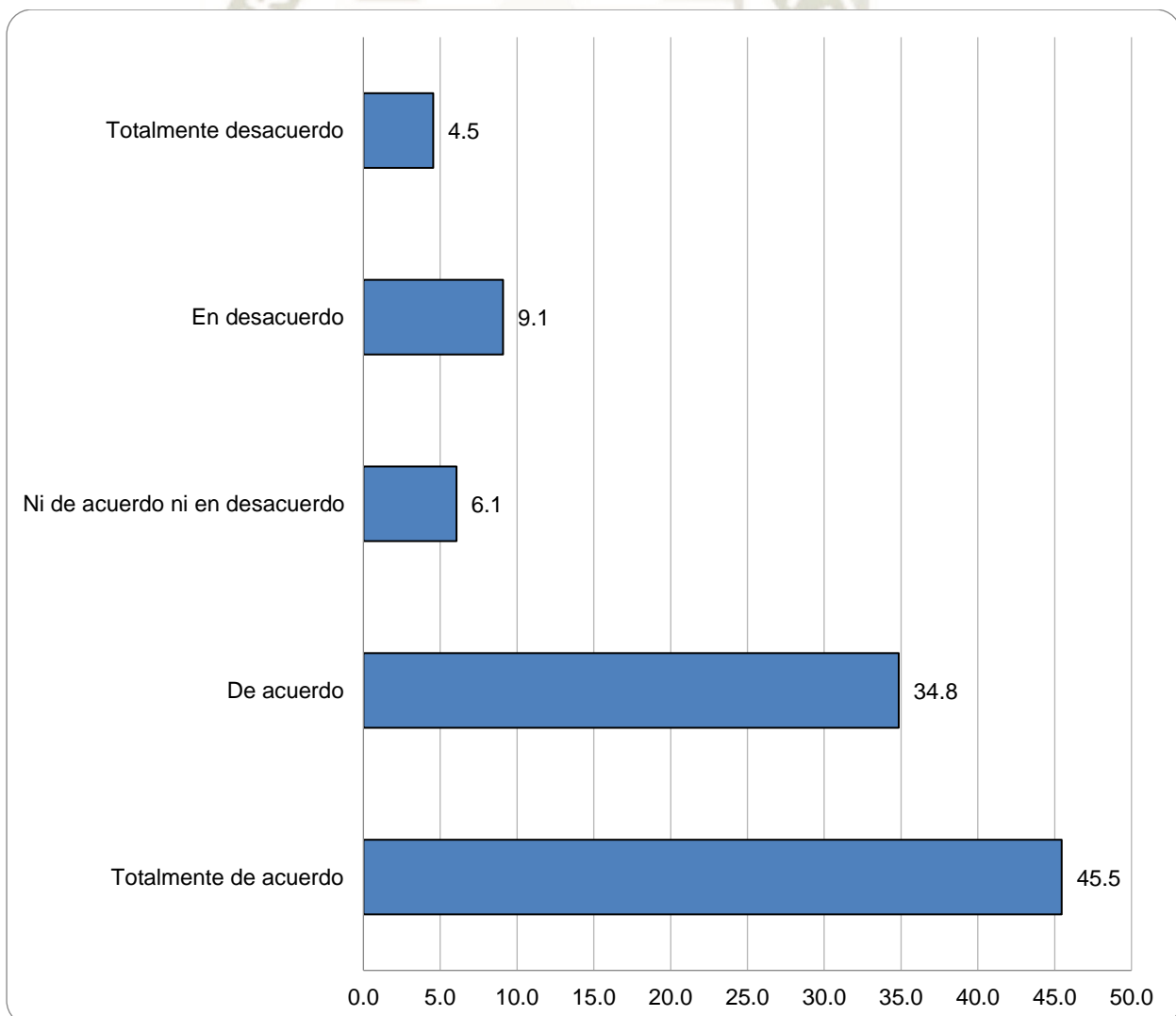
Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 45.5% está totalmente de acuerdo con haber usado frecuentemente WhatsApp para recibir valiosa información y retroalimentación de los talleres Emprende en casa, el 34.8% está de acuerdo, el 9.1% está en desacuerdo, el 6.1% ni de acuerdo ni desacuerdo y por último, un mínimo porcentaje de 4.5% está totalmente en desacuerdo. Cabe mencionar que en distritos como lo son Torata y Samegua en la que sus habitantes no cuentan con los recursos necesarios o por falta de disponibilidad por su horarios, la encargada del proyecto vio por conveniente emplear WhatsApp como herramienta para llevar a cabo sus clases, utilizando este medio para enviar grabaciones de los talleres, así como materiales y por este mismo medio realizar retroalimentación de lo aprendido, además WhatsApp es una herramienta considerada útil, ya que, mediante los grupos de diversas asociaciones se

comparte información sobre los talleres de Emprende en casa. También es importante considerar que actualmente y sobre todo desde la pandemia gran parte de la población usa WhatsApp para comunicarse diariamente, los motivos pueden ser laborales, escolares, familiares, personales, sin lugar a duda es una herramienta de gran utilidad. Según datos de Osiptel, a inicios de la pandemia, "los usuarios de internet incrementaron en 19.7% la demanda de WhatsApp en sus conexiones fijas" (Diario Gestión, 2021, p.1).

Figura 19

He usado frecuentemente WhatsApp para recibir valiosa información y retroalimentación sobre los talleres de Emprende en casa



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 18

He reforzado mi aprendizaje con los videos subidos a YouTube del programa Emprende en casa

	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	16	24.2
En desacuerdo	5	7.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	9.1
De acuerdo	19	28.8
Totalmente de acuerdo	20	30.3
Total	66	100.0

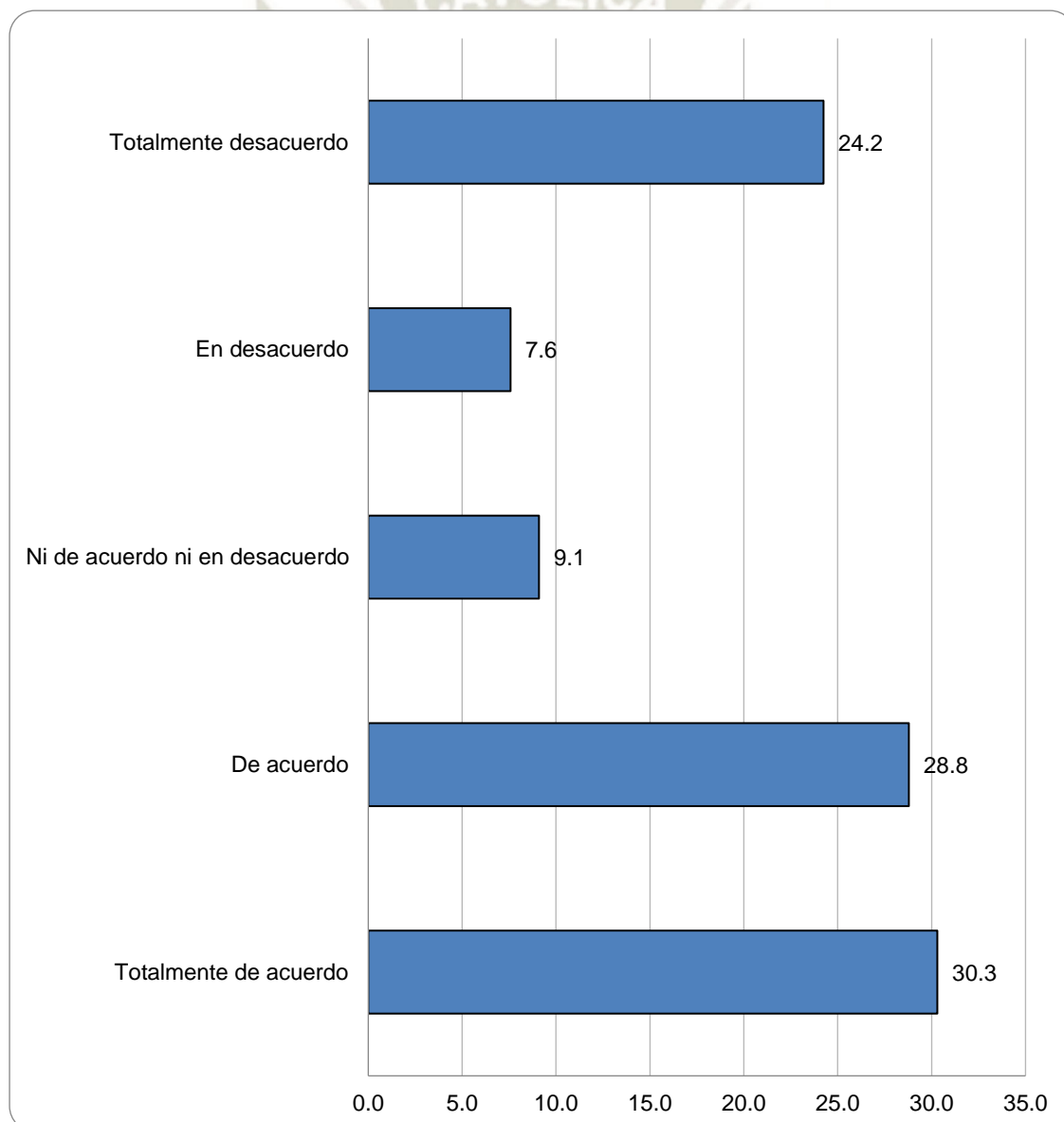
Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 30.3% está totalmente de acuerdo con haber reforzado su aprendizaje con los videos subidos a YouTube, el 28.8% está de acuerdo, por otro lado, el 24.2% está totalmente desacuerdo, el 9.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.6% en desacuerdo. De los resultados obtenidos, se puede observar que un porcentaje considerable ha reforzado su aprendizaje con los videos de capacitación subidos al canal de YouTube, estos videos son de gran utilidad, ya que los beneficiarios pueden llevar a cabo el paso a paso de la elaboración de sus productos apoyados en esta guía visual, a la que pueden acceder en todo momento. En la plataforma de YouTube de Southern Perú, se encuentran diversos videos sobre la empresa minera y sus programas sociales, dentro de ellos están las capacitaciones del programa Emprende en casa en su sección denominada Aula virtual, Casa Nuestra.

Sin embargo, hay un porcentaje importante que no lo considera de esta manera, lo que se puede deber a que estos participantes no son seguidores de las redes sociales de Southern Perú, por lo que no han logrado acceder a esta información.

Figura 20

He reforzado mi aprendizaje con los videos subidos a YouTube del programa Emprende en casa



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 19

Participó activamente en proyectos, comités u asociaciones de mi comunidad

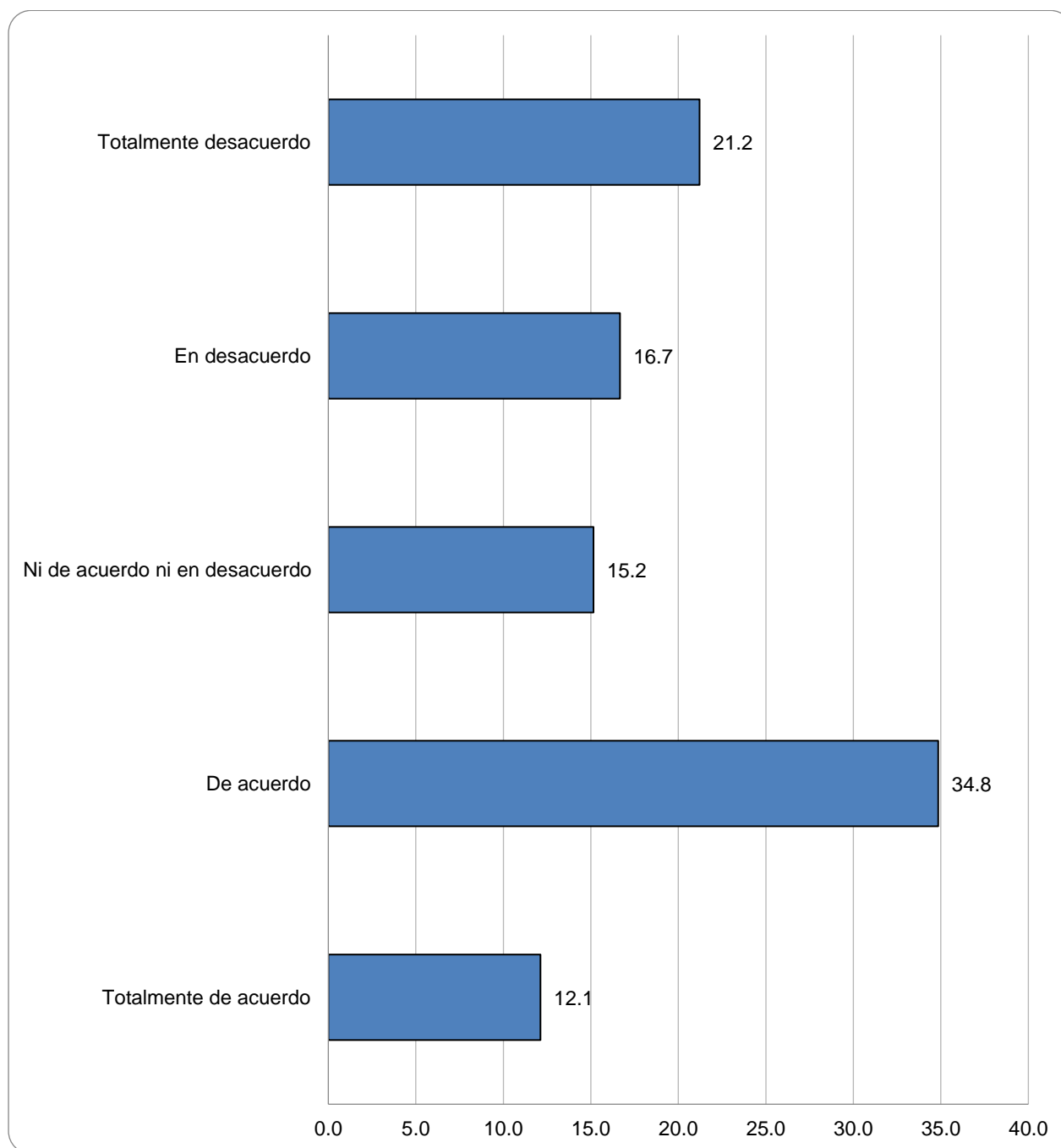
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	14	21.2
En desacuerdo	11	16.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15.2
De acuerdo	23	34.8
Totalmente de acuerdo	8	12.1
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 34.8% está de acuerdo con haber participado activamente en proyectos, comités u asociaciones de su comunidad, el 21.2% está totalmente en desacuerdo, el 16.7% en desacuerdo, el 15.2% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.1% está totalmente de acuerdo. Se observa que un número significativo participa activamente en su comunidad siendo parte de diversas asociaciones, comités y proyectos, sin embargo, también existe un porcentaje importante que no es miembro participe de su comunidad, lo que se puede deber a que las medidas adoptadas para combatir la COVID-19 cambiaron nuestra forma de interactuar, orillándonos al aislamiento y a la virtualidad.

Figura 21

Participó activamente en proyectos, comités u asociaciones de mi comunidad



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 20

Me comunico y organizo con mis compañeros participantes del programa y otras personas de mi comunidad

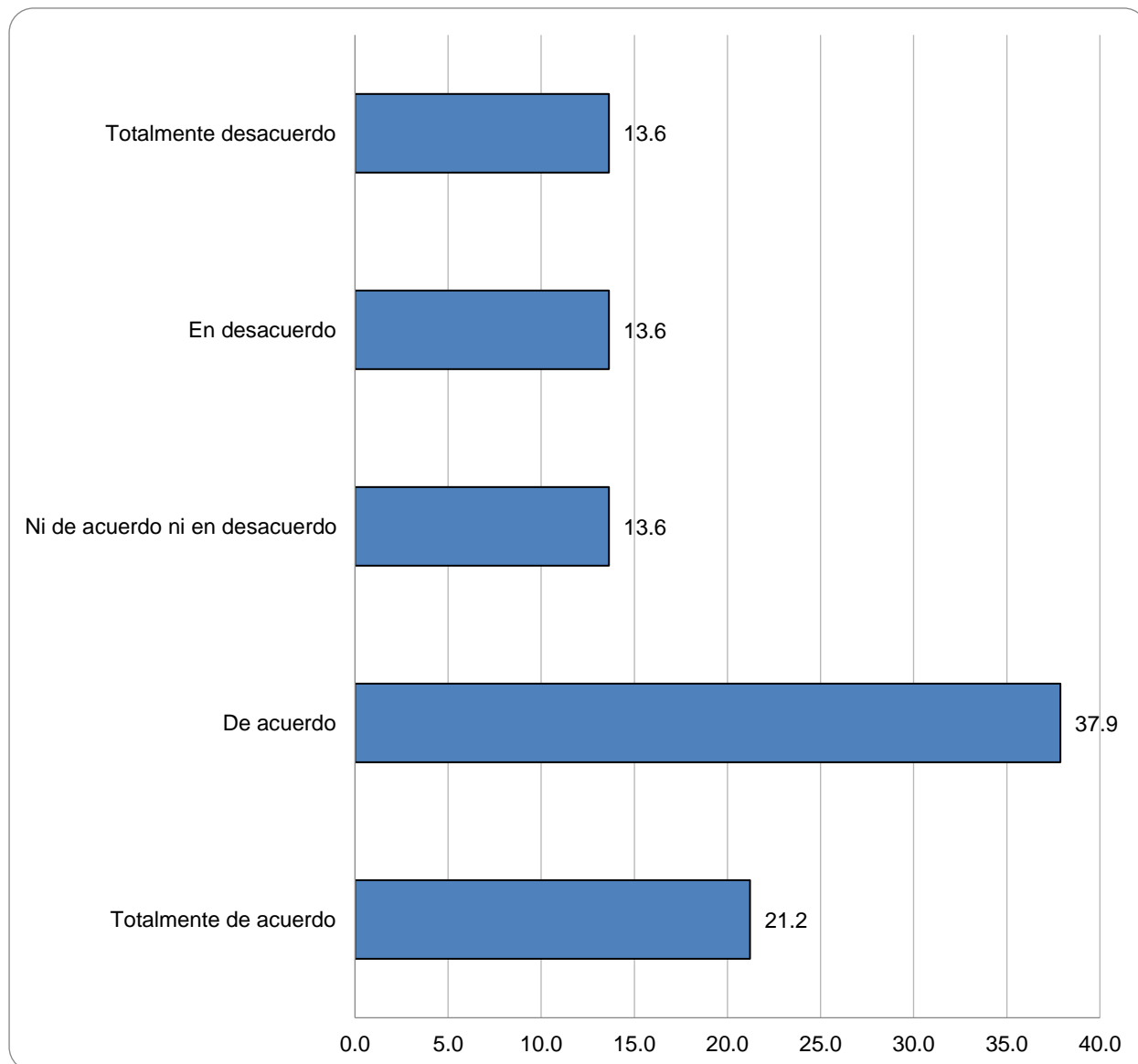
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	9	13.6
En desacuerdo	9	13.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	13.6
De acuerdo	25	37.9
Totalmente de acuerdo	14	21.2
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 37.9% está de acuerdo con la afirmación sobre comunicarse y organizarse con los compañeros participantes del programa *Emprende en casa* y otras personas de su entorno, el 21.2% está totalmente de acuerdo, el 13.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, con el mismo porcentaje en desacuerdo y totalmente desacuerdo. Podemos observar que los participantes se organizan socialmente dentro de su entorno, sin embargo, hay un porcentaje considerable que no lo hace, lo que se puede deber a la falta de presencialidad, que impide una comunicación fluida y a la falta de interactividad por llevar a cabo gran parte de las actividades de manera virtual.

Figura 22

Me comunico y organizo con mis compañeros participantes del programa y otras personas de mi comunidad



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 21

Últimamente he tomado decisiones como participar en iniciativas comunitarias, emprender mi negocio propio, entre otros.

	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	3	4.5
En desacuerdo	9	13.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	16.7
De acuerdo	29	43.9
Totalmente de acuerdo	14	21.2
Total	66	100.0

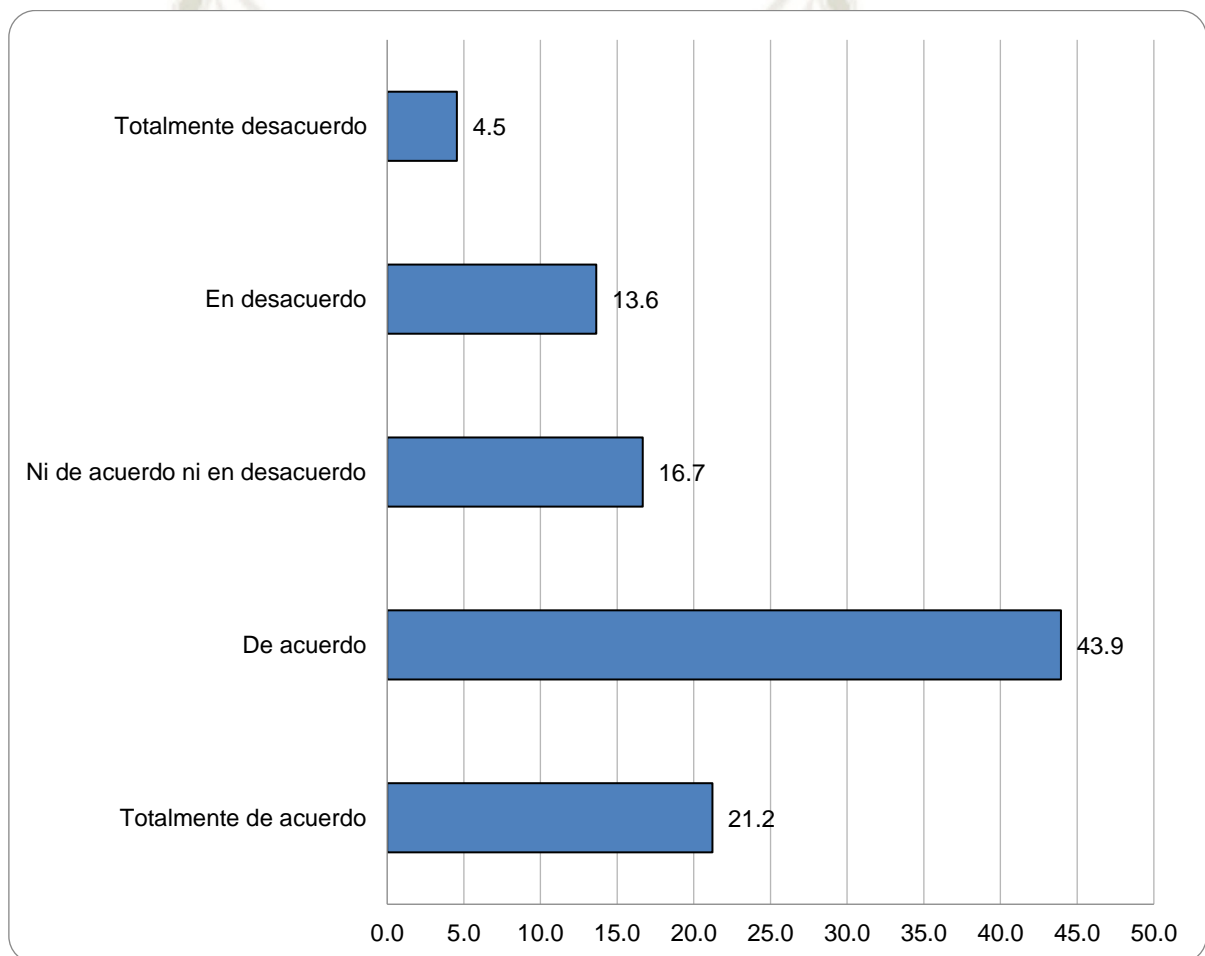
Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 43.9% está de acuerdo con la afirmación sobre haber decidido participar en iniciativas comunitarias, emprender su negocio y otros, el 21.2% está totalmente de acuerdo, el 16.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.6% en desacuerdo y el 4.5% está totalmente en desacuerdo. Los datos recopilados evidencian que un porcentaje importante de la población encuestada tiene el deseo de participar o ya participa en iniciativas comunitarias, emprendimientos, entre otros, mientras que un menor porcentaje no ha tomado aún esta decisión. Es relevante tomar en cuenta que la pandemia dejó a gran parte de la población sin empleo, por lo que las personas tuvieron que buscar otras alternativas de ingreso para el sustento diario y tomaron la decisión de emprender o de organizarse en su comunidad para poder afrontar la difícil situación. Según datos del Instituto Nacional de Estadística e

Informática (INEI) “2 millones 231 mil 300 peruanos quedaron sin empleo en el año 2020” (Radio Programas del Perú (RPP), 2021, p.1).

Figura 23

Últimamente he tomado decisiones como participar en iniciativas comunitarias, emprender mi negocio propio, entre otros.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 22

Me he dado cuenta de que estoy logrando cambios que aportan al desarrollo de mi comunidad.

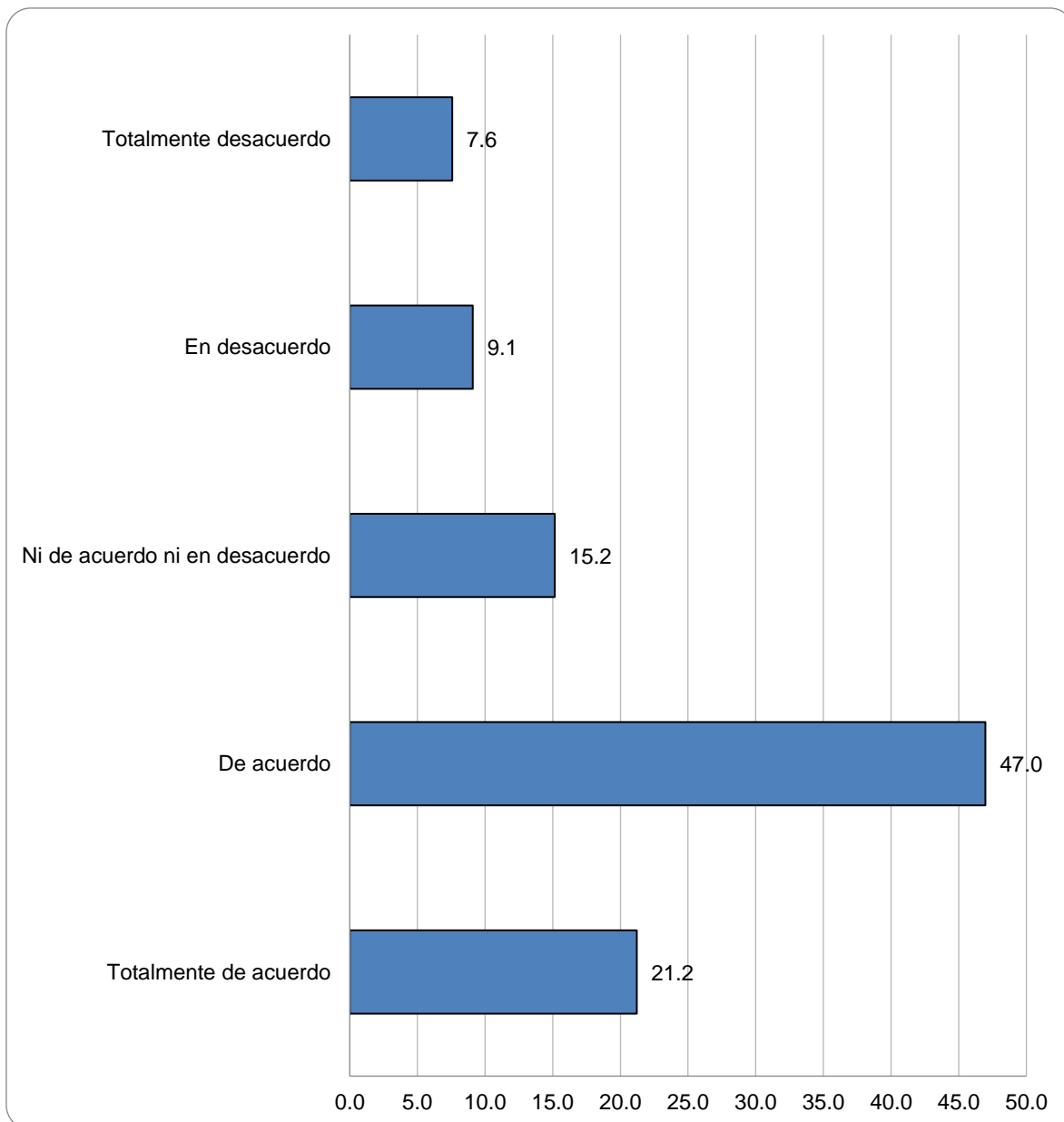
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	5	7.6
En desacuerdo	6	9.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15.2
De acuerdo	31	47.0
Totalmente de acuerdo	14	21.2
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 47% está de acuerdo con haber logrado cambios que aportan al desarrollo de su comunidad, el 21,2% está totalmente de acuerdo, mientras que el 15.2% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9.1% en desacuerdo, el 7.6% totalmente en desacuerdo. Podemos observar que hay un porcentaje de la población que considera que con su accionar está logrando cambios que aportan al desarrollo de su comunidad, mientras que un porcentaje mínimo no está ni de acuerdo ni desacuerdo con esta afirmación, por lo que existiría el deseo de impactar en su comunidad, pero aún no han logrado hacerlo.

Figura 24

Me he dado cuenta de que estoy logrando cambios que aportan al desarrollo de mi comunidad.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 23

He logrado influir en los miembros de mi comunidad para que participen en iniciativas de desarrollo como el programa Emprende en casa.

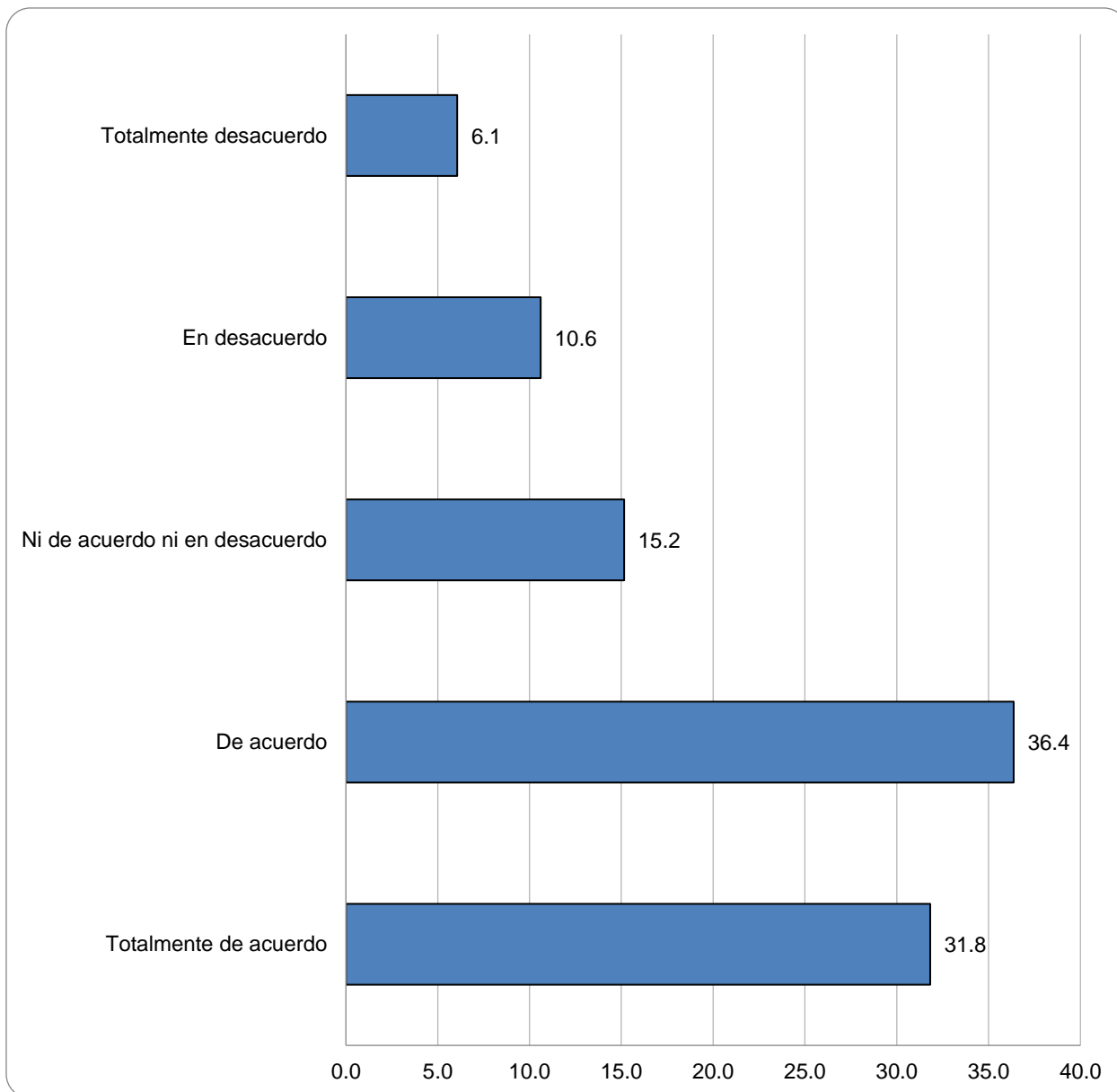
	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	7	10.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15.2
De acuerdo	24	36.4
Totalmente de acuerdo	21	31.8
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 36.4% está de acuerdo con la afirmación sobre haber logrado influir en los miembros de su comunidad para que participen en iniciativas de desarrollo como el programa Emprende en casa, el 31.8% está totalmente de acuerdo, mientras que el 15.2% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.6% en desacuerdo y el 6.1% totalmente en desacuerdo. Un alto porcentaje de población encuestada considera haber influido en su entorno para que participen en iniciativas de desarrollo como el programa Emprende en casa, mientras que un menor porcentaje considera no haber influido. Es importante mencionar que la capacidad para influir en otros es un aspecto importante del liderazgo, ya que cuando los individuos perciben las ganas de superación de otro, se contagian de ellas y los motiva a progresar (Koontz et al, 2012).

Figura 25

He logrado influir en los miembros de mi comunidad para que participen en iniciativas de desarrollo como el programa Emprende en casa.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 24

No soy indiferente a las aspiraciones, motivaciones y/o problemas de las personas que me rodean.

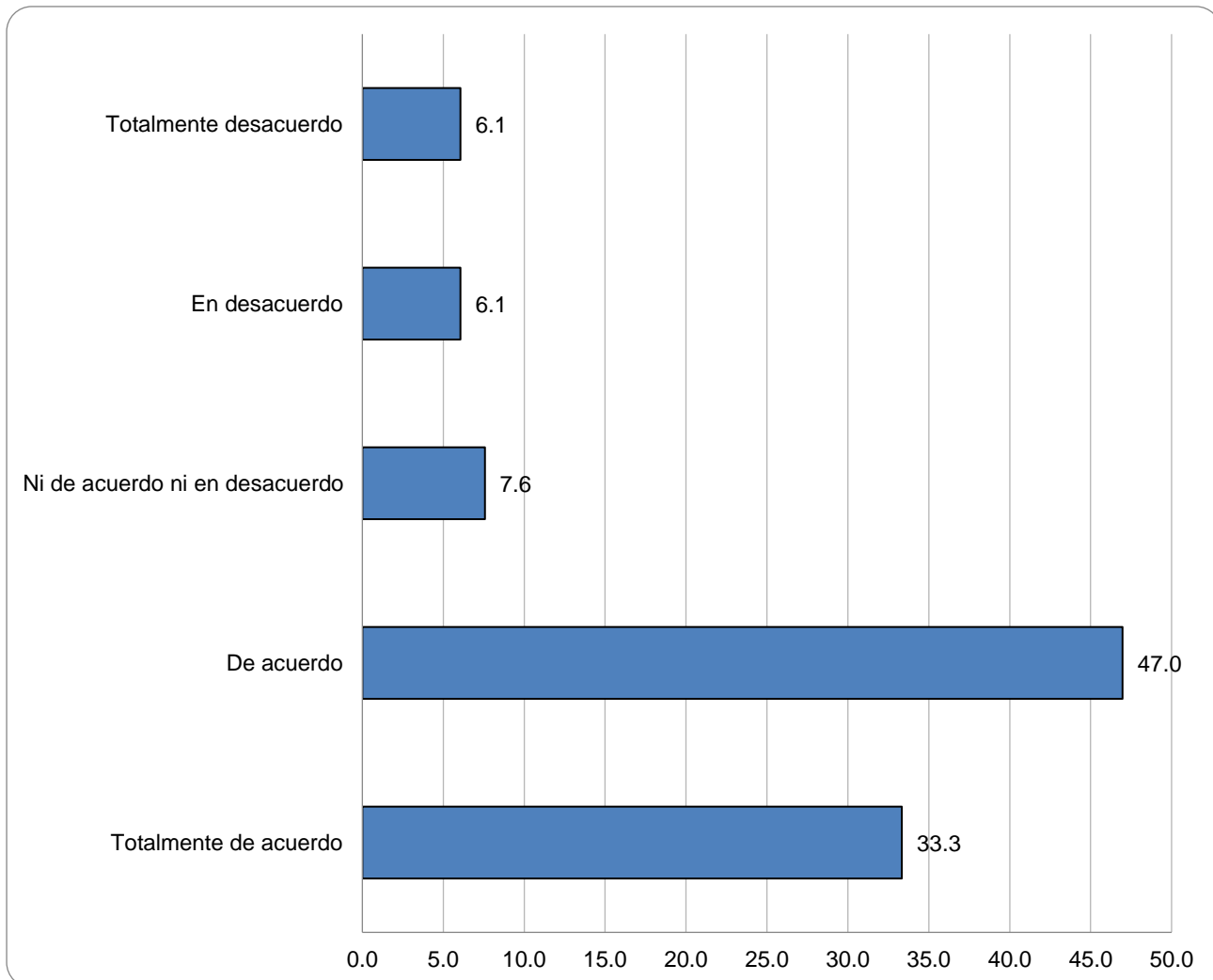
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	4	6.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7.6
De acuerdo	31	47.0
Totalmente de acuerdo	22	33.3
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 47% está de acuerdo con el ítem que señala no ser indiferente a las aspiraciones, motivaciones y/o problemas de las personas de su entorno, el 33.3% está totalmente de acuerdo, el 7.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.1 % en desacuerdo, con el mismo porcentaje totalmente desacuerdo. Se puede apreciar que gran parte de la población encuestada se interesa por las motivaciones y problemas de las personas que los rodean, este es otro aspecto importante del liderazgo, la capacidad para comprender a los que te rodean, permite al líder elaborar estrategias para movilizarlos a todos en torno a un propósito de acuerdo a sus capacidades. (Fernández y Cardona, 2017)

Figura 26

No soy indiferente a las aspiraciones, motivaciones y/o problemas de las personas que me rodean.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 25

Siento que mis acciones ayudan a otros a superarse y a emprender.

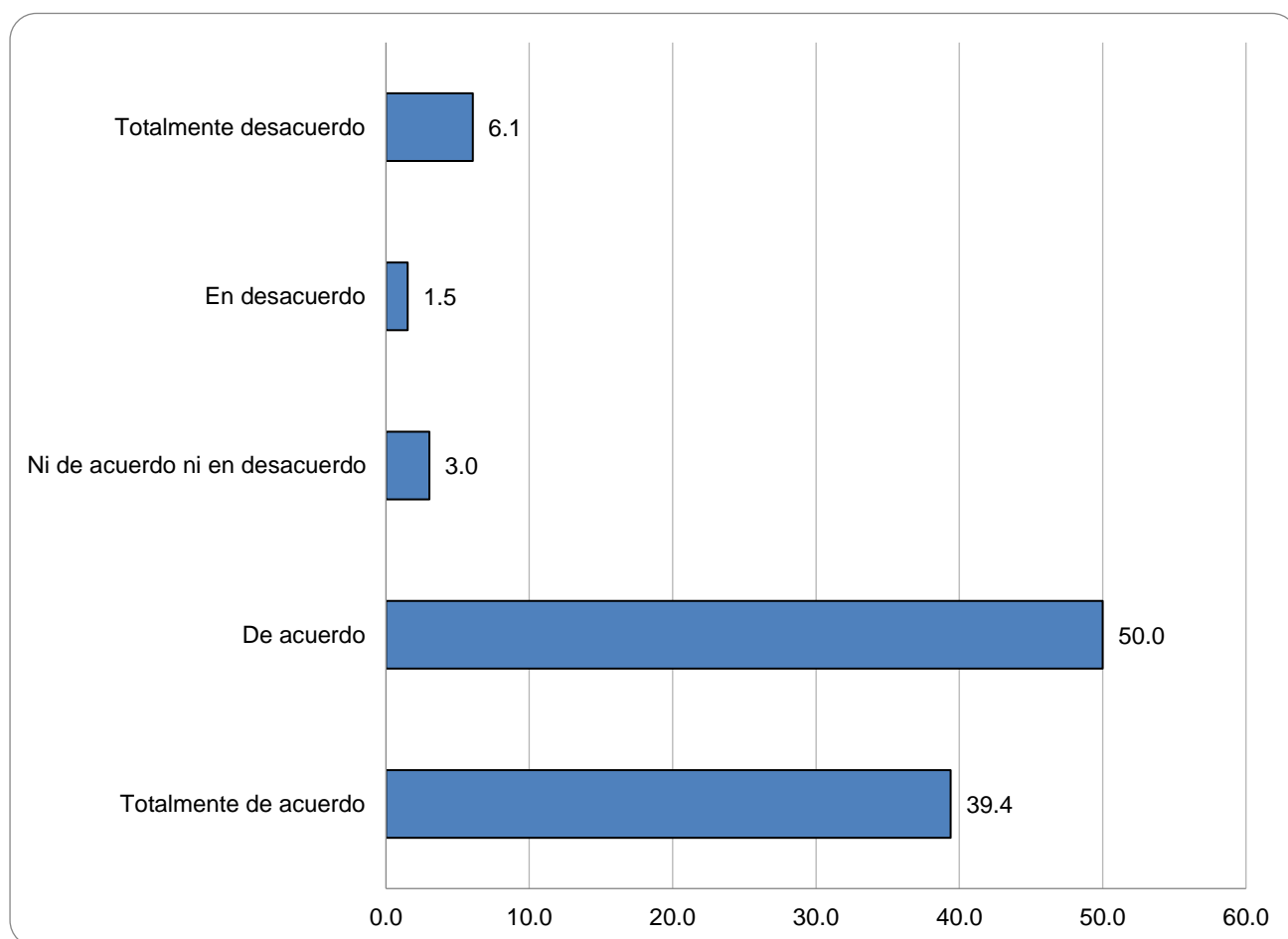
	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	1	1.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.0
De acuerdo	33	50.0
Totalmente de acuerdo	26	39.4
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 50% está de acuerdo con la afirmación siento que mis acciones ayudan a otros a superarse y a emprender, el 39.4% está totalmente de acuerdo, el 6.1% está totalmente en desacuerdo, el 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.5% en desacuerdo. Un alto porcentaje de la población encuestada considera que sus acciones influyeron en otros y los motivaron a superarse y a emprender, mientras que un porcentaje mínimo no lo considera de esta forma. Cabe resaltar la importancia sobre los logros obtenidos en los participantes del programa *Emprende en casa* que inspiran a otros a superarse y a tomar decisiones que les permitan crecer y aportar a la sociedad.

Figura 27

Siento que mis acciones ayudan a otros a superarse y a emprender



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 26

Estoy orgulloso de formar parte de mi comunidad

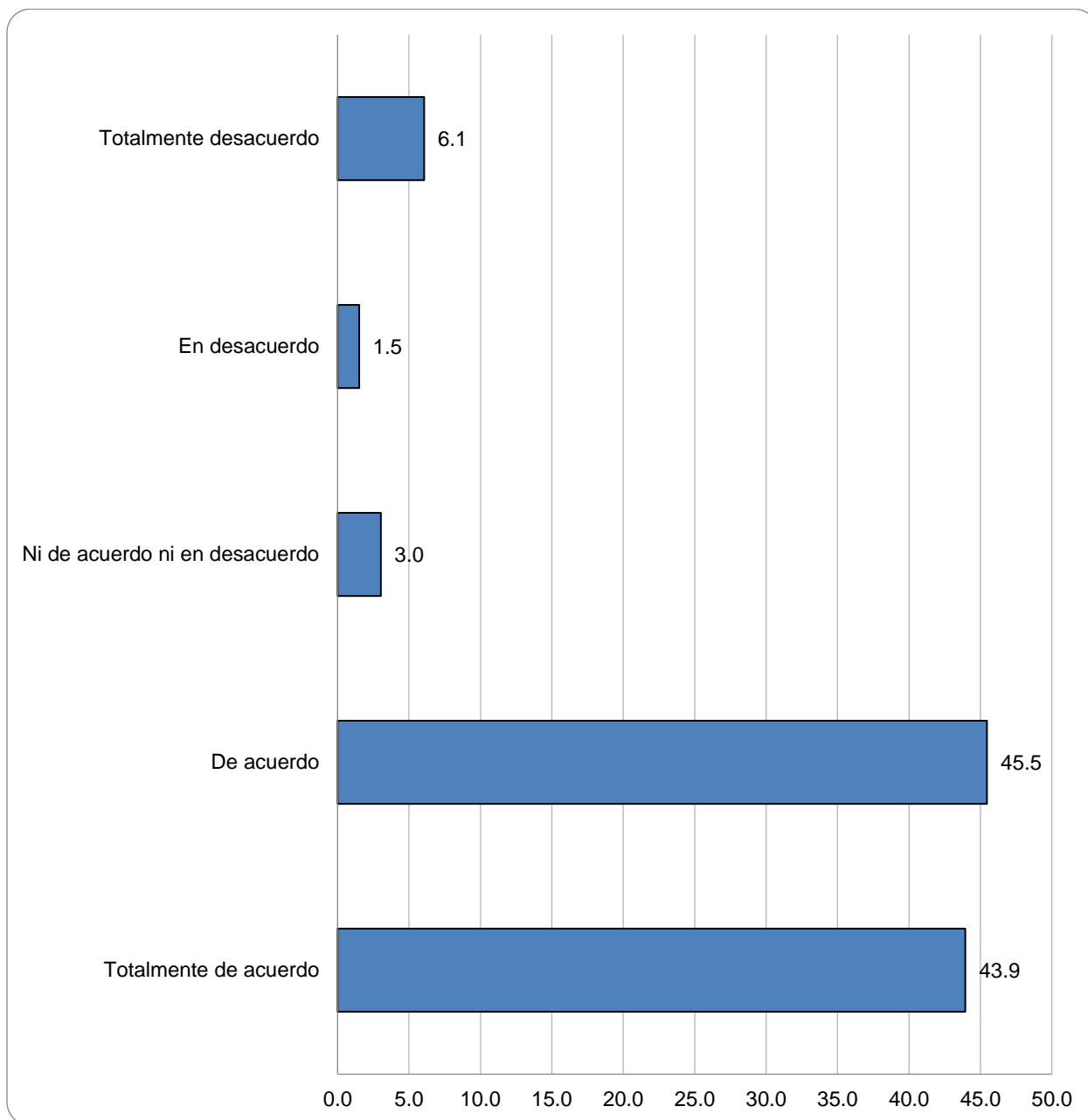
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	1	1.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.0
De acuerdo	30	45.5
Totalmente de acuerdo	29	43.9
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 45.5% está de acuerdo con estar orgulloso de formar parte de su comunidad, el 43.9% totalmente de acuerdo, el 6.1% totalmente desacuerdo, el 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 1.5% en desacuerdo. Podemos observar que un gran porcentaje de la población está orgulloso de formar parte de su comunidad, por lo que se puede inferir que poseen un sentimiento de confianza en su entorno en el que consideran que pueden recibir apoyo y atender sus necesidades. (Maya, 2004)

Figura 28

Estoy orgulloso de formar parte de mi comunidad



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 27

Me intereso por ayudar a buscar soluciones a los problemas de mi comunidad.

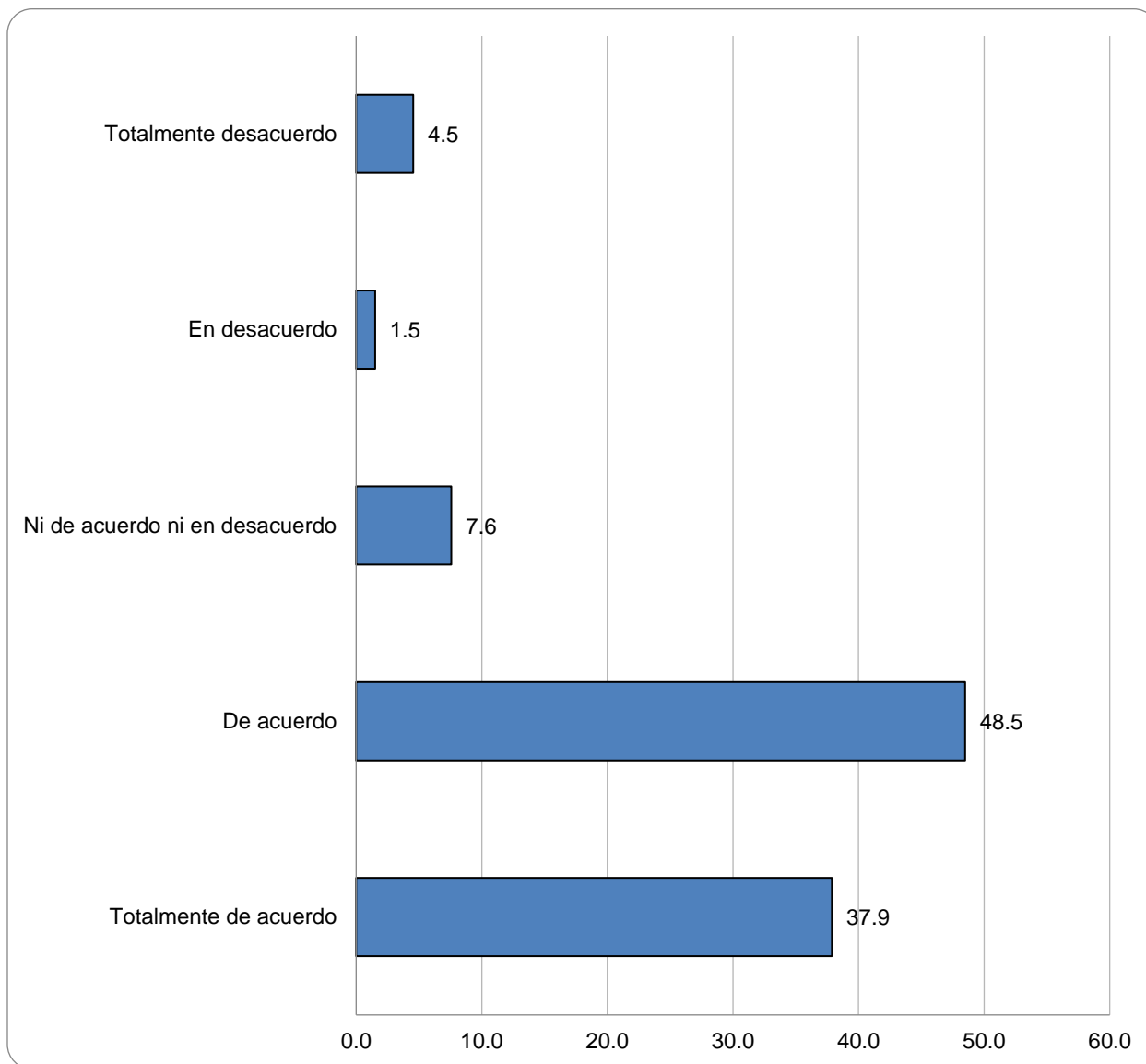
	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	3	4.5
En desacuerdo	1	1.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7.6
De acuerdo	32	48.5
Totalmente de acuerdo	25	37.9
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 48.5% está de acuerdo con la afirmación sobre su interés por ayudar a buscar soluciones a los problemas de su comunidad, el 37.9% totalmente de acuerdo, el 7.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4.5% totalmente en desacuerdo, y tan solo el 1.5% en desacuerdo. Podemos observar que un porcentaje considerable de la población se interesa por su comunidad, lo que indica que este interés puede permitir atender los problemas que aquejan a su entorno y los propios.

Figura 29

Me intereso por ayudar a buscar soluciones a los problemas de mi comunidad.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 28

Procuró estar informado sobre mis deberes y derechos como ciudadano.

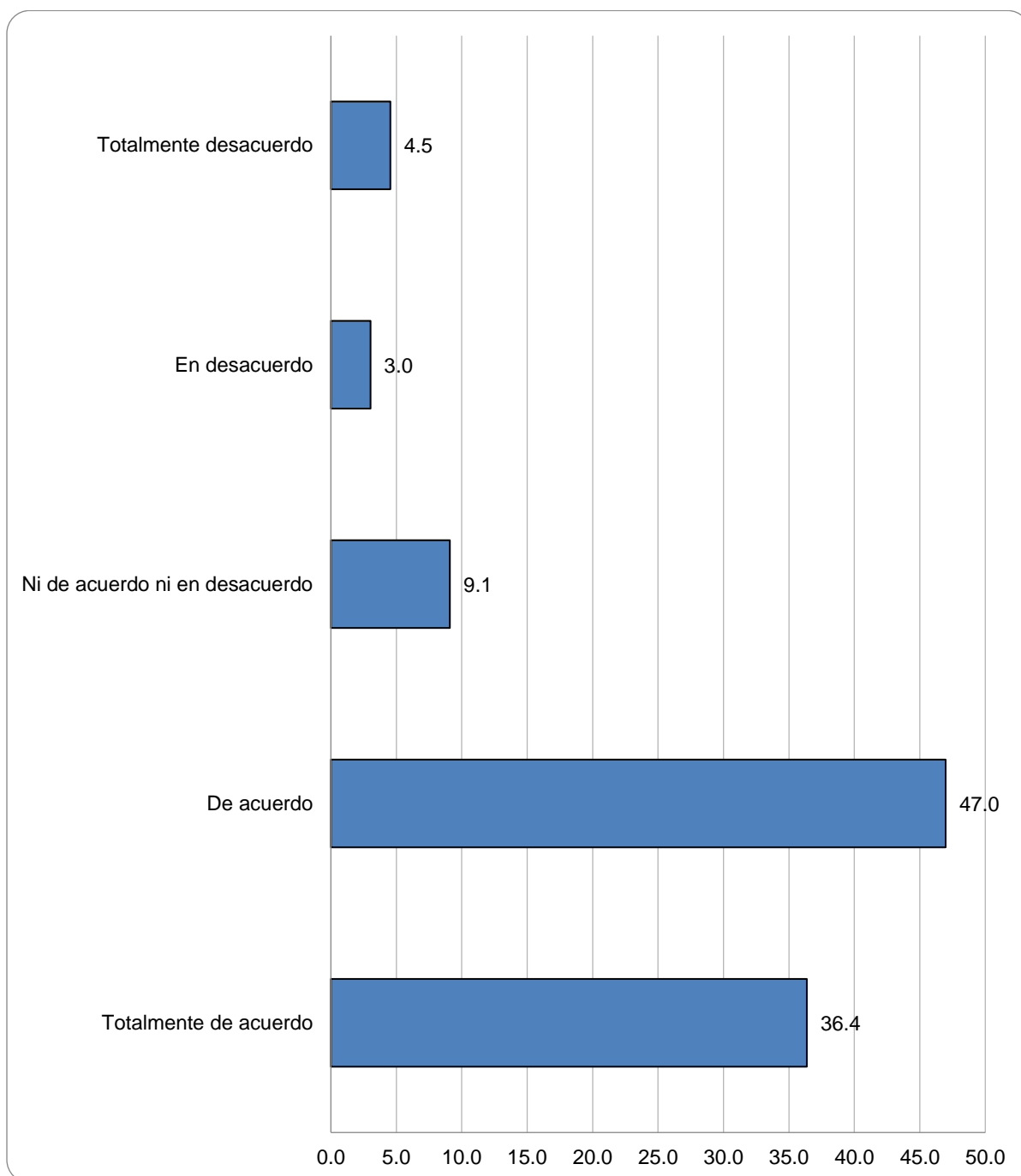
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	3	4.5
En desacuerdo	2	3.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	9.1
De acuerdo	31	47.0
Totalmente de acuerdo	24	36.4
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 47% está de acuerdo con la afirmación *procuró estar informado sobre mis deberes y derechos como ciudadano*, 36.4% totalmente de acuerdo, el 9.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4.5% totalmente desacuerdo y el 3% en desacuerdo. Un alto porcentaje de la población señala estar informada sobre sus deberes y derechos como ciudadano, tener conocimiento sobre aspectos políticos, es un factor importante porque indica el interés que poseen los miembros de la comunidad por las leyes, proyectos, entre otros que son creados para el bienestar común, incluyendo aspectos que les permitan superarse progresar.

Figura 30

Procuro estar informado sobre mis deberes y derechos como ciudadano.



Fuente: Elaboración propia, (2021)

Tabla 29

Siento que tengo control sobre mis habilidades para manejar exitosamente cualquier situación que se me presente.

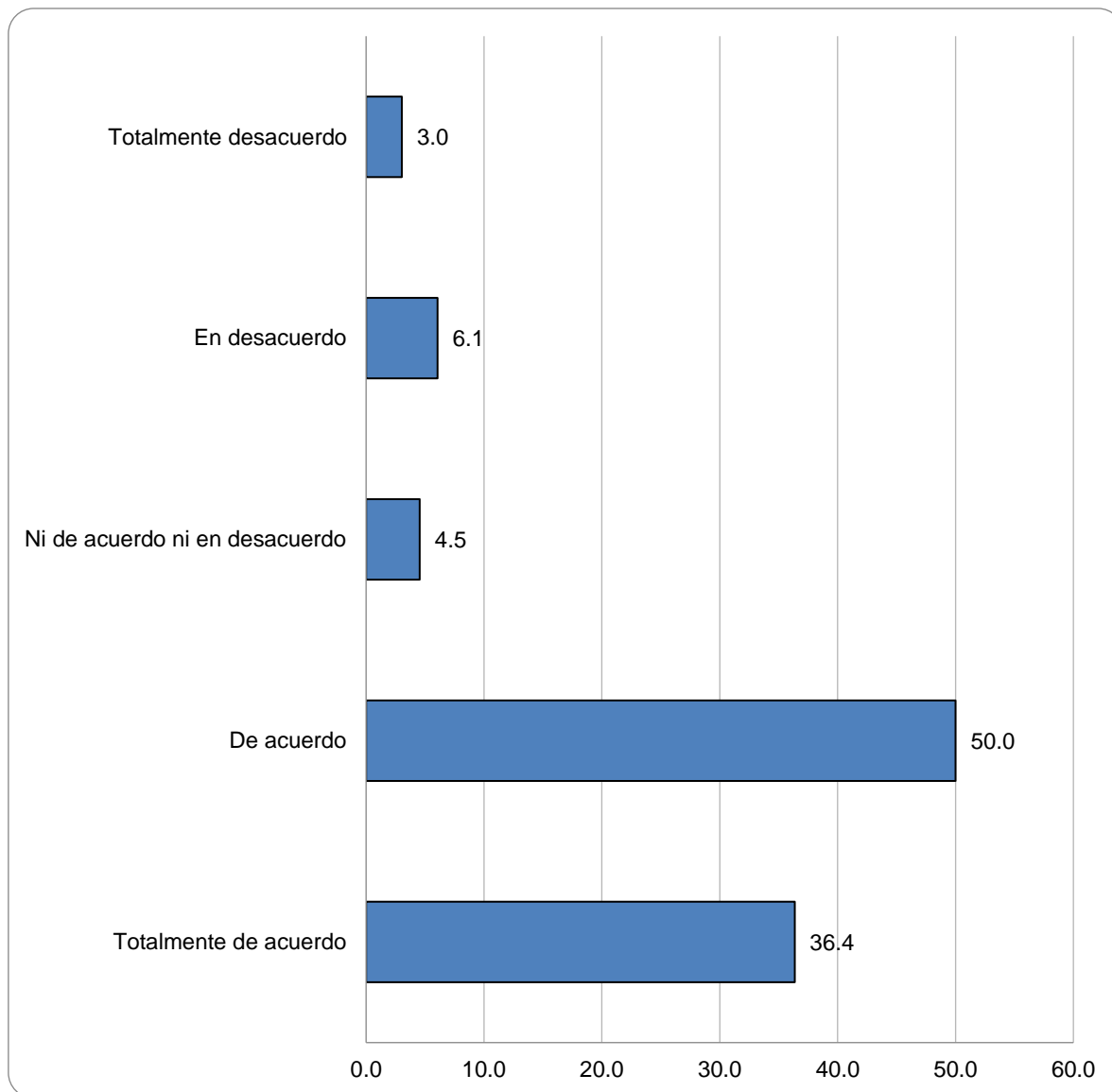
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	2	3.0
En desacuerdo	4	6.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	4.5
De acuerdo	33	50.0
Totalmente de acuerdo	24	36.4
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 50% siente que tiene control sobre sus habilidades para manejar exitosamente cualquier situación que se les presente, el 36.4% está totalmente de acuerdo, 6.1% en desacuerdo, el 4.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% totalmente desacuerdo. Podemos observar que un gran porcentaje de la población considera tener las habilidades para manejar cualquier situación que se le presente. En tal sentido, podemos mencionar que el autocontrol tiene un rol fundamental en la interacción del individuo con su entorno, el desarrollo de esta habilidad le permite al individuo interactuar con mayor claridad, objetividad y optimismo en su entorno (Armentía, 2002).

Figura 31

Siento que tengo control sobre mis habilidades para manejar exitosamente cualquier situación que se me presente.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 30

Considero que, a pesar de las adversidades de mi entorno, yo puedo salir adelante.

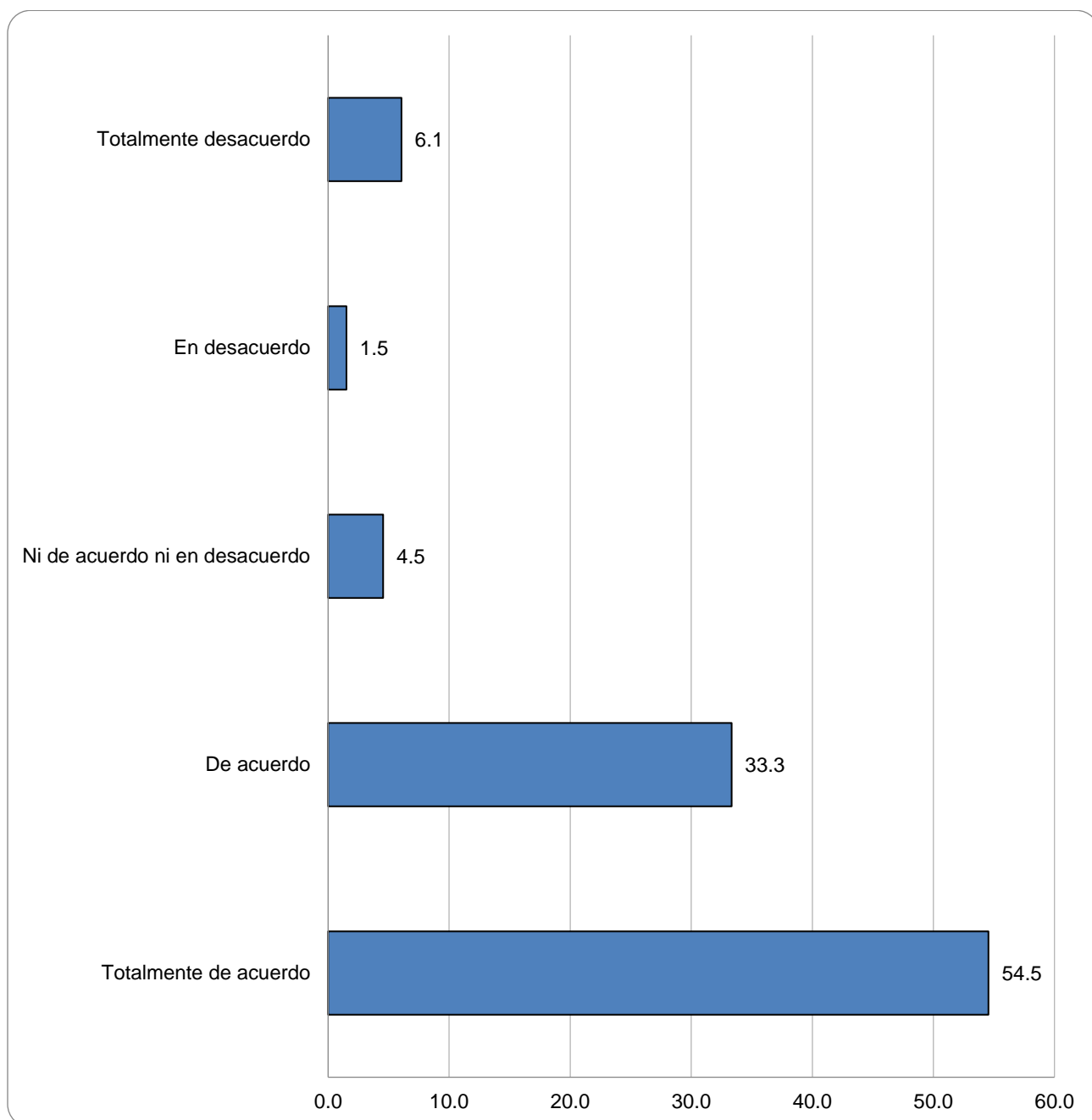
	<i>f</i>	<i>%</i>
Totalmente desacuerdo	4	6.1
En desacuerdo	1	1.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	4.5
De acuerdo	22	33.3
Totalmente de acuerdo	36	54.5
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 54.5% está totalmente de acuerdo con que a pesar de las adversidades de su entorno pueden salir adelante, el 33.3% está de acuerdo, el 6.1% totalmente desacuerdo, el 4.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1.5% en desacuerdo. Se puede distinguir que un alto porcentaje de la población encuestada considera que son capaces de salir adelante a pesar de los problemas que se puedan presentar debido a factores externos, un ejemplo de ello ha sido buscar capacitarse en medio de la pandemia por COVID 19 y en algunos casos llegar a emprender.

Figura 32

Considero que, a pesar de las adversidades de mi entorno, yo puedo salir adelante.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 31

Siento que tengo las capacidades para realizar los proyectos que me proponga.

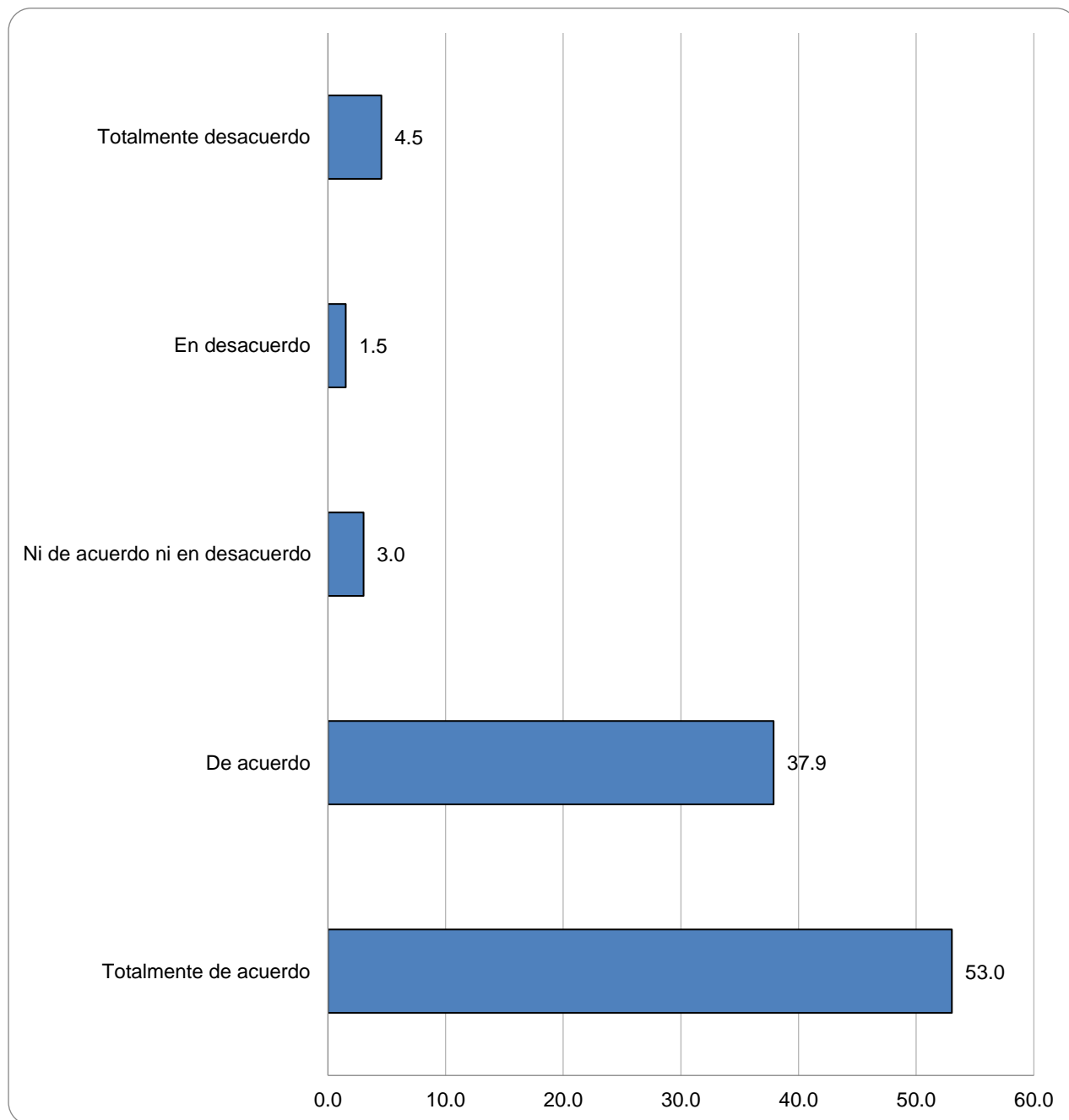
	<i>f</i>	%
Totalmente desacuerdo	3	4.5
En desacuerdo	1	1.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.0
De acuerdo	25	37.9
Totalmente de acuerdo	35	53.0
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 53% está totalmente de acuerdo con la afirmación sobre contar con las capacidades para realizar los proyectos que se propongan, el 37.9% está de acuerdo, el 4.5% está totalmente desacuerdo, el 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.5% en desacuerdo. Podemos observar que un gran porcentaje de la población consideran tener las capacidades y habilidades para llevar a cabo los proyectos que se propongan, por lo que se puede inferir que gran parte de la población encuestada cuenta con estudios superiores, además busca capacitación constante, lo que consecuentemente brinda seguridad personal.

Figura 33

Siento que tengo las capacidades para realizar los proyectos que me proponga.



Fuente: Elaboración propia, (2021).

1.3. Resultado por dimensiones y variables

1.3.1. Herramientas de comunicación para el desarrollo

Tabla 32

Herramienta de Comunicación para el Desarrollo

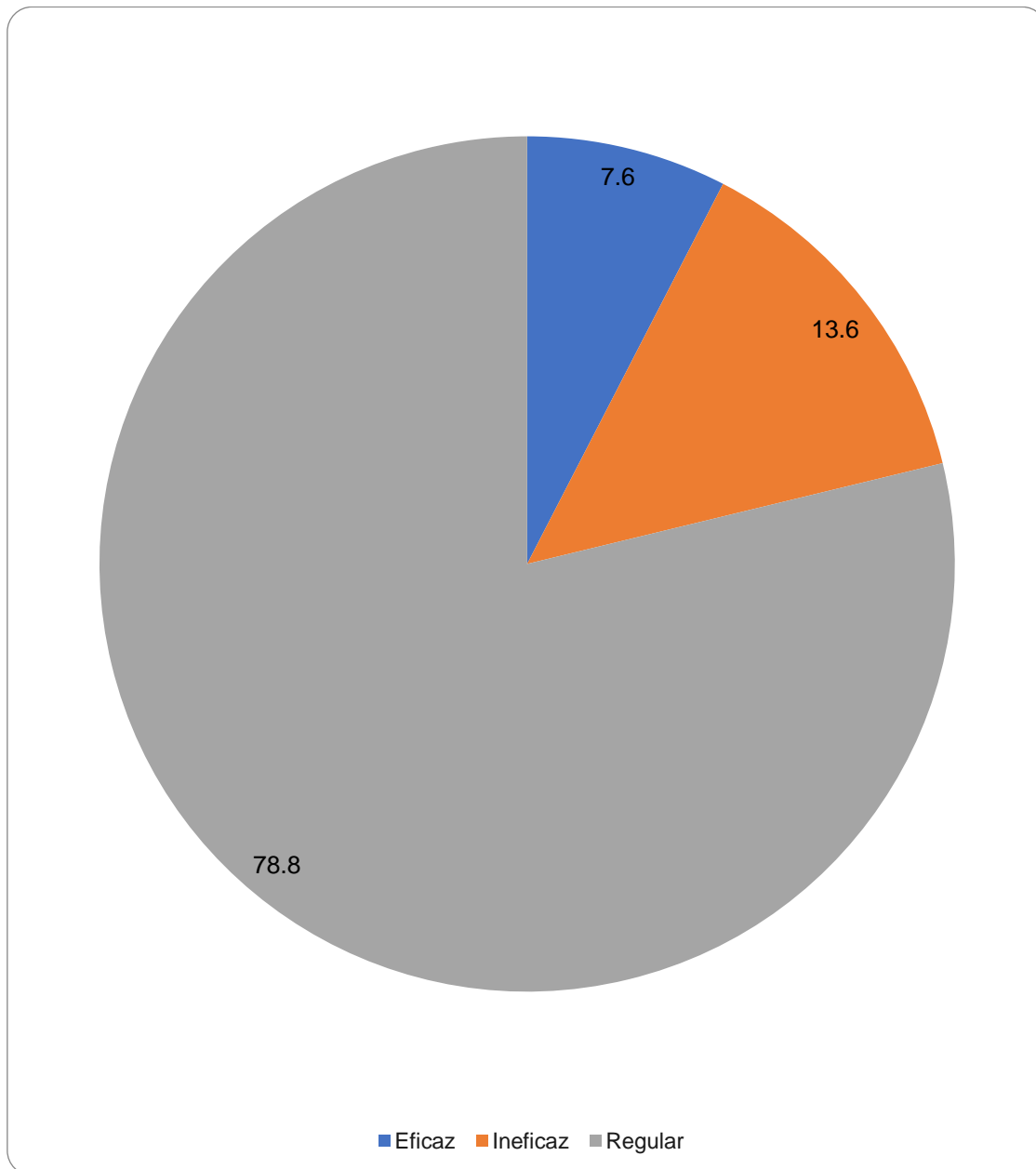
	<i>f</i>	%
Eficaz	5	7.6
Ineficaz	9	13.6
Regular	52	78.8
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 78.8% considera que la eficacia de las herramientas de comunicación para el desarrollo es regular, el 13.6% ineficaz y tan solo 7.6% eficaces. Los resultados obtenidos demuestran que más de la mitad de los participantes consideran que las herramientas de comunicación para el desarrollo implementadas por el programa *Emprende en casa* son regulares, por lo que se puede inferir que algunas de las herramientas empleadas no cuentan con estrategias claves de comunicación que permitan incidir eficazmente en sus participantes.

Figura 34

Herramienta de Comunicación para el Desarrollo



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 33

Comunicación interpersonal

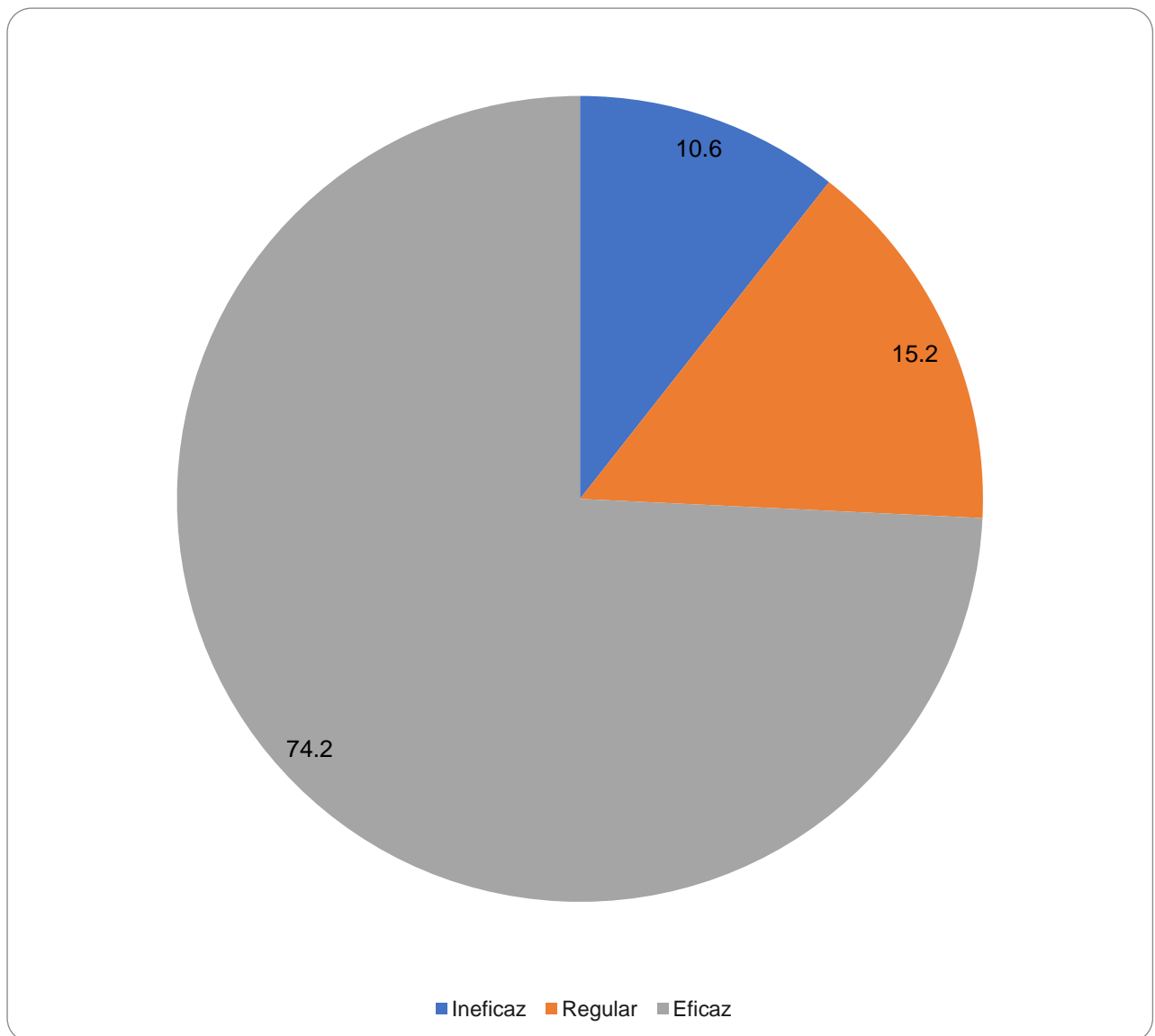
	<i>f</i>	%
Ineficaz	7	10.6
Regular	10	15.2
Eficaz	49	74.2
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 74.2% considera las herramientas empleadas en la comunicación interpersonal ha sido eficaz, el 15.2% regular, y tan solo el 10.6% considera que es ineficaz. Los datos recopilados evidencian que los talleres impartidos por el programa *Emprende en casa* son de gran utilidad. A pesar de que al iniciar la pandemia estos se llevaron a cabo de manera virtual con algunas desventajas de por medio; sin embargo, una de las ventajas fue el uso de la tecnología que permitió estar reunidos a través de pantallas a pesar de estar en diferentes lugares. Actualmente, los talleres de *Emprende en casa* se llevan a cabo de manera presencial con un aforo reducido, por lo que es importante resaltar que la interacción que da lugar, la comunicación interpersonal permite el intercambio de información y experiencias, lo que propicia nuevas ideas y da lugar a espacios que promueven desarrollo (Romeu, 2015).

Figura 35

Comunicación interpersonal



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 34

Medios impresos o electrónicos

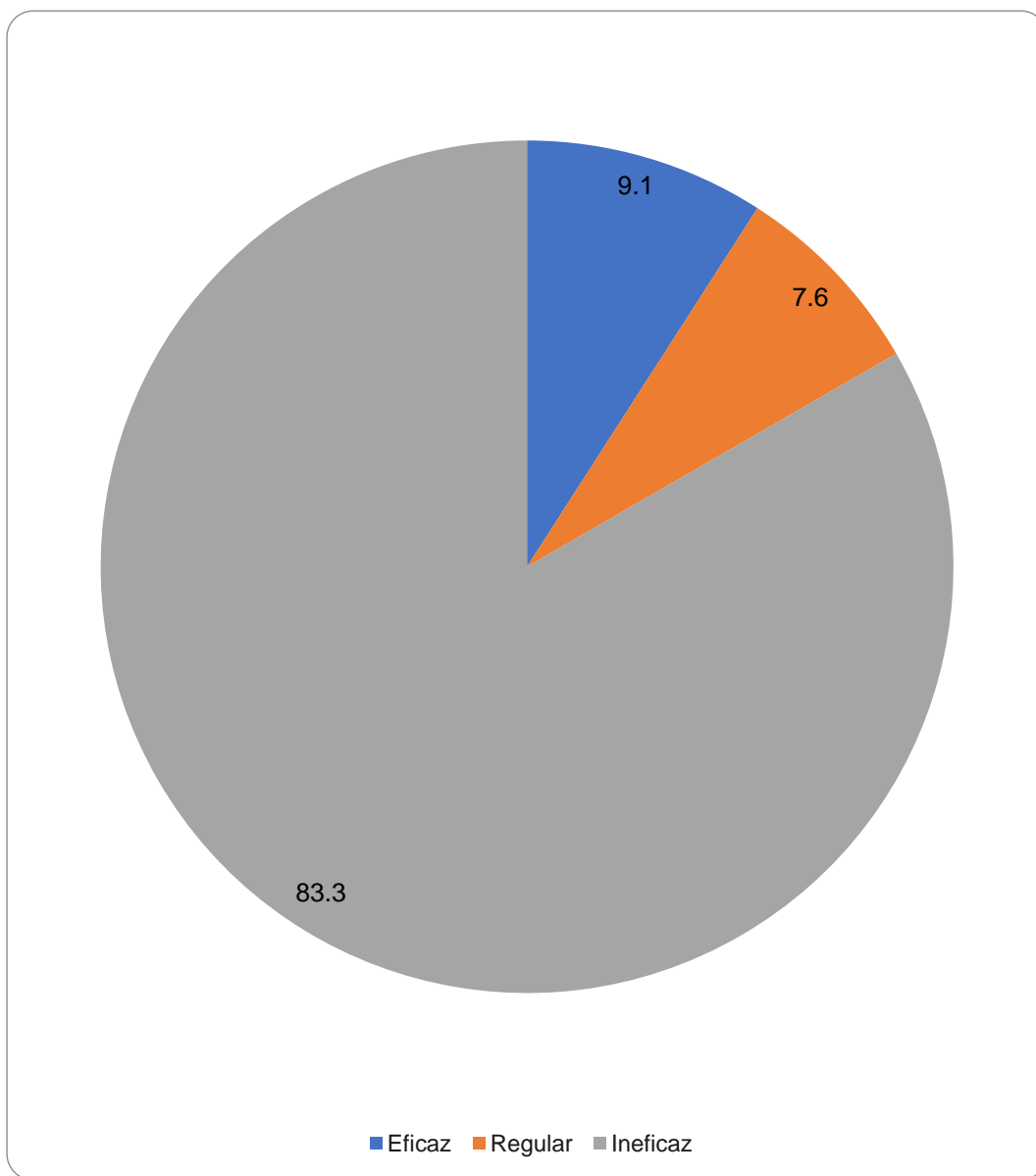
	<i>f</i>	<i>%</i>
Eficaz	6	9.1
Regular	5	7.6
Ineficaz	55	83.3
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 83.3% considera que las herramientas de medios impresos o electrónicos son ineficaces, mientras que el 9.1% considera que es eficaz y el 7.6% regular. Los resultados obtenidos muestran que más de la mitad de los participantes consideran que las herramientas de medios impresos o electrónicos implementados por el programa *Emprende en casa* son ineficaces, lo que se puede deber a que, en medios como la radio, los participantes no escucharon información del programa *Emprende en casa* ya sea porque no sintonizan radio con frecuencia o en el caso de los que, si son radios oyentes, recibieron poca información del programa *Emprende en casa*.

Figura 36

Medios impresos o electrónicos



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 35

Medios sociales

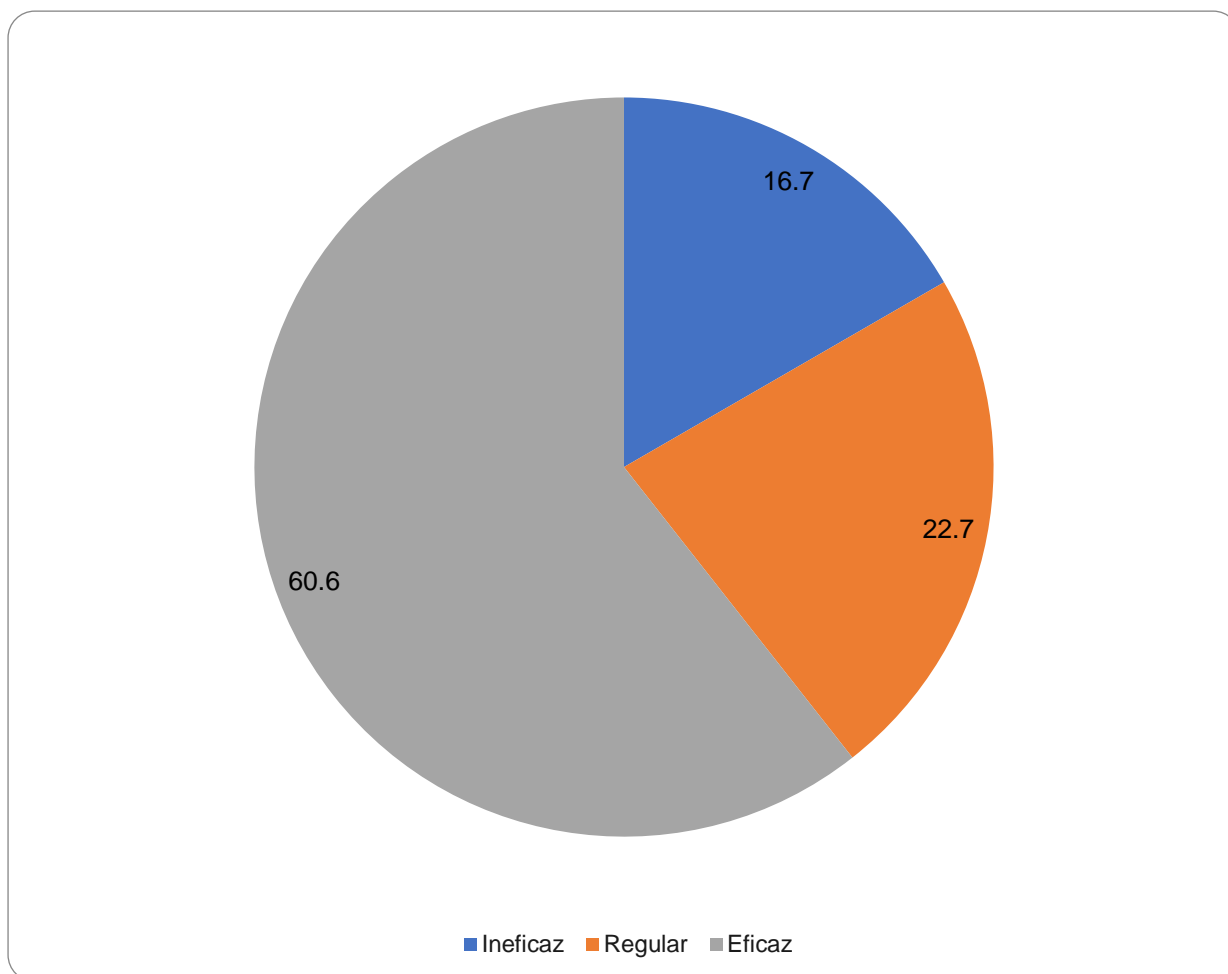
	<i>f</i>	%
Ineficaz	11	16.7
Regular	15	22.7
Eficaz	40	60.6
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 60.6 % considera que las herramientas de medios sociales son eficaces, el 22.7% considera que son regulares y el 16.7% considera que son ineficaces. De los resultados obtenidos, se puede inferir que las herramientas de medios sociales empleadas por el programa *Emprende en casa* son útiles, sin embargo, hay un porcentaje importante que no lo considera de esta manera, por lo que se podría mejorar las estrategias de medios sociales para la obtención de óptimos resultados.

Figura 37

Medios sociales



Fuente: Elaboración propia, (2021).

1.3.2. Empoderamiento

Tabla 36

Empoderamiento

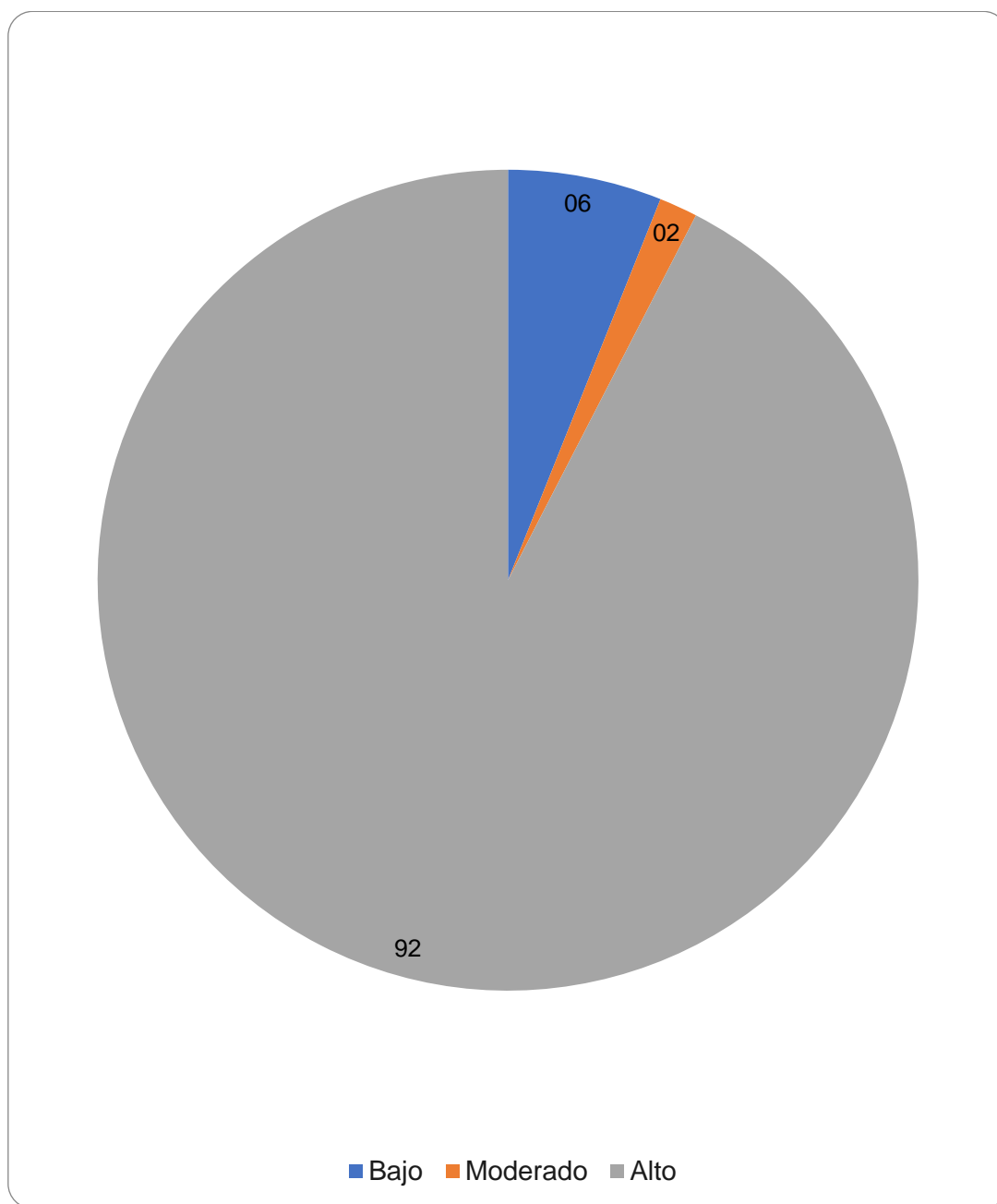
	<i>f</i>	<i>%</i>
Bajo	4	6.1
Moderado	1	1.5
Alto	61	92.4
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 92.4% considera que el nivel de empoderamiento es alto, por otro lado, el 6.1% que es bajo y tan solo 1.5% que es moderado. Los resultados demuestran que los participantes del programa *Emprende en casa* tienen un nivel alto de empoderamiento, siendo un resultado óptimo. Conviene recordar al autor Montero (2003), ya que señala que el empoderamiento permite que las personas tomen conciencia del contexto en el que viven y con base en las capacidades que progresivamente desarrollan puedan transformar su entorno, mejorando su propia vida y también aportando a la comunidad, por lo que es importante mencionar que, el empoderamiento de los participantes del programa está impactando de manera positiva tanto en su vida personal como en su entorno.

Figura 38

Empoderamiento



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 37

Participación

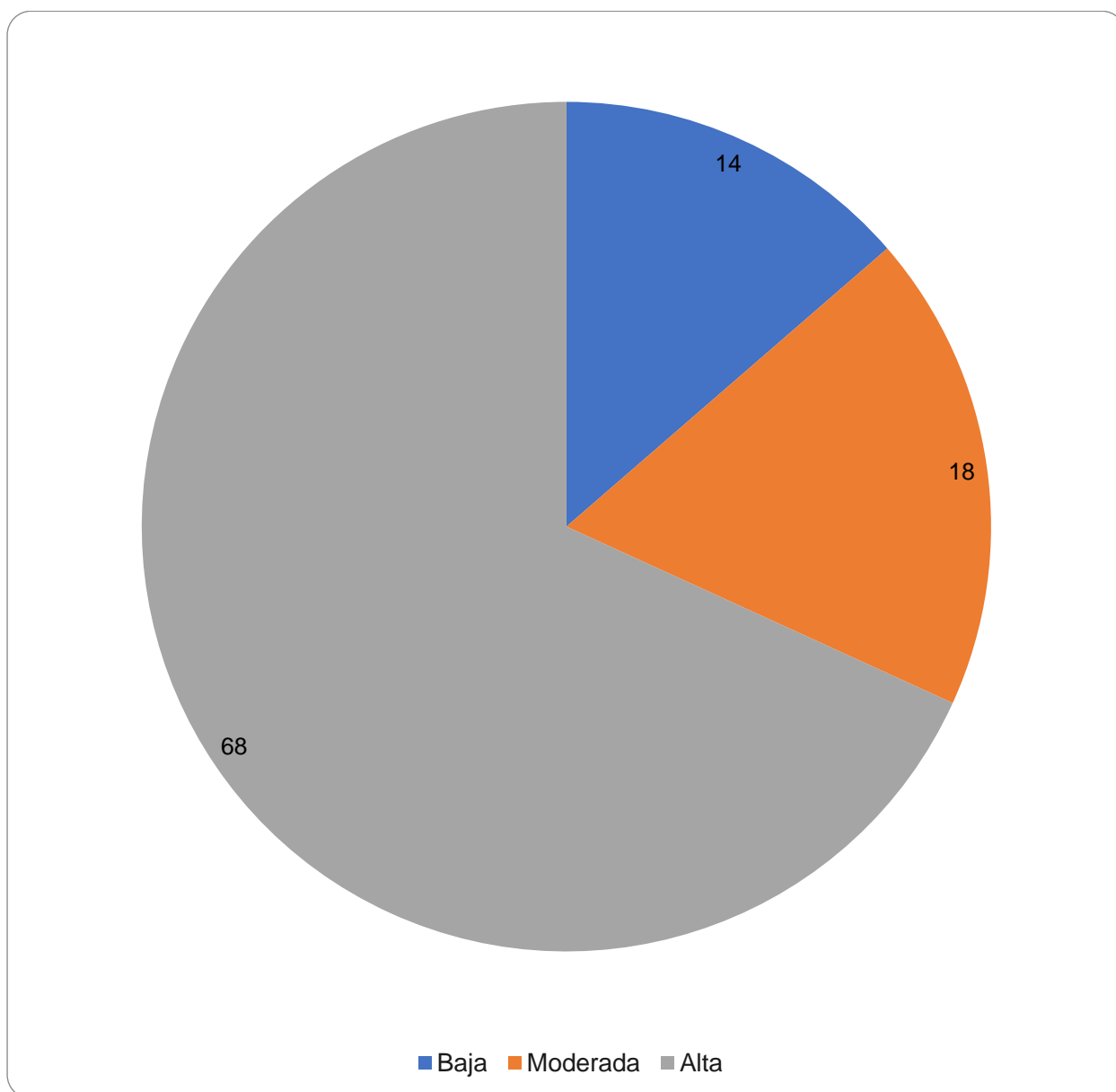
	<i>f</i>	%
Baja	9	13.6
Moderada	12	18.2
Alta	45	68.2
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 68.2% considera que el nivel de participación es alto, el 18.2% que es moderado, el 13.6% que es bajo. Los datos evidencian que el nivel de participación de los beneficiarios en su entorno es alto, siendo los ítems cambios logrados toma de decisiones y organización social en los que se muestra un nivel alto de participación lo que se puede deber a que ellos cuentan con la iniciativa de participar en diversas asociaciones y/o proyectos que les permitan desarrollar capacidades y contribuir en su entorno siendo partícipes de diversos proyectos como el programa Emprende en casa, el Vaso de leche, entre otros. Sin embargo, el ítem sobre la participación en actividades de grupo evidencia que el nivel es regular.

Figura 39

Participación



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 38

Liderazgo

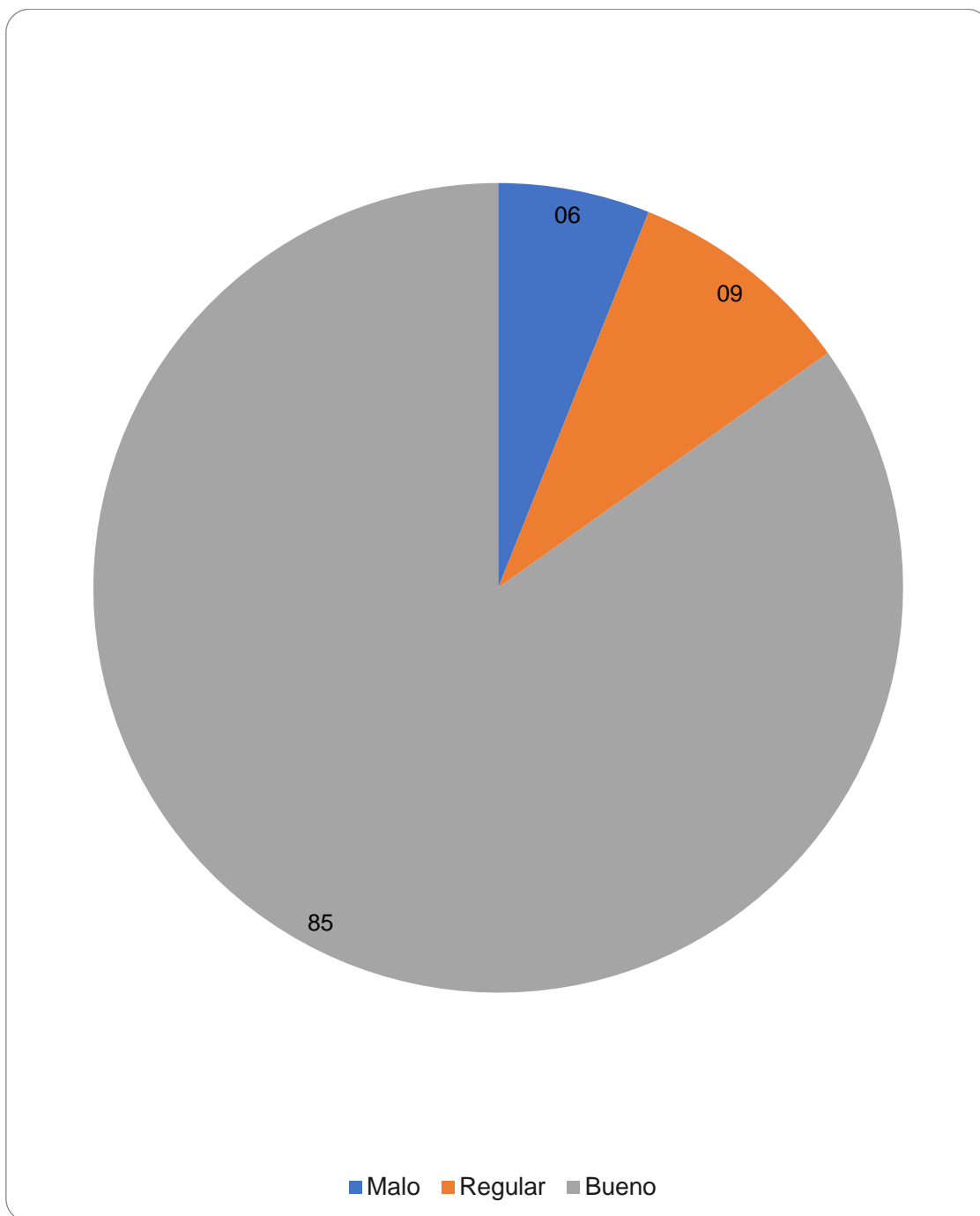
	<i>f</i>	%
Malo	4	6.1
Regular	6	9.1
Bueno	56	84.8
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 84.8% considera que el nivel de liderazgo es bueno, mientras que el 9.1% considera que es regular y tan solo el 6.1% que es malo. De los resultados obtenidos, se puede inferir que los participantes de *Emprende en casa*, han desarrollado las habilidades y capacidades necesarias para ser líderes en su entorno. Según Fernández y Cardona, el liderazgo busca motivar y movilizar a un grupo de personas en torno a un propósito con base en los conocimientos y habilidades obtenidas de las interacciones del grupo. (2017)

Figura 40

Liderazgo



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 39

Interés comunitario

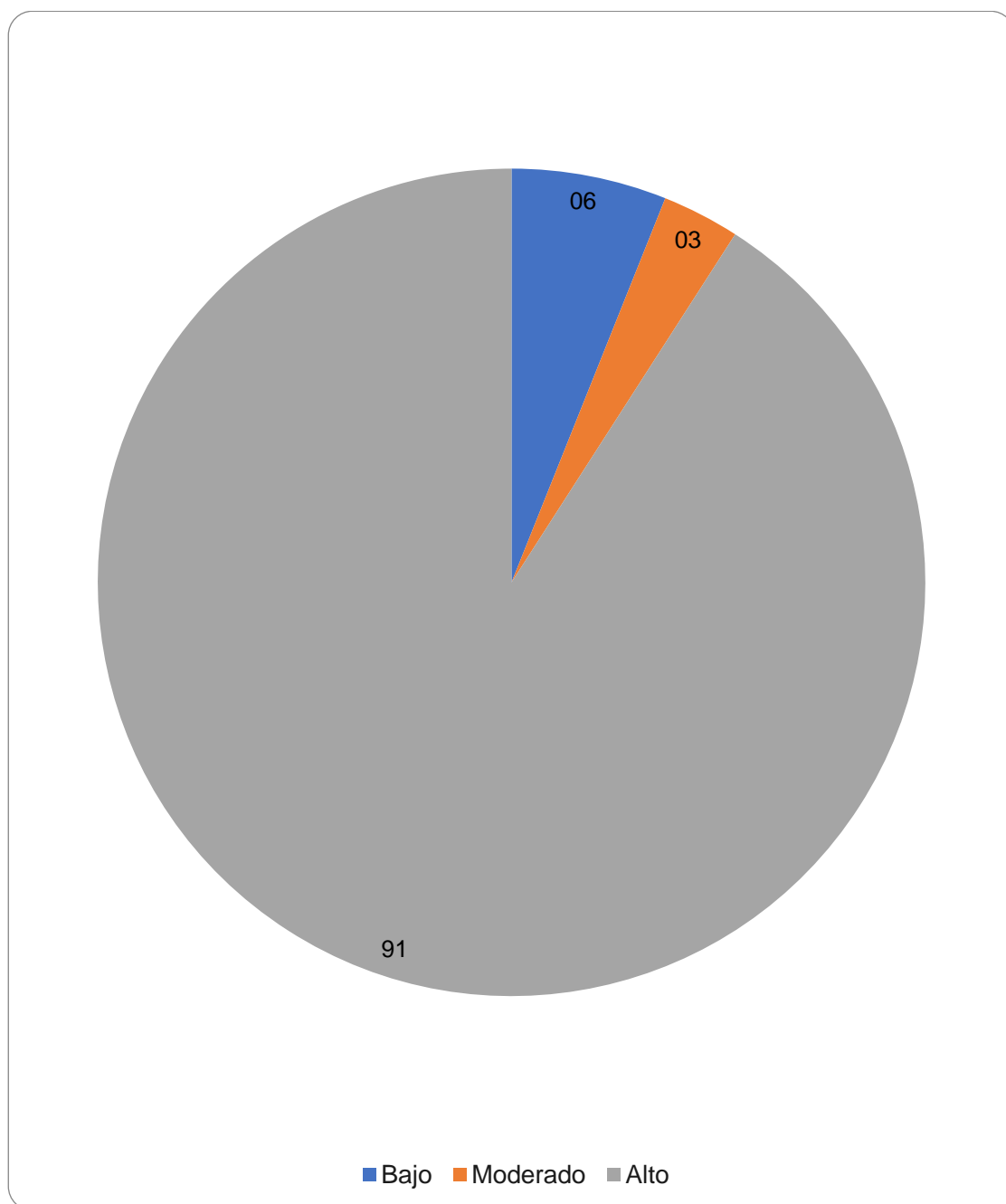
	<i>f</i>	<i>%</i>
Bajo	4	6.1
Moderado	2	3.0
Alto	60	90.9
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 encuestados, el 90.9 % de los beneficiarios considera que el nivel de interés comunitario es alto, por otro lado, el 6.1% considera que es bajo y el 3 % que es moderado. Se puede inferir que los participantes del programa están persiguiendo un interés en común a fin de mejorar su calidad de vida y aportar en su entorno, como señala Platón y Aristóteles el interés comunitario es “aquel conjunto de intereses que busca la comunidad y que han definido como provechosos para su progreso” (como se citó en Ocampo, 2010).

Figura 41

Interés comunitario



Fuente: Elaboración propia, (2021).

Tabla 40

Control personal

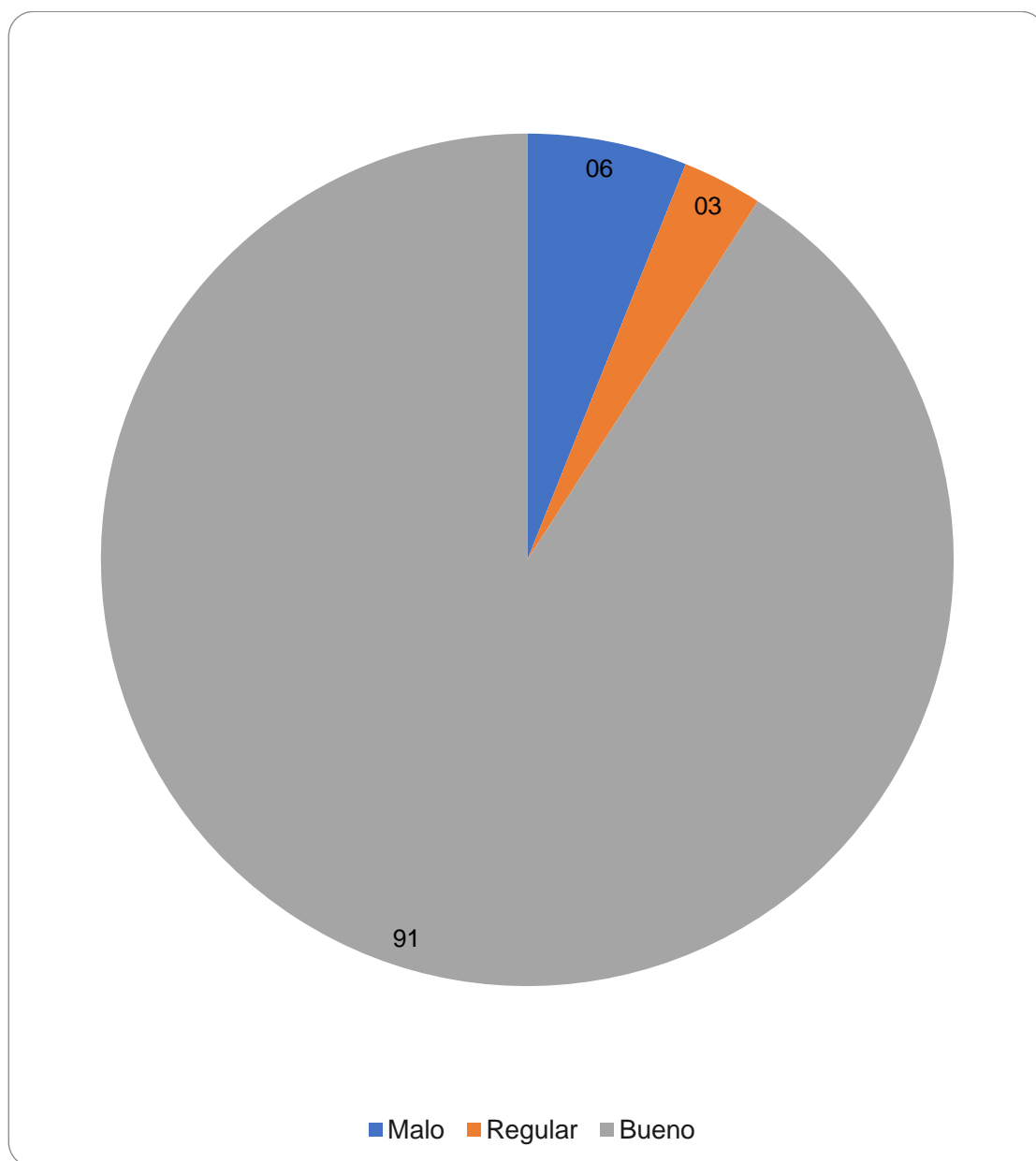
	<i>f</i>	%
Malo	4	6.1
Regular	2	3.0
Bueno	60	90.9
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De un total de 66 beneficiarios encuestados, el 90.9 % considera que el nivel de control personal es bueno, mientras que el 6.1% que es malo y tan solo el 3% que es regular. De los resultados obtenidos, se puede inferir que casi la totalidad de sus participantes consideran contar las habilidades y capacidad de resiliencia para afrontar diversas situaciones que no necesariamente son promovidas por ellos sino por el entorno. En resumidas cuentas, cuentan con la capacidad de controlar, gestionar sus pensamientos, emociones y acciones ante situaciones difíciles (Pick et al, 2007).

Figura 42

Control personal



Fuente: Elaboración propia, (2021).

1.4. Resultados de Contingencia

Tabla 41

Edad según la comunicación interpersonal

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL				
	Mala	Moderada	Buena	Total
Hasta los 20 años	1	0	1	2
De 21 a 30 años	3	0	15	18
Edad De 31 a 40 años	1	3	20	24
De 41 a 50 años	2	4	8	14
Más de 50 años	0	3	5	8
Total	7	10	49	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

De la tabla anterior se observa que 20 de 24 personas que tienen entre 31 a 40 años califican la comunicación interpersonal como buena, también se aprecia que a mayor edad de los beneficiarios mejor es la percepción de la comunicación interpersonal.

Tabla 42

Edad según el grado de participación

		PARTICIPACIÓN			
		Baja	Moderada	Alta	Total
Edad	Hasta los 20 años	1	1	0	
	De 21 a 30 años	3	4	11	18
	De 31 a 40 años	3	4	17	24
	De 41 a 50 años	2	2	10	14
	Más de 50 años	0	1	7	8
Total		9	12	45	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

En la tabla se observa que 17 de 24 personas que oscilan entre las edades de 31 a 40 años consideran tener una alta participación, así mismo se aprecia que a mayor edad, mayor grado de participación. Por lo que, se puede inferir que a mayor edad mayor es el grado de conocimiento sobre su entorno, lo que influye en las ganas de participar activamente en la sociedad para lograr cambios que beneficien tanto personalmente como en la comunidad.

Tabla 43

Sexo según la comunicación interpersonal

		COMUNICACIÓN INTERPERSONAL			
		Mala	Moderada	Buena	Total
Sexo	Hombre	1	1	4	
	Mujer	6	9	45	60
Total		7	10	49	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

En la tabla se observa que de 45 de 60 mujeres consideran que la comunicación interpersonal es buena y 4 de 6 varones también lo consideran. Por lo que, los talleres impartidos por el programa *Emprende en casa* son de gran utilidad para propiciar emprendimientos.

Tabla 44

Grado de instrucción según el nivel de empoderamiento

		EMPODERAMIENTO			
		Bajo	Moderado	Alto	Total
Grado de Instrucción	Estudios Primarios	0	0	1	
	Estudios secundarios	1	0	9	10
	Estudios técnicos	1	1	17	19
	Estudios universitarios	1	0	31	32
	Estudios de posgrado	1	0	3	4
Total		4	1	61	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

Del cuadro anterior se observa que 31 de 32 participantes que cuentan con estudios universitarios tienen un alto grado de empoderamiento, así mismo también se aprecia que a mayor grado de instrucción más alto es el grado de empoderamiento. Por lo que se puede inferir que, al contar con mayor preparación, los participantes pueden reconocer el contexto en el que se desenvuelven y tienen las capacidades y habilidades para transformar su realidad y desenvolverse eficazmente en la sociedad.

Tabla 45

Distrito en el que vive según la comunicación interpersonal

		COMUNICACIÓN INTERPERSONAL			
		Mala	Moderada	Buena	Total
Distrito en el que vive	Ilo	0	0	1	
	Mariscal Nieto	1	0	6	7
	Moquegua	3	4	16	23
	Samegua	1	6	16	23
	San Antonio	0	0	2	2
	Torata	2	0	8	10
Total		7	10	49	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

Del cuadro anterior se puede observar que 16 de 23 participantes que residen en Samegua, consideran que la comunicación interpersonal es buena, de igual forma en la ciudad de Moquegua y en el distrito de Torata 8 de 10 participantes. Con base en los resultados obtenidos, es importante mencionar que, en el distrito de Torata se encuentra una de las oficinas de Southern Perú "Casa Nuestra" sede del programa Emprende en casa, lo que permite mayor acceso a los talleres presenciales y permite interacción entre sus asistentes.

Tabla 46

Distrito en el que vive según medios sociales

		MEDIOS SOCIALES			
		Mala	Regular	Buena	Total
Distrito en el que vive	Ilo	1	0	0	
	Mariscal Nieto	2	0	5	7
	Moquegua	3	5	15	23
	Samegua	3	6	14	23
	San Antonio	1	0	1	2
	Torata	1	4	5	10
Total		11	15	40	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

Del cuadro anterior se puede observar que 15 de 23 personas consideran que las herramientas de medios sociales implementadas por el programa *Emprende en casa* es buena. Por lo que se puede inferir que los individuos que residen en la ciudad tienen mejor acceso a internet, lo que le permite interactuar con mayor facilidad a través de los medios sociales como Facebook, Instagram, YouTube, entre otros.

Tabla 47

Distrito en el que vive según el Liderazgo

	LIDERAZGO			
	Malo	Regular	Bueno	Total
Ilo	0	0	1	1
Mariscal Nieto	1	0	6	7
Moquegua	2	2	19	23
Samegua	0	3	20	23
San Antonio	0	0	2	2
Torata	1	1	8	10
Total	4	6	56	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

Del cuadro anterior se puede observar que 20 de 23 personas del distrito de Samegua consideran que el liderazgo es bueno, por lo que es importante mencionar que la municipalidad de dicho distrito promueve diversas actividades y trabaja de manera conjunta con el programa Emprende en casa y otros programas como el Vaso de leche, lo que promueve la interacción y contagia de ánimo y optimismo a sus participantes.

Tabla 48

Distrito en el que vive según el nivel de empoderamiento

		EMPODERAMIENTO			
		Bajo	Moderado	Alto	Total
Distrito en el que vive	Ilo	0	0	1	1
	Mariscal Nieto	1	0	6	7
	Moquegua	2	0	21	23
	Samegua	0	1	22	23
	San Antonio	0	0	2	2
	Torata	1	0	9	10
Total		4	1	61	66

Fuente: Elaboración propia, (2021).

Del cuadro anterior se puede observar que 22 de 23 personas del distrito de Samegua consideran que el empoderamiento es alto, lo que se puede deber a que como se mencionó anteriormente la municipalidad de dicho distrito cuenta con diversas actividades que permiten obtener logros como el empoderamiento de sus vecinos.

1.5. Resultados correlacionales

1.5.1. Prueba de normalidad

Tabla 49

Prueba de normalidad

KOLMOGOROV-SMIRNOV^A			
	Estadístico	gl	Sig.
Empoderamiento	,247	66	,000
Herramienta de CpD	,129	66	,009

Fuente: Elaboración propia, (2021).

Se emplea la prueba de Kolmogorov para el análisis de normalidad, puesto que la muestra tiene más de 35 datos, en tal sentido, se analiza los grados de significancia, en ambas variables, este no excede el 0.05 del valor esperado, por lo que se recházala hipótesis: "la muestra tiene una distribución normal", por ello se procede al análisis inferencial con estadísticos no paramétricos, empleando la correlación de Spearman.

1.5.2. Correlación general

Tabla 50

Correlación general

	Empoderamiento
Coeficiente de correlación	,494**
Herramienta de Comunicación para el Desarrollo	
Sig. (bilateral)	,000

Fuente: Elaboración propia, (2021).

En la tabla se presentan los resultados del análisis de correlación entre la variable independiente: Herramientas de comunicación para el desarrollo, y la variable dependiente empoderamiento. Se observa una correlación significativa, positiva y moderado entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento ($r=0.494$; $x=0.00$, $x<0.05$), es decir que a mayor esfuerzo por aplicar las herramientas de comunicación para el desarrollo en el programa Emprende en casa mayor nivel de empoderamiento se genera en los beneficiarios de este programa. Por lo que podemos inferir que las herramientas de comunicación para el desarrollo empleadas por el programa Emprende en casa, inciden positivamente en la sociedad, al lograr que sus participantes se empoderen e incidan en sus vidas y en la comunidad.

CONCLUSIONES

Primera

Al determinar la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento en los beneficiarios del programa Emprende en Casa, se concluye que, si existe una correlación moderada, positiva y significativa ($r=494$, $x=0.000$, $x<0.05$) entre las variables de estudio, es decir, que a una aplicación eficaz de herramientas de comunicación para el desarrollo, mayor nivel de empoderamiento se genera en los beneficiarios, por lo tanto, aceptamos la hipótesis de investigación que propone la existencia de una relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento de los beneficiarios del programa Emprende en Casa en Moquegua al 2021.

Segunda

Al determinar la eficacia de las herramientas de comunicación para el desarrollo aplicadas en el programa Emprende en Casa, se concluye que su eficacia es regular, siendo la dimensión de comunicación interpersonal con los talleres, y la dimensión de medios impresos y/o electrónicos con los productos impresos y digitales y el material audiovisual, las herramientas más eficaces según los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los beneficiarios del programa.

Tercera

Al determinar el nivel de empoderamiento en los beneficiarios del programa Emprende en casa, se concluye que el empoderamiento es alto, siendo las dimensiones de liderazgo como la capacidad de comprensión y la habilidad para inspirar y la dimensión de interés comunitario como el sentido de comunidad y el interés en la comunidad, las que según los resultados tienen un mayor nivel de empoderamiento, lo

que evidencia que las herramientas de comunicación para el desarrollo empleadas en el programa Emprende en casa inciden en un alto empoderamiento de sus beneficiarios. Sin embargo, es importante mencionar que en la dimensión sobre la participación como la participación en actividades de grupo el nivel es regular.



RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda a la empresa minera, gobiernos regionales y locales y organizaciones no gubernamentales (ONG) continuar propiciando iniciativas de desarrollo en el país, como el programa Emprende en casa, que contribuye a la superación personal e incide en el desarrollo de la sociedad, impulsando ideas de negocio local, ya que, al demostrarse la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo y el empoderamiento en sus beneficiarios, evidenciamos que esta iniciativa es favorable para sus participantes y la sociedad. En tal sentido, es importante promover este tipo de iniciativas que brindan a la comunidad las herramientas necesarias para transformar su contexto actual, empoderándolos de manera que el cambio generado sea sostenible en el tiempo.

Segunda

Se recomienda al área de Desarrollo comunitario que promueve el programa Emprende en casa, optimizar las herramientas de comunicación para el desarrollo, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos, los beneficiarios señalan que la eficacia de dichas herramientas es regular, por lo que se podría mejorar desde la planificación, contenidos y su aplicación, medios como la radio y los talleres, puesto que los resultados evidenciaron que en su mayoría los beneficiarios no recibieron información desde la radio acerca del programa Emprende en Casa y que su asistencia a los talleres son por un corto periodo de tiempo. Por lo que, se propone también mejorar y replantear las estrategias implementadas en redes sociales, colocando especial énfasis en la segmentación del público al que se dirigen, para lo cual se sugiere, establecer indicadores de control y seguimiento basado en la variación porcentual de incremento de porcentaje en los niveles de seguidores en estas redes.

Tercera

Se sugiere al área de Desarrollo comunitario que promueve el programa Emprende en casa, mejorar las estrategias de participación dentro de los talleres, fomentando actividades en grupo y la comunicación eficaz en sus participantes, a fin de abrir camino a nuevas ideas de negocio conformadas dentro del programa. También se recomienda ampliar la variedad de contenidos en los talleres, con temas como el liderazgo, que los facultaría de nuevas habilidades que permitirían concretar sus ideas de negocio.



REFERENCIA

- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración perspectiva global*. México: The McGraw-Hill.
- Acunzo, M., Pafumi, M., Torres, C., & Stella, T. (2016). *Manual de comunicación para el desarrollo rural*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).
- Arias, V., Lovera, D., Puente, L., & Calderón, M. (2009). Contexto de responsabilidad social, minería y gobernabilidad. *Revista del Instituto de Investigaciones FIGMMG*, 60-67.
- Armentía, A. (2002). El control nos hace más libres. *Consumer, Volumen Diciembre*, 22.
- Baessler, J., & Schwarzer, R. (1996). Evaluación de la autoeficacia: adaptación española de la Escala de Autoeficacia general. *Ansiedad y Estrés*, 1-8.
- Banda, A., & Morales, M. (2015). Empoderamiento psicológico: un modelo sistémico con componentes individuales y comunitarios. *Revista de Psicología*, 3-20.
- Banda, A., Morales, M., Betancourt, R., & Del Castillo, D. (2013). Un modelo de participación psicosocial. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento*, 77-94.
- Canaval, G. (1999). Propiedades psicométricas de una escala para medir percepción del empoderamiento comunitario en mujeres. *Colombia Médica*, 69-73.
- de Izarra, J., Peña, H., & Sáenz, C. (2020). Retos del liderazgo comunitario frente a los paradigmas de la gestión social. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 1-18.
- Diario Gestión. (2017, diciembre 28). *Inicio: Economía*. Retrieved from [www.gestion.pe: https://gestion.pe/economia/upn-16-poblacion-peruana-accede-educacion-superior-223779-noticia/?ref=gesr](https://gestion.pe/economia/upn-16-poblacion-peruana-accede-educacion-superior-223779-noticia/?ref=gesr)
- Diario Gestión. (2021, febrero 27). *Inicio: Perú*. Retrieved from [www.gestion.pe: https://gestion.pe/peru/osiptel-uso-de-whatsapp-lidero-crecimiento-en-redes-fijas-en-primera-semana-de-cuarentena-covid-19-coronavirus-peru-nndc-noticia/](https://gestion.pe/peru/osiptel-uso-de-whatsapp-lidero-crecimiento-en-redes-fijas-en-primera-semana-de-cuarentena-covid-19-coronavirus-peru-nndc-noticia/)
- Díaz, J., & Ascoli, J. (2006). *Reflexiones sobre el desarrollo local y regional*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Dominguez, G. (2012). *Medios de Comunicación Masiva*. México: Red Tercer Milenio.
- ESCUELA ERGON. (2021, Marzo 1). *ESCUELA ERGON*. Retrieved from Las 10 redes sociales más usadas del mundo: <https://escuelaergon.com>
- Fernández, E., & Cardona, F. (2017). Los pliegues del liderazgo social y comunitario. *Jangwa Pana: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 197 - 216.
- Fernández, R. (2021, Febrero 17). *STATISTA*. Retrieved from Distribución por edad de los usuarios mundiales de Instagram en 2021: <https://es.statista.com>
- Franco, R. (2003). *Defensorías: Una respuesta comunitaria a la violencia familiar*. Lima: Instituto de Defensa Legal.

- Gonzales, P. (2017). *Instagram, ¡mucho más que fotos!* Anaya multimedia.
- Imaña, T. (2008). Facebook, tejiendo la telareña de las redes sociales. *Razón y Palabra*, 62.
- Instituto de Ingenieros de Minas del Perú. (2019). *Resultados*. Retrieved from Instituto de Ingenieros de Minas del Perú: <https://iimp.org.pe>
- Jenatsch, T., & Bauer, R. (2016). *Comunicación para el desarrollo, una guía práctica*. Berna: Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación.
- Kliksberg, B. (1999). Seis tesis no convencionales sobre participación. *Revista de Estudios Sociales*, 107-124.
- León, M. (1997). Poder y empoderamiento de las mujeres. *Editores del Tercer Mundo y Facultad de Ciencias Humanas*, 1-26.
- Llena, A., Parcerisa, A., & Úcar, X. (2009). *Diez ideas clave. La acción comunitaria*. Barcelona: Graó.
- López, J. (2018). Youtube como herramienta para la construcción de la sociedad del conocimiento. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 1-16.
- Lupano, M., & Castro, S. (2006). Estudios sobre el liderazgo. Teorías y evaluación. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 107-122.
- Maya, I. (2004). Sentido de comunidad y potenciación comunitaria. *Apuntes de Psicología*, 187-211.
- Meichenbaum, D. (1978). Teaching children self-control. *Lahey, B. y Kazdin, A. (Orgs.). Advances in child clinical psychology*, 1-33.
- Ministerio de Energía y Minas (MINEM). (2019). *Perú: País Minero*. Retrieved from Ministerio de Energía y Minas (MINEM): www.minem.gob.pe
- Ministerio de Energía y Minas (MINEM). (2020). *Anuario Minero 2019*. Lima: Ministerio de Energía y Minas.
- Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico*. Naucalpan de Juárez: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Montero, M. (2003). *Teoría y práctica de la psicología comunitaria*. Buenos Aires: Paidós.
- Ocampo, H. (2010). El bien común, el interés común y la toma de decisiones. *Revista de Economía y Administración*, 85-97.
- Olano, R. (2019). *La comunicación participativa en la transformación de percepciones negativas acerca de la vejez a partir del empoderamiento y visibilización de los adultos mayores*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN). (2017). *La Industria de la Minería en el Perú, 20 años de contribución al crecimiento y desarrollo económico del país*. Lima: Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN).

- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2003). *Un manual para formadores sobre desarrollo local participativo*. ROMA: FAO.
- Oxford Poverty & Human Development Initiative (OPHI), & CAF. (2016). *Las dimensiones faltantes en la medición de la pobreza*. Bogotá: Centro para el Desarrollo Humano Centro Lyra; Centro para el Desarrollo Humano IERU; CAF; Oxford Poverty & Human Development Initiative (OPHI).
- Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R., Xocolotzin, U., & Givaudan, M. (2007). Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento (ESAGE). *Interamerican Journal of Psychology*, 295-304.
- Pizardi, G. (2020). *Comunicación participativa y empoderamiento juvenil en áreas naturales protegidas: el caso de la Brigada Ecológica Yanachaga*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Radio Programas del Perú (RPP). (2021, Marzo 15). *Más de 2,2 millones de peruanos quedaron desempleados al cierre del 2020, según el INEI*. Retrieved from Radio Programas del Perú (RPP): <https://rpp.pe>
- Rappaport, J. (1987). Terms of empowerment/ Exemplars of Prevention: Toward a Theory for Community Psychology. *American Journal of Community*, 121-143.
- Romeu, V. (2015). Hacia una teoría personalista de la comunicación interpersonal. *Questión*, 188-198.
- Rotter, J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80.
- Ruiz, 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*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sánchez, A. (2017). Empoderamiento, liberación y desarrollo humano. *Psychosocial Intervention*, 87-96.
- Sen, A. (2001). *Nivel de vida*. Madrid: Editorial Complutense.
- Southern Peru Copper Corporation. (2020). *Plan de trabajo programa de capacitación en elaboración de subproductos agrícolas y otros*. Moquegua.
- Southern Peru Copper Corporation. (2021). Programa de Southern Perú contribuye a crear pequeños emprendimientos en Moquegua. *Suplemento Lazos*, 17-18.
- Suárez, B. (2018). Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas. *Revista de Investigación en Educación*, 121-135.
- Wolton, D. (2005). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento

CUESTIONARIO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EMPODERAMIENTO

La presente encuesta es un estudio con fines únicamente académicos, que nos permitirá determinar la relación entre las herramientas de comunicación para el desarrollo implementadas por el programa Emprende en casa y el empoderamiento en sus participantes. Agradecemos su participación y le pedimos que responda las preguntas con total sinceridad puesto que es anónima y extendemos el compromiso de confidencialidad.

PERFIL DEL ENCUESTADO

Edad:

Sexo: M F

Grado de instrucción:

Distrito en el que vive:

1. ¿Desde hace cuánto tiempo participa en los talleres del programa Emprende en casa?

a) 3 meses b) 6 meses c) 1 año d) más de un año

2. ¿Tiene una idea de negocio o ha realizado algún emprendimiento?

a) si b) no

PRIMERA PARTE

Estimado participante: A continuación, responda las siguientes afirmaciones con relación al Programa Emprende en casa indicando qué tan de acuerdo o desacuerdo está con cada una de ellas. Le pedimos completa sinceridad al momento de marcar la respuesta.

Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo = 2. Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3
De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5

Enunciado	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Participar exhibiendo mis productos en ferias como parte de las actividades de Emprende en casa me ha permitido potenciar mi emprendimiento y/o consolidar mi aprendizaje.					
Los talleres de Emprende en casa me han permitido obtener nuevos conocimientos para la elaboración de productos y desarrollar habilidades que me permitan tener ingresos.					
Comprendo mejor los talleres impartidos de forma presencial que de manera virtual.					
Considero que los productos (dípticos, volantes, afiches) del programa Emprende en casa han sido informativos y fáciles de comprender.					
Los manuales u otros materiales (en ppt, word, pdf) referentes a los talleres que me brindó el programa Emprende en casa me han servido para reforzar mis conocimientos.					
He reforzado mi aprendizaje con el material audiovisual (videos) brindado por el programa Emprende en casa.					
He escuchado información en la radio frecuentemente sobre el programa Emprende en casa.					
He visto bastante información en Facebook del programa Emprende en casa.					
He encontrado información útil en Instagram del programa Emprende en casa.					
He usado frecuentemente WhatsApp para recibir valiosa información y retroalimentación sobre los talleres de Emprende en casa.					
He reforzado mi aprendizaje con los videos subidos a YouTube del programa Emprende en casa.					

SEGUNDA PARTE

Estimado participante: A continuación, responda a las siguientes afirmaciones indicando qué tan de acuerdo o desacuerdo está con cada una de ellas. Le pedimos completa sinceridad al momento de marcar la respuesta.

Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo= 2. Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3
De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5

Enunciado	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Participó activamente en proyectos, comités u asociaciones de mi comunidad.					
Me comunico y organizo con mis compañeros participantes del programa y otras personas de mi comunidad.					
Últimamente he tomado decisiones como participar en iniciativas comunitarias, emprender mi negocio propio, entre otros.					
Me he dado cuenta de que estoy logrando cambios que aportan al desarrollo de mi comunidad.					
He logrado influir en los miembros de mi comunidad para que participen en iniciativas de desarrollo como el programa Emprende en casa.					
No soy indiferente a las aspiraciones, motivaciones y/o problemas de las personas que me rodean.					
Siento que mis acciones ayudan a otros a superarse y a emprender.					
Estoy orgulloso de formar parte de mi comunidad.					
Me intereso por ayudar a buscar soluciones a los problemas de mi comunidad.					
Procuro estar informado sobre mis deberes y derechos como ciudadano.					
Siento que tengo control sobre mis habilidades para manejar exitosamente cualquier situación que se me presente.					
Considero que, a pesar de las adversidades de mi entorno, yo puedo salir adelante.					
Siento que tengo las capacidades para realizar los proyectos que me proponga.					

CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

La confiabilidad del instrumento que consta de dos partes utilizado en la investigación se midió a través del Alfa de Cronbach que toma los ítems medidos en la escala tipo Likert y establece la medición de un mismo constructo. Cuanto más se aproxime al valor de 1 el Alfa de Cronbach, la consistencia interna de los ítems del instrumento también es mayor.

De la aplicación del Alfa Cronbach se ha obtenido una validación de contenido para las variables de estudio herramientas de comunicación para el desarrollo de 0.840 y para la variable empoderamiento de 0.916, en ambos casos es mayor al 0.70, por lo tanto, ambas partes del estudio son fiables para la aplicación en la investigación.

Primera parte: Herramientas de Comunicación para el Desarrollo

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	66	100.0
	Excluidos ^a	0	0.0
	Total	66	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.840	11

Segunda parte: Empoderamiento

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	66	100.0
	Excluidos ^a	0	0.0
	Total	66	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.916	13