



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



#### **USO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL EMPODERAMIENTO DE LA COOPERATIVA DE ARTESANIAS LUPACA DE LA REGIÓN**

**PUNO - 2021**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. ALEXANDER CALCINA LUQUE**

**Bach. GONZALO ESCARCENA MAMANI**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**PUNO - PERÚ**

**2024**



## Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**USO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL EMPODERAMIENTO DE LA COOPERATIVA D E ARTESANIAS LUPACA DE LA REGIÓN PUNO - 2021**

AUTOR

**ALEXANDER CALCINA LUQUE GONZALO ESCARCENA MAMANI**

RECUESTO DE PALABRAS

**22962 Words**

RECUESTO DE CARACTERES

**127917 Characters**

RECUESTO DE PÁGINAS

**127 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**2.7MB**

FECHA DE ENTREGA

**Feb 1, 2024 2:18 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Feb 1, 2024 2:19 PM GMT-5**

### ● 14% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cros:

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente

  
Mg. Herpán Porto Brava  
DOCENTE, UNA-PUNO

  
Dra. Yidi J. Yucra Mamani  
COORDINADORA INVESTIGACIÓN EPCCS-UNP



## DEDICATORIA

*Agradezco a mis padres, Saturnino Escarcena y Martha Mamani, por brindarme la oportunidad de recibir una formación profesional, por la confianza que depositaron en mí para enfrentar nuevos desafíos y por su apoyo incondicional en todos los aspectos de la vida. También quiero reconocer a mis hermanas, Sumilda y Ruth, por sus consejos y por alentarme a seguir siempre adelante. De igual manera, agradezco a mis amigos y amigas que compartieron conmigo el trayecto académico.*

**Gonzalo Escarcena Mamani**



*Todo este esfuerzo está dedicado a mis padres; Epifanía R. Luque Justo y Fermín Calcina Gómez, a mis hermanas Maritza I. Calcina Luque y Katy Calcina Luque, porque ellos estuvieron conmigo en las buenas y en las malas, mis padres me apoyaron moralmente y económicamente para que pueda concluir esta carrera y siguen haciéndolo, ellos confiaron en mí y no me abandonaron, gracias a mis padres y a mis hermanas, los quiero mucho.*

**Alexander Calcina Luque**



## AGRADECIMIENTOS

*Expresamos nuestro profundo agradecimiento a la Universidad Nacional del Altiplano, nuestra alma mater, por compartir sus conocimientos y hacer posible la realización de nuestro sueño de convertirnos en profesionales dedicados al servicio de la sociedad.*

*Agradecemos a los profesores de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social por impartir sus conocimientos a lo largo de los años de nuestra formación profesional.*

*A los docentes miembros del jurado de tesis: Dr. René Jesús Vargas Irure, Dr. Luigi Hedrik Rodríguez Rocha, M.Sc. Percy Gómez Bailón; por sus valiosas sugerencias y comentarios constructivos que contribuyeron al desarrollo de la presente tesis.*

*A nuestro asesor de tesis, Mg. Hernán Porto Bravo, por su invaluable experiencia y orientación. Sin sus palabras y correcciones precisas, no habría sido posible alcanzar esta tan anhelada instancia.*

*Por último, extendemos nuestro agradecimiento a la familia de la Asociación SER – Puno, por proporcionarnos un espacio para nuestro desarrollo profesional y brindarnos la información indispensable para la realización de la tesis.*

**Gonzalo Escarcena Mamani**

**Alexander Calcina Luque**



# ÍNDICE GENERAL

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTOS**

**ÍNDICE GENERAL**

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**ÍNDICE DE TABLAS**

**ÍNDICE DE ACRÓNIMOS**

**RESUMEN.....14**

**ABSTRACT.....15**

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

**1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....17**

**1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....26**

1.2.1. Problema general.....26

1.2.2. Problemas específicos.....26

**1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....26**

1.3.1. Hipótesis general.....26

1.3.2. Hipótesis específicas.....27

**1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....27**

**1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....29**

1.5.1. Objetivo general.....29

1.5.2. Objetivos específicos.....29



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>30</b>
2.1.1. A nivel internacional.....	30
2.1.2. A nivel nacional.....	31
2.1.3. A nivel local.....	31
<b>2.2. MARCO TEORICO</b> .....	<b>33</b>
2.2.1. Comunicación.....	33
2.2.2. Desarrollo.....	35
2.2.3. Comunicación para el desarrollo.....	37
2.2.4. Estrategias de comunicación para el desarrollo.....	39
2.2.5. Empoderamiento.....	45
2.2.6. Empoderamiento de la mujer.....	47
2.2.7. Descripción de Asociación SER.....	48
2.2.8. Cooperativa de Artesanías Lupaca.....	50
<b>2.3. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>51</b>
2.3.1. Artesanía.....	51
2.3.2. Artesano/a.....	51
2.3.3. Comunicación.....	51
2.3.4. Comunicación para el desarrollo.....	52
2.3.5. Cooperativa.....	52



2.3.6. Desarrollo de capacidades.....	52
2.3.7. Difusión.....	52
2.3.8. Empoderamiento.....	52
2.3.9. Estrategia.....	53
2.3.10. Información.....	53
2.3.11. Mujer rural.....	53
2.3.12. Participación.....	53

### **CAPITULO III**

#### **MATERIALES Y MÉTODOS**

<b>3.1. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>55</b>
<b>3.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>56</b>
<b>3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>56</b>
<b>3.5. DIMENSIONES.....</b>	<b>56</b>
<b>3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO.....</b>	<b>57</b>
3.6.1. Población.....	57
3.6.2. Muestra.....	57
<b>3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....</b>	<b>58</b>
3.7.1. Técnicas.....	58
3.7.2. Instrumentos.....	59
<b>3.8. UTILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....</b>	<b>60</b>
<b>3.9. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....</b>	<b>60</b>



## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

<b>4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA ENTREVISTA</b> .....	<b>62</b>
<b>4.2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA ENCUESTA</b> .....	<b>68</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	<b>92</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>94</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>95</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>100</b>

**Área:** Comunicación para el Desarrollo

**Tema:** Estrategias de Comunicación para el Desarrollo

**Fecha de Sustentación:** 26 de abril del 2024



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Edad de artesanas/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca .....	68
<b>Figura 2.</b> Sexo de artesanas/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca .....	69
<b>Figura 3.</b> ¿Los mensajes de información del proyecto fueron en su lengua materna? ..	70
<b>Figura 4.</b> ¿Cómo califica la información que reciben los asociados de la Cooperativa Lupaca? .....	72
<b>Figura 5.</b> ¿Qué materiales impresos les entregó el proyecto a los asociados de la Cooperativa?.....	73
<b>Figura 6.</b> ¿Cómo califica la información de los materiales impresos? .....	75
<b>Figura 7.</b> Al comunicar sobre el proyecto ¿se ha tomado en cuenta las costumbres y tradiciones de la población? .....	76
<b>Figura 8.</b> ¿Mediante qué acciones te enseñaron para desarrollar tus capacidades?.....	77
<b>Figura 9.</b> ¿Por qué medio se entera usted de los talleres y capacitaciones? .....	79
<b>Figura 10.</b> ¿Asiste a los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto?.....	80
<b>Figura 11.</b> ¿Cómo participa de los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto? ..	81
<b>Figura 12.</b> ¿Cómo califica el desarrollo de los talleres y capacitaciones?.....	83
<b>Figura 13.</b> ¿Como socio realiza o hace lo que se aprende en los talleres brindados a la Cooperativa de Artesanías Lupaca? .....	84
<b>Figura 14.</b> ¿Existe una buena relación entre las socias/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca? .....	85
<b>Figura 15.</b> ¿Considera usted a los directivos de la Cooperativa como buenos líderes para el desarrollo de la Cooperativa? .....	87



**Figura 16.** ¿Qué habilidades ha desarrollado usted al formar parte de la Cooperativa? 88

**Figura 17.** ¿De qué manera interviene la Cooperativa en la vida comunitaria? ..... 89

**Figura 18.** ¿A través de que medio se difunde el trabajo de la Cooperativa Lupaca?... 90



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Número de socios de la Cooperativa de Artesanías Lupaca.....	58
<b>Tabla 2.</b> Utilidad de los instrumentos .....	60



## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

**ASOCAM:** Servicio Regional de Gestión de Conocimientos

**CMMAD:** Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo

**CODUCE:** Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación

**CPD:** Comunicación para el Desarrollo

**ENDES:** Encuesta Demográfica y de Salud Familiar

**FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

**INEI:** Instituto Nacional de Estadística e Informática

**MIMP:** Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

**MINCETUR:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

**ODS:** Objetivo de Desarrollo Sostenible

**ONG:** Organización No Gubernamental

**ONU:** Organización de las Naciones Unidas

**PNUD:** Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

**RNA:** Registro Nacional de Artesanos

**SER:** Asociación Servicios Educativos Rurales

**SUNARP:** Superintendencia Nacional de Registros Públicos

**UNICEF:** Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia

**UPN:** Universidad Privada del Norte



## RESUMEN

El trabajo de investigación tiene como objetivo describir cuáles son las Estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la región Puno - 2021. La metodología de este estudio es mixta (cualitativo - cuantitativo) y de tipo descriptivo, el universo está conformado por 146 socias/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca, de los cuales 132 son mujeres y 14 varones, y se trabajó con el conjunto completo, las técnicas utilizadas fueron: la encuesta a los socios/as, entrevista al promotor del proceso de empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca y entrevista a la Sra. Lourdes Flores Ramos, presidenta de la Cooperativa de Artesanías Lupaca. La variable de esta investigación es; Estrategias de Comunicación para el Desarrollo. Los resultados evidencian que las estrategias de Comunicación para el Desarrollo (información, desarrollo de capacidades, participación y difusión), son utilizadas adecuadamente en el proceso de empoderamiento. Concluyendo que estas estrategias comunicacionales permiten a mujeres y varones contar con información necesaria para realizar una planificación adecuada y mejorar su calidad de vida.

**Palabras Clave:** Artesanía, Comunicación, Cooperativa, Empoderamiento, Estrategias.



## ABSTRACT

The objective of the research work is to describe the Communication Strategies for Development used in the empowerment of the Lupaca Crafts Cooperative of the Puno region - 2021. The methodology of this study is mixed (qualitative - quantitative) and descriptive, the universe is made up of 146 members of the Lupaca Crafts Cooperative, of which 132 are women and 14 men, and we worked with the entire group, the techniques used were: survey of members, interview with promoter of the empowerment process of the Lupaca Handicrafts Cooperative and interviews Mrs. Lourdes Flores Ramos, president of the Lupaca Handicrafts Cooperative. The variable of this research is; Communication Strategies for Development. The results show that Communication for Development strategies (information, capacity development, participation and dissemination) are used appropriately in the empowerment process. Concluding that these communication strategies allow women and men to have the necessary information to carry out adequate planning and improve their quality of life.

**Keywords:** Crafts, Communication, Cooperative, Empowerment, Strategies,



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

Comunicación y desarrollo se vinculan de múltiples formas. El desarrollo o progreso social se logra únicamente mediante la amplia participación de los ciudadanos. La comunicación para el desarrollo surge como una herramienta esencial para facilitar la colaboración de las personas a través de propuestas, debates y acciones en los distintos niveles y contextos donde se abordan y resuelven los asuntos que les afectan directamente.

En la actualidad, la aplicación de la Comunicación para el Desarrollo abarca diversos sectores en los que las personas toman decisiones y acciones orientadas hacia el éxito. Su alcance no se limita únicamente a la promoción de la agricultura, sino que también respalda programas relacionados con la nutrición, la salud, la igualdad de género, la salud reproductiva, la ganadería, el medio ambiente, la alfabetización, la generación de ingresos, las estrategias de vida sostenible, y otras áreas de importancia. Este enfoque se centra en las necesidades específicas de las comunidades y organizaciones que colaboran con ellas, fortaleciendo a todos los actores involucrados en el desarrollo, con especial atención a las poblaciones vulnerables en entornos rurales y urbanos.

La presente investigación estudia las Estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca, que en su mayoría son mujeres que radican en comunidades campesinas del distrito de Acora, y que buscan por medio de la artesanía (textil, cerámica y totora), desenvolverse sin ningún impedimento y generar ingresos económicos adicionales para aportar a su hogar.

Este estudio está estructurado en cuatro capítulos: Primero, introducción; donde se da a conocer el planteamiento del problema, hipótesis, justificación y objetivos del



estudio. Segundo, revisión de literatura; en este se detallan los antecedentes, marco teórico y conceptual, con referencia a la teórica de diversas fuentes que permiten sustentar la investigación. Tercero, materiales y métodos; donde se describe la metodología de investigación, técnicas e instrumentos. Y cuarto, resultados y discusión; en este capítulo se muestran los resultados de la investigación a través de gráficos con su debida interpretación; finalmente, se precisa las conclusiones y recomendaciones visibilizando el resultado final de la investigación.

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El enfoque de género facilita la comprensión de cómo mujeres y varones experimentan y contribuyen al desarrollo social, así como a diversas manifestaciones y procesos culturales. A lo largo de muchos años, los países latinoamericanos han experimentado un proceso de transformación rural que se caracteriza, entre otras cosas, por una diversificación de las actividades económicas en las zonas rurales. Este cambio implica la transición de la agricultura familiar de subsistencia hacia actividades no agrícolas, como la migración a zonas urbanas en busca de empleo, generando interrelaciones entre las áreas rurales y urbanas (Kay, 2008).

Dentro de este contexto, la artesanía se destaca como una de las principales actividades no agrícolas en la economía de los hogares rurales. Aunque tanto hombres como mujeres pueden desempeñar roles artesanales, esta actividad es predominante entre la población femenina. Esto se debe a su capacidad para complementar las responsabilidades reproductivas de las mujeres, como el cuidado de los hijos y la preparación de alimentos (Littrell y Dickson, 1999).

El índice de pobreza en las áreas rurales de Perú experimenta un aumento constante; en el año 2019, alcanzó el 40.8%, y en el año 2020, esta cifra se elevó a un



45.7% (Instituto Peruano de Economía, 2021). Estos datos reflejan las recurrentes crisis y ajustes económicos que los habitantes de las zonas rurales del país deben afrontar para superar estas adversidades.

En este contexto, son las mujeres quienes desempeñan un papel fundamental en el sostén económico de sus familias, ya que los hombres de las zonas rurales tienden a migrar a las ciudades en busca de empleo, dado que los ingresos generados por la agricultura familiar no son suficientes para mantener a sus familias. De esta manera, las mujeres rurales peruanas se involucran de manera más activa en el ámbito laboral, participando en diversas actividades, entre las cuales destaca la artesanía.

La producción artesanal desempeña un papel de gran importancia en la actividad económica de nuestro país, contribuyendo significativamente al desarrollo económico y social, especialmente en los sectores de producción y empleo. Según el Registro Nacional del Artesano - RNA, actualmente hay alrededor de 90,416 artesanos y artesanas registrados a nivel nacional. Este grupo está compuesto mayoritariamente por mujeres, representando el 74%, mientras que el 26% corresponde a varones (MINCETUR, 2021).

Conforme a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2012), a nivel nacional existen 1,169 municipalidades que llevan a cabo diversas iniciativas para fomentar la artesanía dentro de su jurisdicción. Esto incluye la organización de ferias en 944 distritos, la promoción y publicidad de productos artesanales en 595 distritos, acciones de capacitación dirigidas a productores artesanales en 453 distritos, y el respaldo a la comercialización de los productos en 392 distritos. De las municipalidades que organizaron mayor número de ferias artesanales se encuentran en el departamento de Lima (88), seguido por Cusco (81) y Junín (75).



Como se puede evidenciar, las iniciativas para impulsar la artesanía a nivel nacional se centran principalmente en la comercialización de los productos, descuidando aspectos clave como el empoderamiento y el fortalecimiento de los conocimientos en gestión y organización tanto de los artesanos como de las asociaciones y cooperativas. La mayoría de los proyectos implementados y por implementar por parte del estado peruano en el ámbito artesanal se llevan a cabo de manera espontánea y empírica, con inversiones reducidas, empleo de tecnologías tradicionales, predominio de habilidades manuales basadas en la creatividad del artesano y con una división limitada del trabajo (Universidad de Lima, 2003).

Esta situación coloca al sector artesanal en una posición desfavorable en comparación con otras actividades económicas y plantea un problema que requiere una solución urgente. Los proyectos estatales se centran en reunir a los artesanos para capacitarlos en la mejora de sus productos y en estrategias de comercialización, con el objetivo final de establecer una asociación o cooperativa debidamente registrada en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP). Sin embargo, tras la conclusión de estos proyectos, las asociaciones o cooperativas tienden a desintegrarse, o su productividad empieza a disminuir.

Como se menciona en líneas anteriores, una gran parte del sector artesanal está conformado por mujeres rurales que de acuerdo con la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES, 2016), el promedio de estudios aprobados por la mujer urbana es de 10,7 años, mientras que el de las mujeres del área rural es de 6 años. A ello se agrega que el 26,6 % de las mujeres rurales no sabe leer ni escribir, es decir, esta situación se presenta tres veces más que en los varones de la zona.

Ahora bien, en diez regiones, las mujeres rurales presentaron tasas de analfabetismos superiores al promedio nacional. En conjunto, estas regiones albergan al



86,6 % de la población femenina analfabeta (Letona, 2017). De acuerdo con el Informe de Brechas de Género del INEI (2016), en la problemática del analfabetismo también se observa que, entre quienes tienen como lengua materna un idioma indígena, en el área urbana, la brecha es de 16 % y en el área rural alcanza un 24,4 %. En general, las mujeres rurales tienen un bajo nivel educativo, entre ellas las mujeres artesanas, lo que genera que al terminar la intervención de proyectos ejecutados por el estado estas no tengan sostenibilidad.

La región de Puno, en el 2020, es la segunda región con mayor cantidad de artesanos y artesanas registrados en el RNA con un total de 11 361. La artesanía en este departamento, tiene una larga tradición en la producción doméstica para el autoconsumo o el intercambio. No obstante, en las últimas décadas del siglo XX fue notable en la economía campesina y ahora es una fuente de ingresos que complementa otras actividades productivas como la agricultura y la ganadería (Velásquez, 1988).

Las artesanas en la región de Puno, se ven afectadas por cambios en la dimensión temporal de la producción. La mayoría de las mujeres, no se dedica exclusivamente a la artesanía, normalmente, realizan sus productos artesanales en sus tiempos libres. Sin embargo, al iniciar en la comercialización cooperativa y tener pedidos en fechas pactadas, entran en conflicto con sus actividades agropecuarias y del hogar.

Asimismo, cuando tienen que cumplir un pedido a corto plazo, necesitan realizar sus productos artesanales durante todo el día, en esta situación, dependen de la colaboración de los demás miembros de su familia (esposo, hijos, otros), que muchas veces no valoran el trabajo de la mujer artesana, lo que la desmotiva en continuar con el trabajo artesanal (Forstner, 2013).



Otro factor, por el que el sector artesanal no es la actividad principal de las mujeres rurales, se debe a que esta labor no genera ingresos fijos y pueden variar de mes en mes. Además de que el gobierno regional y gobiernos locales no realizan suficientes acciones para promover la comercialización y desarrollo de los artesanos puneños.

A pesar de los esfuerzos realizados por las mujeres con el respaldo de organismos internacionales para reducir las brechas de desigualdad de género y promover entornos laborales más inclusivos, mediante el Quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) establecido por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) indica que en Perú persisten diversas dificultades como la existencia de leyes y normativas discriminatorias de índole social, además de que las mujeres continúan siendo insuficientemente representadas en todos los niveles de liderazgo

De la misma manera, la ONU señala que, hasta enero de 2019, solo el 20.7% de los cargos ministeriales en Perú fueron ocupados por mujeres, siendo las carteras más comunes las relacionadas con asuntos sociales, medio ambiente, formación vocacional, y comercio e industria. A este panorama se suma la disparidad salarial, ya que las mujeres continúan ganando un 24% menos que los hombres en el mercado laboral.

En Perú, se promulgó la Ley N° 28983, conocida como la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, con el propósito de asegurar que hombres y mujeres ejerzan sus derechos a la igualdad, dignidad, libre desarrollo, bienestar y autonomía, evitando la discriminación en todas las áreas de sus vidas, tanto públicas como privadas (Congreso de la República, 2007). No obstante, a partir de 2013, el gobierno peruano inició diálogos políticos para promover el empoderamiento y la autonomía económica de las mujeres, así como la construcción de una agenda destinada a mejorar la situación de las mujeres peruanas en los ámbitos productivo, laboral y económico. Esta



iniciativa forma parte de una estrategia nacional que involucra a diversos sectores del Estado.

Por otro lado, el Plan Nacional de Igualdad de Género, tiene como finalidad “Garantizar los derechos económicos de las mujeres en condiciones de equidad e igualdad de oportunidades con los hombres”, señalando entre otros aspectos que los programas de capacitación laboral, generación de empleo y proyectos productivos del Estado, deben garantizar la cuota de género favoreciendo la participación de mujeres rurales andinas y amazónicas y en situación de discapacidad (MIMP, 2012). No obstante, el Plan Nacional de Igualdad de Género solo garantiza la cuota de género más no un adecuado empoderamiento y fortalecimiento de conocimientos y capacidades hacia las mujeres.

Frente a este contexto la ONU, manifiesta la importancia fundamental del empoderamiento de las mujeres para que participen plenamente en todos los sectores y a todos los niveles de la actividad económica para construir economías fuertes, establecer sociedades más estables y justas, alcanzar los objetivos de desarrollo, sostenibilidad y derechos humanos, y mejorar la calidad de vida de sus familias.

Para lograr un empoderamiento eficiente, el Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), resalta el rol de la Comunicación Para el Desarrollo, porque emplea una serie de herramientas y enfoques que permiten que las comunidades se conviertan en los artífices de su propio desarrollo, es decir, que sean los propios individuos quienes tomen la iniciativa para emprender acciones y medidas que les permitan mejorar su calidad de vida.

Aunque existen numerosos artículos y publicaciones académicas dedicados a las metodologías de la comunicación para el desarrollo, es evidente que las investigaciones específicas sobre estrategias de comunicación para el desarrollo son escasas.



La implementación efectiva de estrategias de comunicación para el desarrollo en proyectos sociales o productivos es crucial para mantener los objetivos del proyecto a lo largo del tiempo. En este sentido, las estrategias comunicacionales se convierten en instrumentos fundamentales para articular y fomentar el diálogo entre los actores, contribuyendo así a la sostenibilidad del proyecto (Moriano, 2020).

En Perú, se han impulsado diversos proyectos y programas desde el sector público con el objetivo de mejorar la calidad de vida en poblaciones vulnerables, sin embargo, muchos de estos proyectos pierden su sostenibilidad una vez que concluye la intervención directa en las áreas específicas. Esto conduce a la fragmentación organizativa de asociaciones, cooperativas y emprendimientos respaldados por el sector público, que con el tiempo dejan de funcionar como entidades organizadas.

Por otro lado, desde el sector privado, los proyectos sociales y productivos se formulan y ejecutan con una perspectiva de sostenibilidad, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Donde planifican el proceso de comunicación para el desarrollo a través de estrategias informativas, de desarrollo de capacidades, de participación y movilización, y de difusión. Los promotores/facilitadores encargados de aplicar estas estrategias brindan apoyo a comunidades campesinas, cooperativas y otras organizaciones vulnerables para fortalecer su toma de decisiones y establecer metas viables para su sostenibilidad (Huarcaya, 2006).

En el ámbito específico en el que trabajan los profesionales de la comunicación para el desarrollo, especialmente en entornos sociales complejos, se presentan desafíos para comprender cómo se planifican, facilitan e implementan estratégicamente los proyectos de comunicación para el desarrollo. La mayoría de los estudios sobre comunicación para el desarrollo se centran en las fases de análisis e investigación, y en la



fase de monitoreo y evaluación, omitiendo las fases de diseño de estrategia y su desarrollo (Moriano, 2020).

Es esencial estudiar las características sociales y económicas de los actores sociales con los cuales se llevarán a cabo las estrategias de comunicación para el desarrollo. Esto se debe a que las acciones planificadas permitirán que los actores sociales comprendan de manera efectiva la información proporcionada, utilizándola para desarrollar sus capacidades y mejorar su calidad de vida.

A pesar de que existen artículos y publicaciones académicas que giran en torno a las metodologías de la comunicación para el desarrollo, también es cierto que son escasas las investigaciones que se centran exclusivamente en las estrategias de comunicación para el desarrollo y que estas se focalizan en el estudio de casos concretos de difícil extrapolación a otros ámbitos.

La implementación exitosa de las estrategias de comunicación para el desarrollo en un proyecto social o productivo asegura que el propósito del proyecto permanezca vigente a lo largo del tiempo. En este sentido, las estrategias de comunicación se convierten en una herramienta crucial para facilitar y fomentar el diálogo entre los diversos participantes, contribuyendo así a la sostenibilidad del proyecto (Moriano, 2020).

En Perú, en los últimos años, se han impulsado diversos proyectos y programas desde el sector público con el propósito de mejorar la calidad de vida de comunidades en situaciones de vulnerabilidad. A pesar de ello, muchos de estos proyectos tienden a perder su sostenibilidad una vez que concluye la intervención directa en las áreas correspondientes. Como consecuencia, las asociaciones, cooperativas y emprendimientos



respaldados por el sector público experimentan una fragmentación organizativa con el tiempo, llegando eventualmente a dejar de funcionar como una organización.

Por otro lado, desde el sector privado, los proyectos sociales y productivos vienen formulándose y ejecutándose con una mirada de sostenibilidad y en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, teniendo en cuenta el proceso de comunicación para el desarrollo, es decir; planifican estrategias de información, de desarrollo de capacidades, de participación y movilización, y difusión. El promotor o facilitador encargado de implementar estas estrategias brinda apoyo a las comunidades campesinas, cooperativas y otras organizaciones en situación de vulnerabilidad, fortaleciendo sus capacidades en la toma de decisiones y guiándolos en la toma de decisiones y en definir metas viables para asegurar su sostenibilidad (Huarcaya, 2006).

En el contexto específico en el que operan los profesionales de la comunicación para el desarrollo en entornos sociales complejos, enfrentan desafíos al comprender cómo se planifican, facilitan e implementan estratégicamente los proyectos de comunicación para el desarrollo. En otras palabras, la mayoría de los estudios relacionados con la comunicación para el desarrollo se enfocan en las etapas de análisis e investigación, así como en la fase de monitoreo y evaluación de los procesos de comunicación, dejando de lado las fases de diseño de estrategias y desarrollo de las mismas (Moriano, 2020). A pesar de contar con una amplia y accesible literatura que analiza diversas herramientas de comunicación, la mayoría de estos estudios no tienen en cuenta las acciones empleadas en las estrategias de comunicación.

Además, es esencial examinar las características sociales y económicas de los actores sociales con los cuales se implementarán las estrategias de comunicación para el desarrollo. Esto se debe a que las acciones planificadas facilitarán que los actores sociales



comprendan de manera óptima la información proporcionada, utilizándola para desarrollar sus capacidades y mejorar su calidad de vida.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema general**

- ¿Cuáles son las estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cómo se implementa la estrategia de información en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?
- ¿Cómo se implementa la estrategia de desarrollo de capacidades en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?
- ¿Cómo se implementa la estrategia de movilización y participación en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?
- ¿Cómo se implementa la estrategia de difusión en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?

## **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. Hipótesis general**

- Las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la cooperativa de Artesanías Lupaca son: de



información, desarrollo de capacidades, participación y movilización social, y difusión.

### **1.3.2. Hipótesis específicas**

- La estrategia de información utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno se implementa a través de jornadas informativas, charlas y material impreso. Teniendo en cuenta el idioma y las costumbres de los asociados.
- La estrategia de desarrollo de capacidades utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno se implementan a través de capacitaciones y talleres.
- La estrategia de movilización y participación utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno, se implementa por medio de pasantías, ferias y rueda de negocios.
- La estrategia de difusión utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno se implementa mediante redes sociales y prensa escrita.

## **1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

El propósito central de la Comunicación para el Desarrollo es fomentar que tanto individuos como comunidades sean los impulsores y beneficiarios de los procesos de cambio social. Esto se logra mediante la planificación e implementación de estrategias que se fundamentan en el diálogo y la negociación. Más allá de simplemente gestionar los medios, esta comunicación empodera a la comunidad, permitiendo que sean los propios participantes quienes lideren el proceso de transformación.



La importancia de implementar estrategias de comunicación en proyectos sociales y productivos es tan significativa que la mayoría de las agencias internacionales (como las Naciones Unidas, la FAO, UNICEF, el Banco Mundial y el BID) y organizaciones civiles a nivel global han integrado el Componente Comunicación en sus programas. Asimismo, han incorporado comunicadores especializados tanto para supervisar la difusión de sus actividades como para llevar a cabo labores en el terreno.

Este estudio se centra en analizar las estrategias de comunicación para el desarrollo, ya que, a través de estas diversas poblaciones, asociaciones y cooperativas locales están experimentando avances, especialmente aquellas en áreas rurales. Un ejemplo de esto es la Cooperativa de Artesanías Lupaca, situada en la Región de Puno, específicamente en la Provincia de Puno, Distrito de Acora. Esta cooperativa está conformada por residentes de diversas comunidades de la zona sur de la región Puno.

Asimismo, esta investigación destaca cómo el uso adecuado de las estrategias de Comunicación para el Desarrollo facilita el empoderamiento de las mujeres artesanas afiliadas a la Cooperativa de Artesanías Lupaca. Además, se detallan las acciones llevadas a cabo en las estrategias de información, desarrollo de capacidades, participación y movilización, así como la difusión, dentro del proceso de empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca.

Esta investigación busca ofrecer información valiosa y convertirse en una referencia para que el gobierno nacional, así como los gobiernos regionales y locales, puedan planificar y llevar a cabo con mayor eficacia los proyectos o programas sociales centrados en temas relacionados con el empoderamiento en el sector artesanal.



## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. Objetivo general**

- Determinar cuáles son las estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Describir como se implementa la estrategia de información en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021
- Describir como se implementa la estrategia de desarrollo de capacidades en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.
- Describir como se implementa la estrategia de movilización y participación en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.
- Describir como se implementa la estrategia de difusión en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. A nivel internacional

Villalobos y Micolta (2015), en su tesis de grado denominada “Estrategia de comunicación para el empoderamiento colectivo en Buenaventura” se plantea como objetivo incidir en las formas de sentir, pensar y actuar de la ciudadanía para lograr mayores niveles empoderamiento colectivo en la ciudadanía de Buenaventura, donde concluye que Buenaventura enfrenta un entorno socioeconómico complejo, caracterizado por tasas de desempleo y violencia superiores a la media nacional. A pesar de esto, tanto el país como la comunidad global están dirigiendo su atención hacia este enclave en las costas del océano Pacífico, cuya ubicación geográfica lo posiciona como un punto focal para el desarrollo. A lo largo de muchos años, la región ha experimentado diversos desafíos, incluida la corrupción, que ha obstaculizado un progreso social, económico y político que se ajuste a sus necesidades y potencialidades como uno de los principales puertos marítimos de Colombia. En medio de este escenario, los habitantes han forjado una percepción de la ciudad donde la desesperanza y el pesimismo son predominantes, lo que lleva a que prefieran no participar en procesos organizativos. Pareciera que encuentran más sencillo delegar la responsabilidad del desarrollo de Buenaventura a otras personas, ya que evitan participar en iniciativas organizativas para abordar sus problemas, aunque sí ejercen su derecho al voto en las elecciones para diversos cargos públicos.



### **2.1.2. A nivel nacional**

Gamboa (2016), en su tesis de grado denominado “La comunicación para el desarrollo como elemento dinamizador de los procesos de participación ciudadana en la provincia del Santa” concluye que la auténtica comunicación, entendida como el intercambio de ideas entre dos o más partes, que implica una actitud auténtica de escucha y empatía para comprender al otro, se torna esencial para enfrentar de manera efectiva los conflictos presentes en el entorno político y social, resaltando la relevancia de la organización y la participación ciudadana.

Ruiz (2018), en su tesis de grado denominada “Comunicación y empoderamiento de la mujer: estrategia de comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local” se plantea como objetivo analizar el impacto que genera la ausencia de una estrategia de comunicación en la visibilización y el rol de las mujeres Yachachiq de Canas (Cusco), para generar una propuesta comunicacional, donde concluye que en la actualidad, hay un reconocimiento bastante limitado por parte de los integrantes de la comunidad, tanto hombres como mujeres, sobre la existencia de los Yachachiq. En cuanto a las mujeres Yachachiq, este grupo humano es prácticamente inexistente, y aún más escaso es su papel en el desarrollo económico local de Canas. Ante esta situación, es crucial implementar una estrategia enfocada en fomentar la visibilidad tanto de los miembros como de las actividades que llevan a cabo.

### **2.1.3. A nivel local**

Catacora (2017), en su tesis de grado denominado “Estrategias de comunicación utilizadas en el proyecto "desarrollo ganadero del corredor Puno -



Ayaviri " Caritas puno – 2013" se plantea como objetivo conocer las estrategias de comunicación utilizadas en el proyecto "Desarrollo Ganadero del corredor Puno - Ayaviri " Caritas Puno -2013, donde concluye que las estrategias predominantes fueron principalmente interpersonales y gráficas, mientras que el uso de estrategias audiovisuales fue mínimo en términos porcentuales.

Castañeda (2015), en su tesis de grado denominado "Estrategias de comunicación utilizadas en el proceso de capacitación a las beneficiarias del programa social vaso de leche de la municipalidad provincial de Puno 2014" se plantea como objetivo determinar cómo se aplican las estrategias de comunicación en el proceso de capacitación a los beneficiarios del Programa Social Vaso de Leche de la Municipalidad Provincial de Puno 2014, donde concluye que las estrategias de comunicación empleadas en el proceso de capacitación para las beneficiarias del Programa Social Vaso de Leche carecen de una estructura, planificación y organización adecuadas. Debido a esta falta, las actividades de capacitación y las estrategias se llevan a cabo de manera improvisada, sin un plan que defina objetivos y metas para la capacitación. Este problema surge porque no hay un profesional especializado en comunicación para el desarrollo y los responsables del programa no otorgan la debida importancia a las capacitaciones, a pesar de que las madres beneficiarias muestran interés y tienen la necesidad de recibir información para mejorar su calidad de vida.

Hanco (2019), en su tesis de grado denominado "Estrategias de comunicación utilizadas por el Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad en el distrito de Acora - Puno 2017" se plantea como objetivo determinar las estrategias de comunicación para el desarrollo que utiliza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el distrito de Acora, donde concluye que las estrategias



de comunicación para el desarrollo más empleadas por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el distrito de Acora son la Información y Sensibilización, así como el Desarrollo de Capacidades. La estrategia de Información y Sensibilización logra despertar el interés de los actores sociales en los temas abordados por el programa, tales como violencia familiar, trata de personas, derechos del niño y del adolescente, entre otros. Para llevar a cabo estas actividades, se estableció colaboración con figuras de alta credibilidad dentro del distrito de Acora. Sin embargo, se observa que la estrategia de Desarrollo de Capacidades no fue implementada de manera efectiva, ya que los facilitadores carecían de guías metodológicas, no evaluaron los conocimientos previos de los actores sociales y no fomentaron espacios de diálogo con la población.

## **2.2. MARCO TEORICO**

### **2.2.1. Comunicación**

En la actualidad, la comunicación es un factor importante para el crecimiento de las ciudades, su intención es identificar las actitudes, necesidades y comportamientos de la población para que contribuyan en la creación de estrategias que mejoren las relaciones entre las organizaciones y el público. Para Traverso (2017), “la comunicación resulta ser una de las mejores actividades humanas, que permiten relacionar a los miembros de una sociedad a fin de conseguir los objetivos propuestos para lograr el desarrollo y bienestar”.

La comunicación humana surge por diferentes necesidades, tales como el contacto, la persuasión y la expansión. La urgencia de comunicar a otros los pensamientos, sentimientos, angustias o necesidades, hicieron que estas sean articuladas en un lenguaje básico de señas, pantomimas y movimientos dirigidos para



ser más eficaces entre los grupos humanos. Bajo esta premisa, Fonseca (2011) refiere que la comunicación se trata de una cualidad humana racional que emerge de la necesidad que tenemos para ponernos en contacto con los demás, todo lo cual significa un intercambio de ideas que sólo adquieren sentido lógico cuando las relacionamos con la realidad.

La comunicación entre los seres humanos permite la interacción entre dos o más personas mediante un mismo código, como precisa Loria (2011), que, en una comunidad, cada persona tiene una gama de situaciones particulares, estas las hacen distintas de las demás, aunque existen estructuras coincidentes entre los integrantes de un grupo sociolingüístico determinado. En este contexto, Hernández y Garay (2005), definen a la comunicación como un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión.

Entonces la comunicación es un proceso de intercambio, que busca consensos inclusivos, pero también el respeto a las diferencias. Para que este proceso comunicacional se lleve a cabo de manera exitosa quienes intervienen en ella deben estar en la capacidad de entender las palabras, símbolos y señales que se intercambian, es decir deben compartir un código común.

Asimismo, Chiavetano (2007), indica que comunicación es “el proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra. Por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe.”



Desde estos enfoques, la comunicación, ya sea verbal o no verbal, desempeña un papel significativo en nuestras actividades diarias. Se trata de una forma de entender las intenciones de otras personas, un medio para expresar sus necesidades, una herramienta para establecer relaciones, una vía para el aprendizaje y, lo más importante, nos facilita comprender y adquirir conocimiento sobre la sociedad en la que vivimos.

### **2.2.2. Desarrollo**

Desarrollo puede definirse desde múltiples perspectivas que dependen del estilo de pensamiento y de las dimensiones consideradas en estudios específicos. Según Dubois (2002) el desarrollo “Es un concepto histórico, lo que quiere decir que no tiene una definición única”.

En los siglos XVIII y XIX la noción de Desarrollo se relacionaba con condiciones biológicas asociadas a una idea evolucionista. Luego, en el siglo XIX, como consecuencia de los efectos de la revolución industrial sobre amplios sectores de la población, el término es asociado a aspiraciones de justicia, participación y consolidación de derechos. A mediados del siglo XX, el Desarrollo se comienza a relacionar, de manera más explícita con las mejoras en la calidad de vida, crecimiento económico y prosperidad social de los Estados o comunidades locales (Barbeito, 2004).

Desde esta perspectiva, Barraza y Gómez (2005), se centran en la “Acumulación de capitales como factor de desarrollo, indicando que mientras mayor cantidad de bienes tenga un país, mayor será su desarrollo y su posición con respecto a otros países.



Por otro lado, Vásquez (2005), resalta el concepto de desarrollo como: “procesos de crecimiento y cambio estructural que persiguen satisfacer las necesidades y demandas de la población y mejorar su nivel de vida y, en concreto, se proponen el aumento del empleo y disminución de la pobreza”, objetivos que, por cierto, no se logran, ya que el énfasis se inclina a las políticas económicas, variables macro y micro económicas y crecimiento del producto interno bruto.

Desde 1980 se han venido integrando nuevos elementos al concepto de Desarrollo principalmente con relación al tema ambiental, y se ha visto de manera negativa el crecimiento económico y tecnológico que no tenga en cuenta el valor humano, social y, los ecosistemas: “el desarrollo y el progreso no son posibles sin la protección del medio ambiente y la productividad de los recursos naturales” (Hackenberg, 1993).

Según la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD), “Desarrollo”, se encuentra apoyado en la transformación de la economía y la sociedad y su principal objetivo es la satisfacción de las necesidades esenciales de la población mundial en expansión (CMMAD, 1992).

Fundamentándonos en los aportes de autores se observa que la definición de “desarrollo” es cambiante y esto debido a las condiciones históricas, inicialmente vinculado a lo biológico asociado a procesos de evolución, luego pasó a ser una noción relacionada con el bienestar social.

A pesar de los cambios históricos en el concepto de desarrollo, Perez (2015), afirma que “es el proceso por el cual una comunidad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente”.



Entonces la definición de desarrollo trasciende más allá de la variación de los ingresos de un país. En realidad, implica la construcción de un entorno propicio para que las personas puedan alcanzar su máximo potencial y llevar una vida productiva y creativa, acorde con sus necesidades e intereses.

### **2.2.3. Comunicación para el desarrollo**

Desde los años 70, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) ha promovido la comunicación para el desarrollo (CPD) “como un instrumento sin el cual no puede esperarse desarrollo sostenible”.

La comunicación para el desarrollo promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más aislados y con menos recursos. El experto en el concepto, Gumucio Dragon (2011), apunta cinco características indispensables que han de estar presentes en cualquier proceso de comunicación para el cambio social: el compromiso y la integración de los actores implicados, tener en cuenta las particularidades de cada cultura y de cada lengua, la generación de interacciones y contenidos de carácter próximo y local, uso de tecnología apropiada y expansión y crecimiento de los proyectos y de conectar redes con otras sociedades que también pueden verse favorecidas con la iniciativa.

De la misma manera, las Organizaciones de las Naciones Unidas, reconocen el papel fundamental de la CPD en el empoderamiento de las personas para influir sobre las decisiones que afectan a sus vidas, puesto que es más que una estrategia: es un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su



objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2011).

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la CPD establece diálogos directos con las comunidades para compartir ideas y conocimientos, empleando diversas herramientas y enfoques de comunicación que permiten a las personas y comunidades ser agentes de cambio y transformación en sus vidas (UNICEF, 2020).

Para la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (CODUCE), es una herramienta para la incidencia social y política. Promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las modernas tecnologías de la información. El denominador común es la manera como los aplicamos, por ende, no la podemos comprender únicamente como una actividad sino más bien como una actitud. Importa menos qué herramienta utilizamos y más cómo y con qué fin lo hacemos (Jenatsch y Bauer, 2016).

Del mismo modo, Servaes (2010), identifica diferentes enfoques de comunicación para el desarrollo y medios de comunicación utilizados en las organizaciones que trabajan a diferentes niveles de la sociedad y geográficos. Algunos de estos enfoques pueden ser agrupados bajo el título del así llamado modelo de difusión, mientras que otros se agrupan en el modelo participativo.

La comunicación para el desarrollo, valora el conocimiento local, entiende la necesidad de respetar las formas tradicionales de organización social y de fortalecerlas, a través de diferentes estrategias para ayudar a las personas a tomar el



control de sus vidas y mejorar la eficacia de las organizaciones; mediante el intercambio de mensajes que contribuyan a mejorar su calidad de vida.

Entonces comunicación no solo es informar. La Comunicación para el Desarrollo (CPD) se origina a partir de un examen crítico de los sistemas simbólicos presentes en una sociedad. Esto abarca desde los individuos que la componen hasta las interacciones que se establecen entre ellos, así como las representaciones y percepciones que construyen y refuerzan mutuamente. A partir de este análisis, se desarrolla un plan estratégico de acción con el propósito de contribuir a un cambio que mejore las condiciones de vida de uno o varios actores dentro de esa sociedad.

#### **2.2.4. Estrategias de comunicación para el desarrollo**

Antes de definir que son las estrategias de CPD, es fundamental tener en cuenta que una estrategia consiste en un plan orientado a dirigir un determinado asunto. Se compone de una serie de acciones previamente planificadas diseñadas para facilitar la toma de decisiones y lograr los mejores resultados posibles.

Las Estrategias de Comunicación para el Desarrollo se entienden como una forma de comunicación planificada y dirigida a un público objetivo concreto, centrada en fomentar el desarrollo y que persigue fortalecer el cambio social para que los individuos puedan conocer cuáles son sus derechos y puedan reivindicarlos. Se trata de un procedimiento de comunicación necesariamente participativo y horizontal. De hecho, se tiene preferencia por la participación de aquellas que usualmente quedan excluidas de los procesos sociales. Este es, sin duda, uno de sus objetivos principales: dar voz a aquellas personas que no la tienen (Brunet, 2011).

Según Deianira Hernández, responsable de comunicación para el desarrollo de la Fundación Entreculturas, las estrategias de Comunicación para el Desarrollo



han evolucionado y tienen como meta conseguir un cambio social, tanto en despertar conciencias como en cambiar realidades. Por eso es necesario tener en cuenta, cuál es el rol de los comunicadores frente al proceso de globalización y todo lo que ello conlleva consigo, para Rafael Pérez y Sandra Massoni, “el nuevo comunicador tiene que encontrar un equilibrio entre una forma muy práctica de abordar la realidad social, y la capacidad de elaborar y conceptualizar estrategias de largo plazo, sin olvidar las urgencias sociales del presente” (Pérez & Massoni, 2008).

Es necesario entender que la herramienta para aplicar una estrategia de comunicación es la elaboración de un plan que concentre todos los elementos necesarios para que la estrategia funcione. Pues al estar elaborado en base a objetivos (de corto, mediano y largo plazo) toma en cuenta no solo las acciones necesarias sino a su vez los recursos requeridos para alcanzarlos tanto a nivel económico como a nivel humano (Garate, 2018)

#### **2.2.4.1. Estrategia de información**

La CPD a través de esta estrategia, facilita el acceso de las personas a una información de calidad, lo que resulta en la adquisición de conocimientos más amplios que les permita defender sus derechos, llevar vidas saludables, emprender de manera eficaz, generar producción, cuidar el medio ambiente, resolver problemas, entre otros aspectos. En resumen, a mayor información disponible, también crece el desarrollo de una comunidad específica.

También busca brindar datos que contextualicen el problema o hecho a abordar, además que los proyectos de desarrollo deben ser



informados oportunamente a la población, reflejando el pasado, presente y futuro de la intervención. También tiene en cuenta la cultura, identidad y valores de los actores involucrados. La comunicación debe reconocer los intereses de los actores para que, a partir de los mismos, los mensajes sean eficientes y sobre todo de interés (UPN, 2017).

A continuación, se describen algunas acciones de la estrategia de información:

- **Jornada Informativa:** Fomenta una comprensión más sólida de las políticas públicas destinadas a atender a las comunidades, exponiendo a los participantes una visión integral de la realidad económica, política, social y cultural. Esto busca impulsar la formación de liderazgo dentro de la comunidad campesina.
- **Charla Informativa:** Las charlas informativas buscan establecer un canal de comunicación efectivo entre los promotores o facilitadores y los participantes de la actividad. El objetivo es abordar todas las preguntas que puedan surgir sobre el proyecto o emprendimiento. Por esta razón, las charlas informativas juegan un papel crucial en la fase de información.
- **Trípticos:** Un tríptico es un folleto que se pliega en tres secciones, comúnmente utilizado para presentar información publicitaria o detallar aspectos específicos de un programa o tema.
- **Videos informativos:** Constituyen una herramienta que posibilita la transmisión de conocimientos de manera clara a la sociedad, empleando el lenguaje audiovisual como recurso principal.



#### 2.2.4.2. Estrategia de desarrollo de capacidades

Para generar alternativas de cambio colectivo, es esencial emplear estrategias de comunicación integradas, entre las cuales se incluye el desarrollo de capacidades. Esta estrategia de la CPD ayuda a que las voces excluidas sean consideradas y participen de manera activa en el diálogo nacional. Además, promueve que estas personas aprendan a utilizar diversos medios de comunicación para expresar sus necesidades y opiniones, posibilitando que se conviertan en portavoces de sus causas.

Los profesionales de la comunicación pueden desempeñar un papel fundamental en el desarrollo, al generar espacios participativos que fomenten el aprendizaje y el desarrollo. Algunas de las acciones más relevantes para potenciar las habilidades de una población son las siguientes:

- **Capacitación:** Se describe como el conjunto de actividades continuas, organizadas y sistemáticas diseñadas para que un grupo de individuos desarrolle, complemente, perfeccione o actualice sus conocimientos y habilidades necesarios para desempeñar eficientemente sus funciones o roles.
- **Talleres:** son espacios alternativos donde se promueve procesos de apropiación de conocimientos y de participación social.
- **Guías Metodológicas:** se trata de un documento técnico que detalla las normativas a seguir en las labores vinculadas a las acciones de empoderamiento. Facilita al promotor o facilitador en la identificación de diversas tareas de desarrollo llevadas a cabo.



- **Dinámicas grupales:** Se trata de interacciones entre individuos que se llevan a cabo en situaciones simuladas con objetivos específicos. Es un modelo de aprendizaje que abarca tanto aspectos teóricos como prácticos, y se realiza a través de la experiencia vivencial y participativa. Es decir, se basa en lo que el participante siente y experimenta directamente.
- **Manuales:** es un libro que proporciona indicaciones detalladas, explicaciones paso a paso sobre cómo llevar a cabo una tarea o varias tareas específicas.

#### 2.2.4.3. Estrategia de movilización y participación

En esta fase de la CPD, se generan entornos socialmente inclusivos que fomentan un diálogo genuino entre instituciones comunitarias, entidades nacionales, organismos de cooperación, entre otros. La participación activa de la ciudadanía en estos proyectos contribuye a su durabilidad y sostenibilidad a lo largo del tiempo. Además, posibilita que las personas participen en la toma de decisiones tanto en el ámbito político como social. Es decir, una vez que la población está informada, sensibilizada, y ya desarrollaron sus capacidades, los actores deben tomar la iniciativa para que reivindiquen sus propios derechos y los de otros seres humanos que atraviesan la misma problemática.

- **Pasantía:** es el proceso de intercambio de experiencias que favorecen el aprendizaje.
- **Ruega de Negocios:** Constituye un mecanismo que propicia el encuentro entre emprendedores, empresarios, inversores e



instituciones con el objetivo de establecer acuerdos para explorar oportunidades de compra o venta de servicios, productos o procesos.

- **Ferias Artesanales:** Se trata de un evento comercial que tiene lugar en un lugar y fecha específicos. En estas ferias, se exponen y comercializan principalmente productos artesanales de diversas categorías, como textiles, cerámica y artesanías en totora, entre otros.

#### 2.2.4.4. Estrategia de difusión

Dada la diversidad de actores involucrados en la CPD, como ministerios, autoridades municipales y regionales, empresas y beneficiarios, se propone establecer una comunicación de calidad entre ellos, que contribuya al intercambio de conocimientos, al aprendizaje mutuo, así como a compartir y gestionar nuevos saberes. La estrategia tiene como objetivo abordar la situación o problemática a través del propio proceso comunicativo, ya que la comunicación favorece la sostenibilidad de experiencias mediante la sistematización de logros, limitaciones y lecciones aprendidas durante el proceso. Además, se aprovechan los medios de comunicación masivos y, especialmente, las redes sociales para compartir experiencias con poblaciones que enfrentan situaciones similares, alentándolas a tomar decisiones para mejorar su desarrollo.

- **Red social Facebook:** Se estableció con la finalidad de facilitar la conexión entre individuos, permitiendo que estos compartan información, noticias y contenido audiovisual con sus amigos y familiares. Actualmente, es uno de los canales digitales más reconocidos entre los usuarios que exploran Internet.



- **Medios tradicionales:** Siguen una fórmula básica en el proceso comunicativo: el emisor (medio) se responsabiliza de enviar o transmitir la información al receptor (lector, radioescucha o televidente), y la retroalimentación es complicada de cuantificar, medir y administrar.
- **Página web:** Se hace referencia a una página web, página electrónica o página digital como un documento digital multimediático (capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), conformado según los estándares de la World Wide Web (WWW) y accesible mediante un navegador web con conexión activa a Internet. Este formato constituye la base de contenidos en la red.

### 2.2.5. Empoderamiento

El empoderamiento implica tener control sobre los recursos materiales que posibilitan el fortalecimiento de las capacidades políticas, sociales y económicas, permitiendo liderar cambios significativos o rupturas con un orden establecido. Según Jorge Romano, el empoderamiento está vinculado al poder y busca modificar las relaciones de poder en beneficio de aquellos que previamente tenían una autoridad limitada sobre sus propias vidas (Romano, 2002).

Desde esta perspectiva, el empoderamiento no se limita a adquirir control sobre recursos físicos, humanos o financieros, sino que también abarca la capacidad de llevar a cabo acciones cuando un grupo enfrenta problemas de manera colaborativa. Por ejemplo, en el caso de hombres y mujeres que desean iniciar un emprendimiento económico. El ejercicio de estos poderes no necesariamente disminuye la autoridad de los demás, pero implica alteraciones en las relaciones existentes.



De acuerdo con Pablo Iturralde, el empoderamiento se centra en la modificación de las relaciones de poder asimétricas, adoptando dos enfoques: uno intrínseco, inspirado en la psicología, y otro externo, relacionado con el ámbito social. En su punto de vista, este modelo siempre implica una elección consciente a favor de las personas empobrecidas (Iturralde, 2005).

Según Carlos Acuña, cuando nos referimos a generar poder y contribuir a la formación de poder para un actor que actualmente carece de él, estamos hablando de incorporar a ese actor de manera autónoma en un proceso de toma de decisiones del cual está actualmente excluido. Este proceso tiene un carácter fundamentalmente político (Acuña, 2002).

Así, el empoderamiento, ya sea considerándolo desde una óptica individual o desde una perspectiva más social o política, converge en su objetivo de fortalecer y potenciar a sectores poblacionales excluidos o que enfrentan condiciones de vulnerabilidad.

Según el Servicio Regional de Gestión de Conocimientos (ASOCAM), el empoderamiento está presente en tres dimensiones:

- **Empoderamiento Social**, se enfoca en la construcción de una red social e institucional sólida que involucre a individuos, grupos sociales y sus respectivas organizaciones. Aboga por un enfoque donde los actores desempeñen un papel protagónico en la apropiación de los desafíos del desarrollo. La legitimidad de una organización se manifiesta cuando representa de manera adecuada a sus miembros, establece objetivos claros, avanza hacia su consecución, y genera credibilidad y confianza tanto entre



los actores que representa como entre las instituciones que operan en su entorno.

- **Empoderamiento Político**, - Empoderamiento Político se orienta hacia la transformación de relaciones de poder excluyentes, permitiendo que los grupos sociales participen de manera democrática y equitativa en la toma de decisiones relacionadas con la mejora de su calidad de vida. Una organización, ya sea social o económica, logra empoderarse en términos políticos al democratizar los liderazgos internos, al incluir en las agendas públicas los intereses defendidos por la organización, y al asegurar que los procesos de concertación integren en igualdad de condiciones a actores que han ocupado históricamente una posición desfavorecida.
- **Empoderamiento Económico**, se fundamenta en el derecho que posee toda persona a vivir con dignidad, lo cual incluye la necesidad de contar con recursos financieros. Considerando que la falta de dinero intensifica dependencias en diversos aspectos, resulta evidente concluir que aquella persona que dispone de cierta seguridad económica tiene un mayor control sobre su vida y disfruta de una autonomía más amplia. En este contexto, el empoderamiento económico busca contribuir a expandir las oportunidades para que cada individuo pueda obtener, a través de sus propios esfuerzos, los medios de sustento tanto para sí mismo como para su familia.

#### **2.2.6. Empoderamiento de la mujer**

El concepto de empoderamiento surge del movimiento feminista como una expresión dirigida a identificar mecanismos y condiciones que permitan a las mujeres equilibrar su poder en comparación con los hombres (ASOCAM, 2007). Después de décadas de investigación y reflexión sobre los procesos de



empoderamiento de las mujeres, las feministas que trabajan en el ámbito del desarrollo han llegado a algunos consensos respecto al significado y los alcances de este concepto. Reconociendo que en todas las sociedades las mujeres tienen menos capacidad de toma de decisiones que los hombres en aspectos estratégicos de sus vidas, lo distintivo de las visiones feministas sobre este tema radica en la frecuente utilización de conceptos como poder, derechos, intereses, elecciones y control al definir las implicaciones del empoderamiento en la vida de las mujeres (Martínez, 2006).

El empoderamiento es un concepto que se emplea con frecuencia al abordar la igualdad de género en ámbitos como la economía, la participación política y la educación. Según el Banco Mundial, se define como: "El proceso de aumentar la capacidad de individuos o grupos para tomar decisiones y convertir esas elecciones en acciones y resultados deseados". En resumen, se trata de un proceso mediante el cual un individuo se convierte en un agente de cambio (Plan International, 2020).

Cuando esta definición se adapta a un discurso feminista, nos referimos a la igualdad de género y al empoderamiento femenino. Se concibe como el proceso que busca proporcionar a las mujeres y niñas las herramientas necesarias para lograr independencia, participación política, educación y equidad de oportunidades en la sociedad.

### **2.2.7. Descripción de Asociación SER**

La Asociación Servicios Educativos Rurales (SER) es una entidad privada de alcance nacional establecida en 1980 por un grupo de profesionales comprometidos con respaldar las iniciativas de las organizaciones campesinas y los equipos de promoción local en la defensa de sus derechos. A lo largo de sus 43 años



de existencia, SER ha llevado a cabo diversos proyectos que incluyen actividades de capacitación, asesoría, promoción social y productiva, así como la defensa de los derechos fundamentales de la ciudadanía.

A través del programa de Gobernabilidad Democrática y Descentralización, SER busca fomentar una mayor participación de los ciudadanos en los distintos procesos de toma de decisiones inherentes a un régimen democrático. En este contexto, se enfoca especialmente en la plena ejercitación de los derechos políticos, el fortalecimiento de la institucionalidad local, la creación de espacios públicos y la participación de los medios de comunicación en el desarrollo de dichos procesos. Además, promueve el desarrollo de capacidades para la gestión moderna, democrática y concertada de los gobiernos locales, así como la instauración y ampliación de espacios institucionalizados para la concertación y articulación entre los actores locales, con el objetivo de brindar sostenibilidad al proceso de desarrollo local. SER impulsa también procesos de zonificación económica y ecológica, ordenamiento territorial y fortalecimiento de la gestión ambiental con un enfoque de género, así como el ejercicio de derechos de diversos actores, con especial atención a mujeres y jóvenes.

Su trabajo se centra en los siguientes principios:

- **Respeto a la interculturalidad:** Entienden y respetan los valores, prácticas, conocimientos e idiomas particulares de todas las personas con las que interactúan, contribuyendo así al fortalecimiento de su identidad y cultura.
- **Equidad de género:** Dado que es fundamental que todos los hombres y mujeres tengan el derecho de desarrollar sus vidas en condiciones de igualdad, como un requisito esencial para una sociedad democrática e inclusiva.



- **Responsabilidad ambiental:** Respetando la preservación del medio ambiente y los recursos naturales, con el objetivo de contribuir a su sostenibilidad.

En 2004, SER comienza su participación en la región de Puno, fortaleciendo las capacidades para la democracia local. Desde 2016, se dedica a promover la integración social de las mujeres aimaras mediante el fortalecimiento de asociaciones en áreas de artesanía, producción y acceso a mercados en Puno. Actualmente, está llevando a cabo el proyecto titulado "Empoderando a las mujeres indígenas en el ejercicio de los derechos a la tierra".

#### **2.2.8. Cooperativa de Artesanías Lupaca**

La Cooperativa de Artesanías Lupaca está compuesta por siete asociaciones de artesanos formalmente constituidas, en su mayoría mujeres rurales. Con la asistencia técnica especializada, estas mujeres rescatan, fortalecen e innovan en el ancestral arte de los Lupaca, un grupo étnico que habitó la zona suroeste del Lago Titicaca. Su historia está marcada por tejidos, cerámicas y medios de transporte lacustres elaborados con totora.

Artesanías Lupaca promueve tres líneas de producción artesanal: textil, cerámica y artesanía a base de totora, destinadas al mercado regional, nacional e internacional.

- **Artesanía textil;** prendas hechas a mano a base de fibra de alpaca como chompas, chalecos, chales, chalinas, títeres de dedos, entre otros.
- **Artesanía en Cerámica;** a partir de arcillas naturales y componentes minerales mezclados con aditivos de diferente naturaleza



- **Artesanía a base de Totorá;** los artesanos/as producen artículos a base de esta planta representativa del lugar, tales como paneras, sombreros, colgantitos, cestos, basureros, móviles, entre otros.

## **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1. Artesanía**

La artesanía implica principalmente la creación de obras y trabajos de manera manual, con escasa o ninguna participación de maquinaria. Por lo general, se trata de objetos decorativos destinados al hogar.

### **2.3.2. Artesano/a**

El artesano es aquel individuo que elabora objetos artesanales o artesanías. Estos profesionales llevan a cabo su labor principalmente de forma manual, utilizando diversos instrumentos propios de las manualidades, lo que requiere habilidad y destreza para realizar su tarea.

### **2.3.3. Comunicación**

La comunicación es el flujo de ideas, información y mensajes entre dos o más personas. Este acto implica una interacción compleja, donde los participantes buscan comprenderse e influirse mutuamente a través del intercambio de mensajes codificados de manera similar. La transmisión de información se lleva a cabo mediante un canal que sirve como medio de soporte. La comunicación se percibe más como un fenómeno sociocultural que como un proceso mecánico, ya que implica la interacción de elementos culturales y sociales en la transmisión de significados y objetivos.



#### **2.3.4. Comunicación para el desarrollo**

La comunicación para el desarrollo es la aplicación organizada de métodos y herramientas que fomentan el intercambio de información y conocimiento entre los actores clave de una iniciativa de desarrollo. Su objetivo principal es facilitar la consecución de metas compartidas a través de una interacción activa y colaborativa.

#### **2.3.5. Cooperativa**

La cooperativa es una entidad que reúne a diversas personas con el propósito de llevar a cabo una actividad empresarial. Su operación se sustenta principalmente en la colaboración de todos sus miembros.

#### **2.3.6. Desarrollo de capacidades**

El fortalecimiento de capacidades es el procedimiento mediante el cual individuos, organizaciones y sociedades adquieren, refuerzan o conservan las habilidades necesarias para establecer y alcanzar sus propios objetivos de desarrollo a lo largo del tiempo.

#### **2.3.7. Difusión**

Se trata de un fenómeno que implica la propagación o divulgación, a lo largo del tiempo y el espacio, de una noticia, idea, costumbre, entre otros. La difusión puede manifestarse en una escala pequeña o amplia, con consecuencias que varían en su gravedad.

#### **2.3.8. Empoderamiento**

Es el procedimiento mediante el cual las personas refuerzan sus habilidades, confianza, visión y protagonismo como parte de un grupo social, con el objetivo de promover cambios positivos en las situaciones que enfrentan.



### **2.3.9. Estrategia**

Es el procedimiento mediante el cual se toman decisiones en un contexto específico con la finalidad de alcanzar una o varias metas. Se trata de la relación entre los objetivos finales y las acciones que deben implementarse para lograr dichos objetivos, siendo aplicable en diversos ámbitos.

### **2.3.10. Información**

La información consiste en un conjunto estructurado de datos que configuran un mensaje acerca de un ente o fenómeno específico. Al enfrentarnos a la resolución de un problema o la toma de decisiones, utilizamos diversas fuentes de información, dando lugar a lo que comúnmente llamamos conocimiento o información organizada, facilitando así la toma de decisiones.

### **2.3.11. Mujer rural**

La mujer rural es aquella que habita en áreas rurales y se dedica, ya sea de manera directa o indirecta, a actividades vinculadas con la productividad y sostenibilidad rural. Esto incluye situaciones en las que dichas actividades no son reconocidas por los sistemas de información y medición estatales, o si no reciben compensación económica.

### **2.3.12. Participación**

Se refiere al conjunto de acciones por las cuales cada individuo tiene el derecho, ya sea de manera individual o colectiva, de participar en las decisiones públicas. Esto implica la posibilidad de deliberar, discutir y colaborar con las autoridades, así como de influir de manera efectiva, amplia, equitativa, democrática y accesible en la formulación, ejecución y evaluación de políticas y acciones gubernamentales. Este derecho se extiende al proceso de planificación, elaboración,



aprobación, gestión, evaluación y control de planes, programas, políticas y presupuestos públicos.



## CAPITULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio actual se llevó a cabo en las provincias de El Collao y Puno, ambas ubicadas en la región de Puno.

La provincia de El Collao, limita al norte con el lago Titicaca, al este con la provincia de Chucuito y Bolivia, al sur con la provincia de Candarave (Tacna), y al oeste con la provincia de Mariscal Nieto (Moquegua) y la provincia de Puno. En esta jurisdicción, el idioma predominante es el aimara.

En cuanto a la provincia de Puno: presenta límites geográficos al norte con las provincias de Huancané y San Román, al este con el lago Titicaca, al sur con la provincia de El Collao, y al oeste con el departamento de Moquegua. En esta provincia, los idiomas oficiales son el castellano, aimara y quechua.

Específicamente en comunidades de los distritos de Pilcuyo, Ilave, Acora, Platería y Puno.

#### 3.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se implementó una metodología mixta, con el fin de determinar las Estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas por la Asociación SER en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca.

Según lo indicado por Pacheco (2015), la metodología mixta se refiere a un enfoque de investigación en el cual los investigadores recopilan, analizan y fusionan datos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio o programa de investigación (Pacheco, 2015).



Las investigaciones de enfoque mixto se caracterizan por la combinación sistemática de métodos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio. Este enfoque tiene como objetivo obtener una comprensión más completa de fenómenos complejos, como las relaciones humanas, las enfermedades o el universo, reconociendo la necesidad de abordar su complejidad desde diferentes perspectivas (Sampieri, 2011).

### **3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El diseño de esta investigación es de naturaleza descriptiva y transversal, ya que se lleva a cabo sin la manipulación deliberada de variables, observando los fenómenos en su entorno natural para su análisis. Este enfoque se sustenta en categorías, conceptos, variables, contextos, comunidades o fenómenos, y comunica los resultados basados en los datos recopilados. Además, es transversal-descriptivo, ya que se parte de observaciones realizadas en un único momento o período temporal. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014).

### **3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación es no experimental, de nivel descriptivo, dado que el objetivo es determinar cuáles son las estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas para el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca. La investigación descriptiva es un tipo de estudio que se dedica a proporcionar una descripción detallada de la población, situación o fenómeno objeto de investigación. Su objetivo principal es ofrecer información sobre el qué, cómo, cuándo y dónde en relación con el problema investigado, sin priorizar la explicación del "por qué" ocurre dicho problema. (Jervis, 2020).

### **3.5. DIMENSIONES**

- Estrategia de Información



- Estrategia de Desarrollo de Capacidades
- Estrategia de participación y movilización
- Estrategia de difusión

### **3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO**

#### **3.6.1. Población**

La población según Raúl Pino Gatuzzo, “está conformado por todos los elementos a estudiar. Cada uno de los elementos de la población se denomina individuo. Una vez definidas las variables a estudiar tenemos que establecer cuál será la población a investigar. En algunos casos se trabaja con toda la población que es el conjunto formado por todos los elementos a estudiar, el cual puede llamarse conjunto completo” (Gatuzzo, 2007).

En este proyecto se trabajará con la población completa, 146 artesanos/as de las provincias de Ilave y Puno, y de los distritos de Acora y Pilcuyo, quienes fueron beneficiarios del proyecto ejecutado por la Asociación SER: Inclusión de las mujeres indígenas aimaras en emprendimientos productivos ejerciendo sus derechos, que actualmente conforman la Cooperativa de Artesanías Lupaca.

#### **3.6.2. Muestra**

La muestra de la presente investigación se divide de la siguiente manera:

**Tabla 1.***Número de socios de la Cooperativa de Artesanías Lupaca*

Provincia/distrito	Asociación	Nº de socios/as
Ilave – Pilcuyo	Asoc. Nueva Esperanza	21 socias
Acora – Molloco	Asoc. Chullpas Aimaras	23 socias
Plateria – Pallalla	Asoc. Ceramicas Lupaca	18 socias y socios
Puno – Chimu	Asoc. en Totora Chimu	25 socias y socios
Ilave- Mañazo	Kori Kullacas	18 socias
Ilave	ASOMUAR	14 socias
Acora - Huantacachi	Asoc. Virgen del Rosario	27 socias
<b>TOTAL</b>		<b>146</b>

### 3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 3.7.1. Técnicas

La técnica, de acuerdo con la definición de Estévez (2006), engloba el conjunto de reglas y procedimientos que posibilitan al investigador establecer una conexión con el objeto o sujeto de la investigación.

- La entrevista se llevó a cabo con el propósito de obtener respuestas verbales a las preguntas planteadas en relación al problema planteado. Esta se aplicó al Lic. Ronal Callacondo Mollo, promotor del proyecto Inclusión de las mujeres indígenas aimaras en emprendimientos productivos ejerciendo sus derechos y responsable de la Cooperativa de Artesanías Lupaca. La entrevista fue grabada y luego transcrita por los Bach. Alexander Calcina Luque y Gonzalo Escarcena Mamani.



- La encuesta se realizó con la finalidad de obtener información de los sujetos en estudio, la cual es proporcionada por ellos mismos, abordando aspectos como opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. Este instrumento se aplicó a los 146 artesanos/as que conforman la Cooperativa de Artesanías Lupaca, las que fueron distribuidas para ser leídas y llenadas por ellos mismos en el IV Encuentro de la Cooperativa realizada en la Comunidad Campesina de Molloco, en diciembre del 2021.

### **3.7.2. Instrumentos**

Los instrumentos de investigación son los medios que el investigador tiene a su disposición para explorar cuestiones y fenómenos, así como para obtener información de los mismos (Concepto, 2021).

- La Guía de Entrevista comprende las indicaciones sobre los temas a abordar y resulta especialmente beneficiosa en investigaciones de carácter exploratorio, descriptivo y cualitativo. Las preguntas, así como su contenido, secuencia y formulación, son supervisadas por el investigador, quien puede ajustarlas según las circunstancias y particularidades de los sujetos en estudio. Se otorga libertad al entrevistado para expresar sus respuestas.
- Cuestionario es un formulario diseñado para obtener respuestas relacionadas con el problema en estudio, completado directamente por el sujeto investigado, y puede ser administrado a grupos o individuos.

### 3.8. UTILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS

**Tabla 2.**

*Utilidad de los instrumentos*

OBJETIVOS	INSTRUMENTOS
Describir como se implementa la estrategia de información en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021	ENCUESTA Y ENTREVISTA
Describir como se implementa la estrategia de desarrollo de capacidades en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.	ENCUESTA Y ENTREVISTA
Describir como se implementa la estrategia de movilización y participación en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.	ENCUESTA Y ENTREVISTA
Describir como se implementa la estrategia de difusión en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.	ENTREVISTA

### 3.9. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento y análisis de datos se realizaron las siguientes acciones:



- Con respecto a la entrevista, se realizó el análisis temático a partir de las respuestas proporcionadas por el promotor del proyecto durante la entrevista, de estas se identificaron diversos temas que permitieron realizar conclusiones específicas para cada dimensión abordada en este estudio.
- En referencia a la encuesta, tras su aplicación se procedió al recuento y la introducción de datos en el programa IBM SPSS Statistics. Luego, se generaron las figuras y tablas necesarias para llevar a cabo el análisis e interpretación mediante el método estadístico descriptivo simple porcentual.



## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados se originan a partir de la implementación de instrumentos como el cuestionario y la guía de entrevista, llevados a cabo con los socios/as de la Cooperativa de Artesanías Lupaca. Estos resultados se enriquecen con datos provenientes de otras fuentes vinculadas al ámbito artesanal y al entorno actual de la artesanía en las áreas específicas de intervención del proyecto.

La entrevista se realizó al Lic. Ronal Callacondo Mollo, especialista en artesanía y promotor del componente 1: Mujeres artesanas indígenas organizadas, diversifican y mejoran su producción y se adaptan a las exigencias y estándares que demanda el mercado; del proyecto antes mencionado.

Se aplicó la encuesta a 146 artesanos/as que forman parte de la Cooperativa de Artesanías Lupaca, quienes fueron beneficiarios del proyecto denominado "Inclusión de las mujeres indígenas aimaras en emprendimientos productivos ejerciendo sus derechos".

Los resultados que se visibilizan a continuación son los más relevantes, porque complementan con los objetivos de esta investigación.

#### 4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA ENTREVISTA

En el 2016, la Organización No Gubernamental (ONG), Asociación Servicios Educativos Rurales (SER), inicia con la ejecución del proyecto: "Inclusión de las Mujeres Indígenas Aimaras en Emprendimientos Productivos Ejerciendo sus Derechos".

Según lo expresado por el Lic. Ronal Callacondo Mollo, uno de los propósitos concretos de este proyecto consiste en promover a grupos de artesanos, inicialmente consolidándolos como asociaciones y, más adelante, estableciendo una red más amplia



llamada Cooperativa de Artesanías Lupaca. Además, señala que se consideró el enfoque de Comunicación para el Desarrollo para cumplir los objetivos. Se diseñaron estrategias comunicativas, implementando estrategias de información, desarrollo de capacidades, participación y movilización, así como difusión, esto con el fin de intervenir de manera efectiva con los actores involucrados.

En relación con el proyecto ejecutado por la Asociación SER, Jenatsch y Bauer (2016), refieren que la Comunicación para el Desarrollo se integra de manera fundamental en la gestión de proyectos, no siendo simplemente un complemento. Su propósito es reforzar el diálogo con los beneficiarios, socios y autoridades, con el objetivo de incrementar la apropiación local de los programas/proyectos y generar un impacto sostenible.

Mientras que en la investigación de Ruiz (2018), indica que es crucial implementar adecuadamente las estrategias de comunicación para el desarrollo, para fortalecer el conocimiento de los actores y visibilizar las actividades que llevan a cabo.

De esto deducimos que la comunicación para el desarrollo, mediante la adecuada implementación y ejecución de sus estrategias, desempeñan un papel esencial en el éxito y la sostenibilidad de los proyectos de desarrollo.

- **ESTRATEGIA DE INFORMACION**

Según lo mencionado por el Lic. Ronal Callacondo, la estrategia de información durante cuatro meses. En las charlas informativas; se proporcionó información sobre el origen del financiamiento, los objetivos del proyecto, la modalidad de trabajo y los requisitos para ser beneficiarios. En esta etapa también se les informó que el trabajo será por asociaciones y que posteriormente conformarían una cooperativa. Estas charlas se efectuaron en asambleas comunales, encuentros de comunidades campesinas u otros



espacios con una participación significativa.

Con respecto a las jornadas informativas, indicaba que tenían una duración de tres a cuatro horas, donde se les se presentó la situación actual de la artesanía en Puno y a nivel nacional, se explicó el proceso para mejorar las capacidades artesanales, se discutió como este proceso afectaría sus vidas diarias y como al conformar la cooperativa de artesanías Lupaca podrían desarrollar y comercializar sus productos en ferias artesanales a nivel local y nacional.

También hacía referencia que, ambas acciones realizadas en esta etapa informativa se llevaron a cabo en su idioma natal (aimara) y fueron reforzados con material impreso y audiovisual, fomentando la interacción de los participantes con el promotor y facilitando la resolución de sus dudas.

En este contexto Gonzales (2017), respalda la estrategia de información implementada por la Asociación SER, puesto que precisa que, la estrategia informativa tiene como objetivo proporcionar datos que contextualicen la situación problemática o experiencia a abordar. Además, los proyectos de desarrollo deben comunicarse de manera oportuna a la población, reflejando tanto el pasado como el presente y anticipando el futuro de la intervención.

Del mismo modo, Jenatsch & Bauer (2016) refuerza lo antes señalado, mencionando que en el ámbito de la Comunicación para el Desarrollo, es esencial construir a partir del contexto local y hacer uso de los recursos locales. Resaltando que para potenciar su impacto, es necesario emplear métodos, canales, tradiciones e idiomas locales, ya que estas varían en cada contexto.

De esta manera deducimos que la estrategia informativa implementada y aplicada por la Asociación SER fue coherente con las nociones fundamentales de comunicación



para el desarrollo, al desarrollar las charlas y jornadas informativas que fueron realizadas en el idioma aimara, reforzados por material impreso y material audiovisual.

- **ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES**

En cuanto a la estrategia de desarrollo de capacidades, el Lic. Ronal Callacondo, relata que se estableció un cronograma elaborado con las artesanas de la Cooperativa de Artesanías Lupaca, El cronograma incluía capacitaciones semanales y talleres mensuales durante dos años, centrados en procesos productivos y mejora de la calidad artesanal. Durante esta fase, la asesoría técnica y el seguimiento constante fueron esenciales para lograr la plena participación de los socios en la toma de decisiones. Las sesiones se diseñaron de manera dinámica y práctica mediante una guía metodológica para que interioricen efectivamente los temas, y se les brindó materiales impresos como manuales y fichas técnicas para la elaboración de productos.

Según LaFond, Brown, y Macintyre (2002), no hay una única metodología establecida para el desarrollo de capacidades, porque se trata de un proceso continuo de aprendizaje y cambio que demanda una diversidad de herramientas y métodos, así como un enfoque flexible y una inversión a largo plazo. A menudo, los intentos de desarrollo de capacidades se centran en capacitaciones técnicas específicas, pero estas no generarán mejoras sostenidas a menos que se integren en un enfoque más amplio y a largo plazo.

Mientras que Castañeda (2015), en su investigación señala que, las capacitaciones y talleres se llevaban a cabo de forma improvisada, sin un plan y metas. Resaltando que los promotores del programa no les daban la importancia debida ni el seguimiento adecuado, a pesar de que las beneficiarias mostraban interés en participar en estas actividades.

De manera similar Hanco (2019), en su estudio, señala que al concluir las



actividades de la estrategia de desarrollo de capacidades no se determina si realmente contribuyeron a mejorar los conocimientos de los beneficiarios. Asimismo, destaca que, durante las capacitaciones y talleres, los facilitadores no establecen un ambiente propicio para que los participantes expresen sus ideas con confianza y claridad, situación que se le atribuye a la falta de una guía metodológica previamente elaborada.

De esto inferimos, que las capacitaciones y talleres son las acciones más comunes para el desarrollo de capacidades. Asimismo, que las actividades implementadas por la Asociación SER en el desarrollo de capacidades de la cooperativa Lupaca fueron adecuadas al ser estructuradas y planificadas con los mismos beneficiarios a través de un cronograma a lo largo de dos años. También, de las experiencias de Castañeda y Hanco, se deduce que el acompañamiento del promotor es de suma importancia, para lograr mejoras sostenibles en el tiempo.

- **ESTRATEGIA DE MOVILIZACION Y PARTICIPACIÓN**

Al inicio del proyecto, como lo indica el Lic. Ronal Callacondo, la participación en el proyecto fue limitada debido a que esperaban resultados rápidos y solo en beneficio de sus asociaciones. Sin embargo, a medida que los artesanos participaban en las capacitaciones y talleres, la dinámica cambió. Para fortalecer la colaboración entre asociaciones de la cooperativa se organizaron encuentros culturales en cada comunidad y ferias artesanales, con el fin de conocer su trabajo y la forma organizacional de cada asociación, para que puedan visibilizar sus semejanzas y diferencias. En las pasantías a Ayacucho y Cajamarca, observaron que otras cooperativas exportaban sus productos a nivel internacional, esto inspiró a que postulen a Procompite, Turismo Emprende y otros programas concursables, asegurando financiamiento para construir e implementar talleres.

Según la investigación de Villalobos y Micolta (2015), hay escenarios donde la



población por la mala intervención de proyectos crea una percepción de desesperanza y pesimismo en los procesos organizativos evitando abordar sus problemas y dejando la toma de decisiones a otras personas.

Es por eso, que Galván (2011), refiere que la estrategia de movilización y participación implica que las personas aporten con su esfuerzo, tiempo, recursos o financiamiento para llevar a cabo un proyecto. Requiere la participación activa de todos los integrantes en la planificación del proyecto y en la toma de decisiones.

De esto se deduce que mediante la estrategia de movilización y participación implementada por la Asociación SER, con la organización de encuentros culturales y ferias artesanales se experimentó una transformación significativa inspirando a que postulen a programas concursables. Sin embargo, Villalobos y Micolta destaca de como una mala intervención puede afectar la percepción y la toma de decisiones. Por otro lado, Galván enfatiza que el éxito de esta estrategia requiere el aporte activo de todos los involucrados.

- **ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN**

El Lic. Ronal Callacondo, a través de la entrevista refiere que las artesanas y artesanos comparten su labor mediante las redes sociales, especialmente en Facebook, y en el sitio web de Artesanías Lupaca. Además, utilizan los medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión para dar a conocer su trabajo, estas publicaciones no son tan frecuentes, porque solo se publican las actividades más importantes que organizan la cooperativa y donde participan como invitados.

Según la investigación de Ruiz (2018), la ausencia de una estrategia de difusión genera que algunos grupos humanos tengan un reconocimiento bastante limitado e incluso inexistente, por ello destaca la implementación de esta estrategia comunicacional.

También la Organización de las Naciones Unidas, indica que la estrategia de

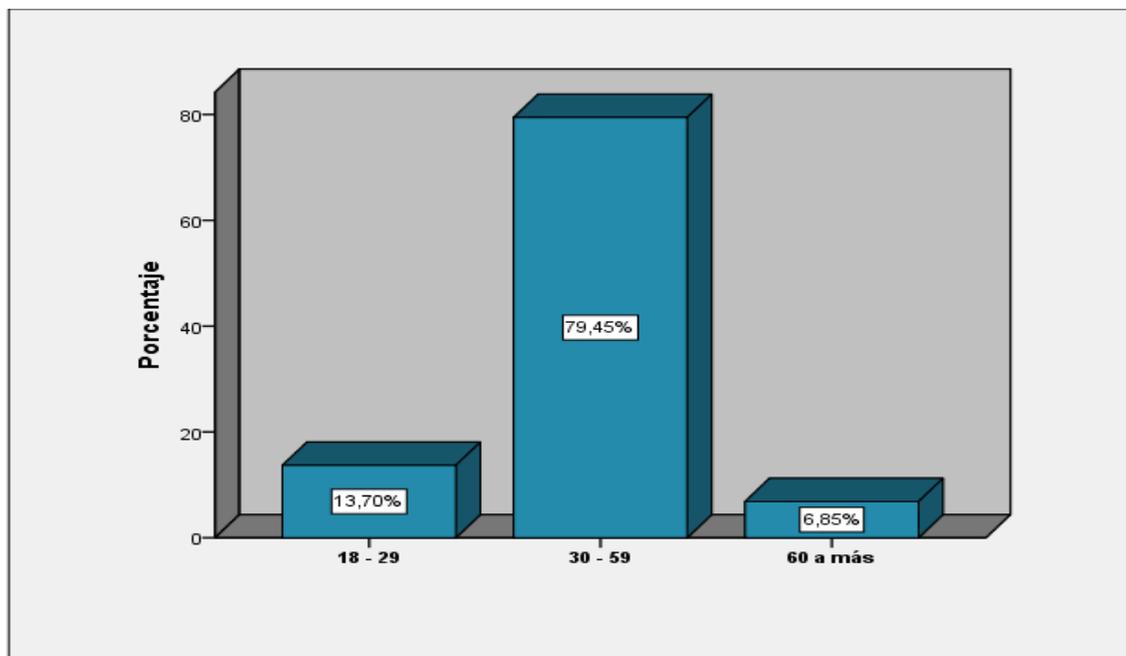
difusión es la que usan los socios de programas o proyectos para asegurarse que sus mensajes lleguen al público (ONU, 2010).

De esto se deduce que la Asociación SER difunde y da a conocer el trabajo y actividades de la cooperativa Lupaca mediante Facebook, y pagina Web, de esta manera sus productos son reconocidos y expendidos.

## 4.2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA ENCUESTA

**Figura 1.**

*Edad de artesanas/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

### **Interpretación:**

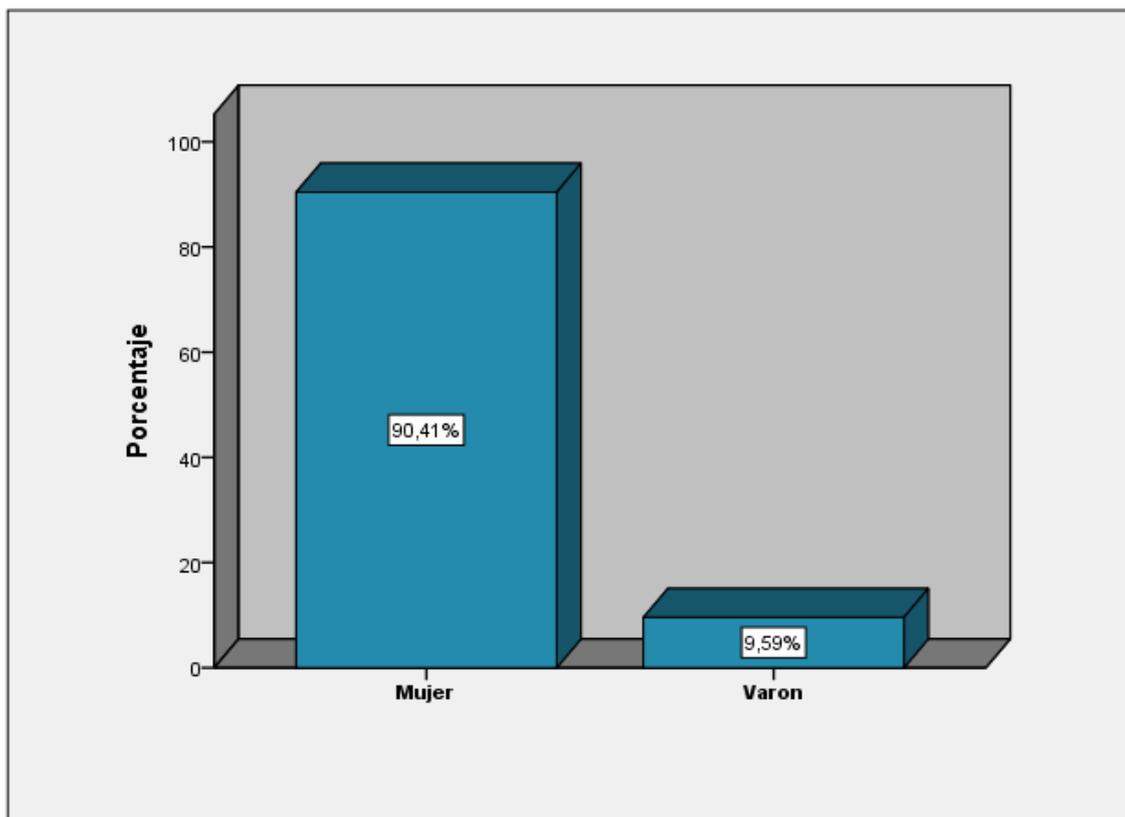
Como se observa en la Figura 1, la mayoría de las artesanas/os se concentran en el rango de edades de 30 a 59 años, que representa el 79.45% del total de las/os beneficiarias/os, es decir, hay una activa participación de población adulta, seguidas por jóvenes que se encuentran en el rango de edad de 18 a 29 años (13.74%), y en menor

cantidad la población de la tercera edad (6.85%).

Los datos también indican que se percibe a las personas adultas como más responsables y comprometidas con el desarrollo de diversas actividades económicas. Esto se debe en gran medida a que la mayoría de ellas tienen familias y necesitan generar ingresos para sostener las necesidades básicas de sus hijos, como alimentación, educación, vestimenta y salud.

### Figura 2.

*Sexo de artesanas/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

### Interpretación:

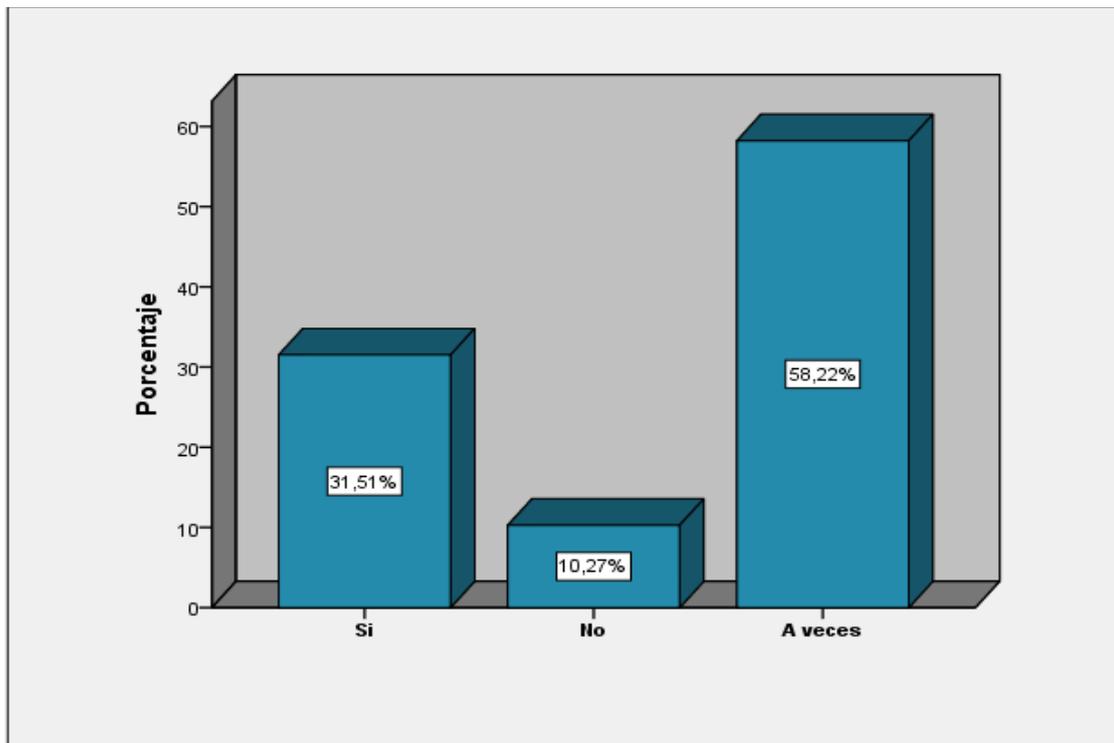
Como se aprecia en la Figura 2, de un total de 146 personas encuestadas, la mayoría son del sexo femenino, que representan un porcentaje del 90.41% (132

personas). Del mismo modo, podemos ver que del total de participantes solo 14 de ellos son de sexo masculino que representan el 9.59%, lo que evidencia la participación mayoritaria de las mujeres en la actividad artesanal, sobre todo en la línea artesanal textil, y en el caso de las líneas artesanales de cerámica y artesanía de totora son mixtas.

Según Littrell y Dickson (1999), la práctica de la actividad artesanal textil es una constante en la vida diaria de las mujeres del altiplano puneño. Este quehacer las acompaña tanto en el hogar como en el campo y otros entornos donde disponen de tiempo. Para muchas de ellas, la motivación principal no es simplemente ganar dinero, sino sentirse útiles y ocupar su tiempo en algo que realmente disfrutan.

### Figura 3.

*¿Los mensajes de información del proyecto fueron en su lengua materna?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021



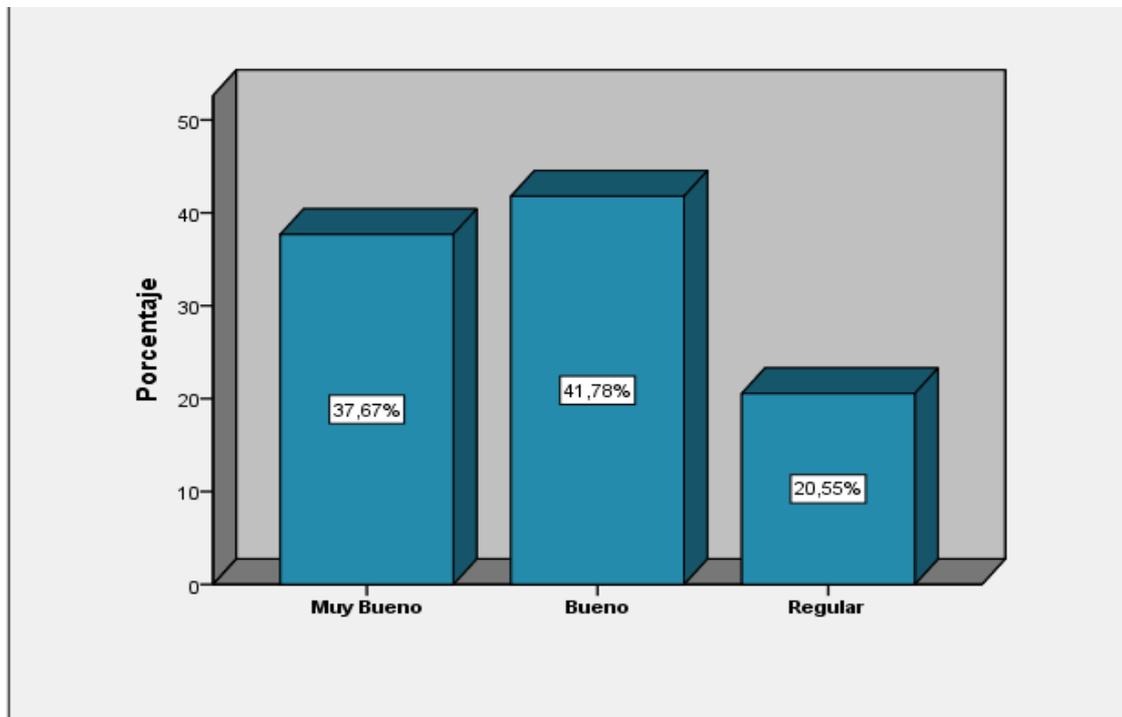
### **Interpretación:**

La Figura 3, referente a que, si los mensajes de información del proyecto fueron en su lengua materna, se puede observar que el 58.22% indica que “a veces”. Asimismo, el 31.51% afirma que los mensajes si fueron en su lengua materna, aimara. Por otro lado, el 10.27% de los artesanos y artesanas indica que los mensajes del proyecto no fueron en su lengua materna.

Según el Lic. Ronal Callacondo, las artesanas y los artesanos tienen como lengua materna el aimara y castellano, sin embargo, la población adulta mayor tiene como única lengua el aimara. “Cuando se les hablaba en aimara la participación de los artesanos en las jornadas informativas, capacitaciones y talleres era más activa. Aunque en algunas ocasiones cuando se invitaban a especialistas de la zona norte de la región se les explicaba en castellano, en esas oportunidades se tuvo que realizar la traducción para los artesanos que solo entendían aimara”.

**Figura 4.**

*¿Cómo califica la información que reciben los asociados de la Cooperativa Lupaca?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En la Figura 4, se aprecia que los artesanos y artesanas de la Cooperativa Lupaca, manifiestan que la información que recibieron fue buena (41.78%) y muy buena (37.67%). Por otro lado, el 20.55% de la población total indicaron que la información brindada es regular.

Según el Lic. Ronal Callacondo, la información fue brindada a través de jornadas de sensibilización y charlas informativas donde se les explicaba claramente los objetivos de este emprendimiento productivo, resaltando en ellas los beneficios económicos, sociales y culturales que trae consigo ser parte de la cooperativa.

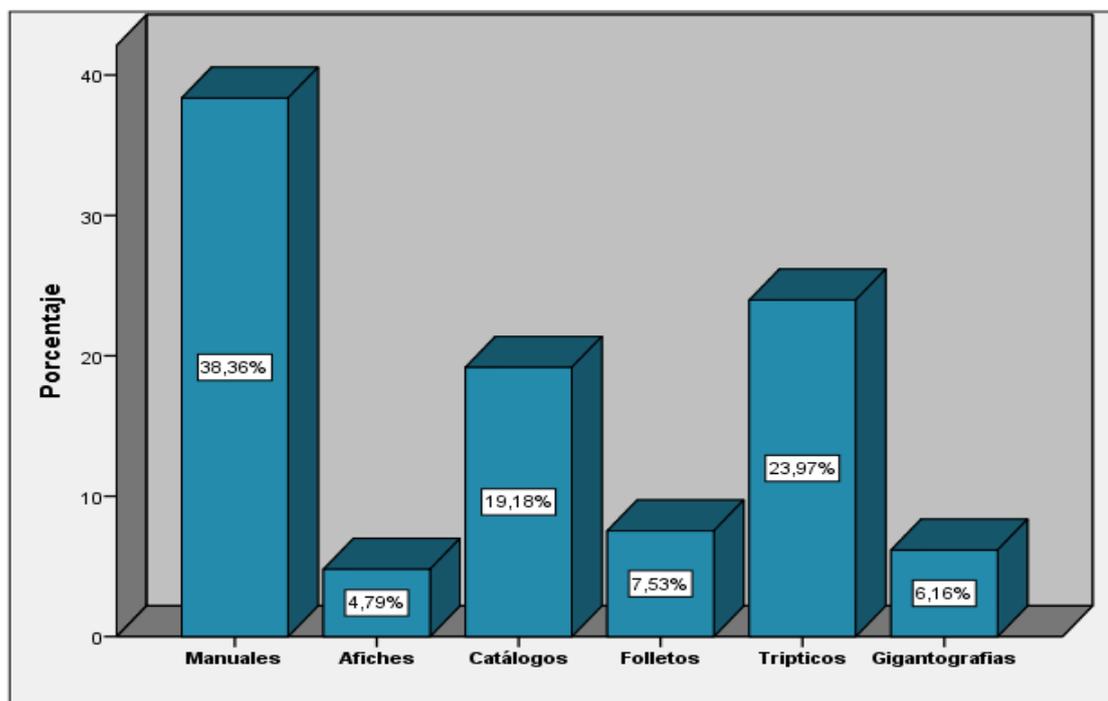
Mientras que Gonzales (2017), indica que facilitar el acceso a información de calidad posibilita que las personas adquieran conocimientos más extensos, para que

puedan defender sus derechos y contribuir en su desarrollo.

De esto podemos deducir que la información brindada a las socias/os de la cooperativa fue acertada, porque permitió que entendieran el proceso del proyecto y como esto afectaría en su vida cotidiana y las oportunidades de mejorar su calidad de vida.

**Figura 5.**

*¿Qué materiales impresos les entregó el proyecto a los asociados de la Cooperativa?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En la Figura 5, referente a los materiales impresos que le entregó el proyecto, de los que más se recuerdan los artesanos y artesanas son manuales (38.36%), trípticos (23.97%) y catálogos (19.18%).

De acuerdo con García (2001), el material impreso desempeña una función crucial en el proceso de aprendizaje al facilitar la comprensión adecuada de los temas. Además, su accesibilidad y capacidad para presentar información de manera selectiva, permiten la



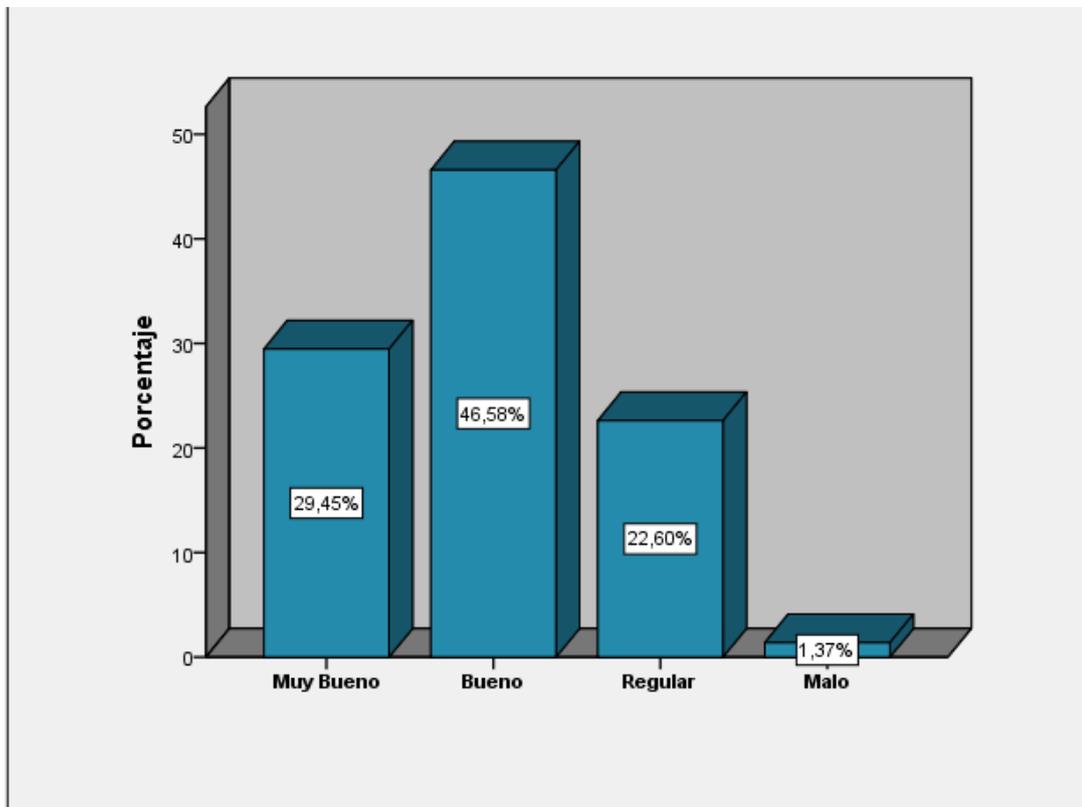
relectura y se ajustan a las circunstancias individuales del lector.

En relación con este aspecto, el Lic. Ronal Callacondo, destaca la relevancia de tres tipos de materiales impresos: trípticos, manuales y catálogos. Los trípticos servían para proporcionar información y experiencias sobre el proyecto, los manuales ofrecían instrucciones claras sobre la elaboración y mejora de productos artesanales, mientras que los catálogos permitían a los participantes explorar los productos de otras entidades vinculadas al sector artesanal. Esto con el propósito de brindar una comprensión clara de los detalles del proyecto y fomentar la creación de nuevos productos artesanales, se busca revalorizar las costumbres y tradiciones de los participantes.

De esta forma, señalamos que los materiales impresos proporcionados por la Asociación SER complementaron las charlas, jornadas informativas, capacitaciones y talleres, ofreciendo a los participantes información que podían revisar en sus hogares de manera continua.

**Figura 6.**

*¿Cómo califica la información de los materiales impresos?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En la Figura 6, centrado en cómo califica la información de los materiales impresos, se aprecia que un notable porcentaje de artesanos y artesanas considera que es buena (46.58%) o muy buena (29.45%), a diferencia de aquellos que la califican como mala (1.37%) o regular (22.60%).

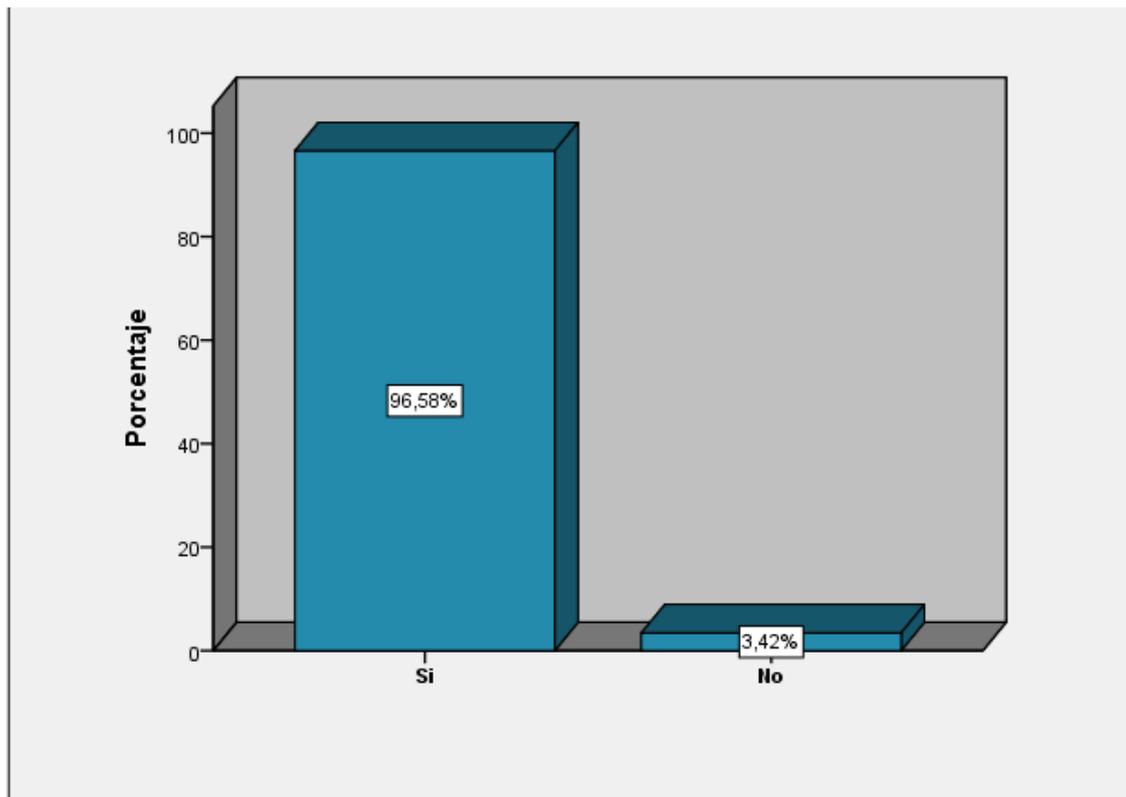
El Lic. Ronal Callacondo, refería que evaluar y comprender la percepción de los participantes sobre estos materiales es importante, ya que proporciona información valiosa para mejorar tanto el diseño como la calidad informativa de los mismos.

Estos resultados, tal como se aprecia en la figura 5, indican que los materiales

impresos elaborados por la Asociación SER son evaluados por las artesanas/os de manera positiva.

**Figura 7.**

*Al comunicar sobre el proyecto ¿se ha tomado en cuenta las costumbres y tradiciones de la población?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En la Figura 7, se destaca que el 96.58% de los participantes afirman que sus costumbres y tradiciones fueron consideradas, mientras que un 3.42% indican lo contrario.

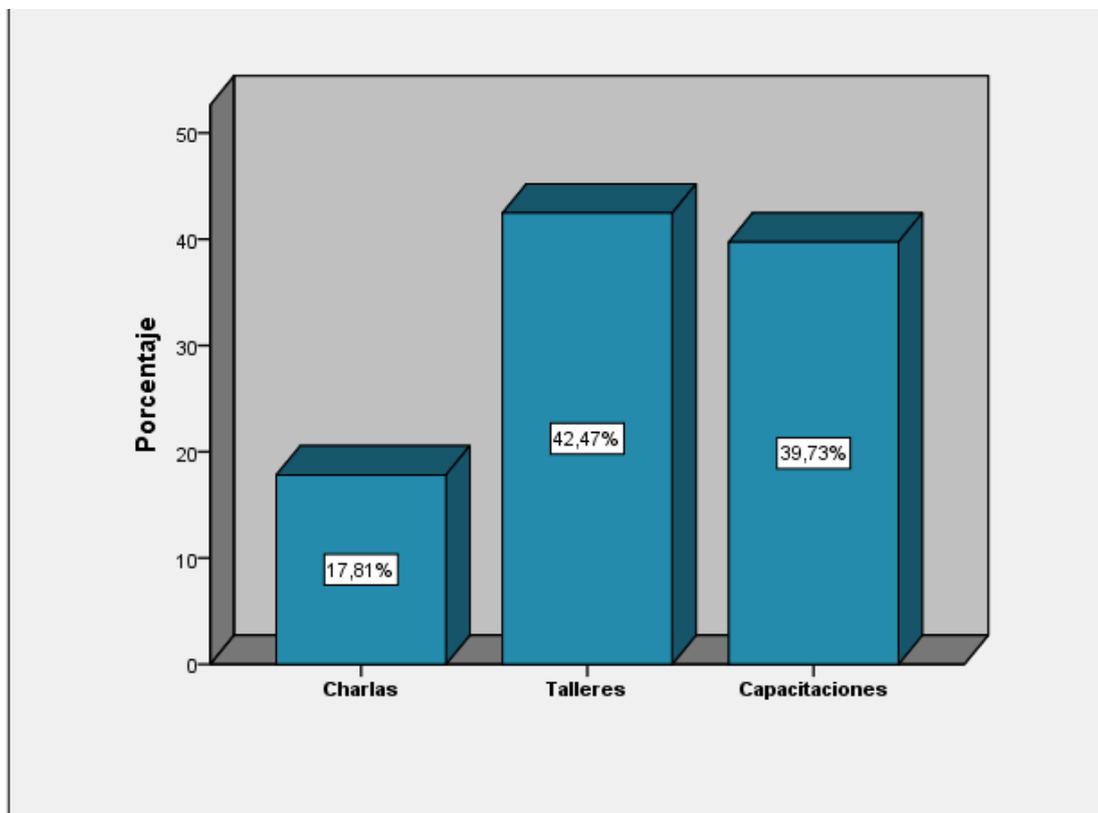
Con respecto a este punto, Jenatsch & Bauer (2016), resaltan que para potenciar el impacto de la estrategia de informacion es necesario recurrir y respetar las costumbres, tradiciones e idiomas locales de cada contexto.

En este contexto, el Lic. Ronal Callacondo destacó que se consideraron tanto las tradiciones y costumbres como la evaluación de los recursos naturales particulares de cada zona, como la fibra de alpaca, la arcilla y la totora. También se tuvo en cuenta el papel fundamental que desempeñan las mujeres en sus familias, en la comunidad y en otros ámbitos.

A partir de esto, podemos inferir que la Asociación SER consideró las costumbres y tradiciones de cada zona de las artesanas/os que conforman la cooperativa Lupaca. Esta modalidad permitió que comprendieran de manera más efectiva la información proporcionada, como se evidencia en la Figura 3, donde se dio prioridad al idioma aimara durante la ejecución del proyecto.

**Figura 8.**

*¿Mediante qué acciones te enseñaron para desarrollar tus capacidades?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021



### **Interpretación:**

En la Figura 8 se observa que, del total de artesanos encuestados, el 42.47% indica que desarrollaron sus capacidades a través de talleres, el 39.73% menciona haber participado en capacitaciones, y el 17.81% señala que la instrucción se llevó a cabo mediante charlas.

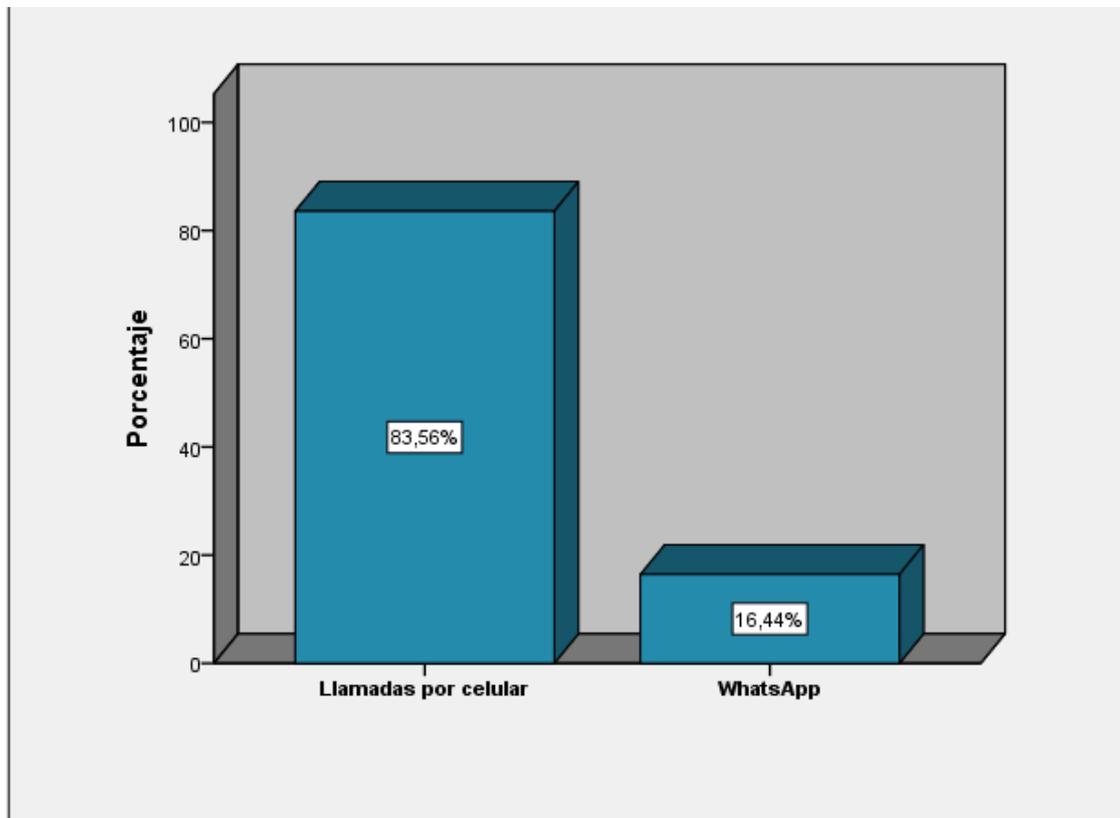
Según la entrevista realizada al Lic. Ronal Callacondo, las capacitaciones fortalecieron principalmente la estructura y organización interna de cada asociación al dirigirse a las juntas directivas. Por otro lado, los talleres se centraron en mejorar la calidad de los productos, involucrando a todos los socios. La elaboración de guías metodológicas fue fundamental, ya que facilitó la interacción con los participantes y en la gestión del tiempo para asegurar el aprendizaje.

Por su parte la UNICEF (2020), sostiene que los talleres y capacitaciones grupales son herramientas efectivas para facilitar el proceso de aprendizaje, ya que plantean interrogantes, fomentan el cuestionamiento, estimulan la búsqueda y fortalecen capacidades.

A partir de esto, deducimos que las artesanas y artesanos fortalecieron sus habilidades mediante talleres y capacitaciones diseñados por la Asociación SER, los cuales estaban detallados en guías metodológicas para asegurar la efectividad del aprendizaje y la comprensión de los temas.

**Figura 9.**

*¿Por qué medio se entera usted de los talleres y capacitaciones?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En la Figura 9, en relación con las convocatorias para talleres y capacitaciones, el 83.56% de la población de esta investigación señala que las convocatorias se realizan a través de llamadas telefónicas, mientras que el 16.44% se lleva a cabo mediante la red social WhatsApp.

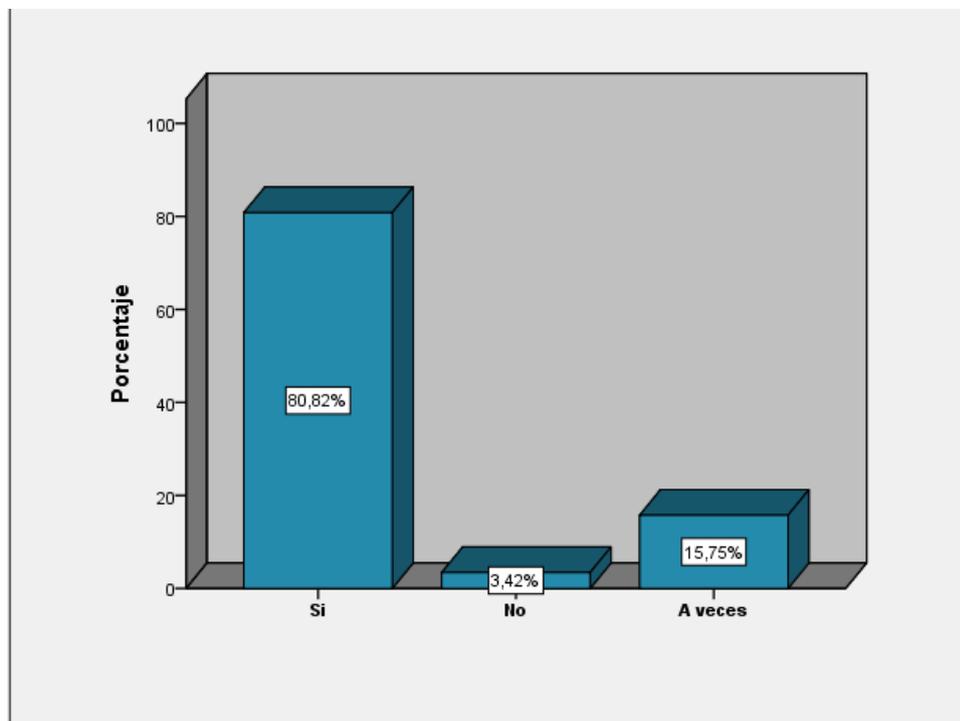
De acuerdo con la entrevista al Lic. Ronal Callacondo, en la fase inicial de la intervención del proyecto, se efectuaban llamadas telefónicas a cada artesana y artesano recordándoles el próximo taller o capacitación. Con el tiempo esto fue cambiando, puesto que solo se comunicaba directamente con la presidenta de cada asociación, quien, a su vez, informaba a cada uno de los socios y socias a través de este medio. Asimismo,

explico que empezaron a utilizar WhatsApp luego de que se les capacitara, pero que su uso no es tan frecuente en algunas zonas debido a la baja señal de internet.

De esto deducimos que el medio más utilizado por la Asociación SER para las convocatorias fue por llamadas telefónicas, debido a como se observa en el grafico 1, un gran porcentaje son personas adultas que todavía no podían hacer uso de las redes o aplicaciones de mensajería.

**Figura 10.**

*¿Asiste a los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

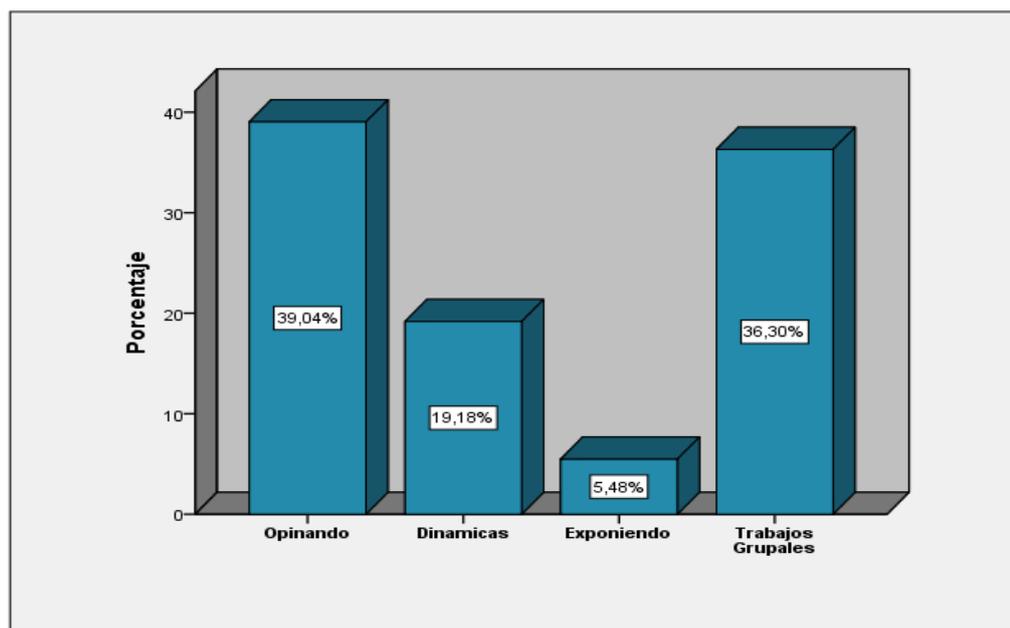
En la Figura 10, ante la pregunta *¿Asiste a los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto?* Los encuestados contestaron con un 80.82% que sí asisten, existiendo un 15.75% que menciona “a veces”.

En relación con este tema, el Lic. Ronal Callacondo señala que las artesanas deben realizar diversas tareas para llegar puntual a las capacitaciones y talleres, ya que sus responsabilidades en el hogar no son delegadas a otras personas. Asimismo, mencionó que algunas mujeres interesadas en formar parte del proyecto no pudieron ser beneficiarias debido a la falta de apoyo por parte de sus esposos e hijos en el hogar.

Esto resultado nos permite corroborar que las conclusiones de otros estudios en donde se describen a la mujer como multifacética, es decir, realizan varias actividades a la vez, son precisas.

### Figura 11.

*¿Cómo participa de los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

### Interpretación:

En la Figura 11, en respuesta a la pregunta ¿cómo participa de los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto? Se aprecia que el 39.04% de la población consultada indica que siempre participan opinando, el 36.30% lo hace mediante trabajos



grupales y el 19.18% refiere que lo hacen con dinámicas.

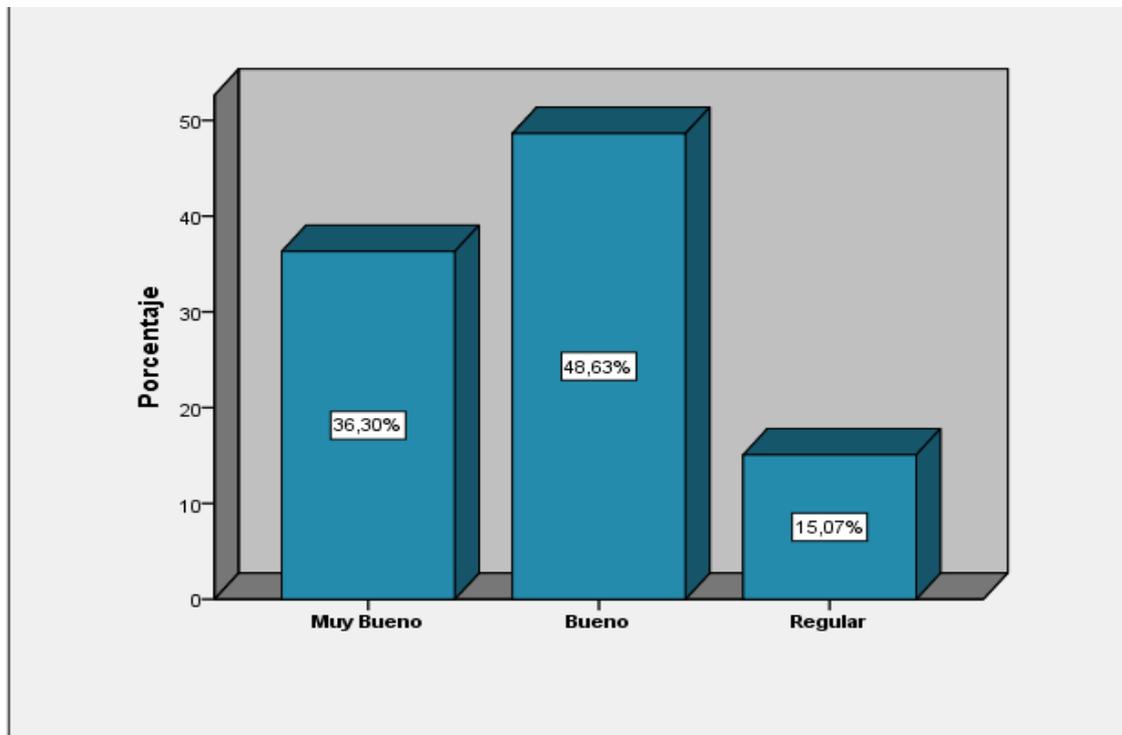
En relación a la participación durante las capacitaciones y talleres, el Lic. Ronal Callacondo, resaltaba la importancia de las guías metodológicas, pues en estas se planteaban preguntas, dinámicas, exposiciones y otras actividades referentes a un tema determinado; lo que generaba que las artesanas y artesanos participen opinando, exponiendo y liderando los trabajos grupales.

Según Martins (2022), el dialogo fluido y participativo se logra a través de dinámicas de grupales que favorecen la colaboración y reduce los obstáculos que se interponen a que puedan expresarse libremente y con confianza.

A partir de esto, podemos inferir que la Asociación SER fomentó la participación activa en las capacitaciones y talleres a través de dinámicas grupales. En estos entornos, las artesanas y artesanos tenían la oportunidad de dar sus opiniones, realizar exposiciones y participar en actividades de grupo, lo que les permitía expresarse libremente.

**Figura 12.**

*¿Cómo califica el desarrollo de los talleres y capacitaciones?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

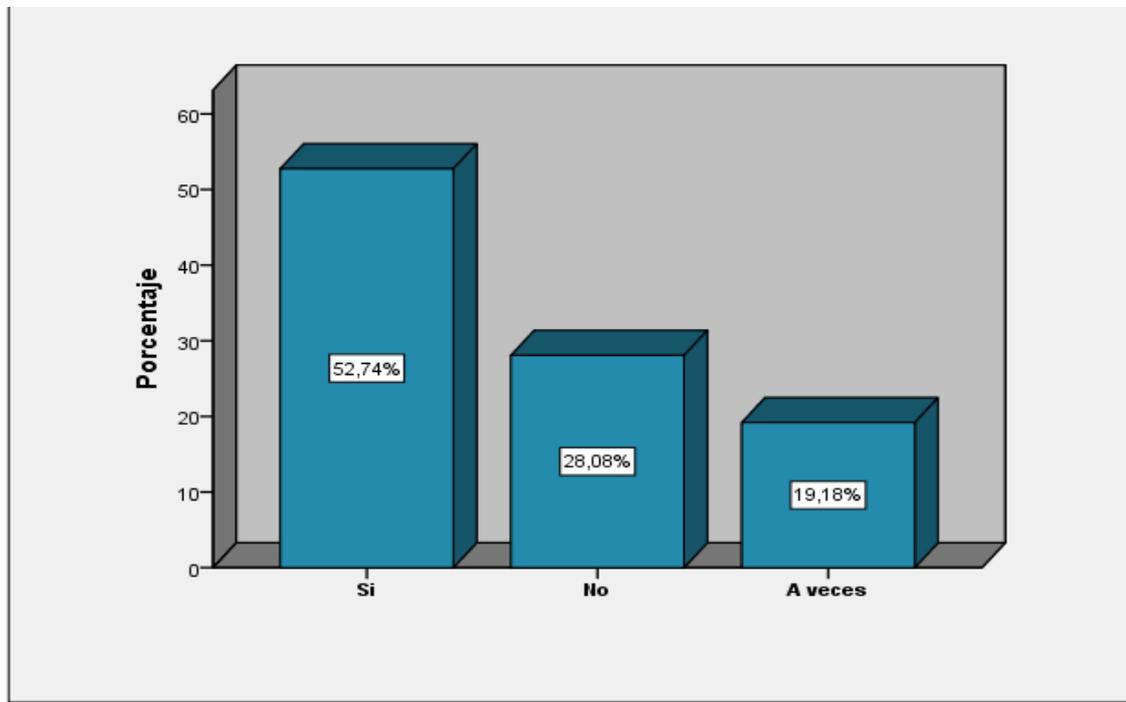
**Interpretación:**

En la Figura 12, referente a ¿cómo califica el desarrollo de los talleres y capacitaciones? el 48.63% de los encuestados lo califica como bueno, un 36.30% lo considera muy bueno y un 15.07% lo percibe como regular. De esto se puede deducir que las socias y los socios de la Cooperativa de Artesanías Lupaca están satisfechos de los talleres y capacitaciones que realiza la Asociación Servicios Educativos Rurales.

Según el Lic. Ronal Callacondo, esto se debe al uso adecuado de la guía metodológica porque permitió desarrollar de forma ordenada y dinámica las actividades, logrando, como se visualiza en la Figura 11, la participación activa durante las capacitaciones y talleres.

**Figura 13.**

*¿Como socio realiza o hace lo que se aprende en los talleres brindados a la  
Cooperativa de Artesanías Lupaca?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En la Figura 13, en respuesta a la pregunta ¿Cómo socio realiza o hace lo que se aprende en los talleres brindados a la Cooperativa de Artesanías Lupaca? El 52.74% de las artesanos/as encuestados manifiesta que si pone en práctica todo lo aprendido en los talleres y el 19.18% refiere que “a veces” y un 28.08% que no pone en práctica lo aprendido.

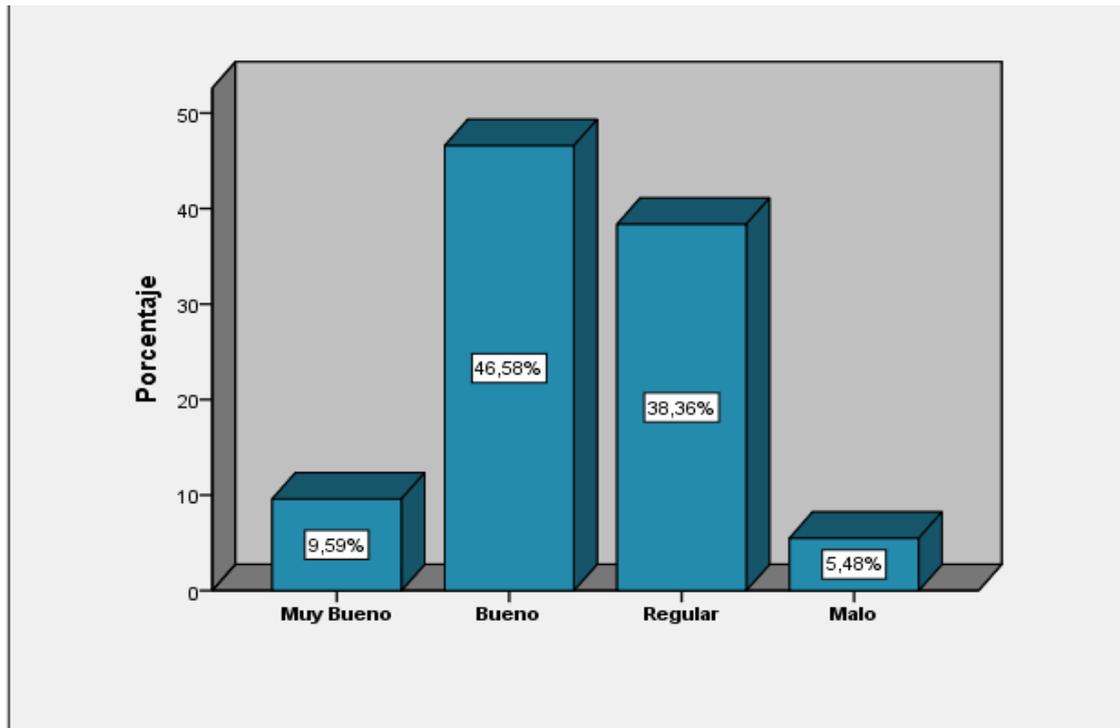
Con respecto a esta interrogante, el Lic. Ronal Callacondo, señaló que muchas de las artesanas al momento de los talleres y con la asistencia de especialistas si podía realizar el producto, sin embargo, cuando se les pedía realizar el mismo producto después de un tiempo se olvidaban. Asimismo, resalta la elaboración de manuales en artesanía de

tora y cerámica, y en el caso de artesanía textil las fichas técnicas, porque mediante estos materiales reforzaban su aprendizaje.

#### Figura 14.

*¿Existe una buena relación entre las socias/os de la Cooperativa de Artesanías*

*Lupaca?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

#### Interpretación:

En la Figura 14, se aprecia que los entrevistados ante la pregunta *¿Existe una buena relación entre las socias/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?* Un 46.58% contestó que es buena, un 9.59% muy buena, mientras que un 38.36% que es regular y un 5,48% que es mala. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados ve positivamente la relación entre los miembros de la cooperativa, con una proporción significativa considerándola buena o muy buena. Sin embargo, también hay una proporción notable que la percibe como regular, y una minoría la evalúa como mala.



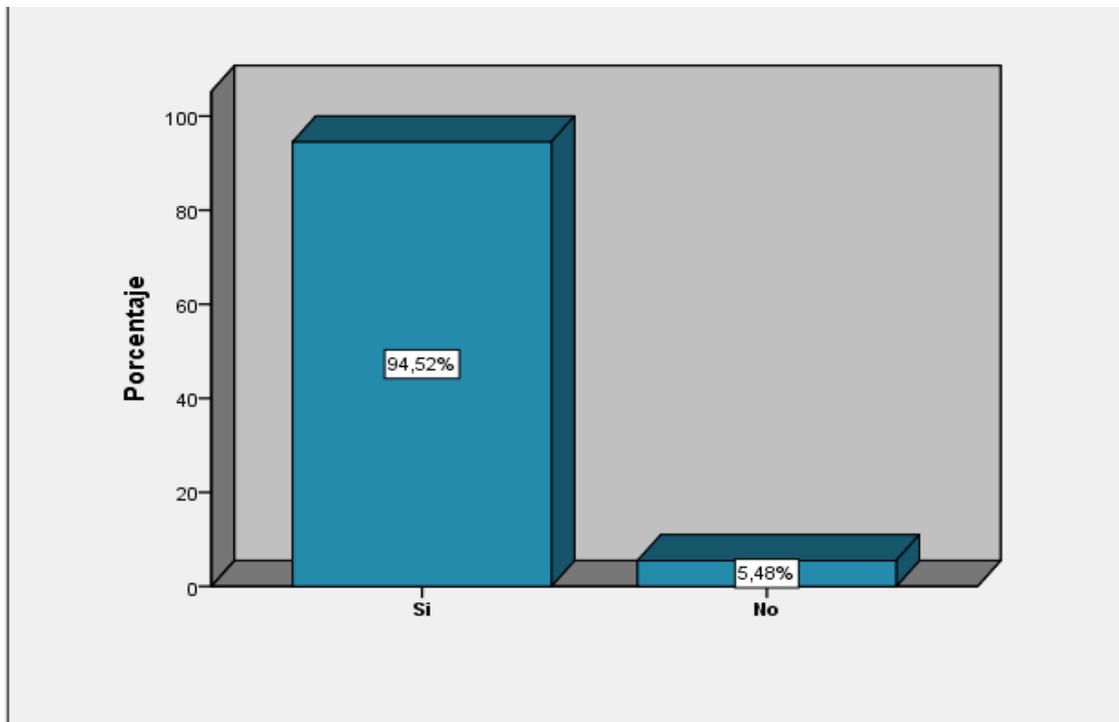
Según el Lic. Ronal Callacondo, cuando se inició el proyecto no hubo una buena relación por parte de los artesanos y artesanas, porque esperaban resultados pronto y solo en beneficio de sus asociaciones. Para que los socios puedan mejorar su relación, se realizaron encuentros de confraternidad en cada comunidad donde se ubican las asociaciones, donde los artesanos daban a conocer cómo es su trabajo, cuáles son sus principales productos, las dificultades que tenían y como es su día a día.

Por su parte González (2017), refiere que cuando existen relaciones sanas entre los integrantes de un grupo de personas, aumenta también su implicación de la misma, potenciando así las ganas de participar en todas las actividades necesarias para su desarrollo y mejora.

De esto inferimos que la Asociación SER fortaleció la relación de los integrantes de la cooperativa Lupaca mediante encuentros culturales donde pudieron observar sus similitudes y diferencias entre asociaciones, de esta manera la relación que perciben los encuestados es favorable.

**Figura 15.**

*¿Considera usted a los directivos de la Cooperativa como buenos líderes para el desarrollo de la Cooperativa?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

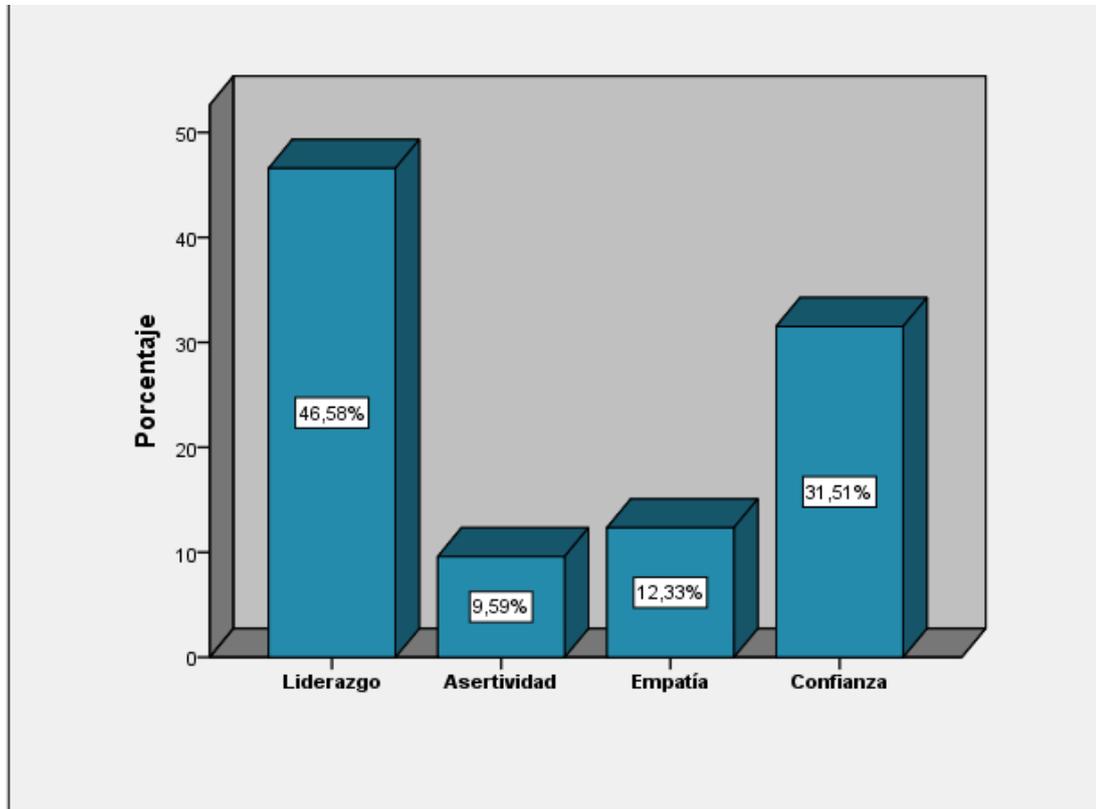
En la Figura 15, respecto a la pregunta *¿Considera usted a los directivos de la Cooperativa como buenos líderes para el desarrollo de la Cooperativa?* el 94.52% considera que si son buenos líderes los directivos de la Cooperativa de Artesanías Lupaca, mientras que un reducido porcentaje 5,48% sostiene que no son buenos líderes.

El Lic. Ronal Callacondo, indica en la entrevista que, los directivos son personas responsables y comprometidas, porque debido a su involucramiento en este emprendimiento productivo lograron rápidamente la formalización de la cooperativa, así mismo, al ver que sus socios/as mejoraban sus productos artesanales y con apoyo del asesoramiento técnico de la Asociación SER lograron ganar proyectos concursables en

Procompite y Turismo Emprende.

**Figura 16.**

*¿Qué habilidades ha desarrollado usted al formar parte de la Cooperativa?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En la Figura 16, ante la pregunta *¿Qué habilidades ha desarrollado usted al formar parte de la Cooperativa?* El 46.58% sostiene que la habilidad desarrollada al formar parte de la cooperativa es el liderazgo, el 31.51% menciona que la habilidad que desarrolló es la confianza, mientras que un 12,33% la empatía y un 9.59% la asertividad.

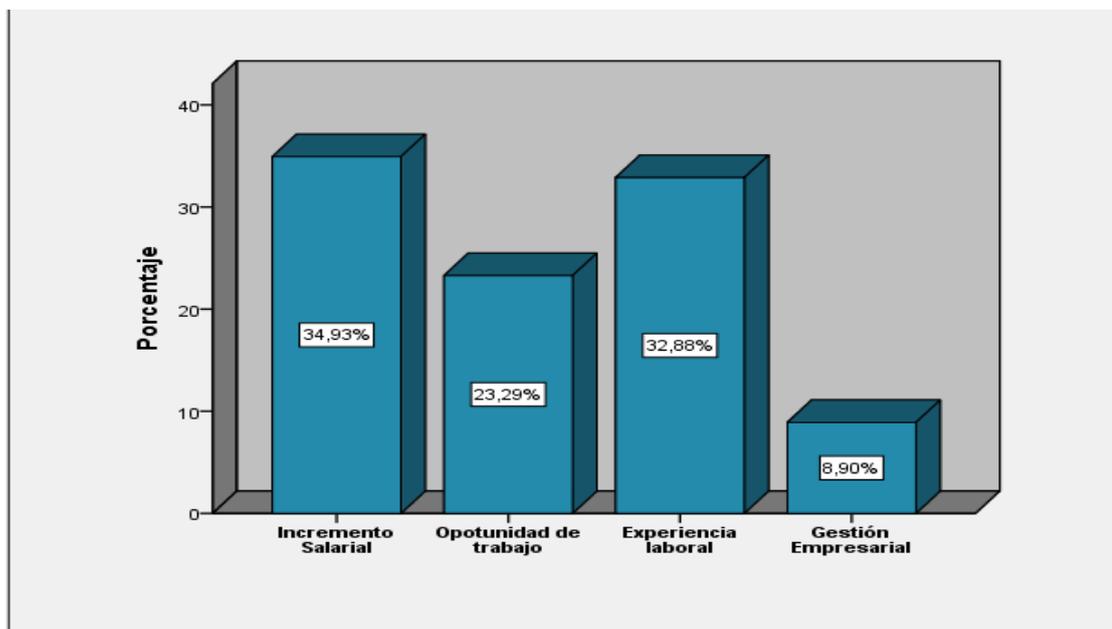
De acuerdo a la entrevista de la Sra. Lourdes Flores, las habilidades de liderazgo y confianza que desarrollaron durante el proyecto les permitió ocupar cargos dirigenciales en su comunidad o en su asociación de artesanos. Los cargos que ocuparon algunas

artesanas son; regidora de centro poblado, presidenta de comunidad, vicepresidenta, secretaria, tesorera y vocal.

De la misma manera el Lic. Ronal Callacondo, indicaba que las artesanas y artesanos aprendieron a motivarse, organizarse y llevar a cabo acciones conjuntas para lograr sus fines y objetivos, Asimismo, durante el transcurso del proyecto pudo evidenciar el cambio de muchas artesanas, puesto que antes tenían miedo de participar, opinar y exponer en las reuniones, y que ahora las puede realizar con naturalidad.

### Figura 17.

*¿De qué manera interviene la Cooperativa en la vida comunitaria?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

### Interpretación:

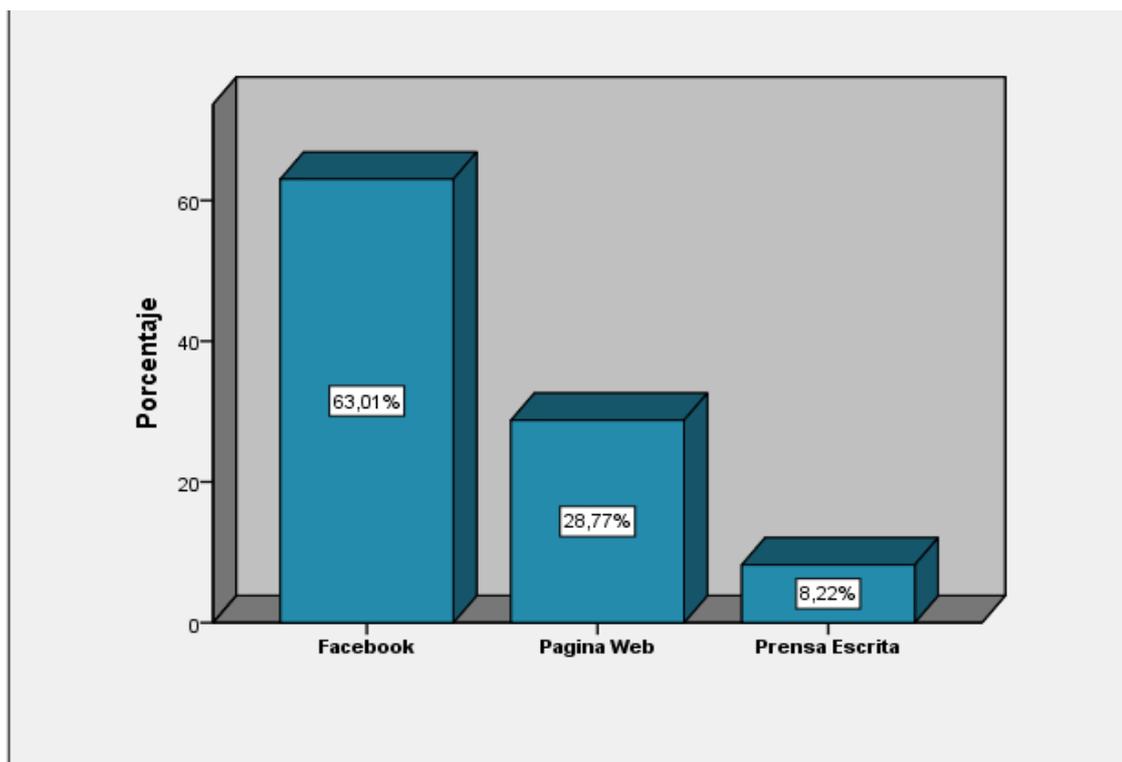
En la Figura 17, en relación a la pregunta *¿De qué manera interviene la Cooperativa en la vida comunitaria?* El 34.93% de los encuestados refiere en el incremento salarial, un 32.68% en experiencia laboral, un 23.29% en oportunidad de trabajo, mientras que un 8,90% indica gestión empresarial.

De esto podemos deducir que el empoderamiento económico de la mujer artesana se ve reflejado mediante la Cooperativa de Artesanías Lupaca, puesto que genera un ingreso propio y adicional a su hogar.

Asimismo, cabe resaltar que la actividad artesanal es complementaria a la agricultura y pastoreo, que son las principales actividades económicas con las cuales los artesanos de la cooperativa generan sus ingresos, por lo que normalmente aprovechan los meses de abril, mayo, junio, julio, agosto y setiembre para poder realizar sus productos artesanales.

**Figura 18.**

*¿A través de que medio se difunde el trabajo de la Cooperativa Lupaca?*



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a la Cooperativa Lupaca, 2021

**Interpretación:**

En el gráfico 18, con respecto a la pregunta ¿A través de que medio se difunde el



trabajo de la Cooperativa Lupaca? El 63.01% indica que es a través de Facebook, un 28.77% indica que su trabajo se difunde por la Página Web, y el 8.22% a través de prensa escrita.

Según el Lic. Ronal Callacondo, las publicaciones del trabajo y las actividades que realizan los artesanos en su mayoría se publican en el Facebook de la cooperativa y de la Asociación SER. Con relación a la oferta de sus productos la cooperativa cuenta con una tienda virtual (página web) donde se encuentran las tres líneas artesanales. Y las publicaciones que se realizan en medios escritos mayormente son de las ferias que organizan y de las participaciones que se tienen en eventos nacionales, porque los productos de la región siempre resaltan.

La difusión de experiencias, a través de la sistematización de logros y lecciones aprendidas del proceso realizado, aprovecha los medios de comunicación masivo y sobre todo las redes sociales, para que sus experiencias sean compartidas con poblaciones que se encuentran en la misma situación (ONU, 2018).

Asimismo, Ronal Callacondo, relataba que mayormente las socias ven las publicaciones de su trabajo a través de Facebook y al ver que varios usuarios comentan alagando su trabajo, las motivaba a seguir adelante y no rendirse.



## V. CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas por la Asociación Servicios Educativos Rurales en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca son: información, desarrollo de capacidades, participación y movilización, y difusión. Estas permitieron que los artesanos(as) puedan empoderarse organizativamente y mejorar su calidad de vida.

**SEGUNDA:** La estrategia de información se implementó a través de jornadas y charlas informativas, con el apoyo de materiales impresos como trípticos. Durante estas acciones comunicacionales el promotor/facilitador brindaba información en el idioma aimara logrando así un adecuado proceso informativo para los artesanos(as) de la Cooperativa de Artesanías Lupaca.

**TERCERA:** La estrategia de desarrollo de capacidades que implementó la Asociación SER en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca, fue a través de capacitaciones, talleres, guías metodológicas, dinámicas y manuales. Las capacitaciones fueron semanalmente sobre mejoramiento en calidad de sus productos artesanales. Los talleres cumplían la finalidad de fortalecer conocimientos sobre liderazgo y gestión, y empoderarlas/os en el aspecto social, económico y político. Para cumplir los objetivos de las capacitaciones y talleres fueron fundamentales las guías metodológicas, y la elaboración de un manual didáctico sobre cómo elaborar sus productos artesanales con calidad.

**CUARTA:** La Asociación SER logra una participación y movilización activa de los artesanos de la Cooperativa de Artesanías Lupaca, organizando encuentros,



pasantías, y promovió la participación en ruedas de negocios y ferias artesanales. Los socios al ser parte de estas actividades vieron como es la organización de otros grupos artesanales, lo que los motivo a participar en proyectos concursables de Procompite y Turismo Emprende, para mejorar sus talleres y centros de interpretación artesanales.

**QUINTA:** La estrategia de difusión se implementó mediante redes sociales (facebook), medios de comunicación tradicionales (Radio, Televisión y medios impresos), y página web de la Cooperativa de Artesanías Lupaca; mediante estos medios solo difunden sus principales actividades, por lo que no es tan frecuente.



## VI. RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** A las instituciones privadas y públicas (ONGs, gobierno regional, gobiernos locales, entre otros), considerar las estrategias de comunicación para el desarrollo al formular proyectos productivos y sociales, puesto que es fundamental para asegurar una ejecución adecuada y garantizar la sostenibilidad a mediano y largo plazo.

**SEGUNDA:** A las instituciones privadas y públicas, que al planificar e implementar las estrategias de comunicación para el desarrollo, consideren la lengua materna, costumbres y tradiciones (cultura); esto con la finalidad de que al momento de informar y realizar el desarrollo de capacidades los actores entiendan y puedan desenvolverse adecuadamente dentro de las actividades.

**TERCERA:** A los promotores y/o facilitadores de proyectos y programas sociales, se les recomienda ser transparentes en la ejecución y realizar el seguimiento adecuado en todas las etapas del proyecto. Puesto que la función principal del comunicador social en comunicación para el desarrollo es ser mediador y llevar a cabo el acompañamiento a poblaciones vulnerables en el proceso de mejorar su calidad de vida.

**CUARTA:** A la Asociación Servicios Educativos Rurales, debería de realizar la difusión del trabajo de sus grupos de intervención con más periodicidad, para que otras instituciones, organizaciones y grupos productivos tengan referencia del proceso de empoderamiento a través de las estrategias de comunicación para el desarrollo.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acunzo, M. (2004). *Radio NTICs experiencias y propuestas para el desarrollo rural*. Quito: Onda Rural.
- Acuña, C. (2002). *Empoderamiento. ¿A quiénes, cómo, cuándo?* Bolivia: COSUDE.
- ASOCAM. (2007). *Empoderamiento: conceptos y orientaciones*. Quito: COSUDE.
- Barbeito Thonon, C. (2004). *Alerta 2004: Informe sobre conflictos, derechos humanos y construcción de paz*. Icaria Editorial.
- Brunet, M. A. (2011). *Propaladoras. Una alternativa comunitaria en San Pedro de Jujuy (Argentina)*. UNiversidad del Norte.
- Castañeda Quispe, J. D. (2015). *Estrategias de comunicacion utilizadas en el proceso de capacitación a las beneficiarias del programa social vaso de leche de la Municipalidad Provincial de Puno - 2014*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Catacora Contreras, C. (2017). *Estrategias de comunicación utilizadas en el proyecto "Desarrollo ganadero del corredor Puno - Ayaviri" Caritas Puno - 2013*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Chiavetano, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- CMMAD. (1992). *Nuestro futuro común*. Madrid: Alianza Editorial.
- CODUCE. (2016). *Comunicación para el desarrollo*. Suiza: Ministerio de asuntos externos.



- Congreso de la Republica. (2007). *Ley de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres*. Lima: El Peruano.
- Estévez, M., Arroyo, M, & Gonzales, C. (2006). *La investigación Científica: Su Metodología*. La Habana
- Fonseca Yerena, M. d. (2011). *Comunicación Oral y Escrita*. Mexico: PEARSON EDUCATION.
- Forstner, K. (2013). *La artesanía como estrategia de desarrollo rural: el caso de los grupos de artesanas en la región de*. Bogotá: Cuadernos de Desarrollo Rural.
- Gamboa Carranza, N. F. (2016). *La Comunicación para el desarrollo como elemento dinamizador de los procesos de participación ciudadana en la provincia de Santa*. Nuevo Chimbote - Perú: Universidad Nacional del Santa.
- Garate, E. R. (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: PUCP.
- Gatuzzo, R. P. (2007). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos.
- Gumucio-Dagron, A. (2011). *Comunicación para el cambio social: clave para el desarrollo participativo*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Hackenberg, N. (1993). *América Latina y la problemática del ambiente y el desarrollo en un mundo cambiado*. Bogotá: Fundación Konrad Adenauer-FKA.
- Hernández Mendo, A., & Garay Plaza, O. (2005). *Concepto de Comunicación y componentes comunicativos*. Wanceulen Editorial Deportiva.
- Hernández Poveda, R. M. (1999). *Comunicación Oral y Escrita*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.



- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. Mexico: McGRAW-HILL.
- INEI. (2012). *Desarrollo Local. Estadísticas Municipales*. Obtenido de [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1110/cap08.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1110/cap08.pdf)
- Instituto Peruano de Economía. (14 de mayo de 2021). *POBREZA 2020: EL PERÚ RETROCEDE 10 AÑOS*. Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/pobreza-2020-el-peru-retrocede-10-anos/>
- Iturralde, P. (2005). *Planificación estratégica de organizaciones económicas campesinas*. Cochabamba: VECO.
- Jervis, T. M. (27 de agosto de 2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Kay, C. (2008). *Reflections on Latin American Rural Studies in the Neoliberal Globalization Period: A New Rurality?* Development and Change.
- Letona, K. E. (2017). *LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES RURALES EN EL PERÚ*. LIMA: Asociación SER.
- Littrell, M. A., & Dickson, M. A. (1999). *Responsabilidad social en el mercado global: comercio justo de productos culturales*. SAGE Publications, Inc.
- Loria Meneses, R. (2011). *Comunicación Oral y Escrita*. Costa Rica: UNED.
- Martínez, C. M. (2006). *Empoderamiento de las Mujeres: conceptualización y estrategias*.



- MIMP. (2012). *Empoderamiento y autonomía económica de las mujeres*. Obtenido de <https://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/pasantiaempoderamiento/presentacion.html>
- MINCETUR. (19 de marzo de 2021). *Día del Artesano Peruano: más de 90 mil artesanos se encuentran registrados a nivel nacional*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/348970-dia-del-artesano-peruano-mas-de-90-mil-artesanos-se-encuentran-registrados-a-nivel-nacional>
- Pacheco, E. (2015). *Metodología Mixta y su aplicación*. Mexico: El Colegio de Mexico.
- Perez, J. (9 de enero de 2015). *Introducción al concepto de desarrollo*. Obtenido de <https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>
- Pérez, R. A., & Massoni, S. (2008). *Hacia una Teoría General de la Estrategia*. Barcelona: Editorial Ariel S.A.
- Plan internacional. (11 de diciembre de 2020). *4 acciones para promover el empoderamiento de la mujer en el Perú*. Obtenido de <https://www.planinternational.org.pe/blog/4-acciones-para-promover-el-empoderamiento-de-la-mujer>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2011). *Comunicación Para El Desarrollo*. Nueva York.
- Romano, J. (2002). *“Empoderamiento: enfrentemos primero la cuestión de poder para combatir juntos la pobreza*. Brasil: ActionAid.
- Ruiz Garate, 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.



- Sampieri, R. H. (25 de octubre de 2011). *Metodología Mixta*. Obtenido de <https://www.uned.ac.cr/acontecer/a-diario/sociedad/1144-roberto-hernandez-sampieri-visito-la-uned>
- Servaes, J. (2010). *Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social*. USAID
- Traverso Holguin, P. A., Williams Flores, B. G., & Palacios Bauz, I. d. (2017). *La Comunicación efectiva como elemento de éxito*. Ecuador: Universidad ECOTEC.
- UNICEF. (2020). *Comunicación para el desarrollo – C4D*. Obtenido de <https://www.unicef.org/colombia/comunicacion-para-el-desarrollo>
- Universidad de Lima. (2003). *El desarrollo de la artesanía y su formalización empresarial*. Obtenido de [https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria\\_industrial/article/download/527/490/](https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/download/527/490/)
- Velásquez, N. (1988). *Alternativas tecnológicas frente a la propuesta textil peruana: la Lima*.
- Villalobos Gonzales, A. M., & Nicolta Victoria, J. (2015). *Estrategias de comunicación para el empoderamiento colectivo en Buenaventura*. Santiago de Cali: Universidad ICESI.



## ANEXOS



## ANEXO A. GUIA DE ENTREVISTA

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** .....

---

1. ¿Cuál es el objetivo del proyecto Inclusión de las Mujeres Indígenas Aimaras en Emprendimientos Productivos Ejerciendo sus Derechos y en cuantos componentes se divide?
2. ¿Cómo se identificó a la población beneficiaria de este proyecto para la creación de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?

### ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN

3. ¿Cómo se realizó las convocatorias para que la población beneficiaria se informe sobre este emprendimiento productivo?
4. ¿De qué manera se informó y generó el interés en la población beneficiaria para que sean parte de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?
5. ¿Se elaboró material impreso o audiovisual, para informar y sensibilizar sobre los objetivos y actividades de este emprendimiento productivo? ¿Se tomó en cuenta las costumbres y tradiciones?
6. ¿Durante cuánto tiempo se realizó la etapa de información y sensibilización?

### ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES

7. ¿Qué acciones se realizó durante el proyecto para desarrollar las capacidades de los artesano/as de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?
8. ¿Sobre qué temas se capacitó y desarrollo talleres para mejorar la calidad productiva y empoderar a los socios/as de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?
9. ¿Cómo es la participación de los artesanos/as en los talleres y capacitaciones?
10. ¿Qué materiales se elaboró para facilitar el desarrollo de capacidades de los socios/as de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?



11. ¿Cuáles fueron los resultados de las acciones realizadas para desarrollar las capacidades de los artesano/as de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?

### **ESTRATEGIA DE MOVILIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN**

12. ¿Cómo es la participación organizativa de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?
13. ¿Cuáles son los espacios de comunicación que facilitan el dialogo y transparencia de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?
14. ¿Qué acciones se realizaron para fortalecer y empoderar la participación de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?
15. ¿El proyecto evalúa la eficiencia de su intervención en la Cooperativa de Artesanías Lupaca?

### **ESTRATEGIA DE DIFUSION**

16. ¿Cómo la Cooperativa de Artesanías Lupaca da a conocer el trabajo que realiza?



## ANEXO B. CUESTIONARIO

### CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario tiene por finalidad determinar las “Estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2019”. Marque con un aspa (X) la opción de su preferencia.

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_\_

#### A. INFORMACIÓN

1. ¿Los mensajes de información del proyecto, fueron en tu lengua materna?

Si	
No	
A veces	

2. ¿Cómo califica la información que reciben los asociados de la Cooperativa Lupaca?

Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy malo	
No sabe	

3. ¿Qué materiales impresos le entrego el proyecto? **(Puede marcar más de una opción)**

Manuales	
Afiches	
Catálogos	
Folletos	
Trípticos	



Gigantografías	
Otro ¿cuál?	

.....

4. ¿Cómo califica la información de los materiales impresos? (**Puede marcar más de una opción**)

Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy malo	
No sabe	

5. ¿Para comunicar sobre el proyecto, se ha tomado en cuenta las costumbres y tradiciones de tu población?

Si	
No	

**B. DESARROLLO DE CAPACIDADES.**

6. ¿Durante el desarrollo de capacidades del proyecto te enseñaron a través de: (**Puede marcar más de una opción**)

Charlas	
Talleres	
Capacitaciones	
Foros	
Seminarios	
Otro ¿cuál?	

.....

7. ¿Por qué medio se entera usted de los talleres y capacitaciones? (**Puede marcar más de una opción**)



Citaciones	
Llamadas por celular	
WhatsApp	
Aviso Radial	
Otro ¿cuál?	

.....

8. ¿Asiste a los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto?

Si	
No	
A veces	

9. ¿Cómo participa de los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto? (**Puede marcar más de una opción**)

Opinando	
Dinamicas	
Exponiendo	
Trabajos grupales	
Otro ¿cuál?	

.....

10. ¿Cómo califica el desarrollo de los talleres y capacitaciones?

Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy malo	
No sabe	

11. ¿Usted como socio realiza o hace lo que se aprende en las capacitaciones brindadas por la Cooperativa de Artesanias Lupaca?



Si	
No	
A veces	

**C. PARTICIPACIÓN Y MOVILIZACIÓN**

12. ¿Existe una buena relación entre socios y directivos de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?

Si	
No	

13. ¿Considera usted a los directivos de la cooperativa como buenos líderes para el desarrollo de la Cooperativa?

Si	
No	
A veces	

14. ¿Qué habilidades ha desarrollado usted al formar parte de la cooperativa? **(Puede marcar más de una opción)**

Liderazgo	
Asertividad	
Empatia	
Confianza	
Otro ¿cuál?	

.....

15. ¿De qué manera interviene la cooperativa en la vida comunitaria? **(Puede marcar más de una opción)**

Incremento salarial	
Oportunidades de trabajo	
Experiencia	
Gestión empresarial	



Otro ¿cuál?	
-------------	--

.....

#### D. DIFUSIÓN.

16. ¿A través de que medio se difunde el trabajo de la Cooperativa de Artesanías

Lupaca? **(Puede marcar más de una opción)**

Facebook	
Instagram	
Twitter	
Prensa Escrita	
Prensa radial	
Prensa televisiva	
Otro ¿Cuál?	

.....



## ANEXO C. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** Lic. Ronal Callocondo Mollo, Promotor del proyecto: Inclusión de las Mujeres Indígenas Aymaras en Emprendimientos Productivos Ejerciendo sus Derechos

**Fecha:** octubre del 2021

**CAL:** Cooperativa de Artesanías Lupaca

**1. ¿Cuál es el objetivo del proyecto Inclusión de las Mujeres Indígenas Aymaras en Emprendimientos Productivos Ejerciendo sus Derechos y en cuantos componentes se divide?**

El objetivo de este proyecto, es que las mujeres indígenas de manera organizada alcancen el fortalecimiento de sus capacidades, el empoderamiento económico y representatividad a nivel local, regional y nacional logrando la formulación de políticas y programas económicos y sociales para pueblos indígenas en el ejercicio de sus derechos colectivos.

El proyecto consta de 3 Componentes: El primero es que las mujeres artesanas indígenas organizadas, diversifican y mejoran su producción y se adaptan a las exigencias y estándares que demanda el mercado, el segundo, que las organizaciones de mujeres artesanas logren una estructura de comercialización de gran alcance comunitario con acceso a los mercados locales, regionales y nacionales, y finalmente, el tercer componente que las comunidades campesinas aimaras organizadas son capaces de reclamar sus derechos económicos y territoriales de sus comuneros/as impulsando políticas públicas orientadas a la seguridad jurídica.

Con la intervención de este proyecto (componente 1 y 2) se logró formar la Cooperativa de artesanías Lupaca que está conformada por 7 asociaciones de



artesanos/as, y trabajan tres líneas artesanales, cabe indicar que la mayoría en esta cooperativa son mujeres rurales.

**2. ¿Cómo se identificó a la población beneficiaria de este proyecto para la creación de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Para elaborar el proyecto se elaboró un diagnóstico situacional en la zona sur de la Región Puno, donde se consideraron 2 aspectos principales: La necesidad de generar oportunidades de negocio sostenible a través de la actividad artesanal y la potencialidad de cada zona (Recursos naturales existentes como: fibra de alpaca, arcilla y totora).

**ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN**

**3. ¿Cómo se realizó las convocatorias para que la población beneficiaria se informe sobre este emprendimiento productivo?**

A través de jornadas de sensibilización y charlas informativas sobre el proyecto, realizado en las zonas de intervención (Puno, Ilave, Acora, Platería, Pilcuyo). En donde las organizaciones de artesanas tuvieron la oportunidad de presentar su organización integrada mínimamente por 15 socias, ya sean constituidas formalmente o con proyección de formalizarse.

En los eventos informativos se indicó claramente que las organizaciones artesanas posteriormente pertenecerán a una Cooperativa que funcionará bajo la lógica de una empresa social.

**4. ¿De qué manera se informó y generó el interés en la población beneficiaria para que sean parte de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Se presentaron experiencias de otras organizaciones de artesanas que trabajan en la región de Puno, a nivel nacional e internacional. Resaltando en ellas los beneficios económicos, sociales y culturales que trae consigo estos emprendimientos



asociativos. Lo más relevante fue sobre todo mostrar experiencias de otras organizaciones similares y resaltar los beneficios a través de videos.

- 5. ¿Se elaboró material impreso o audiovisual, para informar y sensibilizar sobre los objetivos y actividades de este emprendimiento productivo? ¿Se tomó en cuenta las costumbres y tradiciones?**

Se elaboraron trípticos con información básica del proyecto y presentación multimedia sobre las experiencias e información básica del proyecto. También se llevaron catálogos de productos de otras entidades ligadas al sector artesanía.

Durante los eventos informativos se resaltó que el proyecto y sus actividades se adaptaran a las costumbres y tradiciones de las mujeres rurales. Considerando sus roles en sus familias, en la comunidad y otros espacios.

- 6. ¿Durante cuánto tiempo se realizó la etapa de información y sensibilización?**

Durante 4 meses en diferentes momentos, y en reiteradas visitas informativas, primero con las autoridades comunales, seguida por representantes de las organizaciones de artesanas y otras con todas las artesanas/os.

#### **ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES**

- 7. ¿Qué acciones se realizó durante el proyecto para desarrollar las capacidades de los artesano/as de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Se realizaron capacitaciones (semanales) y talleres (Mensuales) sobre procesos productivos y mejora de calidad en productos artesanales, para el desarrollo de capacidades fue importante el asesoramiento técnico y seguimiento constante hasta que los socios/as se integren en la toma de decisiones de la CAL.

- 8. ¿Sobre qué temas se capacitó y desarrollo talleres para mejorar la calidad productiva y empoderar a los socios/as de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**



Las capacitaciones fueron sobre: emprendimientos de negocios artesanales bajo el modelo de Negocios Canvas, capacidades empresariales, gestión empresarial de negocios artesanales, técnicas de negociación y comercialización, y oferta productiva y administración de los emprendimientos artesanales (redes, red mayor, empresas, etc.)

Se desarrollaron talleres en: formulación de planes de negocios, Mejoramiento de la calidad de sus productos artesanales, elaboración de muestras y/o prototipos de productos artesanales, y diseño y acabados de productos artesanales en; Textil, Cerámica y Artesanía de Totora.

Para visualizar los resultados de las capacitaciones y talleres se hizo acompañamiento y asistencia técnica.

**9. ¿Cómo es la participación de los artesanos/as en los talleres y capacitaciones?**

Son activos y esto se debe a que los talleres y capacitaciones se realizan en aimara, y también el contar con una guía metodológica para poder desarrollar de forma ordenada y dinámica, logrando que las socias/os opinen, realicen trabajos grupales y expongan los temas tratados en estas actividades.

**10. ¿Qué materiales se elaboró para facilitar el desarrollo de capacidades de los socios/as de la CAL?**

Se elaboraron manuales en totora y cerámica y en el caso de textil fichas técnicas.

**11. ¿Cuáles fueron los resultados de las acciones realizadas para desarrollar las capacidades de los artesano/as de la CAL?**

A través de los talleres y capacitaciones los artesanos/as se involucraban más en la formalización de la CAL, así mismo, al ver que sus productos mejoraban y



podían venderlo a un mejor precio, participaron en proyectos concursables como Procompite y Turismo Emprende.

## **ESTRATEGIA DE MOVILIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN**

### **12. ¿Cómo es la participación organizativa de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Al inicio del proyecto no hubo una participación muy activa porque cada asociación esperaba resultados pronto y solo en beneficio de sus asociaciones, sin embargo, esto fue cambiando al ver que trabajando en conjunto y al contar con buenos líderes lograban buenos resultados.

### **13. ¿Cuáles son los espacios de comunicación que facilitan el diálogo y transparencia de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Se realizaron encuentros en cada comunidad de las asociaciones, esto con el fin de conocer su cultura, el trabajo que realizan y la forma organizacional interna de cada asociación, esto permitió que puedan visibilizar sus semejanzas y diferencias.

### **14. ¿Qué acciones se realizaron para fortalecer y empoderar la participación de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Para empoderar a la CAL en el aspecto social y económico se llevaron a cabo Ferias artesanales denominada (Expo Feria de Artesanías Lupaca) que se viene desarrollando desde el 2016 hasta la fecha.

Para el fortalecimiento organizacional se organizaron pasantías a otras cooperativas de Ayacucho y Cajamarca la cual estas cooperativas realizan un trabajo conjunto y eficiente exportando sus productos a nivel internacional, luego de estas visitas se vio la influencia que estas tuvieron en la forma de trabajo de los artesanos/as teniendo como metas próximas construir sus propios talleres y centros de interpretación, donde puedan expender sus productos artesanales.



**15. ¿El proyecto evalúa la eficiencia de su intervención en la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Si y esto se realizó a través de la línea de base recolectada al inicio y la final de proyecto.

**ESTRATEGIA DE DIFUSION**

**16. ¿Cómo la Cooperativa de Artesanías Lupaca da a conocer el trabajo que realiza?**

Todos los trabajos realizados por las artesanas se dan a conocer por las redes sociales (Facebook) y la página web de artesanías Lupaca, también por los medios tradicionales como son radio y TV.

## ANEXO D. TABLAS DE FRECUENCIAS DE LOS RESULTADOS

**Tabla 1***Edad de Artesanas/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 – 29	20	13,7	13,7	13,7
	30 - 59	116	79,5	79,5	93,2
	60 a más	10	6,8	6,8	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 2***Sexo de Artesanas/os de la Cooperativa de Artesanías Lupaca*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mujer	132	90,4	90,4	90,4
	Varón	14	9,6	9,6	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 3***¿Los mensajes de información del proyecto fueron en tu lengua materna?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	46	31,5	31,5	31,5
	No	15	10,3	10,3	41,8
	A veces	85	58,2	58,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 4***¿Cómo califica la información que reciben los asociados de la Cooperativa Lupaca?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	55	37,7	37,7	37,7
	Bueno	61	41,8	41,8	79,5
	Regular	30	20,5	20,5	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia**

**Tabla 5***¿Qué materiales impresos le entrego el proyecto?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Manuales	56	38,4	38,4	38,4
	Afiches	7	4,8	4,8	43,2
	Catálogos	28	119,2	19,2	62,3
	Folletos	11	7,5	7,5	69,9
	Trípticos	35	24,0	24,0	93,8
	Gigantografías	9	6,2	6,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 6***¿Cómo califica la información de los materiales impresos?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	43	29,5	29,5	29,5
	Bueno	68	46,6	46,6	76,0
	Regular	33	22,6	22,6	98,6
	Malo	2	1,4	1,4	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 7***¿Para comunicar sobre el proyecto, se ha tomado en cuenta las costumbres y tradiciones de tu población?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	141	96,6	96,6	96,6
	No	5	3,4	3,4	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia**

**Tabla 8***¿Mediante qué acciones te enseñaron para desarrollar tus capacidades?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Charlas	26	17,8	17,8	17,8
	Talleres	62	42,5	42,5	60,3
	Capacitaciones	58	39,7	39,7	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 9***¿Por qué medio se entera usted de los talleres y capacitaciones?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Llamadas por celular	122	79,7	83,6	83,6
	WhatsApp	24	15,7	16,4	100,0
	Total	146	95,4	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 10***¿Asiste a los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	118	80,8	80,8	80,8
	No	5	3,4	3,4	84,2
	A veces	23	15,8	15,8	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 11***¿Cómo participa de los talleres y capacitaciones que realiza el proyecto?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Opinando	57	39,0	39,0	39,0
	Dinámicas	28	19,2	19,2	58,2
	Exponiendo	8	5,5	5,5	63,7
	Trabajos Grupales	53	36,3	36,3	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia**

**Tabla 12**

*¿Cómo califica el desarrollo de los talleres y capacitaciones?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	53	36,3	36,3	36,3
	Bueno	71	48,6	48,6	84,9
	Regular	22	15,1	15,1	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021

**Elaboración propia**

**Tabla 13**

*¿Como socio realiza o hace lo que se aprende en las capacitaciones brindadas por la Asociación SER?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	77	52,7	52,7	52,7
	No	41	28,1	28,1	80,8
	A veces	28	19,2	19,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021

**Elaboración propia**

**Tabla 14**

*¿Existe una buena relación entre socias y socios de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	14	9,6	9,6	9,6
	Bueno	68	46,6	46,6	56,2
	Regular	56	38,4	38,4	94,5
	Malo	8	5,5	5,5	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021

**Elaboración propia**

**Tabla 15**

*¿Considera usted a los directivos de la Cooperativa como buenos líderes para el desarrollo de la Cooperativa?*

	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	138	94,5	94,5	94,5
	No	8	5,5	5,5	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021

**Elaboración propia****Tabla 16***¿Qué habilidades ha desarrollado usted al formar parte de la Cooperativa?*

Válido	Items	Frecuencia		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	Porcentaje		
	Liderazgo	68	46,6	46,6	46,6
	Asertividad	14	9,6	9,6	56,2
	Empatía	18	12,3	12,3	68,5
	Confianza	46	31,5	31,5	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 17***¿De qué manera interviene la Cooperativa en la vida comunitaria?*

Válido	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Incremento Salarial	51	34,9	34,9	34,9
	Oportunidad de trabajo	34	23,3	23,3	58,2
	Experiencia laboral	48	32,9	32,9	91,1
	Gestión Empresarial	13	8,9	8,9	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia****Tabla 18. ¿A través de qué medio se difunde el trabajo de la Cooperativa de Artesanías Lupaca?**

Válido	Items	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Facebook	96	63,0	63,0	63,0
	Página Web	19	28,8	28,8	91,8
	Prensa Escrita	8	8,2	8,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a la Cooperativa de Artesanías Lupaca, 2021**Elaboración propia**

ANEXO E. MATRIZ DE CONCISTENCIA

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO UTILIZADAS POR LA ASOCIACIÓN SER EN EL EMPODERAMIENTO DE LA COOPERATIVA DE ARTESANÍAS LUPACA DEL DISTRITO DE ACORA – PUNO 2019”

Problema de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores	Metodología	Población y Muestra
<p><b>Problema General</b> ¿Cuáles son las estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?</p> <p><b>Problemas Específicos</b> ¿Cómo se implementa la estrategia de información en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar cuáles son las estrategias de Comunicación para el Desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.</p> <p><b>Objetivos Específico</b> Describir como se implementa la estrategia de información en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021</p> <p>Describir como se implementa la</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Las estrategias de comunicación para el desarrollo utilizadas en el empoderamiento de la cooperativa de Artesanías Lupaca son: de información, desarrollo de capacidades, participación y movilización social, y difusión.</p> <p><b>Hipótesis Específicos</b> La estrategia de información utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno se implementa a través de jornadas informativas, charlas y material impreso. Teniendo en cuenta el</p>	<p><b>V1</b> <b>Estrategias de Comunicación para el Desarrollo</b></p> <p><b>DIMENSIONES:</b> Estrategia de Información</p> <p>Estrategia de Desarrollo de Capacidades</p> <p>Estrategia de participación y movilización</p> <p>Estrategia de difusión</p>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> El tipo de investigación es descriptiva</p> <p><b>Diseño de Investigación</b> El diseño es No Experimental transversal descriptivo, porque se realizan sin la manipulación deliberada de variables y solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para ser</p>	<p><b>Población</b> 146 artesanos de la Cooperativa de Artesanías Lupaca.</p> <p><b>Muestra</b> En esta investigación se trabajará con el conjunto completo conformado por 1 promotor de la Asociación Servicios Educativos Rurales y 146 socios/as de la Cooperativa de</p>

<p>¿Cómo se implementa la estrategia de desarrollo de capacidades en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?</p>	<p>estrategia de desarrollo de capacidades en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.</p>	<p>idioma y las costumbres de los asociados.</p> <p>La estrategia de desarrollo de capacidades utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno se implementa a través de capacitaciones y talleres.</p>	<p>analizados, se basa en categorías, conceptos, variables, contextos, comunidades o de fenómenos e informan lo que arrojan los datos; transversal</p>	<p>Artesanías Lupaca.</p>
<p>¿Cómo se implementa la estrategia de movilización y participación en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?</p>	<p>Describir como se implementa la estrategia de movilización y participación en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.</p>	<p>La estrategia de movilización y participación utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno, se implementa por medio de pasantías, ferias y rueda de negocios.</p>	<p>descriptivo, porque, parte de las observaciones en un momento o tiempo único (Hernández Sampieri, Fernández Collado, &amp; Baptista Lucio, 2014)</p>	<p><b>Técnicas:</b> Entrevista Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Guía de Entrevista Cuestionario</p>
<p>¿Cómo se implementa la estrategia de difusión en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021?</p>	<p>Describir como se implementa la estrategia de difusión en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno – 2021.</p>	<p>La estrategia de difusión utilizada en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la Región Puno se implementa mediante redes sociales y prensa escrita.</p>		



## ANEXO F: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
Variables	Definición de variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Estrategias de Comunicación para el desarrollo	Las Estrategias de Comunicación para el Desarrollo son un elemento fundamental para procesos de cambio social, donde los actores asumen procesos efectivos de diálogo, transparencia, planificación y priorización de proyectos en pro del bienestar de sus localidades.	Información	Idioma	Entrevista y encuesta
			Mensaje Eficiente	
			Tipo de Materiales impresos	
		Desarrollo de capacidades	Tipo de Técnicas Grupales	
			Medio de Citación	
			Participación	
		Movilización y participación	Relación entre socios y directivos	
			Habilidades	
		Difusión	Tipo de Medio	

## ANEXO G. FOTOS DE LA COOPERATIVA







## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Alexander Calcina Luque  
identificado con DNI 70238068 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

"Uso de las estrategias de Comunicación para el  
Desarrollo en el empoderamiento de la Cooperativa  
de Artesanías Lupaca de la región Puno - 2021"

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 31 de enero del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella



## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Gonzalo Escarcena Mamani  
identificado con DNI 70166735 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado  
Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:  
"Uso de las estrategias de Comunicación para el Desarrollo en  
el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de  
la región Puno - 2021"

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 31 de enero del 2024

  
FIRMA (obligatoria)



Huella



## AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Alexander Calcina Lague,  
identificado con DNI 70238068 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

Ciencias de la Comunicación Social,  
informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

“ Uso de las estrategias de Comunicación para el  
Desarrollo en el empoderamiento de la Cooperativa  
de Artesanías Lupaca de la región Puno - 2021 ”

para la obtención de  Grado,  Título Profesional o  Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

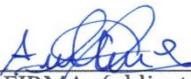
En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 31 de enero del 2024

  
FIRMA (obligatoria)



Huella



## AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Gonzalo Escarcena Mamani,  
identificado con DNI 70166735 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado  
Ciencias de la Comunicación Social

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

“Uso de las estrategias de Comunicación para el Desarrollo en el empoderamiento de la Cooperativa de Artesanías Lupaca de la región Puno - 2021”

para la obtención de  Grado,  Título Profesional o  Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 31 de enero del 2024

  
FIRMA (obligatoria)



Huella