

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN
LA PERCEPCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN
EL DISTRITO DE OROPESA, PROVINCIA DE QUISPICANCHI,
CUSCO – 2025**

PRESENTADA POR:

Br. JINMY LAURA AMAT

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ASESOR:

Mg. YHOBANY YHASMAN Y VENEGAS
LINGUITHY

CUSCO – PERÚ

2026



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Yhobany Yhasmany Venegas Linguithy
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada: Influencia de la comunicación
estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer
en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco - 2025

Presentado por: Jimmy Laura Amat DNI N° 76044403 ;
presentado por: DNI N°:
Para optar el título Profesional/Grado Académico de Licenciado en Ciencias de
la Comunicación

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 03 veces, mediante el
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de**
Similitud en la UNSAAC y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	<u>X</u>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 10 de setiembre de 2026


.....
Firma
Post firma Yhobany Yhasmany Venegas Linguithy
Nro. de DNI 42898392
ORCID del Asesor 0000-0001-6686-1960

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:622087405

JINMY LAURA AMAT

INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PERCEPCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN EL DI...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:622087405

Fecha de entrega

9 sep 2026, 12:14 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

9 sep 2026, 1:10 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PERCEPCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTR....docx

Tamaño del archivo

5.1 MB

161 páginas

37.990 palabras

209.327 caracteres

9% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 22 palabras)

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Presentación

Dra. María del Pilar Benavente García

Decana de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Señores miembros del jurado.

En cumplimiento con el reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, presento a vuestra consideración la presente tesis titulada: INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PERCEPCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN EL DISTRITO DE OROPESA, PROVINCIA DE QUISPICANCHI, CUSCO – 2025.

La presente investigación analiza de forma descriptiva correlacional cómo la comunicación estratégica, a través de sus dimensiones educativa, política y ciudadana, influye en la percepción de la violencia contra la mujer en las ciudadanas que pertenecen al distrito de Oropesa. Para ello, se utilizó un enfoque cuantitativo y se recolectó información de fuente primaria mediante la aplicación de encuestas a una muestra de 340 mujeres, de entre 15 a 55 años de edad, permitiendo un análisis de mayor profundidad sobre esta problemática social.

La investigación se estructura en cinco capítulos que abarcan desde el planteamiento del problema y el marco teórico, hasta el sistema de hipótesis, la metodología empleada y el procesamiento de los resultados obtenidos, culminando con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Atentamente,

Br. Jinmy Laura Amat.

Dedicatoria

A Dios, por bendecirme con la vida y darme la sabiduría necesaria para culminar este anhelo profesional.

A mis padres Lourdes y Juvenal, quienes son el pilar fundamental de mi existencia, por su amor incondicional, su paciencia y por enseñarme que con esfuerzo y amor no hay nada imposible.

A mis hermanos Willian y Milder, por ser mi mayor inspiración hoy y siempre.
A mis abuelos, por ser mis raíces y mi ejemplo de vida. Gracias por sus consejos, por las historias compartidas y por transmitirme los valores que hoy guían mi camino.

Y a todos aquellos que siempre me apoyaron y aconsejaron cuando más lo necesitaba.

Este título de licenciado es el fruto de sacrificio y dedicación constante.

Jinmy Laura Amat.

Agradecimiento

Expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco por brindarme la oportunidad de cursar mis estudios en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Durante mi trayectoria académica, he contado con el apoyo de docentes excepcionales cuyo compromiso y aliento han sido fundamentales para mi desarrollo profesional.

Un agradecimiento especial al Mg. Yhobany Yhasmany Venegas Linguithy, mi asesor, cuya guía experta, sabiduría y paciencia fueron cruciales para llevar a cabo esta investigación sobre la comunicación estratégica y la violencia contra la mujer. Su orientación constante ha sido el pilar necesario para alcanzar este importante logro académico.

Asimismo, agradezco profundamente a las mujeres del distrito de Oropesa, cuya participación y sinceridad al compartir sus percepciones permitieron que este trabajo de investigación se convierta en una realidad. Su colaboración ha sido invaluable para visibilizar una problemática social de gran importancia en el distrito de Oropesa.

Jinmy Laura Amat.

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo general determinar cómo influye la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa. La problemática se fundamenta en los altos índices de denuncias de violencia en la región cusqueña y la necesidad de transformar la comunicación para aumentar la conciencia pública.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de nivel correlacional causal y diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó el método hipotético-deductivo a una muestra probabilística de 340 mujeres con edades comprendidas entre los 15 y 55 años. Se aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario con escala tipo Likert. El procesamiento de datos se realizó con el software SPSS, utilizando la estadística no paramétrica de Rho de Spearman para la prueba de hipótesis.

Los resultados demostraron que la comunicación estratégica influye de manera significativa en la percepción de la violencia contra la mujer, obteniéndose un coeficiente de correlación positivo de 0,182 con un nivel de significancia de 0,001. En cuanto a las dimensiones: las estrategias de comunicación ciudadana mostraron el mayor efecto sobre la percepción ($Rho = 0,206$; $p = 0,000$), seguidas por las estrategias políticas ($Rho = 0,171$) y educativas ($Rho = 0,127$).

Se concluye que existe una relación directa entre las variables: a mayor exposición y participación en estrategias de comunicación, mayor es el nivel de reconocimiento y sensibilidad frente a la violencia de género.

Palabras clave: Comunicación estratégica, Estrategias de comunicación, Violencia contra la mujer, Estudios de percepción

Abstract

The general objective of this research was to determine how strategic communication influences the perception of violence against women in the district of Oropesa. The issue is grounded in the high rates of reported violence in the Cusco region and the need to transform communication to raise public awareness.

The study employed a quantitative approach with a causal-correlational level and a non-experimental, cross-sectional design. The hypothetico-deductive method was applied to a probability sample of 340 women aged 15 to 55. Data collection was carried out using a survey with a Likert-scale questionnaire. Data processing was performed using SPSS software, utilizing Spearman's Rho non-parametric statistics for hypothesis testing.

The results demonstrated that strategic communication significantly influences the perception of violence against women, yielding a positive correlation coefficient of 0.182 with a significance level of 0.001. Regarding the specific dimensions, civic communication strategies showed the greatest effect on perception ($Rho = 0.206$; $p = 0.000$), followed by political strategies ($Rho = 0.171$) and educational strategies ($Rho = 0.127$).

It is concluded that a direct relationship exists between the variables: greater exposure to and participation in communication strategies correspond to higher levels of recognition and sensitivity regarding gender-based violence.

Keywords: Strategic communication, Communication strategies, Violence against women, Perception studies

Índice

Presentación.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract.....	vi
Índice	vii
Lista de tablas	xii
Lista de figuras	xv
Glosario	xvii
Introducción.....	xviii
Capítulo I Planteamiento del Problema	1
1.1. Situación problemática	1
1.2. Formulación del problema	3
1.2.1. Problema general.....	3
1.2.2. Problemas específicos	3
1.3. Justificación de la investigación	3
1.3.1. Justificación teórica.....	3
1.3.2. Justificación metodológica.....	4
1.3.3. Justificación práctica	5
1.3.4. Justificación social	5

1.4. Objetivos de la investigación	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
Capítulo II Marco Teórico Conceptual	7
2.1. Marco teórico	7
2.1.1. Comunicación.....	7
2.1.2. Comunicación estratégica	13
2.1.3. Violencia de género	21
2.1.4. Violencia contra la mujer	22
2.1.5. Rasgos socioeconómicos de las mujeres	30
2.1.6. Influencia.....	34
2.1.7. Percepción	40
2.2. Marco conceptual.....	45
2.2.1. Estrategia.....	45
2.2.2. Comunicación estratégica	45
2.2.3. Violencia de género	45
2.2.4. Influencia.....	46
2.2.5. Percepción	46
2.2.6. Estrategia de comunicación educativa	46
2.2.7. Estrategia de comunicación política.....	46
2.2.8. Estrategia de comunicación ciudadana	47

2.2.9. Violencia física	47
2.3.10. Violencia sexual	47
2.2.11. Violencia psicológica.....	47
2.2.12. Violencia económica	47
2.3. Antecedentes de la investigación	48
2.3.1. Antecedentes internacionales	48
2.3.2. Antecedentes nacionales.....	50
2.3.3. Antecedentes locales	52
Capítulo III Hipótesis y Variables	55
3.1. Hipótesis	55
3.1.1. Hipótesis general	55
3.1.2. Hipótesis específicas	55
3.2. Conceptualización y operacionalización de variables	56
Capítulo IV Marco Metodológico	57
4.1. Ámbito de estudio	57
4.2. Tipo, nivel y diseño de investigación.....	58
4.2.1. Método de investigación	58
4.2.2. Enfoque de investigación	58
4.2.3. Diseño de investigación	59
4.2.4. Tipo de investigación	59
4.2.5. Nivel de investigación.....	59

4.3. Población y muestra.....	60
4.3.1. Unidad de análisis	60
4.3.2. Población.....	60
4.3.3. Muestra.....	60
4.3.4. Criterio de inclusión	60
4.3.5. Criterio de exclusión	61
4.4. Técnicas de muestra	61
4.5. Técnicas de recolección de datos	62
4.5.1. Fiabilidad del instrumento.....	62
4.6. Técnicas de análisis e interpretación de datos	63
4.7. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis	63
Capítulo V Resultados y Discusión	65
5.1. Resultados descriptivos.....	65
5.1.1. Resultados de la variable comunicación estratégica y sus dimensiones	65
5.1.2. Resultados de la variable percepción de violencia contra la mujer y sus	
dimensiones	81
5.2. Prueba de hipótesis	101
5.2.1. Prueba de normalidad.....	101
5.2.2. Hipótesis general	102
5.2.3. Hipótesis específica 1	104
5.2.4. Hipótesis específica 2	107
5.2.5. Hipótesis específica 3	109

5.3. Discusión de resultados	112
CONCLUSIONES.....	115
RECOMENDACIONES	117
Referencias bibliográficas	119
Anexos.....	130

Lista de tablas

Tabla 1 Clasificación de estrategias de comunicación para el desarrollo	20
Tabla 2 Clasificación de estrategias de comunicación	20
Tabla 3 Operacionalización de variables.....	56
Tabla 4 Fiabilidad del instrumento	63
Tabla 5 Resultados del cruce entre comunicación estratégica según edad y nivel socioeconómico	65
Tabla 6 Resultados del cruce entre comunicación estratégica, grado de instrucción y estado civil.....	67
Tabla 7 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa según edad y nivel socioeconómico.....	69
Tabla 8 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa, grado de instrucción y estado civil.....	71
Tabla 9 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política, edad y nivel socioeconómico	73
Tabla 10 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y nivel socioeconómico y grado de instrucción	75
Tabla 11 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, edad y nivel socioeconómico	77
Tabla 12 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, grado de instrucción y estado civil.....	79
Tabla 13 Resultados del cruce entre percepción de la violencia contra la mujer, edad y nivel socioeconómico.....	81

Tabla 14 Resultados del cruce entre percepción de violencia contra la mujer, grado de instrucción y estado civil	83
Tabla 15 Resultados del cruce entre violencia física, edad y nivel socioeconómico	85
Tabla 16 Resultados del cruce entre violencia física, grado de instrucción y estado civil.	87
Tabla 17 Resultados del cruce entre violencia psicológica, edad y nivel socioeconómico	89
Tabla 18 Resultados del cruce entre violencia psicológica, nivel socioeconómico y estado civil	91
Tabla 19 Resultados del cruce entre violencia económica, edad y nivel socioeconómico .	93
Tabla 20 Resultados del cruce entre violencia económica, grado de instrucción y estado civil	95
Tabla 21 Resultados del cruce entre violencia sexual, edad y nivel socioeconómico.....	97
Tabla 22 Resultados del cruce entre violencia sexual, grado de instrucción y estado civil	99
Tabla 23 Prueba de normalidad.....	101
Tabla 24 Resultados del cruce entre comunicación estratégica y violencia contra la mujer	102
Tabla 25 Correlación entre las variables comunicación estratégica y violencia contra la mujer.....	103
Tabla 26 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa y violencia contra la mujer	104
Tabla 27 Correlación entre la dimensión estrategias de comunicación educativa y percepción violencia contra la mujer	106
Tabla 28 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y percepción de violencia contra la mujer.....	107
Tabla 29 Correlación entre la dimensión estrategias de comunicación política y percepción de violencia contra la mujer	108

Tabla 30 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana y percepción de violencia contra la mujer.....	109
---	-----

Tabla 31 Correlación entre la dimensión estrategias de comunicación ciudadana y percepción de violencia contra la mujer	111
--	-----

Lista de figuras

Figura 1 <i>Proceso de interacción social democrática</i>	7
Figura 2 <i>Consecuencias para la salud de la violencia contra la mujer</i>	27
Figura 3 <i>Procesos de influencia social.....</i>	36
Figura 4 <i>Características que influyen</i>	37
Figura 5 <i>Resultados del cruce entre comunicación estratégica, edad y nivel socioeconómico</i>	66
Figura 6 <i>Resultados del cruce entre comunicación estratégica, grado de instrucción y estado civil.....</i>	68
Figura 7 <i>Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa, edad y nivel socioeconómico</i>	70
Figura 8 <i>Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa, grado de instrucción y estado civil.....</i>	72
Figura 9 <i>Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política, edad y nivel socioeconómico</i>	74
Figura 10 <i>Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y nivel socioeconómico y grado de instrucción</i>	76
Figura 11 <i>Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, edad y nivel socioeconómico</i>	78
Figura 12 <i>Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, grado de instrucción y estado civil.....</i>	80
Figura 13 <i>Resultados del cruce entre percepción de la violencia contra la mujer, edad y nivel socioeconómico.....</i>	82

Figura 14 Resultados del cruce entre percepción de violencia contra la mujer, grado de instrucción y estado civil	84
Figura 15 Resultados del cruce entre violencia física, edad y nivel socioeconómico	86
Figura 16 Resultados del cruce entre violencia física, grado de instrucción y estado civil	88
Figura 17 Resultados del cruce entre violencia psicológica, edad y nivel socioeconómico	90
Figura 18 Resultados del cruce entre violencia psicológica, nivel socioeconómico y estado civil	92
Figura 19 Resultados del cruce entre violencia económica, edad y nivel socioeconómico	94
Figura 20 Resultados del cruce entre violencia económica, grado de instrucción y estado civil	96
Figura 21 Resultados del cruce entre violencia sexual, edad y nivel socioeconómico	98
Figura 22 Resultados del cruce entre violencia sexual, grado de instrucción y estado civil	100
Figura 23 Resultados del cruce entre comunicación estratégica y percepción de la violencia contra la mujer.....	102
Figura 24 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa y percepción de la violencia contra la mujer.....	105
Figura 25 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y percepción de violencia contra la mujer.....	107
Figura 26 Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana y percepción de violencia contra la mujer.....	110

Glosario

ALAIC	Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
CIESPAL	Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina
ENDES	Encuesta Demográfica y de Salud Familiar
ESEP	Escuelas Normales y Escuelas Superiores de Educación Profesional
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
MIMP	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables
VCM	Violencia contra la mujer
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PRONOEI	Programa No Escolarizado de Educación Inicial
UNSAAC	Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Introducción

La violencia contra la mujer es una vulneración grave de los derechos humanos que, según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2024 afectó a aproximadamente 736 millones de mujeres en el mundo. En el Perú, esta problemática persiste debido a una cultura machista arraigada, que asigna roles de inferioridad a lo femenino, logrando que el 58.5% de la población llegue a justificar estas agresiones. A nivel local, el departamento del Cusco ocupa el tercer lugar nacional en denuncias, siendo el distrito de Oropesa uno de los puntos críticos de la provincia de Quispicanchi con una realidad de violencia normalizada e invisible.

Ante este escenario, surge la necesidad de abordar el problema desde la comunicación estratégica. Este enfoque no solo busca informar, sino transformar las relaciones para ofrecer elementos que faciliten la toma de decisiones, desafíen los estereotipos y empoderen a las mujeres. La presente investigación se enfoca en determinar cómo esta herramienta influye en la percepción de la violencia en el distrito de Oropesa, analizando dimensiones educativas, políticas y ciudadanas.

El estudio se justifica por su relevancia social y práctica, ya que busca proporcionar a la Municipalidad Distrital de Oropesa e instituciones locales, recursos comunicativos con perspectiva de género que fomenten cambios reales en la actitud de la población.

Metodológicamente, se empleó un enfoque cuantitativo, aplicando encuestas a una muestra de 340 mujeres oropesanas.

Para una exposición clara de los hallazgos, la tesis se estructura en cinco capítulos:

Capítulo I. Presenta el planteamiento del problema, los objetivos y las justificaciones teórica, metodológica y social que sustentan la investigación.

Capítulo II. Desarrolla el marco teórico y conceptual, examinando las teorías de la comunicación, la estrategia y las diversas modalidades de violencia (física, psicológica, económica y sexual).

Capítulo III. Expone el sistema de hipótesis y la operacionalización de las variables, estableciendo indicadores de medición para el estudio.

Capítulo IV. Detalla la metodología, el cual adopta un enfoque cuantitativo, un nivel correlacional y un diseño no experimental de corte transversal aplicado en el distrito de Oropesa. A través del método hipotético-deductivo, analizando una muestra probabilística de 340 mujeres, cuyas edades comprenden de 15 a 55 años, mediante la técnica de la encuesta con un cuestionario en escala de Likert.

Capítulo V. Analiza los resultados donde se verifica la influencia de la comunicación estratégica mediante el coeficiente Rho de Spearman y la discusión con investigaciones previas, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.

Este trabajo busca contribuir a la creación de una sociedad más equitativa, donde la comunicación sirva como un nexo para proteger los derechos de las mujeres y desmontar la violencia en todas sus formas.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1. Situación problemática

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) señala que la violencia de género es una vulneración grave de los derechos humanos y existen muchas situaciones donde las principales víctimas son las mujeres y adultas. La violencia contra la mujer se ha visto en aumento posterior a la pandemia vivida a partir de 2020; también según las estadísticas brindadas por la ONU, en el mundo en 2024 existieron aproximadamente 736 millones de mujeres que sufrieron de violencia.

De la misma manera, Moreno (2006) sostiene que en Bolivia la violencia está más arraigada en su estructura social y se dirige generalmente a las mujeres. Esta se constituye de diferentes formas considerando condiciones como sexo, edad, status, procedencia, ocupación laboral y el nivel económico. Además, los casos frecuentes son de tipo de intrafamiliar o doméstica, constituyéndose en una situación crítica la magnitud del problema y que la convierte en un problema de la salud pública.

Asimismo, como señala Andrade (2023) la violencia contra la mujer en el Perú se produce debido a la cultura machista, viéndose que a lo largo de la historia la mujer tiene un rol social específico; es decir, que la feminidad es inferior a la masculinidad. Ahora bien, se hace mención, que es un factor determinante en la percepción de la violencia: la idea de mantener una familia, lo cual evita a la mujer salir de la situación de violencia vivida.

Por su parte, Galan y Rodriguez (2024) señalan que la violencia contra la mujer es un fenómeno persistente y alarmante a nivel global, caracterizada por su invisibilidad y normalización que es perpetuada a través de generaciones debido a que se transmite y refuerza en contextos familiares, educativos, laborales y mediáticos.

Por lo tanto, pese a que en los últimos años se desarrollaron procesos de sensibilización e información sobre la percepción de la violencia contra la mujer en el Perú, aún prevalecen los estereotipos y actitudes que normalizan esta situación; el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) indica que el 58.5% de la población peruana justifica la violencia, es por ello, que en 2024 la violencia de género fue identificada como el tercer problema más importante del país, sustentando que en promedio según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) el 53.8% de las mujeres en Perú sufrió alguna vez violencia de género, de las cuales solo el 45.3% pidió ayuda.

Del mismo modo, Peña (2024) indica que la violencia familiar en mujeres es un problema significativo en la región de Cusco y destaca que una alta proporción de mujeres en el distrito de Oropesa ha experimentado algún tipo de violencia lo que la hace parte de una realidad preocupante.

En 2024, según los reportes del Observatorio Nacional de Seguridad Ciudadana del Ministerio del Interior, el departamento del Cusco ocupó el 3° lugar con mayores denuncias de violencia contra la mujer con 12,285 casos, siendo la provincia de Quispicanchi la que ocupa el 6° lugar dentro del departamento con 567 casos y entre sus distritos, el distrito de Oropesa ocupa el 2° lugar con 96 casos.

En este contexto, toma gran importancia la implementación de estrategias comunicativas, ya que la comunicación estratégica permite transformar la comunicación organizacional para ofrecer al receptor elementos que le faciliten su oportuna toma de decisiones; lo cual ayudaría a aumentar la conciencia pública respecto a la violencia contra la

mujer, lograría desafiar los estereotipos, empoderar a las mujeres del distrito de Oropesa y crear redes de apoyo que permitirá que la influencia en la percepción de la violencia cambie. Por otro lado, si la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa continúa siendo una problemática normalizada y latente, debido a culturas machistas y pocos niveles de denuncia y búsqueda de apoyo, es previsible que las agresiones física, psicológica, sexual y económica, continúen incrementando en los próximos años.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

PG. ¿Cómo influye la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1. ¿Cómo influyen las estrategias de comunicación educativa en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025?

PE 2. ¿Cómo influyen las estrategias de comunicación política en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025?

PE 3. ¿Cómo influyen las estrategias de comunicación ciudadana en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación teórica

La investigación se fundamenta en teorías de género y violencia, las cuales analizan cómo las construcciones sociales y culturales influyen en la percepción y normalización de la violencia contra la mujer.

Esta investigación aporta a las diversas ciencias que toman como estudio la comunicación estratégica y la violencia de género. A pesar de la existencia de otros temas de estudios similares, este se diferencia al centrarse en una población específica y en un contexto particular, lo que permite un análisis más profundo y contextualizado.

La investigación toma relevancia porque relaciona la comunicación estratégica con el análisis de las violencias contra la mujer; fortaleciendo la comprensión de los procesos comunicativos, en ese entender, favorece a otros estudios con investigaciones más profundas, situadas en otros contextos, pero que tiene en común la misma problemática de la violencia contra la mujer.

También, pese a numerosos estudios sobre la violencia contra la mujer, son pocas las investigaciones que consideran como variables la percepción de la violencia contra la mujer y la comunicación estratégica. Siendo en su mayoría estudios sobre casos denunciados de violencia de género.

1.3.2. Justificación metodológica

El diseño de la investigación es descriptivo correlacional porque se basa en la necesidad de explorar y comprender la influencia de las estrategias de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi. De igual forma, este tipo de investigación es clave para determinar patrones que puedan existir sobre las variables con el fin de desarrollar estrategias efectivas para abordar la violencia contra la mujer.

El desarrollo de las estrategias comunicativas es poderoso para cambiar actitudes y comportamientos en la sociedad, por ello, al utilizar un enfoque descriptivo correlacional, evaluamos cómo las dimensiones de la comunicación estratégica (estrategias de movilización ciudadana y estrategias de producción de material informativo y educativo) impactan en la

percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

1.3.3. Justificación práctica

Ofrece contribuciones que se puedan aplicar en la creación y ejecución de estrategias de comunicación dirigidas a prevenir y erradicar la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco. Los resultados conseguidos facilitarán a las instituciones públicas, organizaciones sociales y autoridades locales contar con información relevante sobre de cómo la comunicación estratégica impacta en la percepción social de esta problemática social, fortaleciendo de este modo las acciones preventivas y de atención ante casos de violencia contra la mujer.

De igual manera, los resultados del estudio serán fundamentales para diseñar campañas comunicativas más eficientes que fomenten modificaciones en la actitud y conductas de la población oropesina frente a la violencia contra la mujer.

1.3.4. Justificación social

Los resultados obtenidos ayudarán a prevenir y atender este problema social de gran magnitud que afecta, por lo general, a mujeres.

Comprendiendo con ello, que la comunicación estratégica juega un papel importante para cambiar, principalmente, comportamientos, percepciones y actitudes hacia la violencia contra la mujer. A través de campañas de sensibilización, promoción de valores de igualdad, promoción de políticas laborales, educación y promoción de servicios de atención a víctimas. También, podrá contribuir a desmontar los estereotipos existentes y promover una cultura de igualdad y respeto; asimismo, pueden proporcionar a las mujeres información sobre sus derechos y los recursos disponibles para recibir apoyo, lo que les permite reconocer y denunciar la violencia y contribuye a la creación de una sociedad más equitativa y justa, donde se respeten y protejan los derechos de las mujeres. Siendo esta una investigación que

podrá ser replicada en diferentes contextos en los que exista la problemática de la violencia contra la mujer.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

OG. Determinar la influencia de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1. Describir la influencia de las estrategias de comunicación educativa en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

OE 2. Analizar la influencia de las estrategias de comunicación política en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

OE. 3. Identificar la influencia de las estrategias de comunicación ciudadana en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

Capítulo II

Marco Teórico Conceptual

2.1. Marco teórico

2.1.1. Comunicación

Beltrán (1981) precisa que la comunicación no es un acto mecánico de transmisión, sino un proceso de interacción social democrática, ya que debe basarse en el intercambio de símbolos mediante los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias en condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. Contradiendo lo señalado en los modelos tradicionales que indican que la comunicación es un instrumento de persuasión y control donde una fuente activa busca afectar la conducta de un receptor pasivo. Resaltando que la comunicación no es un ejercicio de influencia individual, sino un fenómeno de relaciones sociales.

Figura 1

Proceso de interacción social democrática



Nota. Beltrán (1981)

Alfaro (1993) define la comunicación como una dimensión básica de las relaciones humanas y socioculturales, entendiéndola como un proceso dinámico de interlocución entre sujetos que se reconocen e interpelan intersubjetivamente. Esta relación va más allá de los medios tecnológicos e implica una interacción activa donde no existen sujetos pasivos, ya que incluso el silencio o las acciones materiales comunican y ponen en juego valoraciones que construyen la identidad individual y colectiva.

Martin et al., (1982) precisan que la comunicación, desde el proceso de la evolución de la vida, es aquel comportamiento que, a través del uso de actos expresivos o ejecutivos, y de acuerdo a la intención deseada, tiene la finalidad de obtener un logro de acuerdo a un sistema de interacción entre sujetos.

Por su parte, Castañeda (2005), plantea que la comunicación es el vínculo que corresponde a individuos, puede ser entre ellos y sus organizaciones, consideración que la comunicación aporta a que los sujetos puedan destacar y aprender mutuamente. A través de la comunicación las personas obtienen la capacidad de interactuar, dialogar y llegar a conclusiones de elementos comunes que perciben, dudan, proponen, dialogan, posibilitando a mejorar o cambiar para ser personas que aporten a la sociedad; sin embargo, ante un mundo cambiante, la comunicación es cambiante y dinámica, de acuerdo a los diferentes contextos y ámbitos que se encuentren las personas, tomando un papel importante en la adaptación.

La comunicación se comprende, según los estudios realizados por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), como aquel producto colectivo con un sentido de referir algo de acuerdo al contexto sociocultural, donde un ámbito puede componerse de nociones, visiones, percepciones, intenciones, operaciones y acciones compartidas. (León, 2006).

2.1.1.1. Elementos de la comunicación.

Para concretar tal interacción entre los sujetos de la comunicación, Castañeda (2005) indica que el sistema de comunicación está compuesto por elementos que desempeñan roles sustanciales:

- a. **El contexto.** Corresponde aquella forma en que el proceso de comunicación acontece, en las estructuras sociales, culturales, políticas y económicas, e incluso en la vida personal de cada individuo de su acontecer.
- b. **Los códigos.** Para la existencia de una comunicación eficiente y comprensible se recurre a las normas o principios que regulan la forma de expresar o percibir. La sociedad, por lo general, tiene en común un código, pero grupos internos complementan esos códigos para desarrollar la comunicación entre sí.
- c. **Emisor y receptor.** Son aquellos sujetos de la comunicación, quienes desempeñan funciones compartidas, es decir, el emisor puede ser receptor o el receptor puede ser emisor. De preferencia se le denomina al receptor como perceptor porque además de recibir la información, puede este percibir la comunicación en un espacio muy particular.
- d. **Medios y recursos.** La comunicación tiene una dirección, para ello, el emisor opta por el medio o espacio de comunicación que hará posible seguir con el proceso de diálogo.
- e. **Mensaje y referente.** Es aquel contenido y su intención comunicativa, por ello, un mensaje tiene la capacidad de significar algo de un tema, situación, persona, entre otros aspectos; en cambio, la referencia se denomina como se da la forma o tratamiento de tal mensaje.

Como lo menciona Lopez et al. (2022), para comprender cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación, es sustancial conocer los roles y su distinción de cada elemento que lo compone. Entre ellos tenemos:

- a. **Emisor.** Con un propósito comunicativo, se le denomina emisor aquel sujeto que es responsable de emitir un mensaje con la finalidad de ser recepcionada de forma clara, comprensible y efectiva. Su destinatario puede variar en un contexto particular.
- b. **Mensaje.** Se le denomina al contenido, producto o idea que sea transmitida, es, por tanto, un elemento sustancial para llevar a cabo la comunicación. Pero la formulación de un contenido requiere de una elaboración bien estructura para evitar complejidades en su interpretación.
- c. **Código.** Para determinar tal éxito de un mensaje, cabe señalar que la persona tiene la responsabilidad de configurar el mensaje para garantizar un código adecuado. Un ejemplo es el idioma que empleamos para comunicarnos con nuestros pares.
- d. **Canal.** Es el medio que transmite el mensaje para llegar a su receptor, siendo importante que el sujeto opte por un medio adecuado con el propósito de que su receptor reciba el mensaje de forma clara y precisa. Utilizando canales inmediatos por medio de la comunicación oral o verbal, así como de forma escrita.
- e. **Decodificación.** Un rol que le pertenece al receptor, quien se encarga de la manera en cómo lo comprende o interpreta el mensaje, después de ello, dependerá si desea ofrecer una respuesta inmediata o no.

2.1.1.2. Funciones de la comunicación.

La comunicación cumple un propósito relacional entre sus pares, Castañeda (2005), asume que la comunicación también tiene funciones que lo hacen sustancial en la vida del ser humano y estas son las siguientes:

- a. Mediante la comunicación, las personas tienen la capacidad de dar a conocer sus pensamientos, ideas o manifestar sus sentimientos o temores con diferentes formas de expresar.

- b. La relación humana ayuda a que las personas se integren a la sociedad, además comparten ciertas necesidades, ya sea de forma personal o grupal.
- c. Las instituciones tienen la responsabilidad de ampliar la información y conocimiento sobre problemas, soluciones y recomendaciones, con el fin de que las personas estén siempre informadas.
- d. Las personas que trascienden con sus experiencias y propuestas en un contexto en particular, son respaldadas y visibilizadas por sus destrezas potencializadas.
- e. Un punto importante es que la comunicación tiene un propósito influenciador para modificar o implementar nuevos comportamiento, actitudes o pensamientos.
- f. Es un nexo que media la relación de las organizaciones o instituciones con la población. Por medio de canales se potencializa la comunicación para información en un espacio dado.
- g. Ante los temas o problemas de carácter privado, la comunicación tiene la capacidad de poner en agenda publica un déficit que es interés y responsabilidad colectiva para su tratamiento.
- h. Ayuda a las personas a mejorar sus relaciones humanas e interpersonales, para ello, la comunicación se presta a mejorar el sentido de entendimiento.

2.1.1.3. Tipos de comunicación.

En sus distintas formas y capacidades de expresar, es importante conocer la manera en cómo se construyen las relaciones y los procesos sociales que se acontecen en la vida cotidiana de la persona. Ante ello, Espinar et al. (2006), proponen diversos tipos de comunicación:

- a. **Comunicación interpersonal.** Es la interacción directa entre personas, caracterizada por un intercambio de símbolos para transmitir significados. A diferencia de modelos

unilaterales, la comunicación interpersonal pone énfasis en la interactividad y la retroalimentación, donde emisor y receptor pueden intercambiar sus posiciones de manera constante.

- b. **Comunicación organizacional.** Se centra en los procesos que ocurren dentro de las instituciones y empresas para coordinar tareas y alcanzar objetivos. Comprende tanto la comunicación interna como la externa, y se manifiesta de forma formal, a través de canales oficiales y planificados, o informal, mediante relaciones espontáneas y afectivas.
- c. **Comunicación de masas.** Se define como un proceso unilateral, indirecto y público que utiliza medios técnicos (como prensa, radio, televisión o internet) para llegar a una audiencia dispersa y masiva. Los mensajes son producidos por organizaciones técnicamente complejas e institucionalizadas, utilizando códigos que buscan captar al mayor número posible de receptores.

En esa misma línea, Reed Blake y Edwin Haroldsen citados en Aguado (2004) clasifican a la comunicación de acuerdo a su situación:

- a. **Comunicación interpersonal.** Comúnmente, se realiza entre o más personas; sin embargo, para llevar a cabo el proceso de comunicación, no recurren al uso de aparatos o medios tecnológicos.
- b. **Comunicación de medio.** De igual forma que la comunicación interpersonal delimita a un grupo de personas que interactúan, pero tal hecho de comunicación se lleva por medio del uso medios de comunicación.
- c. **Comunicación organizacional.** Ocurre en una institución y toma en cuenta a sus elementos y la función que desempeñan dentro de ella.
- d. **Comunicación masiva.** Dirigida a públicos de gran capacidad, que generalmente no se conocen entre ellas y son dispersas. Se ubican en espacios públicos para dirigir mensajes.

- e. **Rumor.** Se le conoce como aquella comunicación que maneja una información de carácter desconocido en situaciones de ambigüedad.

2.1.2. Comunicación estratégica

Massoni y Pérez (2008) define la comunicación como aquel modelo que se caracteriza por tener un enfoque integrador, ya que abarca a la comunicación interna, interinstitucional, y externa; asimismo, cada una de estas tiene su problema, la transformación deseable paralela a los objetivos de la organización y, finalmente, se mantiene su importancia en cada espacio. Además, la comunicación estratégica está orientada al éxito mediante una planificación adecuada con los actores intervinientes y como tal su finalidad es recuperar el conflicto a partir de la responsabilidad del problema y la forma en cómo cada actor puede o desea contribuir; asimismo, el sentido de participación no es una decisión colectiva, por el contrario, una decisión personal de las partes involucradas.

Desde la perspectiva de (Tironi & Cavallo, 2004, citado en Arribas et al., 2017), definen la comunicación estratégica como aquella práctica que logra un vínculo de armonía y beneficios paralelos entre la organización y sus contexto culturales, sociales y políticos.

Por su parte, Arribas et al., (2017), considera que la comunicación estratégica es una actividad con el propósito de generar un significado y sentido como tal. Para llevar el proceso de estratégico, mediante el uso de comunicación verbal o no, se verá sujeta al estatus de la entidad. Asimismo, establecen una relación entre quienes se comunican, en otras palabras, quienes envían y quienes reciben la comunicación.

De Lorenzo (2014) señala que la comunicación estratégica es la realización de esfuerzos comunicativos que acompañan a una agenda y un plan general, como puede ser la promoción de una marca, la defensa de una legislación o instar al público a realizar acciones concretas. Ofrece a las organizaciones la posibilidad de integrar esfuerzos comunicacionales que, de otro modo, estarían dispersos e inconexos, permitiendo mantener una coherencia

orientada hacia un objetivo total. Definiéndose como la planificación sistemática de la corriente de información, el desarrollo de los medios y el cuidado de la imagen con una proyección a largo plazo para obtener el efecto deseado

2.1.2.1. Características de la comunicación estratégica.

La comunicación estratégica conserva características particulares que lo hacen diferentes de otras comunicaciones en su plan de acción. Garrido (2017) explica sobre ellas y sus cualidades, estas son:

a. **La estrategia de comunicación es una directriz teórica con un referente práctico.**

Muchos estudiosos confunden el accionar y su construcción de la comunicación estratégica, lo cual son cosas totalmente distintas. Para alcanzar una meta a corto o largo plazo se propone de forma teórica: un objetivo; para concretar ello, se aplica la capacidad de indagar, evaluar y análisis, y definitivamente la cuestión práctica ayuda a construir un camino que se denominará estrategia.

- b. **Se incorpora un componente normativo y unificador en la estrategia de comunicación.** Evita la aplicación de elementos que no cumplan un rol ante una problemática, para ello, se plantea que los elementos simbólica de una empresa deben seguir un modelo o patrón similar para dejar en claro a los demás “quienes somos”. Se refiere como unificador cuando las estrategias este vinculadas con el objetivo de la organización, manteniendo tal coherencia para su discurso.
- c. **Por su naturaleza, la estrategia de comunicación actúa como una base fundamental para crear relaciones a largo plazo.** La organización crea una relación con la sociedad por medio de un pensamiento estratégico con el objetivo de garantizar su perdurabilidad en el tiempo; esto conlleva la producción de mensajes sostenibles.
- d. **La estrategia de comunicación definirá responsabilidades y propósitos a todo nivel.** Definida como una construcción teórica cuya responsabilidad de cumplir los objetivos

institucionales dependerá de las personas quienes estén involucradas con el propósito en común. Pero para identificar a ese grupo menor de funcionarios que no tienen responsabilidades o no tiene compromiso con la institución es necesario auditar comunicacionalmente, en tal sentido, la consolidación de la estrategia es un trabajo conjunto para mostrar cualidades, reconocer sus posibilidades de aporte y tomar práctica.

Capriotti (2021) plantea cuatro aspectos importantes durante el proceso estratégico de comunicación: la circularidad en su planificación, la visión global de su acción, su amplio alcance temporal y su capacidad de adaptarse a los cambios.

- a. **Circularidad.** Muchos estudios evidencian que la comunicación estratégica se compone de tres fases principales (el análisis, la formulación y la implementación). Todo proceso comienza con el análisis del espacio, rendimiento y su impacto comunicativo. Después, se lleva a cabo la formulación tanto de las metas y objetivos, los actores involucrados o no, las políticas y el planteamiento de la estrategia de comunicación. Por último, se desarrolla la ejecución o implementación de lo previsto anteriormente en la planificación.
- b. **Perspectiva.** La finalidad es garantizar que la estrategia comunicativa responda a una visión estructural, transversal y global, para responder escenarios con soluciones que impulsen el conocimiento y el comportamiento favorable de los públicos con la organización.
- c. **Alcance temporal.** En contextos estratégicos, la formulación de planes de comunicación estratégica debe responder a medios o largos plazos, a la vez esté relacionada con los objetivos institucionales.
- d. **Adaptabilidad.** Ante un mundo evolutivo, conserva la capacidad de adaptarse en un contexto para responder cambios estructurales, promoviendo y facilitando un uso estratégico de la comunicación. De tal manera, este proceso es flexible y pueden impactar a la institución ya sea en un medio o largo plazo.

2.1.2.2. Partes de la comunicación estratégica.

Ríos et al. (2020) sostienen que la producción de una estrategia de comunicación, se define previamente con unas directrices que den cuenta el diseño y la aplicación de las actividades que conlleva alcanzar los objetivos definidos previamente. Una estrategia está compuesta por el:

- a. **Diagnóstico.** Se desarrolla la recolección de toda información, positiva o negativa, que se acontece en una realidad particular que afecta a un grupo de personas del cual se puede deducir o interpretar tal base de datos. Para ello, el diagnostico responde a las siguientes preguntas para recabar datos exactos: ¿Hay algún problema general o específico?, ¿Existe información necesaria para llevar adelante el tema?, ¿Cómo es el entorno social, cultural, económico, político en el que se desarrolla la problemática?, ¿Quiénes son los actores involucrados o no? y ¿cuáles son las herramientas disponibles para conllevar el problema? Cabe precisar que para recabar información es indispensable el uso de técnicas e instrumentos que aporten a la recolección de data como: encuestas, entrevistas, cartografías sociales, grupos focales, líneas de tiempo, entre otros.
- b. **Planteamiento del problema.** Posterior al diagnóstico y el análisis de la información, se propone de forma clara y coherente los problemas principales o secundarios, potencializando el diseño y una correcta denominación de una estrategia para su intervención.
- c. **Objetivos.** Son consideradas la finalidad o propósito de la estrategia de comunicación ante la situación problemática definida. Se describen dos objetivos: Objetivo principal, que aborda el o los problemas planteados; y el objetivo específico, que se aplica para la realización del objetivo general. Se tiene que considerar que el planteamiento de los objetivos de debe redactar con un verbo en infinitivo

- d. **Imagen estratégica.** Es aquella identidad que conserva su carácter de tomar una forma única, innovadora e irremplazable, para ello, la estrategia de comunicación será más importante cuando se cree una identidad o imagen para un público determinado y genere un sentido de recordación efectiva. También, la imagen estratégica conlleva un manual de identidad gráfica que define los colores, gráficos, figuras y otros elementos para su uso.
- e. **Matriz operativa.** Engloba la identificación de los públicos objetivos, las acciones estratégicas, las fechas, los canales y las herramientas comunicativas que ayuda a concretar una mejor ejecución. Depende mucho el contexto de la problemática porque la comunicación estratégica se presta de líneas de acción, como: comunicación para el desarrollo, comunicación comunitaria, medios de comunicación, entre otros.
- f. **Descripción de actividades.** Posterior del diseño de la matriz operativa, se describe puntualmente tres aspectos de las acciones estratégicas: el objetivo, el contenido y la dinámica. El objetivo es particularmente lo que se desea lograr en aquella acción, el contenido es el producto ya sea los mensajes y elementos argumentativos que se llevará a cabo; finalmente, la dinámica es los procesos de acción.
- g. **Seguimiento y control.** Proceso que ayuda a desarrollar una revisión estructurada de las ejecuciones de las actividades, entonces se propone la presentación de los resultados obtenido a través de herramientas comunicativas como video, clip, material fotográfico, material audiovisual, revistas o libros; además la elaboración del informe técnico que contempla la manera seria de la ejecución de la estrategia comunicativa.

2.1.2.3. Estrategia.

Alcaide (1984), define la estrategia como el modelo que integra procesos de decisiones para contrarrestar una situación problemática. Las estrategias tienen la potencialidad de estar en constante cambio y adaptación entre la institución y su contexto para su efectividad de la organización.

Las estrategias funcionales ayudan a facilitar el cumplimiento de un propósito u objetivo. En ese sentido la estrategia dependerá mucho del espacio, el plan propuesto a seguir y su adaptación de los acontecimientos contextuales, pero sobre todo del cumplimiento de las fases que implica la estrategia para conseguir resultados concretos. (CIESPAL, 2006)

2.1.2.4. Historia de la estrategia.

Contreras (2013) sostiene que su origen radica en términos griegos “estratos”, que se refiere a ejército, y “again” que significa guiar, de igual forma, el término “strategos”, que hace referencia a “estratega”. E incluso tiene raíces en el latín y en el lenguaje griego dórico. Por consiguiente, un estratega era aquel sujeto o un grupo de sujetos que cumplían el rol de dirigir un ejército con el objetivo de controlar tierras o apropiación de ellas. Las estrategias se utilizaban como métodos para prevenir guerras mediante acuerdos o negociaciones con las ciudades afectadas. Entonces, ciudades como Atenas, Esparta y Tebas fortalecieron sus posiciones y se consolidaron gracias al dialogo, la fuerza y la estrategia, respectivamente.

Es importante resaltar sobre un personaje que trascendió en la historia de las guerras, con su enfoque y aplicación de la estrategia, fue Sun Tzu, quien fue un general chino que escribió un libro reconocido mundialmente como El arte de la guerra. Este material es considerado por muchos autores como un principio para aquellos estudiosos de los conceptos estratégicos.

2.1.2.5. Estrategias de comunicación.

De Lorenzo (2014) define a la estrategia de la comunicación como un conjunto de acciones programadas y planificadas que se implementan en un espacio de interacción humana, basándose en intereses y necesidades determinados a largo plazo. Exige un proceso de planificación previa, que garantice la eficacia del esfuerzo invertido para comunicar ideas, productos o servicios, ayudando en la toma de decisiones. Siendo así que la estrategia no es solo un plan racional orientado al futuro, sino también un patrón derivado del

comportamiento pasado, lo que permite al estratega conocer con precisión qué acciones han funcionado y cuáles no.

2.1.2.6. Tipos de estrategias de comunicación.

Para la aplicación de las estrategias comunicativas, los especialistas o profesionales en Ciencias de la Comunicación son los responsables de su estudio, conllevando a un análisis profundo de los comportamiento y percepciones de la población; y posteriormente el planteamiento de una estrategia adecuada. Para ello, Guerrero (2005), sostiene una tipología de estas mismas de acuerdo a la intención o los resultados comunicativos esperados, y son los siguientes:

- a. **Estrategia de comunicación educativa.** Son aquellas capacidades comunicativas potencializadas de la población para la planificación, cogestión, vigilancia y rendición de cuentas; de igual forma, el respaldo de la información y la renovación de sus autoridades o líderes políticos. Como ejemplo se considera al programa comunicativo que incluye video debates y talleres participativos.
- b. **Estrategia de comunicación política.** Cuando se facilita de mejor forma las relaciones entre las autoridades políticas y la población, conllevando a un consenso o participación activa en la política. Un ejemplo son los foros o audiencias públicas en que se firma las actas de compromiso, después de un dialogo abierto de ideas, propuestas y debates con la ciudadanía.
- c. **Estrategia de comunicación ciudadana.** Es aquella estrategia que contribuye a potenciar su expresividad, su participación en debates públicos y su creatividad ciudadana. Para ello, se dan caravanas ciudadanas, festivales temáticos y video plazas.

Tabla 1*Clasificación de estrategias de comunicación para el desarrollo*

Tipología de estrategias comunicativas	
Estrategias de comunicación educativa	Cuando se incrementan las capacidades comunicativas de la población para la planificación, cogestión, vigilancia, rendición de cuentas y se respalda la formación, así como la renovación de liderazgos ciudadanos y políticos.
Estrategias de comunicación política	Cuando contribuye a establecer relaciones fluidas entre gobernantes y población hacia la concertación.
Estrategias de comunicación ciudadana	Cuando aporta a la expresividad, debate público y creatividad de la población, especialmente la que no está organizada. Se busca la habilitación y el empoderamiento ciudadano.

Nota. Extraído de Clasificación de estrategias de comunicación para el desarrollo. Venegas Linguithy, Y. Y. (2025), UNSAAC.

En cambio, la Oficina Regional de Pan para el Mundo (2019), sostiene y comparte la idea de que la comunicación forma parte esencial para lograr el cambio de la población, considerando una buena orientación y sentido de medios, pero plantea otras maneras de intervenir estratégicamente y son las siguientes:

Tabla 2*Clasificación de estrategias de comunicación*

Tipología de estrategias comunicativas	
Estrategias de movilización ciudadana	Una estrategia que tiene la finalidad, desde el sector público, percibir la misma atención de las personas, sensibilizarlo y protagonizarlo con motivos sustentables ante un determinado objetivo que lo permita cambiar positivamente. Para el desarrollo y aplicación es esta estrategia de puede considerar espacios como ferias y caravanas, considerando focos de mayor concurrencia y alta participación activa.
Estrategias de opinión y debate ciudadano	Parte de las herramientas de esta estrategia se conciben como importantes para poner en un tema de interés público protagonizando y recolectando, principalmente, la opinión de las personas mediante las encuestas, los sondeos de opinión, las consultas ciudadanas, el periodismo cívico.
Estrategia de especialización del periodismo	A diferencia de las estrategias anteriores, particularmente la estrategia de especialización del periodismo, tiene una finalidad particular y es lograr ingresar a la agenda pública mediática, para ello se recurren a herramientas como los talleres con profesionales del periodismo, además el monitoreo o seguimiento de estos mismos en los diversos

Tipología de estrategias comunicativas	
	medios de comunicación masivos, considerando como fuentes de extensión en cuanto a la información del cambio.
Estrategia de generación de redes y alianzas	Considerando a los auspicios, los patrocinios, los asuntos de incidencia política son un factor potencial lo que logra es evitar duplicar esfuerzos y de tal forma maximizar los resultados de nuestro objetivo meta. Además, que las alianzas institucionales son influencias necesarias de forma que involucre una sinergia en la solución de problemas sociales
Estrategia de deliberación técnica y política	Por lo general se requiere la participación de la población para la aplicación de esta estrategia en espacios como: talleres, seminarios y foros públicos. De esta forma, desde la aplicación del especialista se puede identificar sus manifestaciones, conocer sus experiencias, proponer, argumentar y, finalmente, incidir desde diferentes puntos de vista.
Estrategia de producción de material informativo y educativo	Sobre ello se precisa que en la actualidad existe una producción de diversos materiales, ya sea gráfico o impreso; sin embargo, es fundamental el sentido de innovar con mensajes más interesantes y atractivos para lograr la atención requerida del público y que estos mismos difundan dicho contenido con su entorno.

Nota. Definiciones de estrategias de comunicación para el desarrollo, por Oficina Regional de Pan para el Mundo, 2019.

Tomando en consideración la información anterior, mediante la variable comunicación estratégica se analizará considerando sus siguientes dimensiones: estrategias de comunicación educativa, estrategias de comunicación política y estrategias de comunicación ciudadana; asimismo, tomando en cuenta sus dimensiones, será importante optar por estas estrategias porque aportan en los roles del proceso de participación en una determinada realidad local. También, existe un nivel operativo de las mencionadas estrategias que ayudan a la realización de productos comunicativos para resaltarlos y considerarlos en la esfera pública, más aún cuando se trata de problemas sociales.

2.1.3. Violencia de género

La Asamblea General de las Naciones Unidas (1993) define la violencia de género como: “Todo acto de violencia basada en el género que tiene como resultado posible o real un daño físico, sexual o psicológico, incluidas las amenazas, la coerción o la privación arbitraria

de la libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o en la vida privada”. Además, que se ocasiona en todo los ámbitos, privado o público, y los agresores son la pareja, familiares hasta personas desconocidas”.

2.1.3.1. Diferencia entre violencia de género y violencia contra la mujer.

Según el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2017), define a la violencia de género como aquellas acciones, comportamientos de violencia destinadas a una persona y se contempla en situaciones de desigualdad y discriminación por el sexo, la diversidad de su identidad, ya sea su raza, clases, identidad sexual, orientación sexual, entre otros. Ocasionado daños físicos, sexuales o psicológicos que se dan en espacios públicos o privados.

Por otro lado, se define a la violencia contra la mujer, según los estudios jurídicos, de una forma totalmente distinta. Un caso de estos, es el Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra la mujer y violencia doméstica (Convenio Estambul), en el artículo 3 la define de la siguiente manera: “La violencia de género contra las mujeres significa la violencia dirigida contra una mujer por ser mujer o que afecta a las mujeres de manera desproporcionada”. (Consejo de Europa, 2011)

En síntesis, se puede precisar que la violencia de género es una problemática social que abarca un rango más amplio de los rasgos y construcciones sociales del género, por otro lado, la violencia contra la mujer se conduce a aquellos actos que atenten al sexo femenino, además de ser una de las víctimas principales de las diferentes representaciones de la violencia.

2.1.4. Violencia contra la mujer

La Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing (1995), define a la violencia contra la mujer (VCM) como todo comportamiento que tenga la intención o como resultado, el daño de carácter físico, sexual o psicológico, además que esta se puede desarrollar en el espacio público o privado y esta misma problemática afecta a todos los países del mundo. Y

como consecuencia de la VCM permite que la persona no pueda desempeñar sus derechos humanos y libertades que son fundamentales. (p. 86).

Grosman (como se citó en Marcano y Palacios, 2017) menciona que la violencia es “la acción ejercida por una o varias personas donde se somete de manera intencional al maltrato, presión, sufrimiento, manipulación u otra acción que atente contra la integridad” (p. 76).

También, Valera (2008) señala que “la violencia que sufren las mujeres tiene sus raíces en la discriminación histórica y la ausencia de derechos que estas han sufrido y continúan sufriendo en muchas partes del mundo, que se sustenta sobre una construcción cultural (el género)” (p. 214).

En el Perú, a través de la Ley N° 30364 Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar, en el artículo 5° se establece que “la violencia de género es cualquier acción o conducta que les causa muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico; tanto en el ámbito público como en el privado” (p.2).

Podemos determinar además que, pese a la amplia concurrencia en el tema, continúa siendo uno de los problemas más preocupantes en la actualidad como lo mencionan Galan y Rodriguez (2024) la violencia de género es un fenómeno persistente y alarmante a nivel global, caracterizada por su invisibilidad y normalización que es perpetuada a través de generaciones debido a que se transmite y refuerza en contextos familiares, educativos, laborales y mediáticos.

2.1.4.1. Modalidades de la violencia contra la mujer.

La Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (2018) define a las modalidades de la violencia de la mujer, como aquellas formas, comportamientos que causa daño a la violentada, estas modalidades se estructuran en las siguientes secciones:

- a. **De la violencia en el ámbito familiar.** Son aquellas personas que tienen algún grado de familiaridad, matrimonio, concubinato o haya mantenido una relación de hecho, abusan del poder ejerciendo dominio, sometimiento, control o concretamente agredir física, psicológica, sexual o económicamente a la mujer.
- b. **De la violencia en el ámbito laboral o docente.** Se cometen actos que omiten el abuso del poder, afectando en gran medida la autoestima, la salud, la integridad y la seguridad de la víctima. Los agresores son personas que tiene un espacio en común, ya sea en lo laboral o docente.
- c. **De la violencia en la comunidad.** La finalidad de esta violencia es vulnerar los derechos fundamentales de la persona con la intención de denigrar, marginar o excluirlas de cualquier participación en un espacio y los ejecutores de tal violencia son personas o colectivos.
- d. **De la violencia en el ámbito institucional.** Por lo general, se desarrollan en las entidades públicas y estas se caracterizan por omitir u obstaculizar el pleno goce y ejercicio de los derechos de las mujeres, de la misma forma al acceso a políticas públicas a contrarrestar los diferentes tipos de violencia.
- e. **De la violencia feminicida.** Es aquel hecho extremo de la violencia contra la mujer, producto de este accionar ocasiona la muerte de la violentada en cualquier ámbito y en espacios urbanos de gran contingencia de personas ocurre estos casos cotidianamente.

2.1.4.2. Tipos de la violencia contra la mujer.

La Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (2020) precisa la existencia de cinco tipos de violencia que afecta a toda mujer: física, psicológica, sexual, patrimonial y económica.

- a. **Violencia física.** Se asocia a cualquier acto que tenga la intención de causar daños, mediante la fuerza física o por uso de alguna arma u objeto que provoque lesiones en forma interna, externa o incluso ambas.
- b. **Violencia psicológica.** Actos que dañen la estabilidad emocional o psicológica, que puede considerar en: negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, desamor, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación y amenazas. Producto de esta violencia, la mujer afectada sufre de depresión, aislamiento, poco sentido de autoestima y peor aún el suicidio.
- c. **Violencia sexual.** Se ve afectada la sexualidad o integridad corporal de la víctima por medio de actos que degradan o dañen, incluso el abuso de poder se sujeta a la violencia sexual, refiriéndose a la supremacía masculina sobre la mujer.
- d. **Violencia patrimonial.** Altera la supervivencia de la persona. Su manifestación se evidencia en la sustracción, destrucción o retención de los objetos, recursos personales, bienes o pertenencias que satisfacen sus necesidades primordiales de la víctima.
- e. **Violencia económica.** El agresor afecta el sustento económico la persona y lo limita a controlar sus ingresos económicos, así como la percepción de un salario menor.

En el Perú, la Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar (2015), en el artículo 8 establece los siguientes tipos de violencia:

- a. **Violencia física:** Se refiere a cualquier comportamiento que cause un perjuicio a la salud o a la integridad corporal de la persona. Este concepto es amplio e incluye no solo las agresiones directas, sino también el maltrato derivado del abandono, la negligencia o la privación de servicios básicos que provoquen o puedan provocar una lesión física, sin que sea relevante el tiempo necesario para la recuperación de la víctima.

- b. **Violencia psicológica:** Comprende acciones destinadas a controlar, marginar, humillar o avergonzar a la persona contra su voluntad, lo cual genera un impacto negativo en su salud mental. El daño psíquico se define como la alteración de las capacidades o funciones mentales de la víctima debido a situaciones de violencia, lo que resulta en un deterioro de su funcionamiento integral, ya sea de manera temporal o permanente.
- c. **Violencia sexual:** Consiste en actos de naturaleza sexual impuestos sin el consentimiento de la víctima o bajo presión. Esta modalidad de violencia no se limita exclusivamente a la penetración, sino que abarca cualquier acto o conducta que vulnere la libertad sexual, incluso aquellos que no impliquen contacto físico directo.
- d. **Violencia económica o patrimonial:** Se manifiesta a través de acciones u omisiones orientadas a generar una pérdida o menoscabo en los activos financieros o bienes de la persona. Esto incluye la perturbación de la propiedad, la sustracción, retención o destrucción de instrumentos de trabajo, documentos personales y recursos económicos necesarios para la subsistencia y autonomía de la persona.

Por lo tanto, en el presente estudio, la variable violencia contra la mujer se analiza previendo sus siguientes dimensiones: violencia física, violencia psicológica, violencia económica y violencia sexual. Considerando las dimensiones porque son casos frecuentes de problemas que acontecen en cualquier localidad; sin embargo, en la jurisdicción de Oropesa se suscita como un caso especial ante casos frecuentes, adopción de conductas machistas y normalización de violencias.

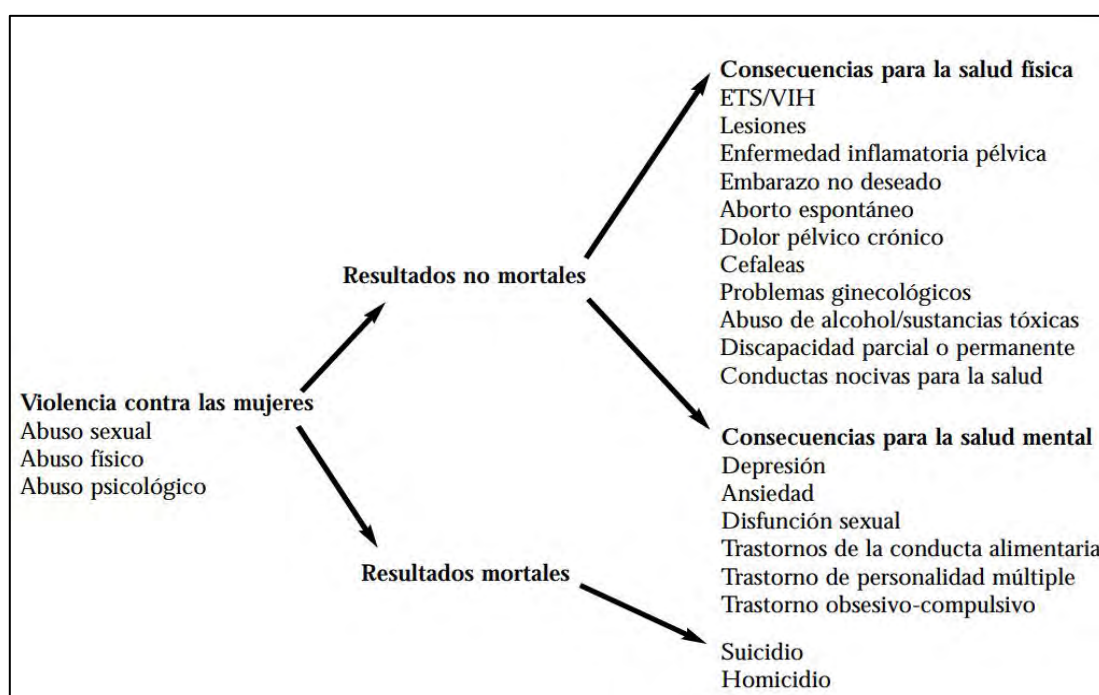
2.1.4.3. Consecuencias de la violencia contra la mujer.

Se considera un tema amplio e impactante en todo aspecto de la víctima porque afecta principalmente a la mujer, además que indirectamente daña su salud, la de sus hijos, y su entorno social. Si bien la violencia se clasifica de acuerdo al tipo de daño; asimismo, se vincula con otras consecuencias. Por ejemplo, la violencia doméstica se relaciona

generalmente con la pobreza, pero lamentablemente contribuye al limitar sus oportunidades para desempeñar otro rol fuera de su vivienda. De igual forma, afecta la capacidad de la mujer para protegerse de sí misma o sus familiares cercanos y esto puede generar un uso abusivo de sustancias. Cabe indicar que la violencia impacta de alguna forma la autoestima, la autonomía y la capacidad de sentir y actuar de manera independiente como una mujer. (Garcia, 2000)

Figura 2

Consecuencias para la salud de la violencia contra la mujer



Nota. Garcia (2000)

Daugherty et al., citado en Montoya y Galindo (2025), concluyeron que parte de las consecuencias de la violencia contra la mujer son los problemas de memoria y el impacto psicológico que también ocasiona depresión y estrés en la persona afectada y, por último, se evidencia un aislamiento total de la sociedad.

Por otro lado, Alrawashd et al., citado en Montoya y Galindo (2025), argumentan ante la problemática de la VCM, que las consecuencias principales son la ansiedad, el miedo, el estrés y la depresión que son problemas latentes que enfrenta cada mujer y se debe a causas existentes como la pobreza, el desempleo y sobre todo la cultura patriarcal.

Mesafint et al., citado en Montoya y Galindo (2025), afirman que existen factores como el nivel educativo de la persona, en el que la afectada no cuenta con una formación académica y, por tanto, se vincula con una mayor probabilidad de ser violentada, además que el consumo de alcohol o drogas, el ingreso económico bajo y residir en zonas consideradas rurales ocasiona un incremento de la violencia contra la mujer.

2.1.4.4. Factores culturales y tradicionales en la normalización de la violencia contra la mujer.

La violencia ejercida contra las mujeres cuenta con un profundo arraigo histórico sustentado en tradiciones y patrones culturales que, a través de distintas épocas y sociedades, han actuado como cómplices silenciosos de su perpetuación. Nociones de dominación y control corporal de la masculinidad sobre lo femenino se han justificado mediante construcciones simbólicas, incluyendo imaginarios religiosos tradicionales como la representación bíblica pecaminosa de figuras como Eva o María Magdalena que asocian a la mujer con la culpa, la debilidad moral y la subordinación. Históricamente, este sometimiento se ha manifestado en dinámicas extremas de control, tales como la persecución de mujeres con conocimientos medicinales tradicionales tildadas de brujas en la Edad Media, el uso sistemático de la violación como botín de guerra durante las Cruzadas, o las mutilaciones genitales femeninas practicadas intergeneracionalmente en el continente africano bajo la justificación cultural de preservar la virginidad y asegurar la conyugalidad (Vos Obeso, 2012).

Ante la tradicional renuencia del tejido social e institucional para intervenir en estas agresiones amparada históricamente en el mandato de resolver el abuso en la intimidad del hogar bajo la máxima tradicional de "en peleas de marido y mujer nadie se debe meter", los movimientos feministas de la década de 1960 redefinieron el problema bajo el principio de que "lo personal es político", visibilizando la violencia doméstica no como un conflicto

privado, sino como una transgresión estructural a los derechos humanos y a la dignidad (Vos, 2012).

En ese entender la reproducción intergeneracional de la agresión contra la mujer se cimienta desde la infancia a través de procesos de socialización diferencial y de la asignación rígida de roles de género. Como demuestran estudios de base cuantitativa en casos atendidos en centros de emergencia, la asimetría doméstica sitúa convencionalmente al varón en el espacio público con atributos de poder y autoridad, mientras posterga a la mujer al espacio doméstico bajo imperativos de obediencia, sumisión y la responsabilidad de preservar el núcleo familiar. Siendo así que cuando la mujer transgrede estas fronteras domésticas o no cumple con las tareas tradicionales exigidas por el varón, se desencadenan conductas violentas como un mecanismo punitivo de control y dominación (Fernández et al., 2021).

Este andamiaje es reforzado por la educación sexista, donde corrientes como el sexismo benevolente actúan como un prejuicio de connotación aparentemente protectora o positiva por parte del varón que, en el fondo, encasilla a la mujer en roles tradicionales, representándola como un ser frágil, dependiente e inherentemente carente de poder. Asimismo, los medios de comunicación masiva, en particular la televisión, funcionan como potentes agentes de socialización que reproducen representaciones sexistas y legitiman la violencia simbólica a través de contenidos que promueven la asimetría y subordinación de lo femenino. En este ecosistema cultural, la propia comunidad tiende a reproducir la justificación de la agresión, inquiriendo o culpabilizando a la víctima por sus gestos, conductas o el incumplimiento de sus supuestas responsabilidades (Fernández et al., 2021).

En contextos rurales, la normalización de la violencia intrafamiliar se complejiza debido a barreras geográficas, de infraestructura y psicosociales que limitan drásticamente la capacidad de acción de las víctimas. Entre los factores determinantes documentados en investigaciones cualitativas en estas zonas destaca la dependencia económica y la

consecuente ausencia de autonomía financiera, lo cual coarta la capacidad de la mujer para apartarse del agresor por el temor latente de no poder proveer recursos básicos para la manutención de sus hijos (Fernández, 2025).

Esta desprotección se ve agravada por una baja autoestima, la escasez de redes de apoyo familiar o comunitario efectivas y una arraigada influencia religiosa que propicia la tolerancia al maltrato, forzando a la víctima a aceptar la sumisión intrafamiliar bajo ideales de sacrificio, resignación y permanencia indisoluble del vínculo matrimonial ("para toda la vida"). Asimismo, la ruralidad perpetúa la invisibilización de abusos graves, como la coerción a mantener relaciones sexuales no consentidas bajo la creencia tradicional de que constituye un "deber conyugal" obligatorio. Finalmente, la búsqueda de auxilio judicial se ve truncada por la violencia institucional, configurada por el miedo a denunciar ante la desconfianza hacia las entidades públicas locales, la inacción, la demora o las experiencias previas de revictimización administrativa, lo que perpetúa la impunidad comunitaria (Fernández, 2025)

2.1.5. Rasgos socioeconómicos de las mujeres

El nivel socioeconómico consiste en aquella evaluación integral que toma dos aspectos fundamentales: aspectos económicos y sociológicos. Incluso permite a la persona determinar a partir de ello su formación profesional. (Howe et al., 2012)

2.1.5.1. Edad.

Diversos estudios de las Ciencias Sociales consideran que la edad de una persona como un objeto estudio, es más, la persona es un objeto de estudio de acuerdo a su edad y su enfoque del proceso de conocimiento. Entonces la edad puede tomarse como un carácter de análisis, de atención social o estatal, donde se lleva a un ámbito de clasificación y estas son las siguientes: infancia, adolescencia, juventud, adultez, madurez y vejez. (Molina, 2022)

2.1.5.2. Nivel socioeconómico.

De acuerdo con Marks et al., como se citó en Agualongo y Garcés (2020), el concepto del nivel socioeconómico se emplea para describir a las personas que desempeñan una labor social distinta, considerando los aspectos de acceso al empleo, la función que desempeñan (empleado o empleador), sus logros educativos y el prestigio en comparación a sus semejantes. El nivel puede evaluarse en un contexto individual, familiar o comunitario.

Según Okioga como se citó en Agualongo y Garcés (2020), contribuye a la definición del nivel socioeconómico señalando que se evalúa dentro del contexto familiar a partir de factores como los ingresos económicos de los miembros, el nivel educativo de los padres de familia, el prestigio del patriarca, la ocupación particular de los miembros, entre otros aspectos.

2.1.5.3. Grado de instrucción.

Conforme al Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) de Perú, el grado de instrucción se refiere a la máxima formación académica o nivel educativo alcanzado por una persona (2011).

El INEI (2011) clasifica el grado de instrucción o nivel de educación de acuerdo con la educación formal completada, que comprende los siguientes niveles:

- a. **Sin nivel.** Es cuando la persona nunca asistió a la escuela o colegio. Sin nivel - Educación Básica o Superior
- b. **Educación básica o superior.** Comprende los niveles de enseñanza inicial, primaria, secundaria, superior universitaria y superior no universitaria.
- c. **Inicial.** Incluye no sólo a los que estudiaron en jardín, sino también a los de PRONOEL, cuna, guardería, wawa-wasi. Los niños que estudian Inicial, no aprueban ni desaprobean, cuando tienen la edad indicada por el Ministerio de Educación pasan a 1er. grado y luego a los grados sucesivos.

- d. **Primaria.** Comprende el nivel primario incompleto y completo donde los estudios pueden ser en años o grados y en la modalidad de menores o adultos de acuerdo al sistema vigente.
- e. **Secundaria.** Comprende el nivel secundario incompleto y completo donde los estudios son en años y en la modalidad de menores o adultos de acuerdo al sistema vigente.
- f. **Superior no universitaria.** Comprende las Escuelas Normales y Escuelas Superiores de Educación Profesional (ESEP), Escuelas de Sub-Oficiales de las Fuerzas Armadas; Escuelas Superiores de Administración de Empresas, Institutos Superiores Tecnológicos e Institutos Superiores Pedagógicos (con estudios hasta 5 años).
- g. **Superior universitaria.** Comprende las Universidades, Escuelas de Oficiales de las Fuerzas Armadas y Policiales, Seminarios Religiosos, Instituto Superior de Arte del Perú, Instituto Pedagógico Nacional, Escuela de Enfermeras, Escuela de Periodismo y Academia Diplomática del Perú. Se considera Superior Universitaria Completa cuando la persona ha concluido el último ciclo, grado o año en la carrera que siguió; en caso contrario se considera incompleta.
- h. **Postgrado.** Postgrado Comprende todos aquellos estudios que llevan a una especialización, como estudios de Maestría, Doctorado y Segunda Especialización con una duración no menor de 1 año. La Segunda Especialización se refiere cuando el Bachiller o Titulado sigue una Especialización de Extensión dentro de su carrera (Economía Internacional, Banca y Finanzas, etc.). Se considera también a la Escuela Superior de Administración de Negocios (ESAN), Centro de Altos Estudios Militares (CAEM).

De igual importancia, Quispe (2021) clasifica a los niveles de estudio en:

- a. **Personas analfabetas.** Se considera a una persona analfabeta, cuando tiene de 15 a más años y no sabe leer ni escribir.
- b. **Sin estudios.** Son las personas que saben escribir y leer, pero no han conseguido o terminado ningún tipo de estudios.

- c. **Primarios.** Son personas que han podido concluir la educación Inicial, y algún nivel del nivel Primario.
- d. **Secundarios.** Son personas que alcanzaron estudiar el nivel Secundario. En nuestro país, el 41,3% ha alcanzado este nivel.
- e. **Superior no universitario.** Son personas que pudieron estudiar en institutos tecnológicos, pedagógicos o escuelas de formación artística.
- f. **Superior universitaria.** Personas que pudieron estudiar en una universidad, ya sea pública o privada.
- g. **Superior universitaria con estudios de maestría o doctorado.** Personas que tienen estudios de postgrado como maestría o doctorado.

2.1.5.4. Estado civil.

Salazar (1992) define al estado civil como una posición del sujeto en la sociedad, posteriormente indica que el estado se conforma por una serie de cualidades personales, dentro de las cuales se encuentra los aspectos de la persona como miembro de una familia la cual puede tener los estados de: soltero, casado, viudo, divorciado y otros derivados del parentesco. Asimismo, determina como posibles estados familiares:

- a. **Soltero.** Por no estar ligado por vínculo matrimonial civil.
- b. **Casado.** Por haber contraído el vínculo matrimonial civil.
- c. **Divorciado.** Para quien ha disuelto su vínculo matrimonial civil, quedando en aptitud de contraer un nuevo matrimonio.
- d. **Viudo.** Por muerte de alguno de los conyugues.
- e. **Concubino.** Es la unión de un hombre y una mujer libres de matrimonio que durante de manera pacífica, publica, continua y permanente hacen vida en común.

Por otro lado, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2010), para la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza, determina que el estado civil o conyugal puede ser: conviviente, casado, viudo, divorciado, separado o soltero.

- a. **Conviviente (unión de hecho).** Es la persona que vive con su cónyuge sin haber contraído matrimonio civil o religioso.
- b. **Casado.** Es la persona que ha contraído matrimonio civil o religioso y vive con su cónyuge.
- c. **Viudo (de matrimonio o convivencia).** Es la persona que después del fallecimiento de su cónyuge, no se ha vuelto a casar, ni vive en unión de hecho o convivencia.
- d. **Divorciado.** Es la persona que terminó su vínculo conyugal por sentencia judicial y no se ha vuelto a casar ni vive en unión de hecho o convivencia.
- e. **Separado (de matrimonio o de convivencia).** Es la persona que está separado de su cónyuge y no vive en unión de hecho o convivencia.
- f. **Soltero.** Es la persona que nunca se ha casado ni ha vivido ni vive en unión de hecho o convivencia.

2.1.6. Influencia

Kelman (2006) señala que la influencia social es un cambio de comportamiento dentro de los entornos sociales inducido por una persona o un grupo de personas desde el ámbito de la psicología social la influencia ha transitado desde enfoques dicotómicos tradicionales hacia modelos multidimensionales que vinculan al sujeto con su entorno.

Olivera et al. (2025) indican que la influencia social puede describirse como el cambio en los pensamientos, sentimientos, comunicación o comportamiento de los individuos como resultado de la influencia de otros.

Fischer (1987) define a la influencia como el hecho de que la acción de una persona se convierte en una prescripción para la orientación de la conducta de otra persona. En este

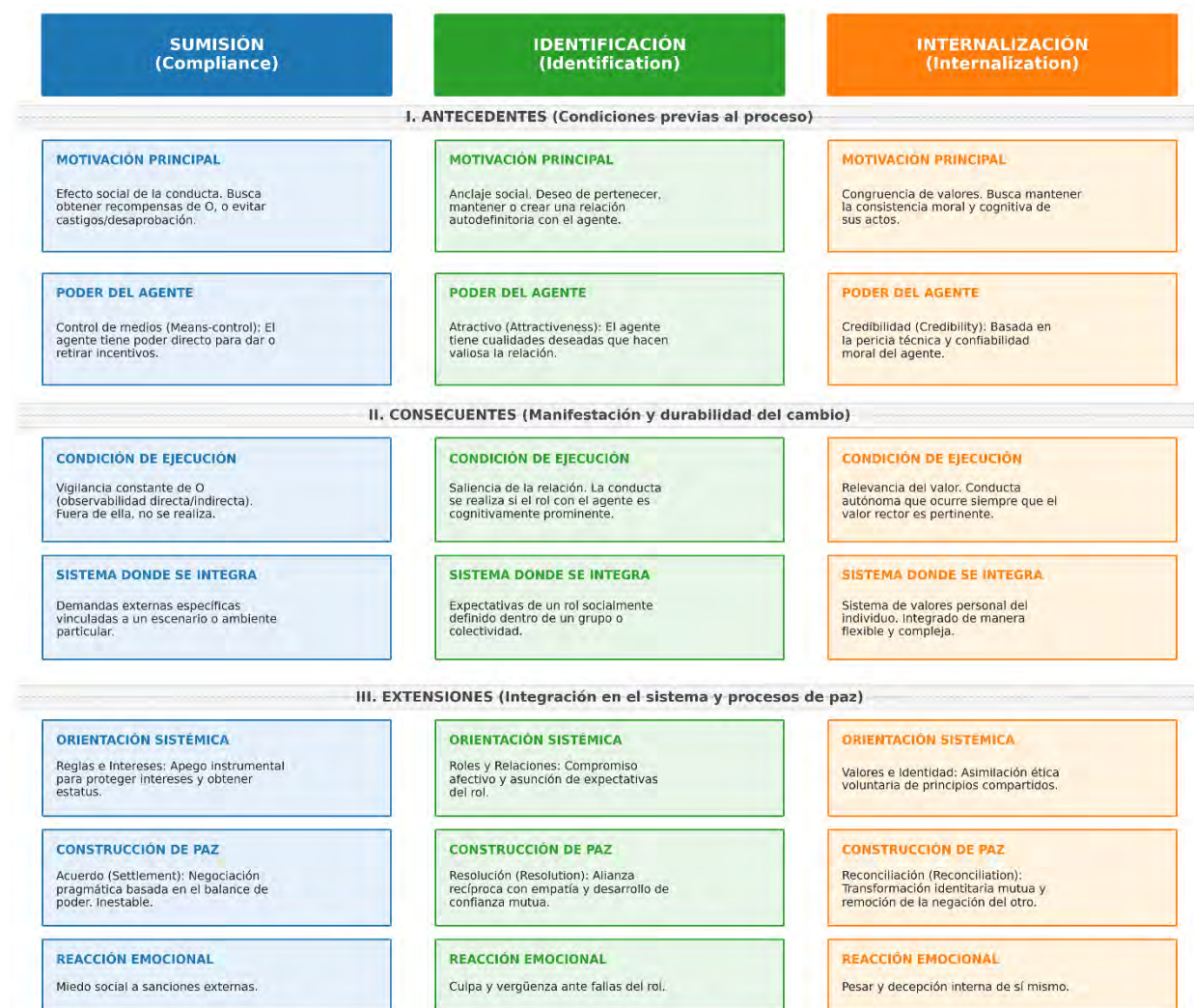
sentido, abarca todo aquello que produce un cambio en la conducta en virtud de las presiones dominantes dentro de un determinado contexto

2.1.6.1. Procesos de influencia social

Kelman (2006) propuso un modelo tripartito que identifica tres procesos cualitativamente distintos a través de los cuales las personas interactúan, se relacionan y aceptan la inducción de un agente influyente: la sumisión, la identificación y la internalización. Señalando que:

- a. **Sumisión (Compliance).** La sumisión ocurre cuando un individuo acepta la influencia de otra persona o de un grupo para lograr una reacción favorable del otro; sea con la finalidad de obtener una recompensa específica o evitar un castigo específico controlado por el otro, o para ganar la aprobación o evitar la desaprobación del otro.
- b. **Identificación (Identification).** La identificación ocurre cuando un individuo acepta la influencia de otra persona o de un grupo con el fin de establecer o mantener una relación satisfactoria y autodefinitoria con el otro.
- c. **Internalización (Internalization).** La internalización ocurre cuando un individuo acepta la influencia de otro para mantener la congruencia de sus acciones y creencias con su propio sistema de valores.

Figura 3
Procesos de influencia social



Por otro lado, Fischer (1987) señala que el proceso de influencia social se vincula con la tendencia de los sistemas sociales a la integración y con la capacidad de los individuos para incorporar los elementos dominantes de una cultura. Dentro de estos procesos se distinguen:

- a. **Modelos de influencia latente.** Precisiones invisibles y ocultas que empujan a la uniformización en la sociedad sin que dependan de un instinto destacando la imitación y contagio social, así como la comparación.
- b. **Normalización.** Proceso de negociación activa en el cual los individuos aceptan e interiorizan estimaciones convergentes para reducir la ambigüedad y evitar posibles conflictos en el grupo.

- c. **Disonancia cognitiva.** Funciona como un sistema de influencia cognitiva en el cual un estado de tensión interior provocado por la coexistencia de ideas o hechos discordantes motiva al individuo a reorganizar sus actitudes personales en dirección al comportamiento mayoritario o más generalmente aceptado para reducir la incomodidad.

Además, Kotler y Armstrong (2017) resaltan que se recibe una gran influencia de las características culturales, sociales, personales y psicológicas.

Figura 4
Características que influncian



2.1.6.2. Niveles de influencia

Rodriguez (2012) señala que a través de los procesos de influencia el grupo puede acordar la misión, los objetivos y articular la estructura necesaria para alcanzarlos.

La influencia de las organizaciones opera en distintos niveles:

- En el nivel estratégico la organización influye sobre otros actores externos, como el gobierno, los operadores de los mercados y la comunidad. A través de las comunicaciones institucionales, el gobierno logra la legitimación y la aceptación del funcionamiento de la organización.
- En el nivel de gestión, la alta dirección influye en las decisiones gerenciales a través de las estrategias de negocios y las políticas organizacionales como las de proveedores,

precios, distribución, comunicaciones, compras, recursos humanos y otras que permitan una mejor coordinación de la gestión de los sistemas internos.

- c. A nivel operacional, la influencia se orienta al personal para lograr la aceptación de las decisiones directivas y movilizar las conductas para que se ajusten a las especificaciones de las funciones fijadas para los distintos puestos y cargos.

2.1.6.2. Fuerzas de influencia social

Olivera et al. (2025) describen tres fuerzas o principios que determinan la magnitud o nivel del impacto social que ejerce un grupo sobre un individuo.

- a. **Fuerza.** La fuerza (f) se refiere a cuánto poder tienen esos individuos para influir en una persona objetivo, utilizando recursos como el estatus social, la experiencia de vida, las relaciones previas y otros factores que transmiten influencia.
- b. **Inmediatez.** La inmediatez (i), que se relaciona con la proximidad entre los individuos que influyen y el individuo objetivo ya sea espacial o temporal y la ausencia de barreras.
- c. **Número.** El número (n), que representa la cantidad de personas que ejercen influencia sobre el individuo objetivo, sugiriendo que, a mayor número de personas, más fuerte es el impacto social.

2.1.6.3. Tácticas de influencia

Robbins y Judge (2023) Identifico nueve tácticas de influencia distintas, dentro de las cuales algunas son más efectivas que otras:

- a. **Persuasión racional.** Presentar argumentos lógicos y pruebas fácticas para demostrar que una solicitud es razonable.
- b. **Apelaciones inspiradoras.** Desarrollar un compromiso emocional apelando a los valores, las necesidades, las esperanzas y las aspiraciones de un objetivo.
- c. **Consulta.** Aumentar el apoyo al involucrar al objetivo en la decisión de cómo llevar a cabo su plan.

- d. **Intercambio.** Recompensar al objetivo con beneficios o favores a cambio de acceder a una solicitud.
- e. **Apelaciones personales.** Pedir el cumplimiento basado en la amistad o la lealtad.
- f. **Congraciarse.** Usar halagos, elogios o mostrar un comportamiento amistoso antes de hacer una solicitud.
- g. **Presión.** Uso de advertencias, demandas repetidas y amenazas.
- h. **Coaliciones.** Conseguir la ayuda o el apoyo de otros para persuadir al objetivo de que esté de acuerdo.

2.1.6.4. Factores mediadores de influencia social

Olivera et al. (2025) descubrieron siete categorías emergentes que actúan como puentes o catalizadores en el proceso de influencia.

- a. **Admiración.** Deseamos imitar los comportamientos de las personas que admiramos dentro de nuestro entorno social para mejorar personalmente, siendo así la admiración un agente facilitador para aceptar la influencia mediante la identificación y la internalización.
- b. **Comparación social.** Buscamos puntos de referencia externos para evaluar y ajustar nuestras propias actitudes, creencias y acciones, siendo así la comparación social la que contribuye a la aceptación de la influencia, ocurriendo de forma previa a la conformidad, identificación e internalización.
- c. **Evitación de conflictos.** A menudo elegimos guardar silencio o adaptarnos a la opinión mayoritaria para no desgastarnos, evitar argumentos estresantes o prevenir el rechazo social, siendo así que la evitación de conflictos la que promueve la conformidad de un individuo con su grupo referencia.
- d. **Sentimiento de pertenencia.** Es el deseo humano fundamental de integrarse en un grupo de referencia que contribuya a nuestra identidad, siendo así que el sentimiento de

pertenencia es el que potencia directamente la identificación del individuo con su grupo de preferencia.

- e. **Autoridad en la materia.** La capacidad de influencia de alguien aumenta drásticamente si se le percibe con altos niveles de conocimiento, habilidad o credibilidad en un tema específico, siendo así que la autoridad en la materia la que promueve una mayor sensación de fuerza en el grupo.
- f. **Endoso de celebridades.** Ocurre cuando nos dejamos influir debido a la afinidad con el estilo de vida, valores o rasgos personales de una figura pública, siendo así que el endoso de celebridades el que potencia la influencia social mediante la identificación.
- g. **Recompensa social.** Analiza al individuo en el rol de influenciador. Recomendar algo y ver que otros valoran nuestra opinión genera sentimientos altruismo, empatía, autorrealización y deseo de conexión social, siendo así que la capacidad de influir positivamente en la vida de otros proporciona recompensas sociales y motiva al individuo a seguir participando en dinámicas de influencia.

2.1.7. Percepción

Manzano (2006) señala que la percepción se entiende como una actividad de conocimiento siendo un conjunto de procesos por los que el sujeto pasa de la impresión sensorial a la representación que finalmente se forma del medio que le rodea.

Schiffman citado por Sanchez (2019) precisa que la percepción se refiere al producto de procesos psicológicos en los que están implicados el significado, las relaciones, el contexto, el juicio, las experiencias pasadas y la memoria.

Por otro lado, Peter (2018) identifica que la percepción no constituye la etapa inicial absoluta del conocimiento, ya que no acontece desde cero, sino que arranca desde una premisa. A causa de esto, no es un proceso neutral ni pasivo que actúe como una cámara fotográfica que registra imágenes sin alteración; al contrario, es una actividad que realiza un

peritaje valorativo o desvalorativo de lo percibido. Así, la percepción porta un "proto-criterio" o forma de interpretación, calificación y significación al seleccionar ciertos estímulos y descartar otros.

2.1.7.1. Procesos de percepción

Sanchez (2019) señala que la percepción se produce a nivel cerebral según el área que corresponda, iniciando su camino a partir del momento en que cada nervio toma la información de cada modalidad sensorial.

Desde el punto de vista fisiológico, la percepción se puede dividir en tres subprocesos:

- a. **Detección.** Donde intervienen los receptores de los sentidos internos y externos.
- b. **Transducción y transmisión.** Procesos en los que la energía del estímulo se convierte en una señal electroquímica que el sistema nervioso transmite.
- c. **Procesamiento de la información.** Donde el cerebro y los receptores procesan la información sensorial.

De acuerdo con la propuesta epistemológica de Peter (2018), el proceso perceptivo e interpretativo humano no opera de manera neutral ni pasiva, sino que se desarrolla a través de una secuencia estructurada, jerárquica y subjetivamente orientada. A continuación, se detalla la dinámica de este proceso, articulado desde su base cognoscitiva profunda hasta su manifestación en la actitud del sujeto:

- a. **El pre-encanalamiento y la primacía de la perspectiva.** Antes de que ocurra cualquier captación sensorial propiamente dicha, actúa la perspectiva como un a priori epistemológico que opera de manera subterránea. Esta pauta o premisa previa funciona como un molde que encarrila, sesga o inclina la forma en que la percepción recibirá y procesará los estímulos del entorno.
- b. **La estructuración de la representación mental.** Una vez pre-encauzado el canal, los sistemas sensoriales del organismo reciben, seleccionan y organizan activamente los

estímulos externos. Este mecanismo fisiológico genera una representación mental que es atesorada por el individuo puramente como documentación de base para los procesamiento posteriores.

- c. **La activación y canalización de los procesadores mentales.** Dependiendo de la perspectiva que se encuentre activa o en servicio, el sistema mental encauza la información hacia uno de sus dos procesadores específicos. Por un lado, la perspectiva de la indefectibilidad estimula al procesador racional, orientado a la eficacia técnica, la resolución de problemas teórico-prácticos y la erradicación del error o la falla. Por otro lado, la perspectiva de la defectibilidad moviliza al procesador intuitivo-emocional, enfocado en el cuidado, la custodia y la aceptación de la existencia humana dentro de sus límites y fragilidad.
- d. **El amoldamiento interpretativo.** En esta etapa, el procesador que ha sido activado procede a amoldar la representación mental básica obtenida por los sentidos. Mediante este amoldamiento, se aplican operaciones que dotan al objeto percibido de una interpretación, calificación y significación particulares, alineadas con la premisa de la perspectiva que lidera el proceso.
- e. **La modificación del objeto (Vicio perceptivo).** Como consecuencia del amoldamiento interpretativo, se produce una alteración o modificación de la realidad percibida. El autor destaca que la significación y los atributos resultantes no son propiedades inherentes u ontológicas del objeto mismo, sino que el sujeto perceptor se las adjudica o atribuye, induciendo de manera inevitable una inexactitud o vicio en el producto percibido final.
- f. **El desplazamiento en el espectro de la actitud.** Finalmente, este contenido modificado y cargado de valoraciones predispone al sujeto a adoptar conductas y sentimientos determinados. Esta respuesta no es rígida, sino que se desplaza a lo largo de un amplísimo espectro de gradación que va desde el rechazo y la intolerancia radical en un

extremo, hasta la aceptación, el beneplácito y la aprobación absoluta en el otro. Es esta oscilación la que termina por consolidar la actitud del individuo ante su circunstancia concreta.

2.1.7.2. Niveles de la percepción

Peter (2018) señala que existen dos niveles de percepción:

- a. **Nivel psicológico (Superficial).** Es el ámbito inicial visible donde la percepción influye en la actitud, las emociones y el comportamiento observable. El trabajo clínico suele operar a este nivel para modificar percepciones disfuncionales, aunque los errores de criterio tiendan a repetirse.
- b. **Nivel epistemológico (Profundo).** Se localiza por debajo de la percepción. Se sintetiza en la máxima: generadora de la actitud es la percepción, pero, progenitora de la percepción es la perspectiva.

Por otro lado Merleau-Ponty (1993) señala que La relación con el espacio y las cosas no es unívoca; el sujeto puede situarse ante la perspectiva en dos niveles epistemológicos distintos, condicionados por su actitud existencial:

- a. **Nivel prepredicativo o fenomenal (Vivido):** Corresponde a la experiencia originaria y muda que precede a cualquier juicio lógico, categorización científica o análisis reflexivo. En este estrato, el sujeto no piensa ni formaliza sus perspectivas de manera intelectual o asociativa. En su lugar, el cuerpo fenomenal habita directamente el espacio y el tiempo, integrando las distintas apariciones perceptivas mediante una síntesis de transición corporal y temporal. El sujeto no se contempla a distancia, sino que *es* su propio punto de vista, deslizándose de forma continua a través de él para hacer presa en el mundo.
- b. **Nivel objetivo o tematizado (Científico):** Es un nivel de segundo orden, construido a posteriori por el análisis reflexivo y el pensamiento científico. En esta actitud, el sujeto se retira de la comunicación interior con el mundo vivido para representarse el espacio de

manera homogénea e isótropa. Aquí, las perspectivas se desvinculan de su arraigo corporal y se traducen en variables mensurables tales como la convergencia ocular o la magnitud aparente con el fin de deducir un objeto absoluto, invariable e independiente de nuestra situación encarnada

2.1.7.3. Tipos de percepción

Para Maurice Merleau-Ponty, la perspectiva no constituye una limitación accidental o un defecto de la percepción humana, sino la estructura ontológica fundamental a través de la cual el sujeto entra en relación con el ser. Lejos de reducirse a un fenómeno puramente físico u óptico, la perspectiva se diversifica en tres tipos fundamentales que configuran la inserción existencial del sujeto en el mundo:

- a. **La perspectiva espacial.** Se define rigurosamente a través de la estructura objeto-horizonte. Dado que todo acto de visión humana se realiza necesariamente desde un emplazamiento físico y situado, es decir, constituye un ver desde alguna parte, el objeto físico jamás se nos ofrece en su totalidad simultánea. No obstante, la identidad de las cosas se preserva gracias a que los aspectos ocultos actúan como horizontes latentes que la mirada posee a su disposición y puede recorrer. En este marco, cada objeto funciona como un espejo de los demás, reflejando virtualmente los perfiles que escapan a nuestra percepción directa y garantizando así la coexistencia sinérgica en el espacio.
- b. **La perspectiva temporal.** El tiempo no se experimenta como una sucesión homogénea de instantes aislados, sino que se articula en torno al presente como nuestro punto de vista existencial y dinámico. Esta perspectiva se organiza de manera análoga a la espacial a través de un doble horizonte: la retención (el pasado inmediato que la conciencia aún sostiene en mano de forma prepersonal) y la protensión (la anticipación inminente del futuro próximo). Sin embargo, la síntesis de estos horizontes temporales es siempre una

síntesis presunta; el pasado que recuperamos no es el pasado en persona, sino una reconstrucción intencional desde nuestro horizonte actual.

c. **La perspectiva intersubjetiva (El Otro).** La irrupción de la pluralidad de conciencias desarticula la soledad del solipsismo y plantea la paradoja del alter ego. Para que el Otro sea reconocido genuinamente como un sujeto para sí, y no como un mero autómatas en mi campo perceptual, deben coexistir dos dimensiones en constante tensión recíproca:

- La perspectiva del Para Sí: Constituida por mi visión reflexiva sobre mí mismo y la visión del otro sobre su propia interioridad.
- La perspectiva Para el Otro: Articulada por mi mirada sobre el Otro como cuerpo encarnado y la mirada correlativa que el Otro proyecta sobre mí, insertándome en su propio campo de experiencia.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Estrategia

Rodriguez et al. (2002), precisan que la estrategia es una alternativa de acción más efectiva para lograr cumplir un determinado objetivo a partir de los recursos disponibles; asimismo, del espacio o contexto en el cual se va a desarrollar.

2.2.2. Comunicación estratégica

Massoni y Pérez (2008), señala que la comunicación estratégica son dispositivos de diseño que tiene la finalidad de aportar el cambio de acuerdo a problemáticas que se da en un espacio determinado, logrando formar un encuentro sociocultural con la participación activa de las habilidades y capacidades de los actores, quienes tomaran un papel importante como agentes de cambio.

2.2.3. Violencia de género

En el Perú, a través de la Ley N° 30364 Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar en su artículo 5° establece que

“la violencia de género es cualquier acción o conducta que les causa muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico; tanto en el ámbito público como en el privado” (p. 2).

2.2.4. *Influencia*

Huici et al. (2012), definen la influencia como el conjunto de procesos mediante los cuales las interacciones sociales modifican la percepción, los juicios, los modos de pensar o de actuar de un individuo. Además, estudia las relaciones interpersonales, las relaciones en el interior de un grupo y las relaciones entre grupos con el fin de comprender por qué un individuo responde de una determinada manera a una situación dada, y cómo hacer para que lo haga de manera diferente.

2.2.5. *Percepción*

Vargas (1994), menciona a la percepción como un proceso cognitivo y está involucrado con mecanismos vivenciales que implican tanto al ámbito consciente como al inconsciente de la psique humana; siendo consciente cuando el individuo se da cuenta de que percibe ciertos acontecimientos.

2.2.6. *Estrategia de comunicación educativa*

Guerrero (2005), precisa que son aquellas capacidades comunicativas potencializadas de la población para la planificación, cogestión, vigilancia y rendición de cuentas; de igual forma, el respaldo de la información y la renovación de sus autoridades o líderes políticos. Como ejemplo se considera al programa comunicativo que incluye video debates y talleres participativos.

2.2.7. *Estrategia de comunicación política*

Guerrero (2005) señala que facilita de mejor forma las relaciones entre las autoridades políticas y la población, conllevando a un consenso o participación activa en la

política. Un ejemplo son los foros o audiencias públicas en que se firma las actas de compromiso, después de un dialogo abierto de ideas, propuestas y debates con la ciudadanía.

2.2.8. Estrategia de comunicación ciudadana

Guerrero (2005) manifiesta que es aquella estrategia que contribuye a potenciar su expresividad, su participación en debates públicos y su creatividad ciudadana. Para ello, se dan caravanas ciudadanas, festivales temáticos y video plazas.

2.2.9. Violencia física

El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016) sostiene que “es la acción o conducta, que causa daño a la integridad corporal o a la salud. Se incluye el maltrato por negligencia, descuido o por privación de las necesidades básicas, que hayan ocasionado daño físico o que puedan llegar a ocasionarlo, sin importar el tiempo que se requiera para su recuperación” (artículo 8 Ley 30364, inciso a).

2.3.10. Violencia sexual

El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016) considera a la violencia sexual como aquellos comportamientos de carácter sexual que tiene la finalidad de someter sin consentimiento o bajo coacción a la víctima.

2.2.11. Violencia psicológica

Son aquellas conductas controlar o excluyen en contra de la voluntad de una persona; asimismo, son humilladas y puede ocasionar daños psíquicos. Por lo tanto, como efecto de la violencia psicológica, la persona sufre alteraciones de sus funciones mentales o su capacidad como ser humano. (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2016)

2.2.12. Violencia económica

Según el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2016) define a este tipo de violencia como “la acción u omisión que se dirige a ocasionar un menoscabo en los recursos económicos o patrimoniales de cualquier persona, a través de: la perturbación de la

posesión, tenencia o propiedad de sus bienes; la pérdida, sustracción, destrucción, retención o apropiación indebida de objetos, instrumentos de trabajo, documentos personales, bienes, valores y derechos patrimoniales...”

2.3. Antecedentes de la investigación

2.3.1. Antecedentes internacionales

Vallejo (2018) en su trabajo de investigación titulado “**Las campañas contra la violencia de género en España. Evaluación y diagnóstico**” propuso como objetivo principal analizar las campañas de marketing social realizadas por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a nivel nacional y por el Concejo Municipal de la Mujer de Segovia a nivel local.

Dicha investigación emplea un diseño de investigación descriptiva y analítica, enfocada en la evaluación de campañas de marketing social; asimismo, se analizaron tanto los contenidos (lemas, objetivos, herramientas de comunicación) como los resultados numéricos (indicadores de violencia de género) a través de un enfoque mixto, se utilizó instrumentos de fichas de análisis documental y herramientas de análisis cualitativo para interpretar el contenido de las campañas y su impacto social. Concluyendo que la unidad de análisis (campañas contra la violencia de género) demostró un impacto positivo en la concientización, pero su efectividad varía según las herramientas de comunicación utilizadas.

Barahona (2015), en su trabajo de investigación titulado “**Diseño de un modelo de gestión de marketing social, para la unidad judicial de violencia contra la mujer y la familia de la ciudad de Riobamba; provincia de Chimborazo**” tuvo como objetivo motivar y sensibilizar a la población a realizar las denuncias si fuesen víctimas de algún tipo de agresión, permitiendo reducir así los casos de violencia en la ciudad mediante el diseño de un modelo de gestión de marketing social.

Por tanto, la investigación se fundamentó en diseño no experimental e hizo uso de un enfoque cualitativo y cuantitativo, ya que se usaron técnicas y herramientas como entrevistas y encuestas para recopilar datos y fundamentar las estrategias propuestas. La investigación concluyó que la mayoría de la población desconoce la existencia de la Unidad Judicial de Violencia contra la Mujer y la Familia y, de acuerdo con el estudio de mercado realizado, los casos de violencia intrafamiliar en la ciudad de Riobamba incrementaron, lo cual conllevó a visibilizar la falta de programas que contrarrestan la problemática social de la violencia.

Boscán (2024), en su trabajo de investigación titulado **“Percepción femenina venezolana sobre violencia de género”** tuvo como finalidad la investigación comprender la percepción que tienen las mujeres venezolanas antes las situaciones de violencia de género.

La metodología de la investigación fue un diseño no experimental y un enfoque cualitativo que permitió utilizar un método fenomenológico y aplico las entrevistas semiestructuradas a cuatro mujeres venezolanas que residen en el país, con rangos de edad entre los 22 y 57 años, y, sobre todo, si han tenido experiencias con la violencia de género. Concluyendo Boscán que se evidenció la normalización de la sumisión, la aceptación del maltrato y la desesperanza como sentimientos comunes entre las víctimas, quienes ellas generalmente ven la huida como la alternativa.

Closkey y Mendez (2009) en su trabajo de investigación titulado **“Estrategia de mercadotecnia social para la fundación convivencia sin violencia”** tuvieron por finalidad principal desarrollar un plan de trabajo mediante la estrategia de mercadotecnia social y evitar una convivencia con violencia.

En tal sentido, consideraron un diseño no experimental y un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), ya que combinó el análisis de datos estadísticos con la interpretación de percepciones y comportamientos sociales. También, para describir las características del fenómeno violencia se implementaron un tipo de investigación descriptiva

y, a través de encuestas y cuestionarios, se logró la recolección de datos. Por consiguiente, los investigadores concluyeron que la estrategia de mercadotecnia social resulta ser efectiva para sensibilizar sobre los efectos negativos de la violencia y que las campañas diseñadas logran fomentar cambios de comportamientos positivos.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Lopez (2022) en su proyecto de investigación titulado **“Influencia de la campaña social “No estás sola” en los aspectos cognitivos y actitudinales de las mujeres entre los 18 a 49 años de Lima Metropolitana”**, determinó como objetivo principal establecer la influencia de la campaña “No estás Sola” en los aspectos cognitivos y actitudinales de las mujeres entre los 18 a 49 años de Lima Metropolitana.

El diseño de la investigación fue no experimental con un enfoque mixto de tipo descriptivo correlacional y con manejo de datos transversal, por ello, para la recolección de datos en la investigación se optó a través de encuestas y entrevistas. Concluyendo Lopez en su investigación, que la influencia de la campaña “No estás sola” en los aspectos cognitivos y actitudinales de las mujeres entre los 18 a 49 años de Lima Metropolitana, es directa, alta y significativa ($p=,000$; $Rho=845$), es decir, la campaña cumplió con su función de informar y cambiar actitudes en mujeres, en pro de la lucha contra la violencia.

Sanchez (2021) en su investigación titulado **“Estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el centro de emergencia mujer en la violencia de género en mujeres de la Asociación Avequimackic, Arequipa, 2020”** se propuso como objetivo general analizar la relación entre las estrategias de Comunicación para el Desarrollo empleadas por el Centro de emergencia mujer en la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

Para ello, la investigadora utilizó el diseño de investigación ex post facto que le permitió examinar la relación que tiene entre las variables: Estrategias de comunicación para

el desarrollo y violencia de género. Además, recurrió a un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo; asimismo, para la recolección de datos, la técnica a emplear fue la encuesta y el cuestionario como instrumento, que se aplicó a una muestra de 35 mujeres que pertenecen a mencionada asociación. Concluyendo la investigación, que existe una relación inversa significativa entre las estrategias de comunicación para el desarrollo y la violencia de género en mujeres de la Asociación AVEQUIMAKICC.

Andrade (2023) en su trabajo de investigación titulado **“Percepción de la violencia de género en mujeres víctimas de violencia familiar que acuden al Centro de Emergencia Mujer-Lima, 2022”** tuvo como finalidad principal determinar la percepción de la violencia de género en mujeres víctimas de violencia familiar y el impacto de la violencia de género en la construcción de su imagen como mujer, pareja y madre.

El diseño de la investigación fue de carácter no experimental y un enfoque cualitativo, ya que se centró en comprender las percepciones y experiencias de las mujeres, en tal sentido, para la recopilación de datos se utilizó la técnica de entrevistas. Concluyendo Andrade en su investigación que la violencia de género afecta significativamente la autoimagen de las mujeres, impactando su percepción como mujer, pareja y madre.

Chavarry y Rojas (2019), en su proyecto de investigación titulado **“Percepciones de las mujeres sobre violencia intrafamiliar, Pacanguilla 2018”** determinaron como objetivo general conocer las percepciones de las mujeres frente a la violencia intrafamiliar de las habitantes del Centro Poblado de Pacanguilla, La Libertad.

Por lo tanto, la investigación fue de carácter no experimental, tipo cualitativo-descriptivo y para la recolección de datos utilizaron la entrevista abierta a grupos focales clasificados en categorías registradas minuciosamente para su análisis e interpretación: maltrato psicológico, maltrato físico y maltrato sexual. Concluyendo que es necesario que las instituciones educativas introduzcan en la enseñanza de los niños y jóvenes el tema sobre la

violencia intrafamiliar, así como capacitación por parte de las instituciones involucradas a la comunidad de Pacanguilla. Ya que se observó la falta de interés por parte de algunas de las mujeres entrevistadas de informarse sobre el tema de la violencia intrafamiliar teniendo así una percepción equivocada del tema.

2.3.3. Antecedentes locales

Arriola y Frisancho (2022), en su proyecto de investigación titulado **“Violencia de pareja contra las mujeres de Cachimayo, Anta, Cusco – 2022** establecen como objetivo principal determinar el nivel de violencia de pareja contra las mujeres del distrito de Cachimayo, Anta – Cusco – 2022.

El tipo de estudio fue básico, mediante un diseño no experimental, transversal y un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo; asimismo, se utilizó el instrumento de la Escala de Violencia Intrafamiliar (VIF-J4). Los investigadores señalan que hay un nivel leve de violencia de pareja en 73% de mujeres y respecto a las dimensiones, se encontró nivel leve, en violencia física el 82%, violencia psicológica 74%, violencia sexual 76%, violencia social 72 %, violencia patrimonial 73% y violencia de género 75%. Finalmente, se concluye un nivel bajo de violencia de pareja.

Lazo y Gavidia (2023), en su proyecto de investigación titulado **“Experiencia de mujeres víctimas de violencia de pareja de diversas provincias del Cusco”** definen como objetivo principal describir la experiencia de las mujeres víctimas de violencia por parte de sus parejas en diversas provincias del Cusco.

Consideraron que la investigación tuviera un diseño de carácter fenomenológico con un enfoque cualitativo y un nivel de investigación descriptivo, por ello, permitió obtener la recolección de datos mediante las entrevistas individuales en línea a 9 mujeres cuyas edades oscilaban entre los 22 y 54 años, provenientes de diversas provincias del Cusco. Como resultado de la investigación, concluyen que la mayoría de estas mujeres experimentaron

violencia en la infancia y adolescencia. Se encontraron cuatro tipos de violencia ejercida en las mujeres evaluadas: física, psicológica, sexual y económica. La depresión, ansiedad y sentimientos de culpa fueron identificados como consecuencias de la violencia experimentada. Sin embargo, algunas mostraron resiliencia frente a la situación de manera individual o con acompañamiento psicológico.

Molina (2021) en su proyecto de investigación titulado **“Representaciones de violencia basada en género de mujeres víctimas en la provincia del Cusco”** sostuvo como principal objetivo en dicha investigación, identificar las representaciones de violencia basada en género de mujeres víctimas en la provincia de Cusco.

Mediante un diseño de investigación no experimental y enfoque cualitativo, basada en el análisis del discurso, obtuvo la recolección de datos por medio de entrevistas semiestructuradas. Asimismo, para la investigación se consideró 12 participantes, las cuales fueron mujeres de entre 20 y 45 años con un mínimo de dos denuncias realizadas por ser víctimas de violencia basada en género. El trabajo investigativo concluye que las representaciones de violencia basada en género responden a la interacción constante de la permisividad y permanencia de la violencia, como de las significaciones de dolor y soledad que se construyen en la infancia con las asociaciones que hacen de las relaciones percibidas entre sus padres y de sus padres hacia ellas; las cuales requieren del reconocimiento y visibilización de la violencia para generar un cambio real en la mujer víctima.

Challco (2021), en su proyecto de investigación titulado **“Violencia familiar y resiliencia en madres de la comunidad campesina de Quiquijana-Cusco, 2020-2021”** propuso como objetivo principal determinar el nivel de correlación entre la violencia familiar y resiliencia en madres de la comunidad campesina de Quiquijana Cusco, 2020-2021.

En tal sentido, la investigación responde a un diseño no experimental de corte transversal con un enfoque cuantitativo y tipo de estudio correlacional, en el que utilizó la

Escala de Violencia Intrafamiliar (VIF-J4), consta de 25 ítems, para la recolección de datos.

La investigadora concluye que existe una relación significativa de manera inversa con grado de asociación muy fuerte entre violencia familiar y resiliencia en madres de la comunidad campesina de Quiquijana, Cusco; cuyo resultado se encuentra demostrado bajo el coeficiente de correlación (r de Pearson) con el valor de significancia de -0.832, el cual indica que a mayores actos de violencia en el ambiente familiar disminuye los niveles de resiliencia en las madres.

Capítulo III

Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

HG. La comunicación estratégica influye significativamente en la percepción de la violencia de contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1. Las estrategias de comunicación educativa influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

HE 2. Las estrategias de comunicación política influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

HE 3. Las estrategias comunicación ciudadana influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

3.2. Conceptualización y operacionalización de variables

Tabla 3

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Comunicación estratégica	La comunicación como aquel modelo que se caracteriza por tener un enfoque integrador, ya que abarca a la comunicación interna, interinstitucional, y externa; asimismo, cada una de estas tiene su problema, la transformación deseable paralela a los objetivos de la organización y, finalmente, se mantiene su importancia en cada espacio. (Massoni y Pérez, 2008)	La implementación de la comunicación estratégica es incidir en un determinado público, ya que la comunicación forma parte esencial para lograr el cambio de la población, y se ejecuta a estrategias. (Oficina Regional Andina de Pan Para el Mundo, 2019)	Estrategias de comunicación educativa Estrategias de comunicación política	- Talleres participativos - Video debates - Foros - Audiencias públicas
	Se refiere a la vulneración de los derechos humano y son además cualquier tipo de acto que vulnere o tenga la intención de causar daño a una mujer, y puede acontecerse en un espacio privado o público.	Se define a la violencia contra la mujer (VCM) como todo comportamiento que tenga la intención o como resultado, el daño de carácter físico, sexual o psicológico, además que esta se puede desarrollar en diferentes contextos y esta misma problemática afecta a todos los países del mundo. (Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing, 1995)	Estrategias de comunicación ciudadana Violencia física Violencia psicológica Violencia económica	- Movilizaciones ciudadanas - Festivales temáticos - Daño - Integridad corporal - Humillación - Daños psíquicos - Recursos económicos - Patrimonio
Violencia contra la mujer	(Organización de las Naciones Unidas, 1993, art. 4).		Violencia sexual	- Consentimiento - Acoso sexual
Rasgos socioeconómicos de las mujeres	El nivel socioeconómico consiste en aquella evaluación integral que toma dos aspectos fundamentales: aspectos económicos y sociológicos. Incluso permite a la persona determinar a partir de ello su formación profesional.	El nivel socioeconómico de una persona se refiere específicamente a sus características individuales como sus ingresos, nivel educativo u ocupación.	Edad Nivel socioeconómico Grado de instrucción	- Grupo etario - Pobre extremo - Pobre - No pobre - Primario - Secundario - Superior - Soltera
	(Howe et al., 2012)	(Gómez et al., 2020)	Estado civil	- Casada - Conviviente

Capítulo IV

Marco Metodológico

4.1. Ámbito de estudio

El distrito de Oropesa es uno de los 12 distritos que conforman la provincia de Quispicanchi, Cusco. Limita por el norte con la provincia de Paucartambo, por el este limita con el distrito de Urcos, por el sur con el distrito de Huaro y por el oeste con el distrito de Lucre.

La jurisdicción de Oropesa está compuesta por 3 comunidades campesinas: Comunidad de Campesina de Pinagua, Comunidad Campesina de Huasao y Comunidad Campesina de Choquepata. Así también, el distrito de Oropesa está conformado principalmente por 2 centros poblados, Huasao y Choquepata. De acuerdo con la tipología de los distritos, la localidad de Oropesa es de tipo A3 ya que corresponde a los ámbitos distritales donde existen centros poblados que superan los 2 mil habitantes.

El distrito de Oropesa fue fundado por Simón Bolívar el 21 de junio de 1825, por ello, la jurisdicción de Oropesa forma parte de los 12 distritos de la provincia de Quispicanchi. Al tratarse de una entidad estatal, la comuna distrital desempeña funciones de prestación de servicios públicos, administración local, promoción del desarrollo económico y social, entre otras. Este cumple un rol importante en la incorporación y cumplimiento de normas y/o ordenanzas municipales con el propósito de garantizar un mejor servicio público y promueva el desarrollo local.

En cuanto a las actividades socioeconómicas, la población del distrito de Oropesa se dedica, por lo general, a la panadería desde tiempos inmemoriales y en la actualidad las mujeres se ocupan esa labor, lo cual les ayuda a sustentarse económicamente.

4.2. Tipo, nivel y diseño de investigación

4.2.1. Método de investigación

Hernández (2002) señala que el razonamiento deductivo es una forma simple del silogismo, una proposición a priori. El método deductivo parte de un marco general de referencia hasta llegar a una conclusión particular, siendo el punto de partida el antecedente que afirma una verdad y progresa por el razonamiento, jugando el raciocinio del investigador un papel preponderante.

En el trabajo de investigación se utilizó el método hipotético-deductivo ya que parte desde el marco general sobre la comunicación estratégica y su influencia en la percepción de la violencia contra la mujer, hasta llegar a una conclusión particular sobre la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa.

4.2.2. Enfoque de investigación

Hernández (2014) señala que el enfoque cuantitativo es un proceso secuencial y probatorio no eludible. Refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los problemas de investigación, siendo el investigador quien plantea un problema de estudio delimitado y concreto considerando los antecedentes y contribuyendo el marco teórico del cual deriva las hipótesis, las cuales se somete a prueba mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados.

En el trabajo de investigación se utilizó el enfoque cuantitativo ya que se busca medir y estimar cuál es la influencia de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer delimitado en el distrito de Oropesa, considerando en la hipótesis la existencia de una relación directa entre las variables estudiadas, sometidas a prueba.

4.2.3. Diseño de investigación

Hernández (2014) destaca que el diseño no experimental es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, no se varia en forma intencional la variable independiente para ver su efecto sobre la variable dependiente. Se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente, no se tiene control directo sobre dichas variables. La investigación no experimental se desarrolla sobre estudios cuantitativos, como encuestas de opinión o los estudios ex post-facto.

En el trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental ya que no se variaron de forma intencional la comunicación estratégica para ver el efecto en la percepción de la violencia de contra la mujer; desarrollando la observación de una situación ya existente en el distrito de Oropesa.

4.2.4. Tipo de investigación

Valderrama (2015) señala que la investigación básica permite aportar a enriquecer conocimientos y teorías, tomando en consideración que no se tiene resultados prácticos inmediatos. La finalidad de este tipo es recabar información de realidad para fortalecer el conocimiento teórico - científico.

Se desarrolló una investigación básica, porque aporta a examinar y revisar las teorías científicas considerando el problema de la investigación y dando soporte al marco teórico.

4.2.5. Nivel de investigación

Hernández et al. (2014) señalan, respecto al nivel de investigación correlacional causal, que tiene como propósito conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular.

Esta investigación es correlacional causal porque el análisis de la influencia de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia adquiere un valor explicativo, pues

busca proporcionar un sentido de entendimiento de las relaciones causa-efecto entre las variables analizadas.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Unidad de análisis

En el presente trabajo, la unidad de análisis está conformada por mujeres del distrito de Oropesa, cuya edad fluctúa entre 15 a 55 años de edad. En tanto, cada mujer es la unidad mínima que es estudiada y de quien se obtiene la información.

4.3.2. Población

Según Arias (2021) la población es un conjunto infinito o finito de sujetos con características similares. En esta investigación, la población está conformada por 2895 mujeres que viven en el distrito de Oropesa, cuyas edades fluctúan entre 15 a 55 años de edad.

4.3.3. Muestra

Arias Gonzales (2021) indica que la muestra es un subgrupo considerado como parte representativa de la población.

Con la finalidad de obtener el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de una población finita, ya que la población de mujeres del distrito de Oropesa es específica, por tanto, la muestra corresponde a 340 encuestadas.

4.3.4. Criterio de inclusión

Mujeres que tengan acceso a los diversos medios de comunicación por los cuales se utilizó la estrategia de cambio vía educativa, estrategia de cambio vía persuasión y la estrategia de cambio bajo la influencia social.

Mujeres de 15 a 55 años, ya que se consideran personas que comprenden y pueden responder adecuadamente sobre la percepción de violencia de contra la mujer.

4.3.5. Criterio de exclusión

Mujeres que no desean participar en la investigación.

De acuerdo a lo señalado sobre los criterios de inclusión y exclusión, la población de estudio según la proyección de los datos obtenidos en el censo nacional 2017, está conformada por un total de 2895 mujeres del distrito de Oropesa.

4.4. Técnicas de muestra

Arias Gonzales (2021) indica que el muestreo probabilístico involucra la selección de unidades de tal manera que estas tengan la misma probabilidad de ser seleccionadas, así también menciona que en el muestreo al azar simple se eligen sujetos o casos de forma aleatoria según lo establecido con la fórmula para la muestra.

Por lo que en este trabajo de investigación se consideró un muestreo probabilístico, ya que, de las 2895 mujeres de distrito de Oropesa todas tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas para la muestra; además fue un muestreo al azar, ya que se eligieron aleatoriamente hasta cumplir con la muestra total de 340 mujeres del distrito de Oropesa. Para hallar el tamaño de la muestra se emplea la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} \quad (1)$$

n = Tamaño de muestra

N = Tamaño de la población (2895 mujeres)

Z = Nivel de confianza (1.96)

p = Probabilidad de que ocurra el evento (0.5)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento (0.5)

e = Margen de error (5%)

$$n = \frac{2895 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (2895 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 340$$

Siendo la muestra representada por un total de 340 mujeres del distrito de Oropesa, entre 15 a 55 años de edad y residen en las comunidades de Huasao, Choquepata y la misma capital de Oropesa, Cusco.

4.5. Técnicas de recolección de datos

Ñaupas et al. (2018) señalan que las técnicas son un conjunto de normas y procedimientos para regular un determinado proceso y alcanzar un determinado objetivo, son utilizadas para verificar las hipótesis.

Son 13 las técnicas planteadas por Ñaupas et al. (2018); señalando al cuestionario como una modalidad de la técnica de la encuesta, que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas. Su elaboración debe tener en cuenta la formulación del problema, los objetivos, la hipótesis y las variables; se deben utilizar preguntas cerradas y/o preguntas abiertas.

En el trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta y como herramienta el cuestionario de encuesta, por ser una investigación de enfoque cuantitativo y se formularon un conjunto sistemático de preguntas escritas en relación a la comunicación estratégica y su influencia en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco; utilizando principalmente preguntas cerradas tanto dicotómicas como politómicas.

4.5.1. Fiabilidad del instrumento

El cuestionario aplicado estuvo conformado por un total de 29 ítems, de los cuales 5 correspondieron a preguntas generales de opción múltiple y 24 estuvieron orientados a medir las variables de estudio mediante una escala tipo Likert, con las siguientes categorías:

totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), indiferente (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5).

Con el propósito de evaluar la fiabilidad del instrumento, se calculó el coeficiente alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0,885 para los 24 ítems analizados:

Tabla 4

Fiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,885	24

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Este resultado, al ser superior al umbral de 0,70, evidencia un nivel de confiabilidad alto, lo que indica una adecuada consistencia interna entre los ítems del cuestionario, en consecuencia, se puede afirmar que el instrumento utilizado es fiable para medir las variables de estudio.

4.6. Técnicas de análisis e interpretación de datos

Ñaupas et al. (2018) señalan que las técnicas de procesamiento de datos se pueden ejecutar de manera electrónica, destacan el SPSS en la versión 30.0.0 caracterizado por la fortaleza de se cuenta con información confiable oportuna y útil para elaborar la discusión, contrastación de las hipótesis.

Para el análisis se utilizó la estadística descriptiva, como las frecuencias y porcentajes, mientras que la estadística inferencial permitió la comprobación de las hipótesis planteadas (Ñaupas et al., 2018).

En el trabajo de investigación se utilizó el procesamiento de datos sistemático a través de SPSS.

4.7. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis

Ñaupas et al. (2018) señalan que la prueba de hipótesis es un proceso estadístico – matemático, la cual consistió en recolectar datos de la realidad para disponer de evidencia empírica; consistiendo la prueba de hipótesis en encontrar la significatividad de los resultados

El coeficiente de correlación de Spearman mide la intensidad y la orientación que existe entre dos variables; el grado de correlación puede ser positiva o negativa, siendo positiva cuando al aumentar una variable también aumenta la otra negativa cuando al aumentar una variable disminuye la otra, se calcula mediante el diagrama de dispersión y mediante el coeficiente de correlación. (Ñaupas et al., 2018)

En el trabajo de investigación se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman debido a que se utilizaron datos cuantitativos y también porque se buscó conocer el grado de correlación entre las variables.

Capítulo V

Resultados y Discusión

5.1. Resultados descriptivos

5.1.1. Resultados de la variable comunicación estratégica y sus dimensiones

a. Resultados de la variable: Comunicación estratégica

Tabla 5

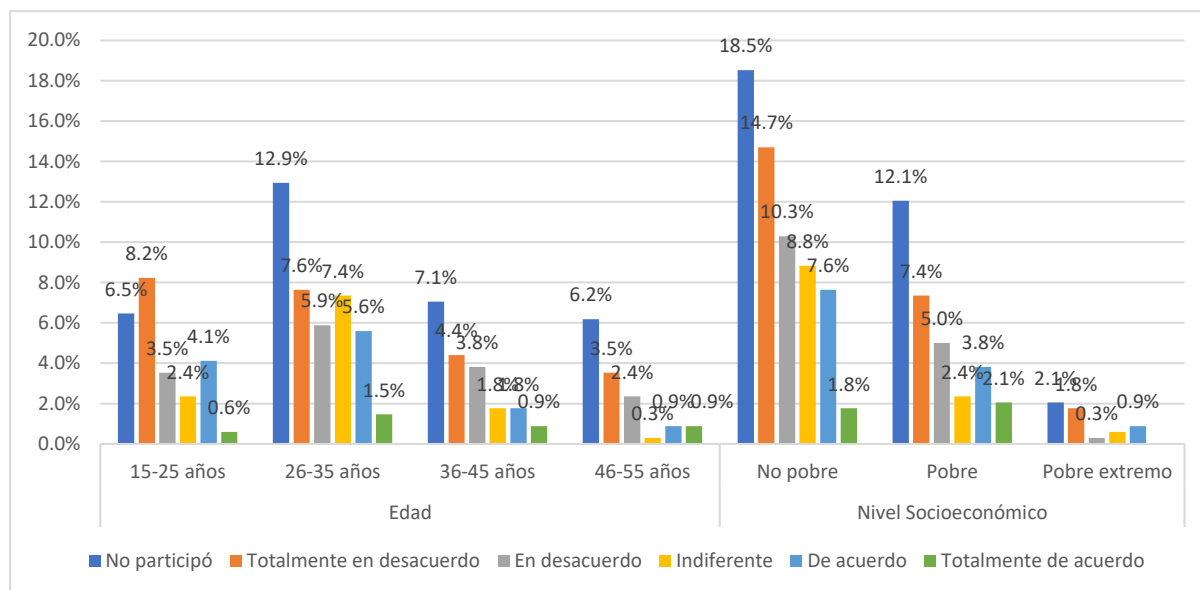
Resultados del cruce entre comunicación estratégica según edad y nivel socioeconómico

		Comunicación estratégica											
		No participó de talleres, foros, movilizaciones, ferias contra la violencia		Participó de talleres, foros, movilizaciones, ferias contra la violencia									
				Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	22	6,5%	28	8,2%	12	3,5%	8	2,4%	14	4,1%	2	0,6%
	26-35 años	44	12,9%	26	7,6%	20	5,9%	25	7,4%	19	5,6%	5	1,5%
	36-45 años	24	7,1%	15	4,4%	13	3,8%	6	1,8%	6	1,8%	3	0,9%
	46-55 años	21	6,2%	12	3,5%	8	2,4%	1	0,3%	3	0,9%	3	0,9%
	Total	111	32,6%	81	23,8%	53	15,6%	40	11,8%	42	12,4%	13	3,8%
Nivel socioeconómico	No pobre	63	18,5%	50	14,7%	35	10,3%	30	8,8%	26	7,6%	6	1,8%
	Pobre	41	12,1%	25	7,4%	17	5,0%	8	2,4%	13	3,8%	7	2,1%
	Pobre extremo	7	2,1%	6	1,8%	1	0,3%	2	0,6%	3	0,9%	0	0,0%
	Total	111	32,6%	81	23,8%	53	15,6%	40	11,8%	42	12,4%	13	3,8%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 5

Resultados del cruce entre comunicación estratégica, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Acorde a la tabla 5 y figura 5 se observa que el 32,6% de encuestados no participó en talleres, foros, movilizaciones o ferias contra la violencia evidenciando que una parte importante de la población no está siendo alcanzada por la comunicación estratégica. Respecto a quienes sí participaron, el 23,8% de encuestadas está totalmente en desacuerdo con la comunicación estratégica, asimismo, el 15,6% se encuentra en desacuerdo, por otro lado, el 12,4% está de acuerdo y el 11,8% es indiferente, finalmente, el 3,8% está totalmente de acuerdo siendo el porcentaje más bajo.

Según la edad, de aquellas personas de 26 a 35 años, el 12,9% no participó, asimismo, el 7,6% está totalmente en desacuerdo y el 5,9% en desacuerdo con la comunicación estratégica recibida, lo que indica que incluso entre quienes participan no se logra una percepción favorable, por su parte, de aquellas de 15 a 25 años, el 6,5% no participó y entre quienes participaron, el 8,2% está totalmente en desacuerdo y el 3,5% en desacuerdo, lo que refuerza la limitada efectividad de la comunicación en este grupo. En los grupos de 36 a 45 años y 46 a 55 años, los porcentajes son menores, pero mantienen la misma tendencia.

Además, según nivel socioeconómico, de aquellas encuestadas no pobres, el 18,5% no participó, seguido de las encuestadas en condición de pobreza con 12,1% y pobre extremo con 2,1% lo que indica que la no participación se presenta en todos los niveles.

Respecto a quienes sí participaron, de aquellas no pobres el 14,7% está totalmente en desacuerdo y el 10,3% en desacuerdo lo que evidencia una percepción poco favorable; en el caso de las encuestadas en condición de pobreza, el 7,4% está totalmente en desacuerdo y el 5,0% en desacuerdo, mientras que el 3,8% está de acuerdo y el 2,4% es indiferente, lo que mantiene la tendencia de una aceptación limitada de la comunicación estratégica, por su parte, en pobreza extrema, el 1,8% está totalmente en desacuerdo y el 0,3% en desacuerdo, mientras que los valores de indiferencia (0,6%) y de acuerdo (0,9%) son bajos, evidenciando también una recepción reducida de la comunicación estratégica.

Tabla 6

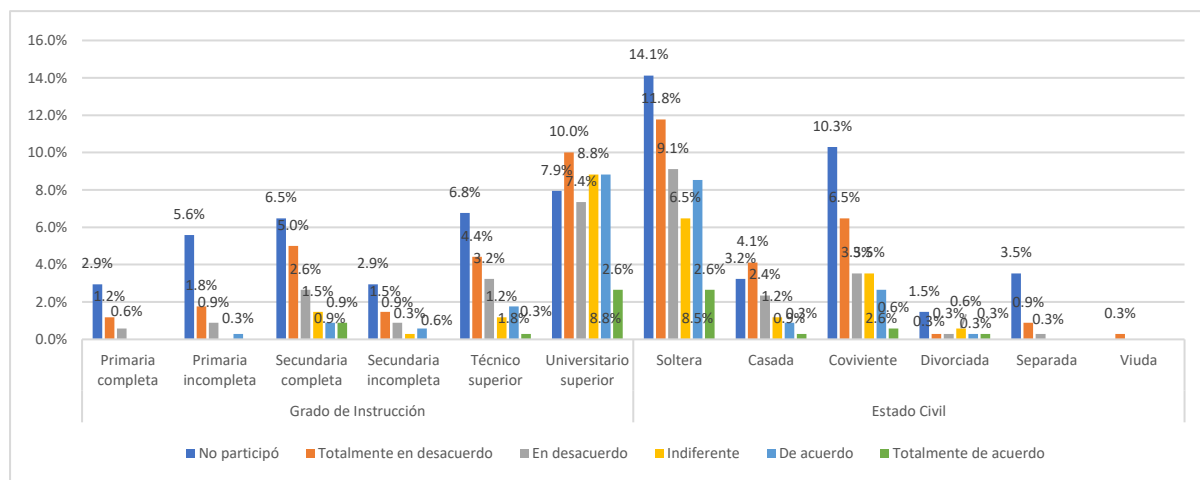
Resultados del cruce entre comunicación estratégica, grado de instrucción y estado civil

		Comunicación estratégica											
		No participó de talleres, foros, movilizaciones, ferias contra la violencia		Participó de talleres, foros, movilizaciones, ferias contra la violencia									
				Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	10	2,9%	4	1,2%	2	0,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Primaria incompleta	19	5,6%	6	1,8%	3	0,9%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Secundaria completa	22	6,5%	17	5,0%	9	2,6%	5	1,5%	3	0,9%	3	0,9%
	Secundaria incompleta	10	2,9%	5	1,5%	3	0,9%	1	0,3%	2	0,6%	0	0,0%
	Técnico superior	23	6,8%	15	4,4%	11	3,2%	4	1,2%	6	1,8%	1	0,3%
	Universitario superior	27	7,9%	34	10,0%	25	7,4%	30	8,8%	30	8,8%	9	2,6%
	Total	111	32,6%	81	23,8%	53	15,6%	40	11,8%	42	12,4%	13	3,8%
Estado civil	Soltera	48	14,1%	40	11,8%	31	9,1%	22	6,5%	29	8,5%	9	2,6%
	Casada	11	3,2%	14	4,1%	8	2,4%	4	1,2%	3	0,9%	1	0,3%
	Conviviente	35	10,3%	22	6,5%	12	3,5%	12	3,5%	9	2,6%	2	0,6%
	Divorciada	5	1,5%	1	0,3%	1	0,3%	2	0,6%	1	0,3%	1	0,3%
	Separada	12	3,5%	3	0,9%	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Viuda	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Total	111	32,6%	81	23,8%	53	15,6%	40	11,8%	42	12,4%	13	3,8%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 6

Resultados del cruce entre comunicación estratégica, grado de instrucción y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, de aquellas con nivel universitario superior, el 7,9% no participó, seguido de técnico superior con 6,8% y secundaria completa con 6,5%, lo que evidencia que la falta de participación también se presenta en niveles educativos más altos.

Asimismo, dentro de quienes participaron, de aquellas con nivel universitario superior, el 10,0% está totalmente en desacuerdo y el 7,4% en desacuerdo, lo que indica que incluso con mayor nivel educativo no se logra una percepción favorable de la comunicación estratégica. En los demás niveles educativos, los porcentajes en de acuerdo y totalmente de acuerdo son menores o nulos en algunos casos, lo que refuerza la limitada aceptación.

En consecuencia, los resultados muestran que la comunicación estratégica no está siendo recibida adecuadamente independientemente del grado de instrucción, ya que no solo existe escasa participación, sino también una valoración mayoritariamente en desacuerdo entre quienes sí participan, lo que limita su efectividad.

Por otro lado, los resultados muestran que, respecto al estado civil, del grupo de solteras, el 14,1% no participó de talleres, foros, movilizaciones, ferias contra la violencia, seguido de las convivientes con 10,3% y en menor proporción casadas con 3,2% y separadas con 3,5%, mientras que en divorciadas (1,5%) y viudas (0,0%) los valores son bajos, lo que

indica que la no participación se presenta en todos los estados civiles, principalmente en solteras.

Respecto a quienes sí participaron, de las solteras, el 11,8% está totalmente en desacuerdo y el 9,1% en desacuerdo lo que evidencia una percepción poco favorable de la comunicación estratégica; asimismo, el 8,5% está de acuerdo y el 6,5% es indiferente. En el caso de las convivientes, el 6,5% está totalmente en desacuerdo y el 3,5% en desacuerdo e indiferente y el 2,6% está totalmente de acuerdo, lo que mantiene la tendencia de una aceptación limitada; por su parte, de aquellas casadas, el 4,1% está totalmente en desacuerdo y el 2,4% en desacuerdo, mientras que los que son indiferentes (1,2%) y están de acuerdo (0,9%) son menores. En los demás estados civiles, aunque con menores porcentajes, se mantiene el mismo comportamiento: predominan la opinión de “totalmente en desacuerdo” y “en desacuerdo”.

Estos resultados muestran que la comunicación estratégica no está siendo recibida de manera adecuada según el estado civil ya que no solo existe poca participación, sino también una valoración mayoritariamente en desacuerdo e indiferente entre quienes sí participan, lo que limita su efectividad.

b. Resultados de la dimensión estrategias de comunicación educativa

Tabla 7

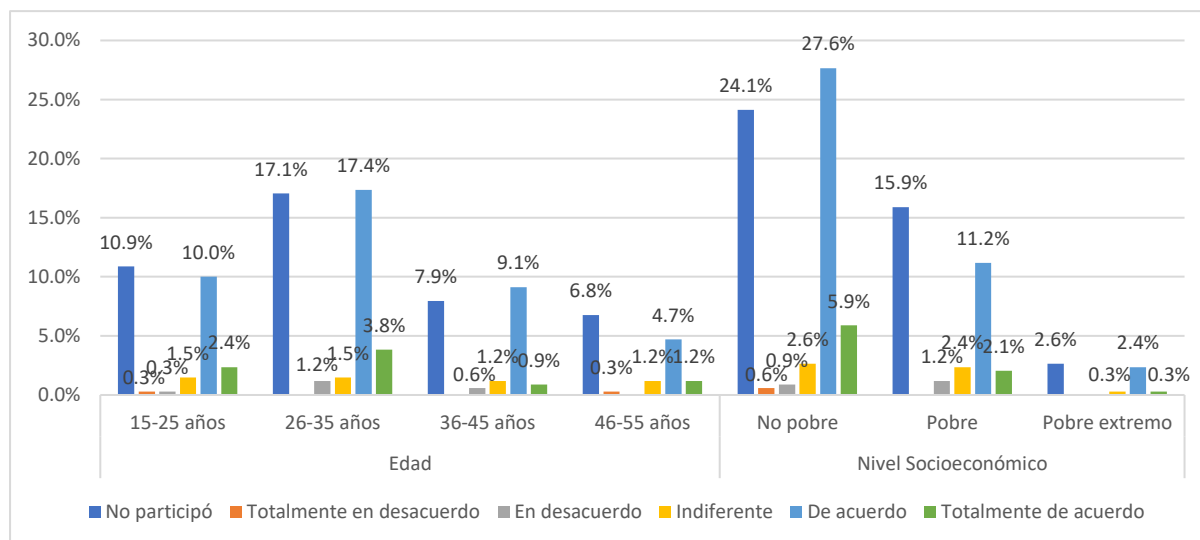
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa según edad y nivel socioeconómico

		Estrategias de comunicación educativa											
		No participó en talleres participativos de prevención de violencia		Participó en talleres participativos de prevención de violencia									
				Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	37	10,9%	1	0,3%	1	0,3%	5	1,5%	34	10,0%	8	2,4%
	26-35 años	58	17,1%	0	0,0%	4	1,2%	5	1,5%	59	17,4%	13	3,8%
	36-45 años	27	7,9%	0	0,0%	2	0,6%	4	1,2%	31	9,1%	3	0,9%
	46-55 años	23	6,8%	1	0,3%	0	0,0%	4	1,2%	16	4,7%	4	1,2%
	Total	145	42,6%	2	0,6%	7	2,1%	18	5,3%	140	41,2%	28	8,2%
Nivel socioeconómico	No pobre	82	24,1%	2	0,6%	3	0,9%	9	2,6%	94	27,6%	20	5,9%
	Pobre	54	15,9%	0	0,0%	4	1,2%	8	2,4%	38	11,2%	7	2,1%
	Pobre extremo	9	2,6%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	8	2,4%	1	0,3%
	Total	145	42,6%	2	0,6%	7	2,1%	18	5,3%	140	41,2%	28	8,2%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 7

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

La tabla 7 y figura 7 describen a la dimensión estrategias de comunicación educativa según edad, se observa que el 42,6% de encuestadas no participó en talleres participativos de prevención de violencia, lo que evidencia que una gran proporción no está siendo alcanzada por este tipo de estrategias comunicativas educativas.

Según la edad, de aquellas personas de 26 a 35 años, el 17,1% no participó, seguido de 15 a 25 años con 10,9%, mientras que los grupos de 36 a 45 años (7,9%) y 46 a 55 años (6,8%) presentan menores porcentajes, lo que indica que la falta de participación en talleres se concentra principalmente en los grupos más jóvenes. Respecto a quienes sí participaron, aquellas de 26 a 35 años, el 17,4% está de acuerdo y el 3,8% totalmente de acuerdo, lo que indica que este grupo presenta mayor aceptación de las estrategias comunicativas educativas, de igual manera, en el grupo de 15 a 25 años, el 10,0% está de acuerdo y el 2,4% totalmente de acuerdo, evidenciando también una percepción favorable; en los grupos de 36 a 45 años y 46 a 55 años, se mantiene esta tendencia, aunque con menores porcentajes, destacando principalmente las respuestas “de acuerdo” (9,1% y 4,7%, respectivamente).

En tanto, respecto al nivel socioeconómico, de aquellas encuestadas no pobres, el 24,1% no participó en talleres participativos de prevención de violencia, seguido de las

encuestadas en condición de pobreza con 15,9% y pobre extremo con 2,6%, lo que indica que la falta de participación se presenta en todos los niveles principalmente en el grupo no pobre.

Asimismo, sobre quienes sí participaron, analizando por nivel socioeconómico, de aquellas no pobres, el 27,6% está de acuerdo y el 5,9% totalmente de acuerdo lo que indica una alta aceptación en este grupo, asimismo, el 2,6% es indiferente, el 0,9% está en desacuerdo y el 0,6% en totalmente en desacuerdo, evidenciando bajos niveles de rechazo y en el caso de las encuestadas en condición de pobreza, el 11,2% está de acuerdo y el 2,1% totalmente de acuerdo, mientras que el 2,4% es indiferente y el 1,2% en desacuerdo, lo que mantiene una tendencia favorable. Por su parte, en pobreza extrema, el 2,4% está de acuerdo y el 0,3% totalmente de acuerdo, mientras que el 0,3% es indiferente, evidenciando también una valoración positiva de las estrategias de comunicación educativa

Tabla 8

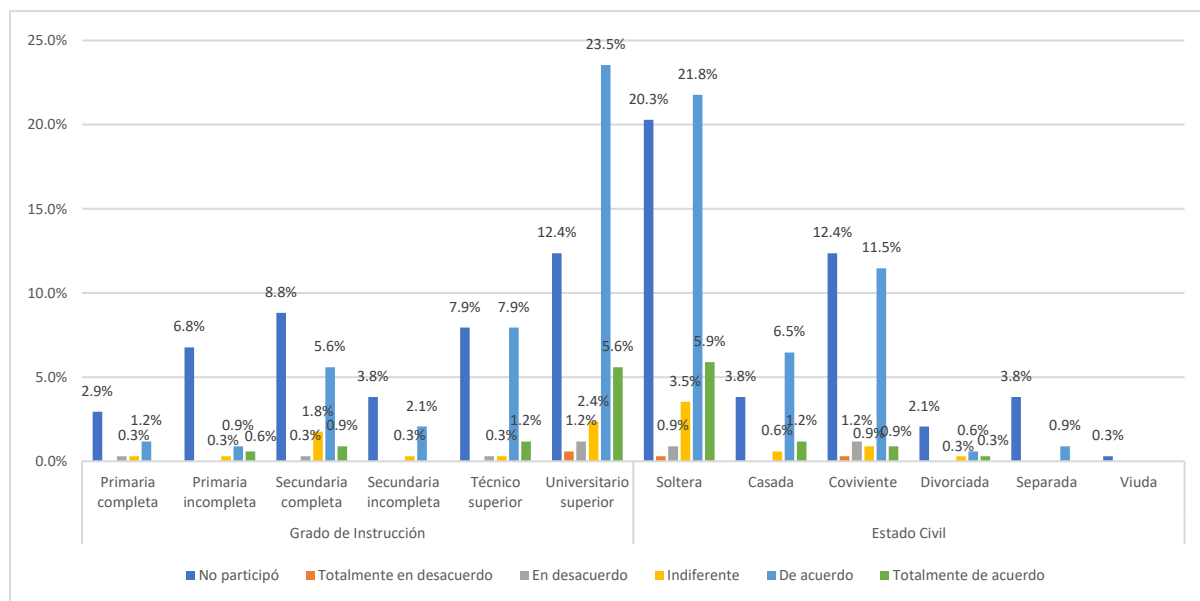
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa, grado de instrucción y estado civil

		Estrategias de comunicación educativa											
		No participó en talleres participativos de prevención de violencia		Participó en talleres participativos de prevención de violencia									
				Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	10	2,9%	0	0,0%	1	0,3%	1	0,3%	4	1,2%	0	0,0%
	Primaria incompleta	23	6,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	3	0,9%	2	0,6%
	Secundaria completa	30	8,8%	0	0,0%	1	0,3%	6	1,8%	19	5,6%	3	0,9%
	Secundaria incompleta	13	3,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	7	2,1%	0	0,0%
	Técnico superior	27	7,9%	0	0,0%	1	0,3%	1	0,3%	27	7,9%	4	1,2%
	Universitario superior	42	12,4%	2	0,6%	4	1,2%	8	2,4%	80	23,5%	19	5,6%
	Total	145	42,6%	2	0,6%	7	2,1%	18	5,3%	140	41,2%	28	8,2%
Estado civil	Soltera	69	20,3%	1	0,3%	3	0,9%	12	3,5%	74	21,8%	20	5,9%
	Casada	13	3,8%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	22	6,5%	4	1,2%
	Conviviente	42	12,4%	1	0,3%	4	1,2%	3	0,9%	39	11,5%	3	0,9%
	Divorciada	7	2,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	2	0,6%	1	0,3%
	Separada	13	3,8%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	0,9%	0	0,0%
	Viuda	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Total	145	42,6%	2	0,6%	7	2,1%	18	5,3%	140	41,2%	28	8,2%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 8

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa, grado de instrucción y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, de aquellas con nivel universitario superior, el 12,4% no participó, seguido de secundaria completa (8,8%) y técnico superior (7,9%) lo que indica que la falta de participación también se presenta en niveles educativos altos; sin embargo, entre quienes participaron, de aquellas con nivel universitario superior, el 23,5% está de acuerdo y el 5,6% totalmente de acuerdo, siendo los valores más altos lo que evidencia una clara aceptación de las estrategias comunicativas educativas en este grupo, asimismo, en el nivel técnico superior, el 7,9% está de acuerdo y el 1,2% en totalmente de acuerdo, mostrando la misma tendencia. En los demás niveles educativos, aunque con menores porcentajes, predominan las respuestas “de acuerdo”.

Estos resultados muestran que las estrategias de comunicación educativa son bien valoradas por quienes participan, independientemente del nivel socioeconómico y educativo, evidenciando aceptación; sin embargo, la falta de participación limita su alcance.

Por otro lado, respecto al estado civil, de aquellas que son solteras, el 20,3% no participó en talleres participativos de prevención de violencia, seguido de las convivientes con 12,4%, mientras que casadas y separadas presentan 3,8% cada una y en menor proporción

divorciadas con 2,1% y viudas con 0,3%, lo que indica que la falta de participación se concentra principalmente en solteras.

Respecto a quienes sí participaron, del grupo de solteras, el 21,8% está de acuerdo y el 5,9% totalmente de acuerdo lo que indica una alta aceptación en este grupo, mientras que el 3,5% es indiferente, el 0,9% está en desacuerdo y el 0,3% en totalmente en desacuerdo, evidenciando bajos niveles de rechazo. En el caso de las convivientes, el 11,5% está de acuerdo y el 0,9% totalmente de acuerdo, mientras que el 0,9% es indiferente y el 1,2% está en desacuerdo, lo que mantiene una tendencia favorable. Por su parte, de aquellas casadas, el 6,5% está de acuerdo y el 1,2% está totalmente de acuerdo, lo que evidencia una valoración positiva. En los demás estados civiles, aunque con porcentajes menores, predominan también las respuestas “de acuerdo”, mostrando que las estrategias de comunicación educativa son bien valoradas por quienes participan según el estado civil sobre todo por parte de solteras y casadas.

c. Resultados de la dimensión: Estrategias de comunicación política

Tabla 9

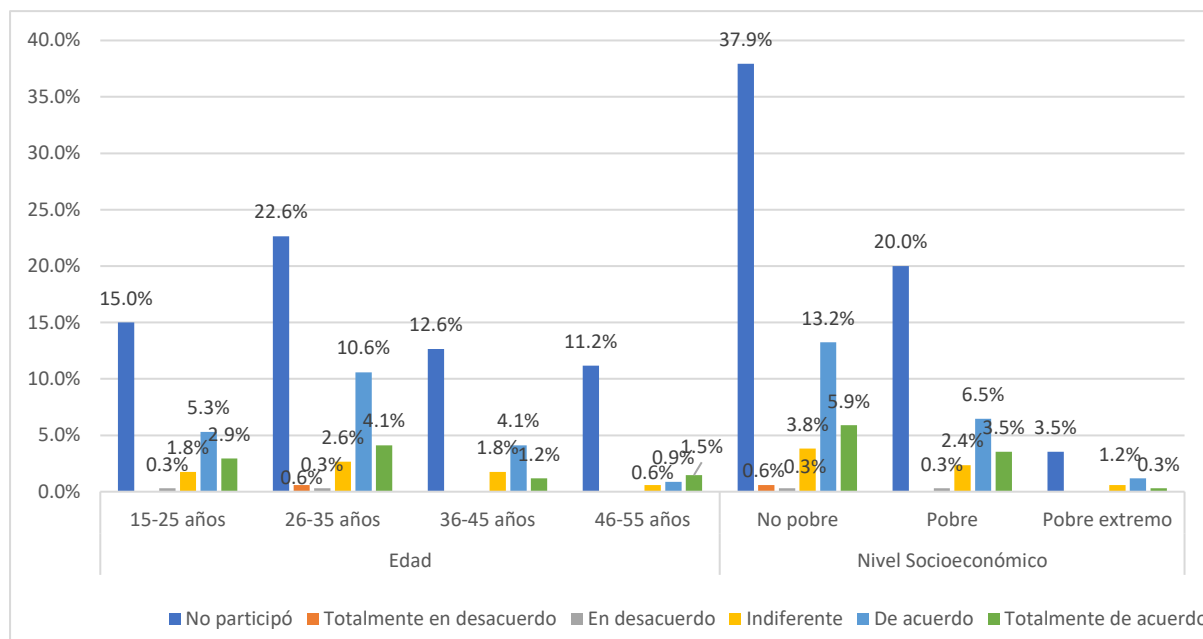
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política, edad y nivel socioeconómico

		Estrategias de comunicación política											
		No participó en foros o audiencias públicas de temas de violencia		Participó en foros o audiencias públicas de temas de violencia									
				Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
				fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%
Edad	15-25 años	51	15,0%	0	0,0%	1	0,3%	6	1,8%	18	5,3%	10	2,9%
	26-35 años	77	22,6%	2	0,6%	1	0,3%	9	2,6%	36	10,6%	14	4,1%
	36-45 años	43	12,6%	0	0,0%	0	0,0%	6	1,8%	14	4,1%	4	1,2%
	46-55 años	38	11,2%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	3	0,9%	5	1,5%
	Total	209	61,5%	2	0,6%	2	0,6%	23	6,8%	71	20,9%	33	9,7%
Nivel socioeco nómico	No pobre	129	37,9%	2	0,6%	1	0,3%	13	3,8%	45	13,2%	20	5,9%
	Pobre	68	20,0%	0	0,0%	1	0,3%	8	2,4%	22	6,5%	12	3,5%
	Pobre extremo	12	3,5%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	4	1,2%	1	0,3%
	Total	209	61,5%	2	0,6%	2	0,6%	23	6,8%	71	20,9%	33	9,7%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 9

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Según la tabla 9 y figura 9, en la dimensión estrategias de comunicación política según edad, se observa que el 61,5% de encuestadas no participó en foros o audiencias públicas sobre temas de violencia, lo que evidencia que una gran parte de la población no está siendo involucrada en este tipo de espacios de comunicación política.

Respecto a quienes sí participaron, de aquellas de 26 a 35 años, el 10,6% está de acuerdo y el 4,1% totalmente de acuerdo con las estrategias de comunicación políticas, de igual manera, en el grupo de 15 a 25 años, el 5,3% está de acuerdo y el 2,9% totalmente de acuerdo, evidenciando también una percepción favorable. En los grupos de 36 a 45 años y 46 a 55 años, se mantiene la misma tendencia, aunque con menores porcentajes, destacando principalmente las respuestas de acuerdo (4,1% y 0,9%, respectivamente).

Respecto al nivel socioeconómico, de aquellas encuestadas no pobres, el 37,9% no participó en foros o audiencias públicas sobre violencia contra la mujer, seguido de las encuestadas en condición de pobreza con 20,0% y pobre extremo con 3,5%, lo que indica que

la falta de participación se presenta en todos los niveles, con mayor concentración en el grupo no pobre.

Respecto a quienes sí participaron, del grupo de no pobres, el 13,2% está de acuerdo y el 5,9% totalmente de acuerdo, lo que indica mayor aceptación de estas estrategias de comunicación, mientras que el 3,8% es indiferente, el 0,3% está en desacuerdo y el 0,6% en totalmente en desacuerdo, evidenciando bajos niveles de rechazo. En el caso de las encuestadas en condición de pobreza, el 6,5% está de acuerdo y el 3,5% totalmente de acuerdo, mientras que el 2,4% se encuentra indiferente y el 0,3% en desacuerdo, lo que mantiene una tendencia favorable. Por su parte, en pobreza extrema, el 1,2% está de acuerdo y el 0,3% totalmente de acuerdo, mientras que el 0,6% es indiferente, evidenciando también una valoración positiva, aunque con menores porcentajes.

Tabla 10

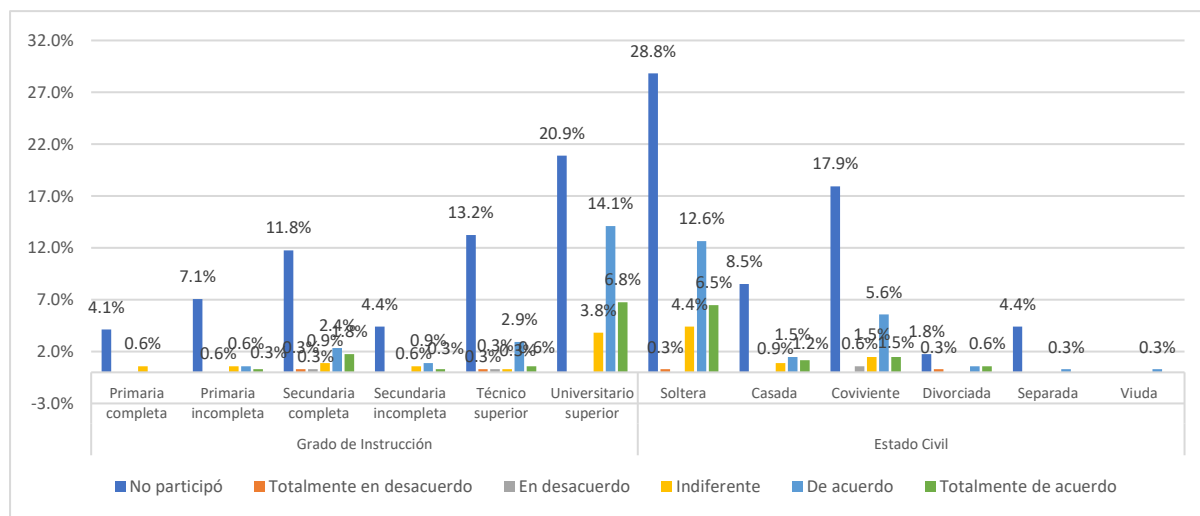
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y nivel socioeconómico y grado de instrucción

		Estrategias de comunicación política											
		No participó en foros o audiencias públicas de temas de violencia	Participó en foros o audiencias públicas de temas de violencia										
			Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		
			fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi
Grado de instrucción	Primaria completa	14	4,1%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	0	0,0%	0	0,0%
	Primaria incompleta	24	7,1%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	2	0,6%	1	0,3%
	Secundaria completa	40	11,8%	1	0,3%	1	0,3%	3	0,9%	8	2,4%	6	1,8%
	Secundaria incompleta	15	4,4%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	3	0,9%	1	0,3%
	Técnico superior	45	13,2%	1	0,3%	1	0,3%	1	0,3%	10	2,9%	2	0,6%
	Universitario superior	71	20,9%	0	0,0%	0	0,0%	13	3,8%	48	14,1%	23	6,8%
	Total	209	61,5%	2	0,6%	2	0,6%	23	6,8%	71	20,9%	33	9,7%
Estado civil	Soltera	98	28,8%	1	0,3%	0	0,0%	15	4,4%	43	12,6%	22	6,5%
	Casada	29	8,5%	0	0,0%	0	0,0%	3	0,9%	5	1,5%	4	1,2%
	Conviviente	61	17,9%	0	0,0%	2	0,6%	5	1,5%	19	5,6%	5	1,5%
	Divorciada	6	1,8%	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	2	0,6%
	Separada	15	4,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Viuda	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Total	209	61,5%	2	0,6%	2	0,6%	23	6,8%	71	20,9%	33	9,7%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 10

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y nivel socioeconómico y grado de instrucción



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, de aquellas encuestadas con nivel universitario superior, el 20,9% no participó, seguido de técnico superior (13,2%) y secundaria completa (11,8%), lo que indica que la falta de participación se presenta en niveles educativos más altos.

Sin embargo, entre quienes participaron, de aquellas con nivel universitario superior, el 14,1% está de acuerdo y el 6,8% totalmente de acuerdo con estas estrategias comunicativas, lo que evidencia una mayor aceptación en este grupo, asimismo, en el nivel técnico superior, el 2,9% está de acuerdo y el 0,6% totalmente de acuerdo, mostrando la misma tendencia. En los demás niveles educativos, aunque con menores porcentajes, predominan las respuestas “de acuerdo”, mientras que en desacuerdo y totalmente en desacuerdo son mínimos.

Además, respecto a la dimensión estrategias de comunicación política según estado civil, se observa que, de las solteras, el 28,8% no participó de foros o audiencias públicas de temas de violencia, seguido de las convivientes con 17,9%, mientras que casadas presentan 8,5% y separadas 4,4%, y en menor proporción divorciadas con 1,8% y viudas con 0,0%, lo que indica que la falta participación se concentra principalmente en solteras.

Asimismo, respecto a quienes sí participaron, de las solteras, el 12,6% está de acuerdo y el 6,5% totalmente de acuerdo con las estrategias de comunicación políticas, mientras que el

4,4% es indiferente y el 0,3% está totalmente en desacuerdo, evidenciando bajos niveles de rechazo de estas estrategias comunicativas. En el caso de las convivientes, el 5,6% está de acuerdo y el 1,5% totalmente de acuerdo, mientras que el 1,5% se encuentra indiferente y el 0,6% en desacuerdo. Por su parte, de las casadas, el 1,5% está de acuerdo y el 1,2% totalmente de acuerdo, mientras que el 0,9% es indiferente evidenciando una valoración positiva, aunque con menor proporción. En los demás estados civiles, aunque con porcentajes bajos, se mantiene el mismo comportamiento: predominan las respuestas “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”.

Estos resultados muestran que las estrategias de comunicación política son valoradas favorablemente por quienes participan según el estado civil, sobre todo por las solteras y convivientes.

d. Resultados de la dimensión: Estrategias de comunicación ciudadana

Tabla 11

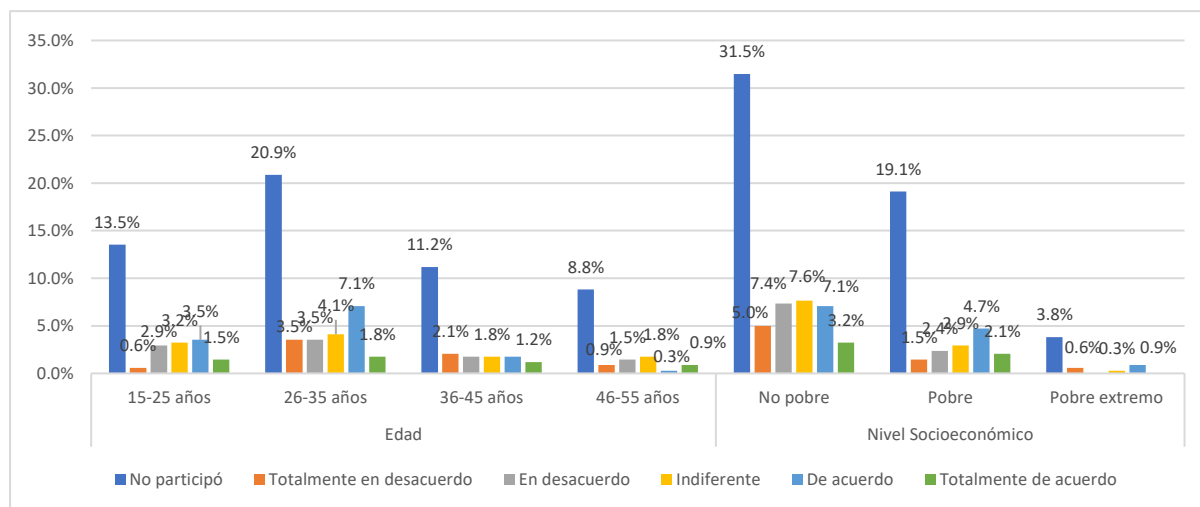
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, edad y nivel socioeconómico

		Estrategias de comunicación ciudadana											
		No participó en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia				Participó en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia							
				Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	46	13,5%	2	0,6%	10	2,9%	11	3,2%	12	3,5%	5	1,5%
	26-35 años	71	20,9%	12	3,5%	12	3,5%	14	4,1%	24	7,1%	6	1,8%
	36-45 años	38	11,2%	7	2,1%	6	1,8%	6	1,8%	6	1,8%	4	1,2%
	46-55 años	30	8,8%	3	0,9%	5	1,5%	6	1,8%	1	0,3%	3	0,9%
	Total	185	54,4%	24	7,1%	33	9,7%	37	10,9%	43	12,6%	18	5,3%
Nivel socioeconómico	No pobre	107	31,5%	17	5,0%	25	7,4%	26	7,6%	24	7,1%	11	3,2%
	Pobre	65	19,1%	5	1,5%	8	2,4%	10	2,9%	16	4,7%	7	2,1%
	Pobre extremo	13	3,8%	2	0,6%	0	0,0%	1	0,3%	3	0,9%	0	0,0%
	Total	185	54,4%	24	7,1%	33	9,7%	37	10,9%	43	12,6%	18	5,3%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 11

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Acorde a la tabla 11 y figura 11, en la variable estrategias de comunicación ciudadana según edad y género, se observa que el 54,4% de encuestadas no participó en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia contra la mujer, lo que evidencia que una gran parte de la población no está siendo alcanzada por este tipo de estrategias ciudadanas.

Según la edad, de aquellas personas de 26 a 35 años, el 20,9% no participó, seguido de 15 a 25 años con 13,5%, mientras que los grupos de 36 a 45 años (11,2%) y 46 a 55 años (8,8%) presentan menores porcentajes, lo que indica que la falta de participación se concentra principalmente en los grupos más jóvenes.

Respecto a quienes sí participaron, de aquellas de 26 a 35 años, el 7,1% está de acuerdo y el 1,8% totalmente de acuerdo con las estrategias de comunicación ciudadana, sin embargo, también el 3,5% está totalmente en desacuerdo, 3,5% en desacuerdo y 4,1% indiferente, lo que evidencia una percepción dividida. En el grupo de 15 a 25 años, el 3,5% está de acuerdo y el 1,5% totalmente de acuerdo, pero también se observa que el 2,9% está en desacuerdo y 3,2% es indiferente, lo que indica una aceptación limitada. En los grupos de 36 a 45 años y 46 a 55 años, los porcentajes son menores, pero mantienen la misma tendencia de distribución entre aceptación, indiferencia y desacuerdo.

En tanto respecto al nivel socioeconómico se muestra que, de aquellas no pobres, el 31,5% no participó en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia, seguido de las encuestadas en condición de pobreza con 19,1% y pobre extremo con 3,8%, lo que indica que la falta de participación se presenta en todos los niveles, principalmente en el grupo no pobre.

Por otro lado, sobre quienes sí participaron, de las no pobres, el 7,6% es indiferente ante estas estrategias de comunicación y el 7,1% está de acuerdo con las estrategias de comunicación ciudadana, mientras que el 7,4% está en desacuerdo y el 5,0% totalmente en desacuerdo, evidenciando una percepción dividida. En el caso de las encuestadas en condición de pobreza, el 4,7% está de acuerdo y el 2,1% totalmente de acuerdo, mientras que el 2,9% es indiferente, el 2,4% está en desacuerdo y el 1,5% totalmente en desacuerdo, lo que muestra una aceptación moderada, mientras que, de aquellos en pobreza extrema, el 0,9% está de acuerdo con estas estrategias.

Tabla 12

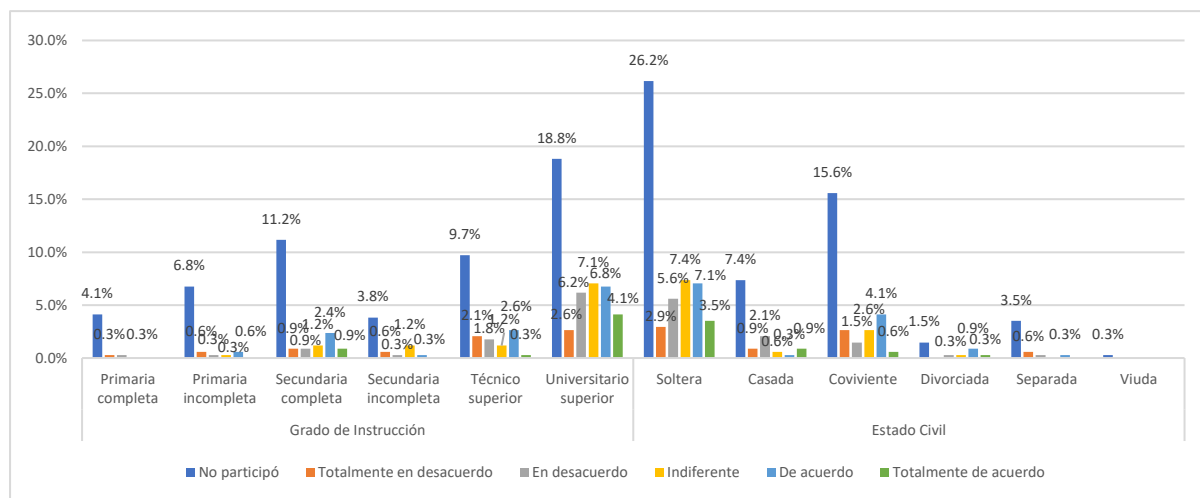
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, grado de instrucción y estado civil

		Estrategias de comunicación ciudadana											
		No participó en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia				Participó en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia							
				Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo				De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	14	4,1%	1	0,3%	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Primaria incompleta	23	6,8%	2	0,6%	1	0,3%	1	0,3%	2	0,6%	0	0,0%
	Secundaria completa	38	11,2%	3	0,9%	3	0,9%	4	1,2%	8	2,4%	3	0,9%
	Secundaria incompleta	13	3,8%	2	0,6%	1	0,3%	4	1,2%	1	0,3%	0	0,0%
	Técnico superior	33	9,7%	7	2,1%	6	1,8%	4	1,2%	9	2,6%	1	0,3%
	Universitario superior	64	18,8%	9	2,6%	21	6,2%	24	7,1%	23	6,8%	14	4,1%
	Total	185	54,4%	24	7,1%	33	9,7%	37	10,9%	43	12,6%	18	5,3%
Estado civil	Soltera	89	26,2%	10	2,9%	19	5,6%	25	7,4%	24	7,1%	12	3,5%
	Casada	25	7,4%	3	0,9%	7	2,1%	2	0,6%	1	0,3%	3	0,9%
	Conviviente	53	15,6%	9	2,6%	5	1,5%	9	2,6%	14	4,1%	2	0,6%
	Divorciada	5	1,5%	0	0,0%	1	0,3%	1	0,3%	3	0,9%	1	0,3%
	Separada	12	3,5%	2	0,6%	1	0,3%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Viuda	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Total	185	54,4%	24	7,1%	33	9,7%	37	10,9%	43	12,6%	18	5,3%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 12

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana, grado de instrucción y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, de aquellas con nivel universitario superior, el 18,8% no participó, seguido de secundaria completa (11,2%) y técnico superior (9,7%), lo que indica que la falta de participación en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia también se presenta en niveles educativos altos.

Sin embargo, entre quienes participaron, de aquellas con nivel universitario superior, el 7,1% es indiferente y el 6,8% está de acuerdo, aunque también presentan 6,2% en desacuerdo y 2,6% totalmente en desacuerdo, lo que evidencia una percepción dividida. En los demás niveles educativos los porcentajes son menores, pero se mantiene la misma tendencia de distribución entre de acuerdo, indiferente y en desacuerdo.

Además, según el estado civil, el 26,2% de solteras no participó en movilizaciones o ferias informativas de prevención de violencia, seguido de las convivientes con 15,6%, mientras que casadas presentan 7,4% y separadas 3,5% y en menor proporción divorciadas con 1,5% y viudas con 0,3%, lo que indica que la falta participación se concentra principalmente en solteras.

En tanto, respecto a quienes sí participaron, de las solteras, el 7,4% es indiferente y el 7,1% está de acuerdo con las estrategias de comunicación ciudadana, pero también el 5,6% está

en desacuerdo y 2,9% totalmente en desacuerdo mostrando una percepción dividida en este grupo. En el caso de las convivientes, el 4,1% está de acuerdo y el 0,6% totalmente de acuerdo, mientras que el 2,6% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 1,5% en desacuerdo y el 2,6% indiferente, lo que refleja una valoración dispersa. Por su parte, de aquellas casadas, el 0,3% está de acuerdo y el 0,9% totalmente de acuerdo, mientras que el 2,1% se ubica en desacuerdo y el 0,9% totalmente en desacuerdo, evidenciando menor aceptación. En los demás estados civiles, aunque con porcentajes bajos, se mantiene una distribución entre aceptación, indiferencia y desacuerdo.

En consecuencia, según estos resultados las estrategias de comunicación ciudadana presentan una alta falta de participación y entre quienes participan, una percepción dividida según el estado civil, lo que evidencia que no están siendo plenamente efectivas ni claramente valoradas por la población estudiada.

5.1.2. Resultados de la variable percepción de violencia contra la mujer y sus dimensiones

a. Resultados de la variable percepción de la violencia contra la mujer

Tabla 13

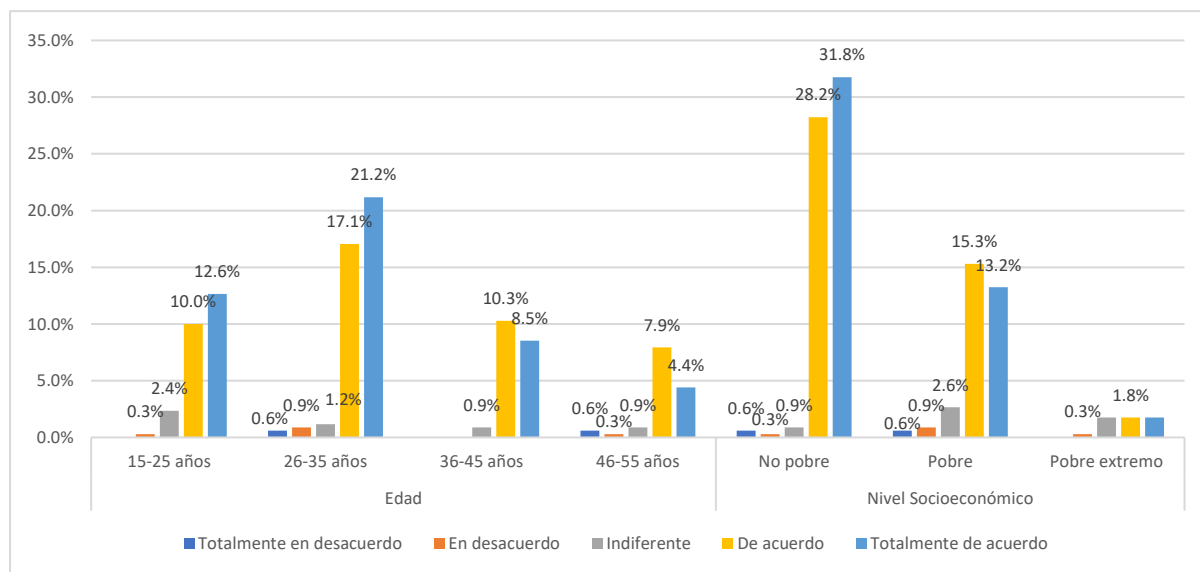
Resultados del cruce entre percepción de la violencia contra la mujer, edad y nivel socioeconómico

		Percepción de la violencia contra la mujer									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	0	0,0%	1	0,3%	8	2,4%	34	10,0%	43	12,6%
	26-35 años	2	0,6%	3	0,9%	4	1,2%	58	17,1%	72	21,2%
	36-45 años	0	0,0%	0	0,0%	3	0,9%	35	10,3%	29	8,5%
	46-55 años	2	0,6%	1	0,3%	3	0,9%	27	7,9%	15	4,4%
	Total	4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%
Nivel socioeconómico	No pobre	2	0,6%	1	0,3%	3	0,9%	96	28,2%	108	31,8%
	Pobre	2	0,6%	3	0,9%	9	2,6%	52	15,3%	45	13,2%
	Pobre extremo	0	0,0%	1	0,3%	6	1,8%	6	1,8%	6	1,8%
	Total	4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 13

Resultados del cruce entre percepción de la violencia contra la mujer, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

La tabla 11 y la figura 11, muestran la percepción de la violencia contra la mujer según la edad, entendida como el grado de acuerdo con afirmaciones que describen distintas formas de violencia; en este sentido, se observa que el 46,8 % de las encuestadas se ubica en la categoría “totalmente de acuerdo” y el 45,3 % en “de acuerdo”, lo que indica que la mayoría reconoce como violencia diferentes conductas como agresiones físicas, insultos, control económico o actos sexuales sin consentimiento; en contraste, un 5,3 % presenta una postura indiferente, lo que muestra que existe menor claridad en la identificación de estas situaciones, mientras que los niveles de desacuerdo (1,5 % y 1,2 %) son mínimos, evidenciando que solo una proporción reducida no reconoce estas formas de violencia.

Según la edad, el grupo de 26 a 35 años concentra los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (21,2 %) y “de acuerdo” (17,1 %) con las afirmaciones que describen situaciones de violencia contra la mujer, lo que evidencia un mayor nivel de reconocimiento en este segmento y de manera similar, el grupo de 15 a 25 años también presenta una tendencia favorable (12,6 % y 10,0 %), mientras que en los grupos de 36 a 45 años y de 46 a 55 años se

mantiene el mismo patrón, confirmando que el reconocimiento de la violencia es consistente en todos los rangos etarios.

En cuanto al nivel socioeconómico, el grupo no pobre presenta los mayores niveles de acuerdo (31,8 % en “totalmente de acuerdo” y 28,2 % en “de acuerdo”), seguido del grupo en condición de pobreza (15,3 % y 13,2 %), lo que evidencia que el reconocimiento de la violencia se mantiene en ambos sectores; por su parte, en pobreza extrema, aunque con menor representación, también se observa la misma tendencia, lo que indica que, independientemente del nivel socioeconómico, predomina el reconocimiento de las distintas formas de violencia contra la mujer.

Tabla 14

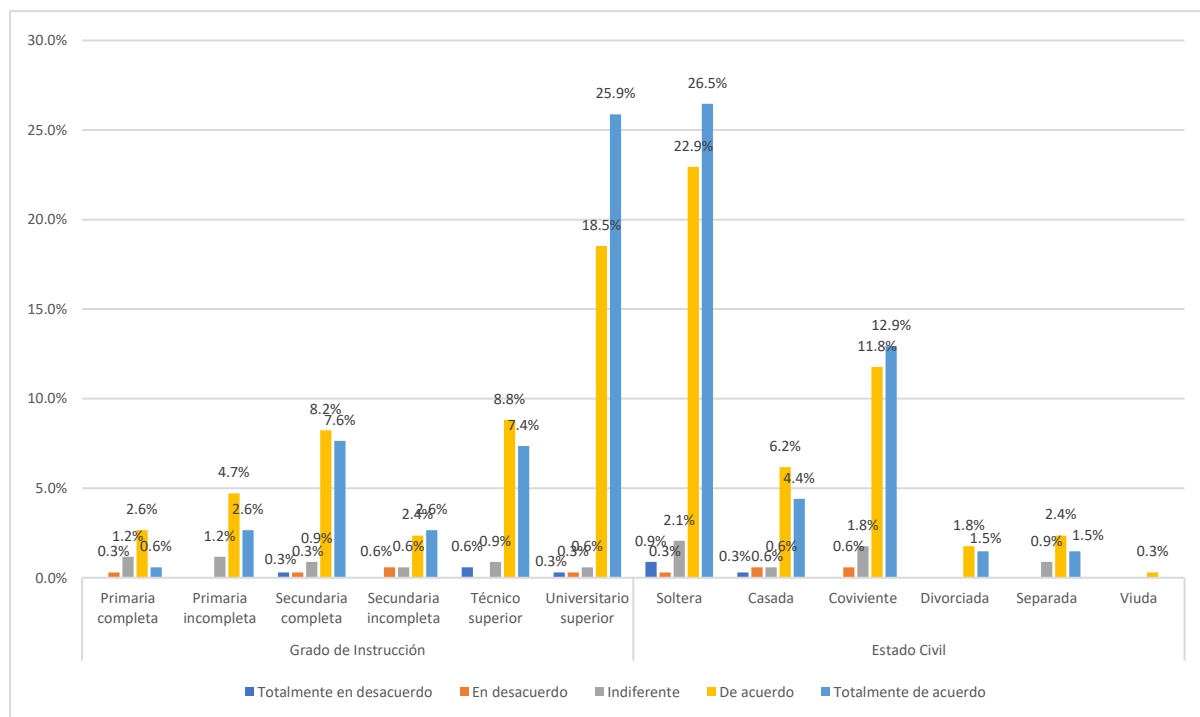
Resultados del cruce entre percepción de violencia contra la mujer, grado de instrucción y estado civil

		Percepción de la violencia contra la mujer									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	0	0,0%	1	0,3%	4	1,2%	9	2,6%	2	0,6%
	Primaria incompleta	0	0,0%	0	0,0%	4	1,2%	16	4,7%	9	2,6%
	Secundaria completa	1	0,3%	1	0,3%	3	0,9%	28	8,2%	26	7,6%
	Secundaria incompleta	0	0,0%	2	0,6%	2	0,6%	8	2,4%	9	2,6%
	Técnico superior	2	0,6%	0	0,0%	3	0,9%	30	8,8%	25	7,4%
	Universitario superior	1	0,3%	1	0,3%	2	0,6%	63	18,5%	88	25,9%
	Total	4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%
Estado civil	Soltera	3	0,9%	1	0,3%	7	2,1%	78	22,9%	90	26,5%
	Casada	1	0,3%	2	0,6%	2	0,6%	21	6,2%	15	4,4%
	Conviviente	0	0,0%	2	0,6%	6	1,8%	40	11,8%	44	12,9%
	Divorciada	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	1,8%	5	1,5%
	Separada	0	0,0%	0	0,0%	3	0,9%	8	2,4%	5	1,5%
	Viuda	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Total	4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 14

Resultados del cruce entre percepción de violencia contra la mujer, grado de instrucción y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, se observa que las mujeres con nivel universitario superior concentran los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (25,9 %) y “de acuerdo” (18,5 %) con las afirmaciones que describen situaciones de violencia contra la mujer, lo que evidencia que a mayor nivel educativo existe un mayor reconocimiento de estas formas de violencia y de manera similar, en el nivel técnico superior se registra un 8,8 % en “de acuerdo” y un 7,4 % en “totalmente de acuerdo”, mientras que en secundaria completa los valores alcanzan el 8,2 % y 7,6 %, respectivamente, manteniéndose una tendencia favorable; además, en los niveles de primaria, aunque con menores porcentajes, también predominan las respuestas de acuerdo, lo que indica que el reconocimiento de la violencia contra la mujer está presente en todos los niveles educativos; por lo que, estos resultados muestran que, si bien el nivel educativo influye en la intensidad de la percepción, en todos los casos predomina el reconocimiento de las distintas formas de violencia.

En cuanto al estado civil, se observa que el grupo de solteras presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (26,5 %) y “de acuerdo” (22,9 %) con las afirmaciones sobre violencia contra la mujer, evidenciando un alto nivel de reconocimiento en este grupo; en el caso de las convivientes, el 12,9 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 11,8 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción claramente favorable y por su parte, entre las casadas, el 6,2 % está en “de acuerdo” y el 4,4 % en “totalmente de acuerdo”, registrándose además un 0,6 % en desacuerdo y un 0,3 % en total desacuerdo, lo que indica una presencia mínima de percepciones no favorables; en los demás estados civiles se mantiene la misma tendencia, con predominio de respuestas positivas, como en divorciadas (1,8 % y 1,5 %) y separadas (2,4 % y 1,5 %), mientras que en viudas se registra un 0,3 % en “de acuerdo”.

En consecuencia, los resultados evidencian que, independientemente del estado civil, predomina el acuerdo con afirmaciones que describen situaciones de violencia contra la mujer, lo que refleja un reconocimiento generalizado de esta problemática en todos los grupos analizados.

b. Resultados de la dimensión violencia física

Tabla 15

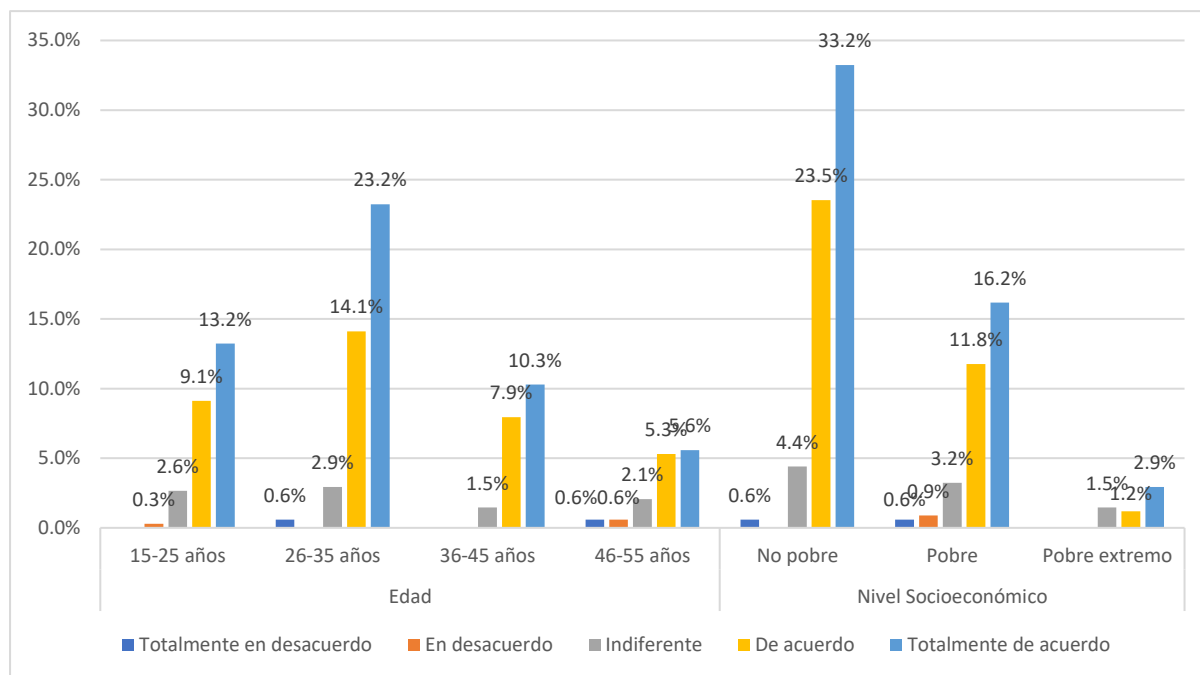
Resultados del cruce entre violencia física, edad y nivel socioeconómico

		Violencia física									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	0	0,0%	1	0,3%	9	2,6%	31	9,1%	45	13,2%
	26-35 años	2	0,6%	0	0,0%	10	2,9%	48	14,1%	79	23,2%
	36-45 años	0	0,0%	0	0,0%	5	1,5%	27	7,9%	35	10,3%
	46-55 años	2	0,6%	2	0,6%	7	2,1%	18	5,3%	19	5,6%
	Total	4	1,2%	3	0,9%	31	9,1%	124	36,5%	178	52,4%
Nivel socioeconómico	No pobre	2	0,6%	0	0,0%	15	4,4%	80	23,5%	113	33,2%
	Pobre	2	0,6%	3	0,9%	11	3,2%	40	11,8%	55	16,2%
	Pobre extremo	0	0,0%	0	0,0%	5	1,5%	4	1,2%	10	2,9%
	Total	4	1,2%	3	0,9%	31	9,1%	124	36,5%	178	52,4%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 15

Resultados del cruce entre violencia física, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En la dimensión de violencia física según la edad, la tabla y la figura muestran que el 52,4 % de las encuestadas se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 36,5 % en “de acuerdo” con las afirmaciones que describen situaciones de violencia física contra la mujer, lo que evidencia un muy alto nivel de percepción de este tipo de violencia; asimismo, el 9,1 % presenta una postura indiferente, lo que podría reflejar cierta falta de claridad en su identificación, mientras que los niveles de desacuerdo son mínimos (0,9 % y 1,2 %), indicando que la gran mayoría reconoce la violencia física como una forma de agresión hacia la mujer.

Además, según la edad, el grupo de 26 a 35 años concentra los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (23,2 %) y “de acuerdo” (14,1 %), lo que evidencia un mayor nivel de reconocimiento de la violencia física en este segmento y de igual manera, el grupo de 15 a 25 años presenta una tendencia favorable (13,2 % y 9,1 %, respectivamente) y en los grupos de 36 a 45 años y de 46 a 55 años se mantiene el mismo patrón, con predominio de respuestas en “totalmente de acuerdo” (10,3 % y 5,6 %) y “de acuerdo” (7,9 % y 5,3 %), lo que confirma que la percepción de la violencia física está presente en todos los rangos etarios; como

consecuencia, se afirma que, los resultados evidencian una alta percepción de la violencia física contra la mujer, reflejado en la marcada predominancia de respuestas favorables.

Por otro lado, en cuanto al nivel socioeconómico, se observa que el grupo no pobre presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (33,2 %) y “de acuerdo” (23,5 %) con las afirmaciones sobre violencia física contra la mujer, lo que evidencia una alta percepción en este sector; de manera similar, en el grupo en condición de pobreza, el 16,2 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 11,8 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción favorable y por su parte, en el grupo de pobreza extrema, aunque con menor representación, el 2,9 % está en “totalmente de acuerdo” y el 1,2 % en “de acuerdo”, junto con un 1,5 % de respuestas indiferentes, lo que indica que el reconocimiento de la violencia física se mantiene en todos los niveles socioeconómicos, aunque con menor intensidad en los sectores más vulnerables.

Tabla 16

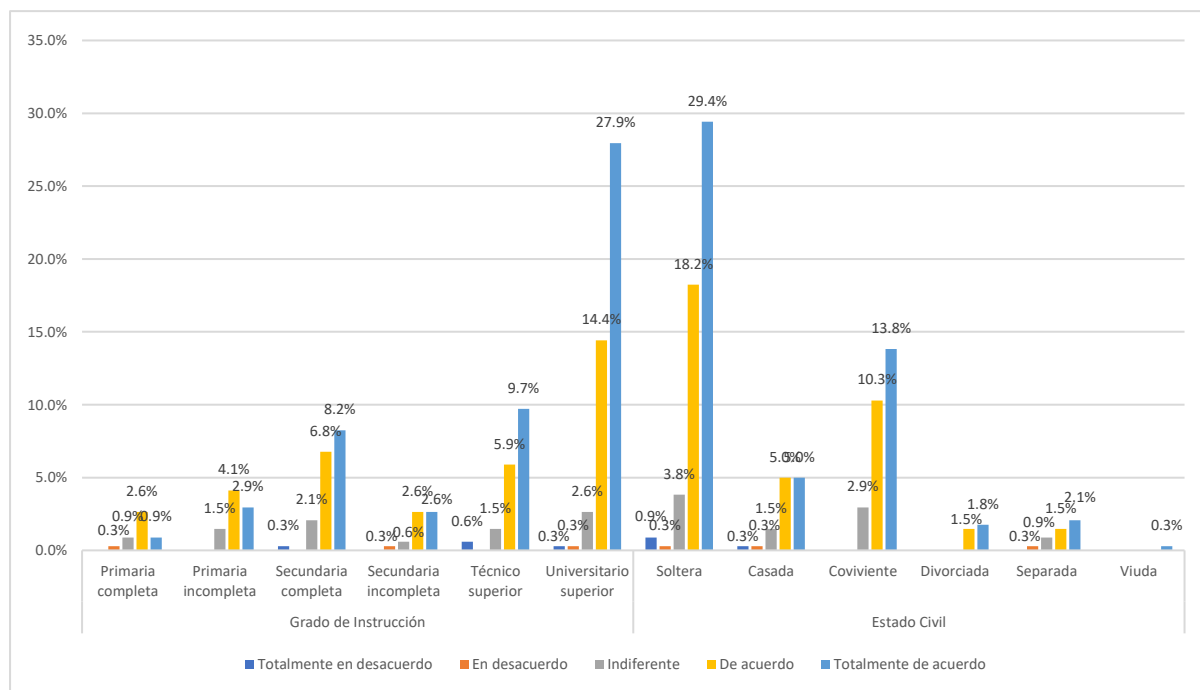
Resultados del cruce entre violencia física, grado de instrucción y estado civil

		Violencia física									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	0	0,0%	1	0,3%	3	0,9%	9	2,6%	3	0,9%
	Primaria incompleta	0	0,0%	0	0,0%	5	1,5%	14	4,1%	10	2,9%
	Secundaria completa	1	0,3%	0	0,0%	7	2,1%	23	6,8%	28	8,2%
	Secundaria incompleta	0	0,0%	1	0,3%	2	0,6%	9	2,6%	9	2,6%
	Técnico superior	2	0,6%	0	0,0%	5	1,5%	20	5,9%	33	9,7%
	Universitario superior	1	0,3%	1	0,3%	9	2,6%	49	14,4%	95	27,9%
	Total	4	1,2%	3	0,9%	31	9,1%	124	36,5%	178	52,4%
Estado civil	Soltera	3	0,9%	1	0,3%	13	3,8%	62	18,2%	100	29,4%
	Casada	1	0,3%	1	0,3%	5	1,5%	17	5,0%	17	5,0%
	Conviviente	0	0,0%	0	0,0%	10	2,9%	35	10,3%	47	13,8%
	Divorciada	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	1,5%	6	1,8%
	Separada	0	0,0%	1	0,3%	3	0,9%	5	1,5%	7	2,1%
	Viuda	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%
	Total	4	1,2%	3	0,9%	31	9,1%	124	36,5%	178	52,4%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 16

Resultados del cruce entre violencia física, grado de instrucción y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, se observa que las mujeres con nivel universitario superior presentan los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (27,9 %) y “de acuerdo” (14,4 %) con las afirmaciones que describen situaciones de violencia física contra la mujer, lo que evidencia que a mayor nivel educativo existe una mayor percepción de este tipo de violencia y de manera similar, en el nivel técnico superior se registra un 9,7 % en “totalmente de acuerdo” y un 5,9 % en “de acuerdo”, mientras que en secundaria completa los valores alcanzan el 8,2 % y 6,8 %, respectivamente, manteniéndose la misma tendencia; además, en los niveles de primaria, aunque con menores porcentajes, también predominan las respuestas favorables, lo que indica que la percepción de la violencia física está presente en todos los niveles educativos y los resultados evidencian que, si bien el nivel de instrucción influye en la intensidad del reconocimiento, este se mantiene alto de manera general.

Respecto a la violencia física según estado civil, se observa que el grupo de solteras presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (29,4 %) y “de acuerdo” (18,2 %) con las afirmaciones sobre violencia física contra la mujer, evidenciando una alta percepción

en este grupo; en el caso de las convivientes, el 13,8 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 10,3 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción favorable y por su parte, entre las casadas, el 5,0 % está en “totalmente de acuerdo” y el 5,0 % en “de acuerdo”, registrándose además un 1,5 % de respuestas indiferentes y niveles mínimos de desacuerdo (0,3 % y 0,3 %), lo que indica una presencia muy reducida de percepciones no favorables y en los demás estados civiles, aunque con menores proporciones, se mantiene la misma tendencia, con predominio de respuestas positivas.

Como consecuencia, se afirma que la percepción de la violencia física contra la mujer es alta independientemente del estado civil, evidenciándose una percepción sólida y generalizada frente a esta forma de violencia.

c. Resultados de la dimensión violencia psicológica

Tabla 17

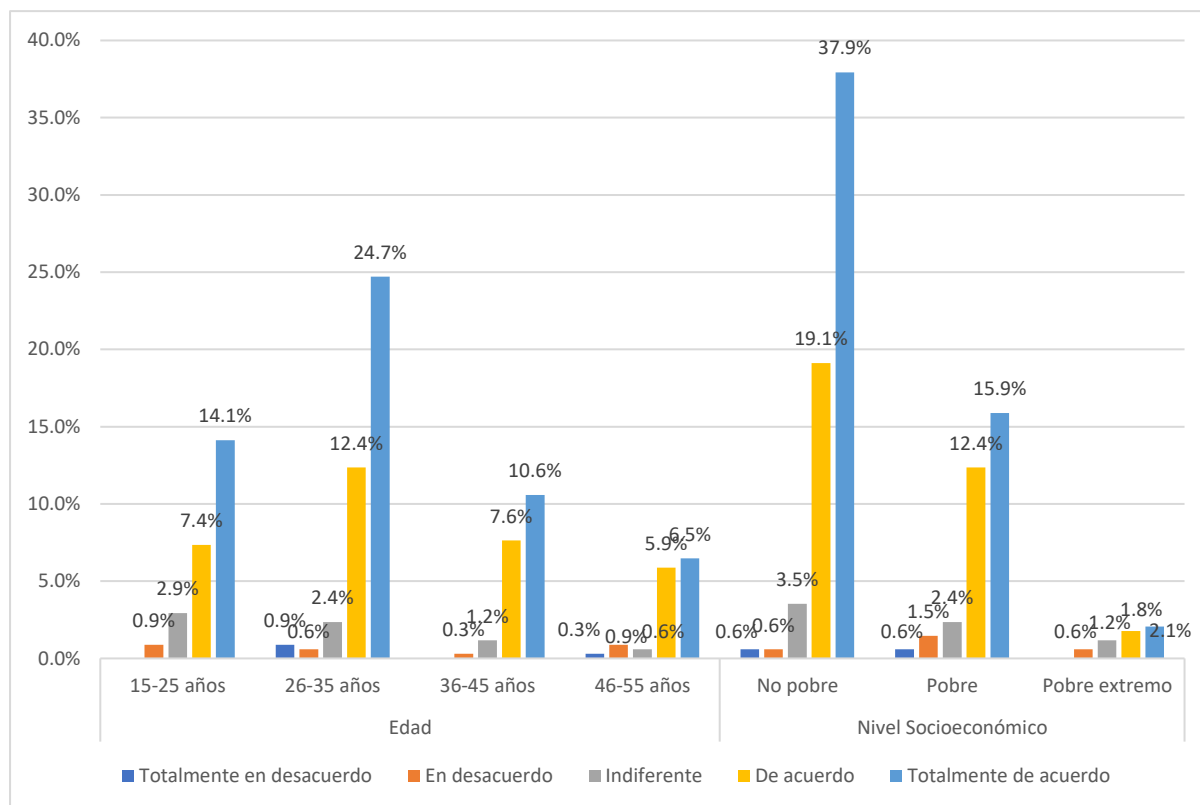
Resultados del cruce entre violencia psicológica, edad y nivel socioeconómico

		Violencia psicológica									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	0	0,0%	3	0,9%	10	2,9%	25	7,4%	48	14,1%
	26-35 años	3	0,9%	2	0,6%	8	2,4%	42	12,4%	84	24,7%
	36-45 años	0	0,0%	1	0,3%	4	1,2%	26	7,6%	36	10,6%
	46-55 años	1	0,3%	3	0,9%	2	0,6%	20	5,9%	22	6,5%
	Total	4	1,2%	9	2,6%	24	7,1%	113	33,2%	190	55,9%
Nivel socioeconómico	No pobre	2	0,6%	2	0,6%	12	3,5%	65	19,1%	129	37,9%
	Pobre	2	0,6%	5	1,5%	8	2,4%	42	12,4%	54	15,9%
	Pobre extremo	0	0,0%	2	0,6%	4	1,2%	6	1,8%	7	2,1%
	Total	4	1,2%	9	2,6%	24	7,1%	113	33,2%	190	55,9%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 17

Resultados del cruce entre violencia psicológica, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Respecto a la dimensión de violencia psicológica según la edad, la tabla muestra que el 55,9 % de las encuestadas se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 33,2 % en “de acuerdo” con las afirmaciones que describen situaciones de violencia psicológica contra la mujer, lo que evidencia un alta percepción de este tipo de violencia; asimismo, el 7,1 % presenta una postura indiferente, lo que muestra falta de claridad en su identificación, mientras que los niveles de desacuerdo son bajos (2,6 % y 1,2 %), indicando que la mayoría reconoce la violencia psicológica como una forma de agresión.

Según la edad, el grupo de 26 a 35 años concentra los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (24,7 %) y “de acuerdo” (12,4 %), lo que evidencia una percepción de la violencia psicológica en este segmento y de manera similar, el grupo de 15 a 25 años presenta una tendencia favorable (14,1 % y 7,4 %, respectivamente) y en los grupos de 36 a 45 años y de 46 a 55 años se mantiene el mismo patrón, con predominio de respuestas en

“totalmente de acuerdo” (10,6 % y 6,5 %) y “de acuerdo” (7,6 % y 5,9 %), lo que confirma que el reconocimiento de la violencia psicológica está presente en todos los rangos etarios.

En relación con el nivel socioeconómico, se observa que el grupo no pobre presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (37,9 %) y “de acuerdo” (19,1 %) con las afirmaciones sobre violencia psicológica contra la mujer, lo que evidencia una alta percepción en este sector y en el caso de las encuestadas en condición de pobreza, el 15,9 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 12,4 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción favorable y por su parte, en el grupo de pobreza extrema, aunque con menor representación, el 2,1 % está en “totalmente de acuerdo” y el 1,8 % en “de acuerdo”, junto con un 1,2 % de respuestas indiferentes y un 0,6 % en desacuerdo, lo que indica que la percepción de la violencia psicológica se mantiene en todos los niveles socioeconómicos, aunque con menor intensidad en los sectores más vulnerables.

Tabla 18

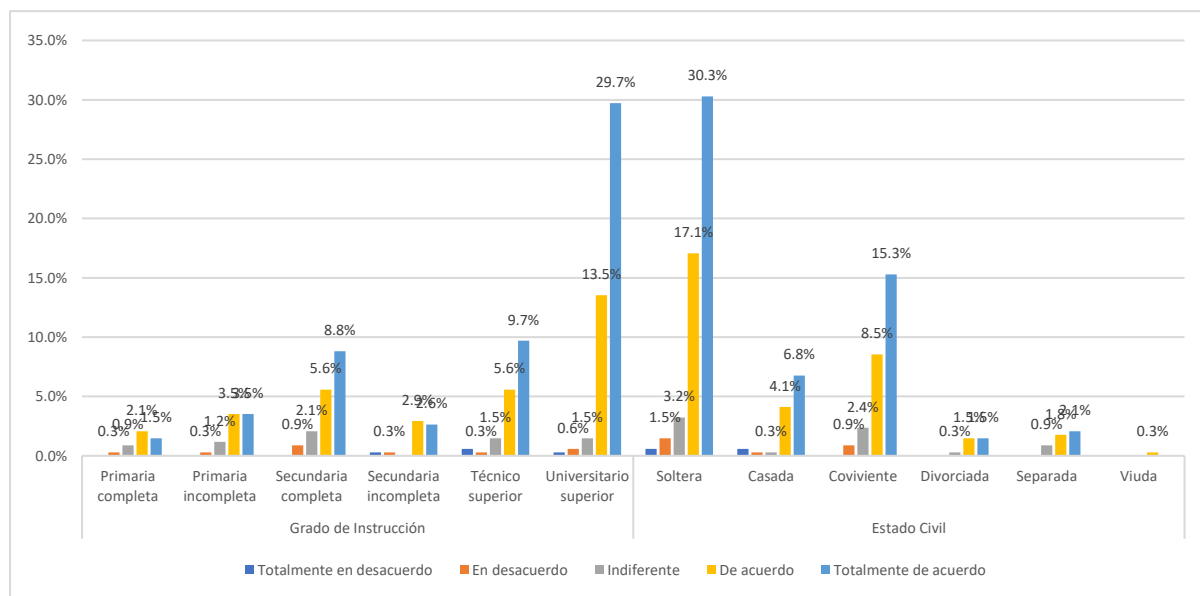
Resultados del cruce entre violencia psicológica, nivel socioeconómico y estado civil

		Violencia psicológica									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	0	0,0%	1	0,3%	3	0,9%	7	2,1%	5	1,5%
	Primaria incompleta	0	0,0%	1	0,3%	4	1,2%	12	3,5%	12	3,5%
	Secundaria completa	0	0,0%	3	0,9%	7	2,1%	19	5,6%	30	8,8%
	Secundaria incompleta	1	0,3%	1	0,3%	0	0,0%	10	2,9%	9	2,6%
	Técnico superior	2	0,6%	1	0,3%	5	1,5%	19	5,6%	33	9,7%
	Universitario superior	1	0,3%	2	0,6%	5	1,5%	46	13,5%	101	29,7%
	Total	4	1,2%	9	2,6%	24	7,1%	113	33,2%	190	55,9%
Estado civil	Soltera	2	0,6%	5	1,5%	11	3,2%	58	17,1%	103	30,3%
	Casada	2	0,6%	1	0,3%	1	0,3%	14	4,1%	23	6,8%
	Conviviente	0	0,0%	3	0,9%	8	2,4%	29	8,5%	52	15,3%
	Divorciada	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	5	1,5%	5	1,5%
	Separada	0	0,0%	0	0,0%	3	0,9%	6	1,8%	7	2,1%
	Viuda	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Total	4	1,2%	9	2,6%	24	7,1%	113	33,2%	190	55,9%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 18

Resultados del cruce entre violencia psicológica, nivel socioeconómico y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, se observa que las encuestadas con nivel universitario superior presentan los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (29,7 %) y “de acuerdo” (13,5 %) con las afirmaciones que describen situaciones de violencia psicológica contra la mujer, lo que evidencia que a mayor nivel educativo existe una mayor percepción de este tipo de violencia y de manera similar, en el nivel técnico superior se registra un 9,7 % en “totalmente de acuerdo” y un 5,6 % en “de acuerdo”, mientras que en secundaria completa los valores alcanzan el 8,8 % y 5,6 %, respectivamente, manteniéndose la misma tendencia y en los niveles de primaria, aunque con menores porcentajes, también predominan las respuestas favorables, lo que indica que la percepción de la violencia psicológica está presente en todos los niveles educativos; por lo que, si bien el nivel de instrucción influye en la intensidad del reconocimiento, este se mantiene alto de manera general.

En cuanto al estado civil, se observa que el grupo de solteras presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (30,3 %) y “de acuerdo” (17,1 %) con las afirmaciones sobre violencia psicológica contra la mujer, evidenciando una alta percepción de este grupo; en el caso de las convivientes, el 15,3 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 8,5 % en “de

acuerdo”, mostrando también una percepción favorable y por su parte, entre las casadas, el 6,8 % está en “totalmente de acuerdo” y el 4,1 % en “de acuerdo”, registrándose además niveles mínimos de desacuerdo (0,6 % y 0,3 %), lo que indica una presencia muy reducida de percepciones no favorables y en los demás estados civiles, aunque con menores proporciones, se mantiene la misma tendencia, con predominio de respuestas positivas, como en divorciadas (1,5 % y 1,5 %) y separadas (2,1 % y 1,8 %), mientras que en viudas se registra un 0,3 % en “de acuerdo”.

Estos resultados evidencian que la percepción de la violencia psicológica contra la mujer es alta independientemente del estado civil, evidenciándose una percepción clara y generalizada frente a esta forma de violencia.

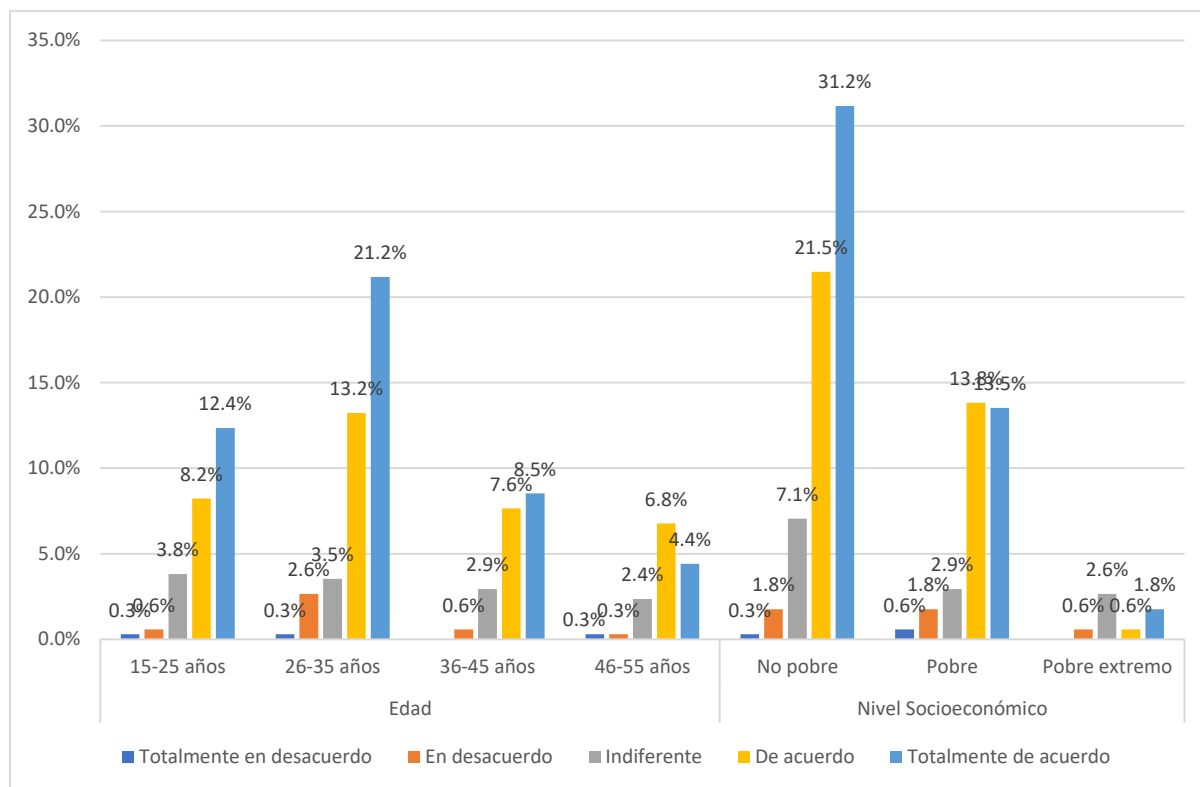
d. Resultados de la dimensión violencia económica

Tabla 19

Resultados del cruce entre violencia económica, edad y nivel socioeconómico

		Violencia económica									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	1	0,3%	2	0,6%	13	3,8%	28	8,2%	42	12,4%
	26-35 años	1	0,3%	9	2,6%	12	3,5%	45	13,2%	72	21,2%
	36-45 años	0	0,0%	2	0,6%	10	2,9%	26	7,6%	29	8,5%
	46-55 años	1	0,3%	1	0,3%	8	2,4%	23	6,8%	15	4,4%
	Total	3	0,9%	14	4,1%	43	12,6%	122	35,9%	158	46,5%
Nivel socioeconómico	No pobre	1	0,3%	6	1,8%	24	7,1%	73	21,5%	106	31,2%
	Pobre	2	0,6%	6	1,8%	10	2,9%	47	13,8%	46	13,5%
	Pobre extremo	0	0,0%	2	0,6%	9	2,6%	2	0,6%	6	1,8%
	Total	3	0,9%	14	4,1%	43	12,6%	122	35,9%	158	46,5%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 19*Resultados del cruce entre violencia económica, edad y nivel socioeconómico*

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Para la dimensión de violencia económica según la edad, la tabla y la figura muestran que el 46,5 % de las encuestadas se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 35,9 % en “de acuerdo” con las afirmaciones que describen situaciones de violencia económica contra la mujer, lo que evidencia una percepción alta de este tipo de violencia; asimismo, el 12,6 % presenta una postura indiferente, lo que muestra falta de claridad en su identificación, mientras que los niveles de desacuerdo son menores (4,1 % y 0,9 %), indicando que, aunque la mayoría reconoce esta forma de violencia, aún existe un grupo que no tiene una posición claramente definida.

Según la edad, el grupo de 26 a 35 años concentra los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (21,2 %) y “de acuerdo” (13,2 %), lo que evidencia la existencia de una mayor percepción de la violencia económica en este segmento y de manera similar, el grupo de 15 a 25 años presenta una tendencia favorable (12,4 % y 8,2 %, respectivamente);

además, en los grupos de 36 a 45 años y de 46 a 55 años se mantiene el mismo patrón, con predominio de respuestas en “totalmente de acuerdo” (8,5 % y 4,4 %) y “de acuerdo” (7,6 % y 6,8 %), lo que confirma que la percepción de la violencia económica está presente en todos los rangos etarios.

En relación con el nivel socioeconómico, se observa que el grupo no pobre presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (31,2 %) y “de acuerdo” (21,5 %) con las afirmaciones sobre violencia económica contra la mujer, lo que evidencia una alta percepción en este sector y en el caso de las encuestadas en condición de pobreza, el 13,5 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 13,8 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción favorable; por su parte, en el grupo de pobreza extrema, aunque con menor representación, el 1,8 % está en “totalmente de acuerdo” y el 0,6 % en “de acuerdo”, junto con un 2,6 % de respuestas indiferentes y un 0,6 % en desacuerdo, lo que indica un menor nivel de claridad en la identificación de esta forma de violencia en este grupo.

Tabla 20

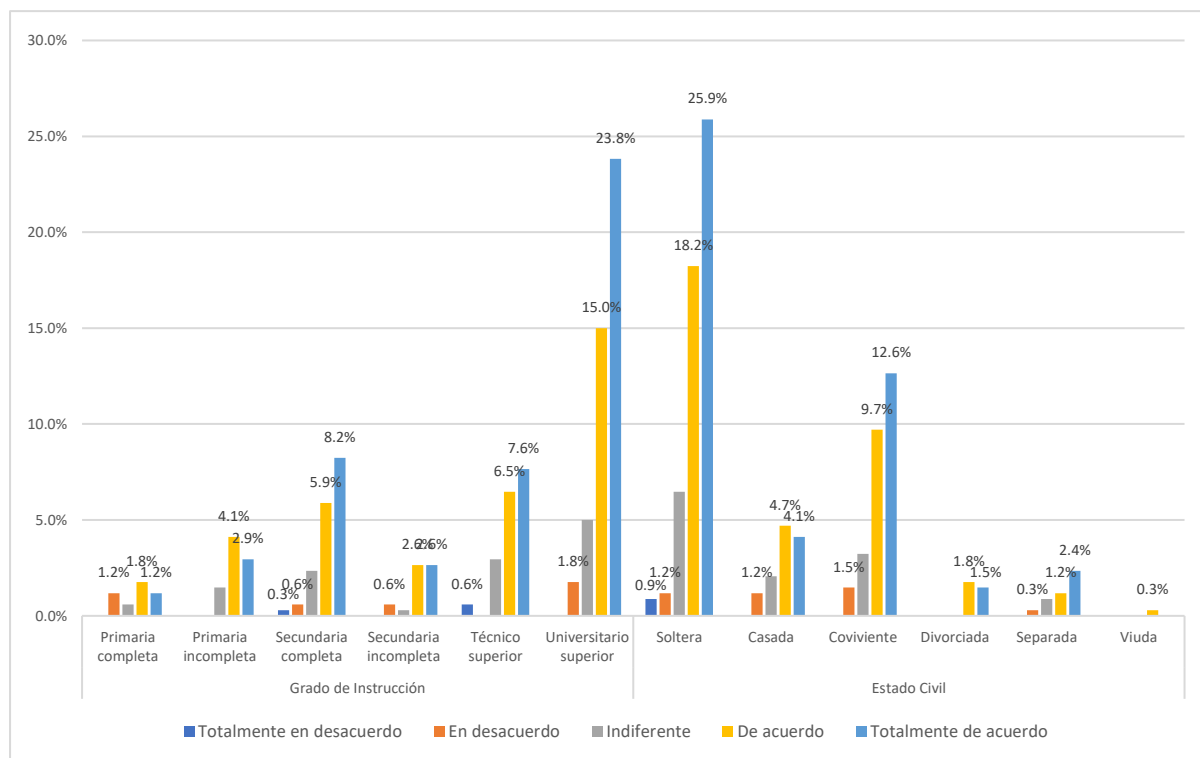
Resultados del cruce entre violencia económica, grado de instrucción y estado civil

		Violencia económica									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	0	0,0%	4	1,2%	2	0,6%	6	1,8%	4	1,2%
	Primaria incompleta	0	0,0%	0	0,0%	5	1,5%	14	4,1%	10	2,9%
	Secundaria completa	1	0,3%	2	0,6%	8	2,4%	20	5,9%	28	8,2%
	Secundaria incompleta	0	0,0%	2	0,6%	1	0,3%	9	2,6%	9	2,6%
	Técnico superior	2	0,6%	0	0,0%	10	2,9%	22	6,5%	26	7,6%
	Universitario superior	0	0,0%	6	1,8%	17	5,0%	51	15,0%	81	23,8%
	Total	3	0,9%	14	4,1%	43	12,6%	122	35,9%	158	46,5%
Estado civil	Soltera	3	0,9%	4	1,2%	22	6,5%	62	18,2%	88	25,9%
	Casada	0	0,0%	4	1,2%	7	2,1%	16	4,7%	14	4,1%
	Conviviente	0	0,0%	5	1,5%	11	3,2%	33	9,7%	43	12,6%
	Divorciada	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	1,8%	5	1,5%
	Separada	0	0,0%	1	0,3%	3	0,9%	4	1,2%	8	2,4%
	Viuda	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Total	3	0,9%	14	4,1%	43	12,6%	122	35,9%	158	46,5%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 20

Resultados del cruce entre violencia económica, grado de instrucción y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, se observa que las encuestadas con nivel universitario superior presentan los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (23,8 %) y “de acuerdo” (15,0 %) con las afirmaciones que describen situaciones de violencia económica contra la mujer, lo que evidencia que a mayor nivel educativo existe una mayor percepción de este tipo de violencia; de manera similar, en el nivel técnico superior se registra un 7,6 % en “totalmente de acuerdo” y un 6,5 % en “de acuerdo”, mientras que en secundaria completa los valores alcanzan el 8,2 % y 5,9 %, respectivamente, manteniéndose la misma tendencia y en los niveles de primaria, aunque con menores porcentajes, también predominan las respuestas favorables; no obstante, se observa la presencia de respuestas en desacuerdo, especialmente en primaria completa (1,2 %) indicando menor claridad en la identificación de esta forma de violencia en los niveles educativos más bajos.

En cuanto al estado civil, se observa que el grupo de solteras presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (25,9 %) y “de acuerdo” (18,2 %) con las afirmaciones

sobre violencia económica contra la mujer, evidenciando una mayor percepción en este grupo; en el caso de las convivientes, el 12,6 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 9,7 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción favorable y por su parte, entre las casadas, el 4,7 % está en “de acuerdo” y el 4,1 % en “totalmente de acuerdo”, registrándose además un 2,1 % de respuestas indiferentes y un 1,2 % en desacuerdo, lo que evidencia una ligera presencia de dudas o menor claridad en este grupo. En los demás estados civiles, aunque con menores proporciones, se mantiene la misma tendencia, con predominio de respuestas positivas, como en divorciadas (1,5 % y 1,8 %) y separadas (2,4 % y 1,2 %), mientras que en viudas se registra un 0,3 % en “de acuerdo”.

Como consecuencia, los resultados muestran que el reconocimiento de la violencia económica contra la mujer es alto según el estado civil; sin embargo, se observa una presencia más visible de respuestas indiferentes y en desacuerdo en comparación con otras dimensiones, lo que sugiere la necesidad de reforzar la sensibilización y comprensión de esta forma de violencia.

e. Resultados de la dimensión violencia sexual

Tabla 21

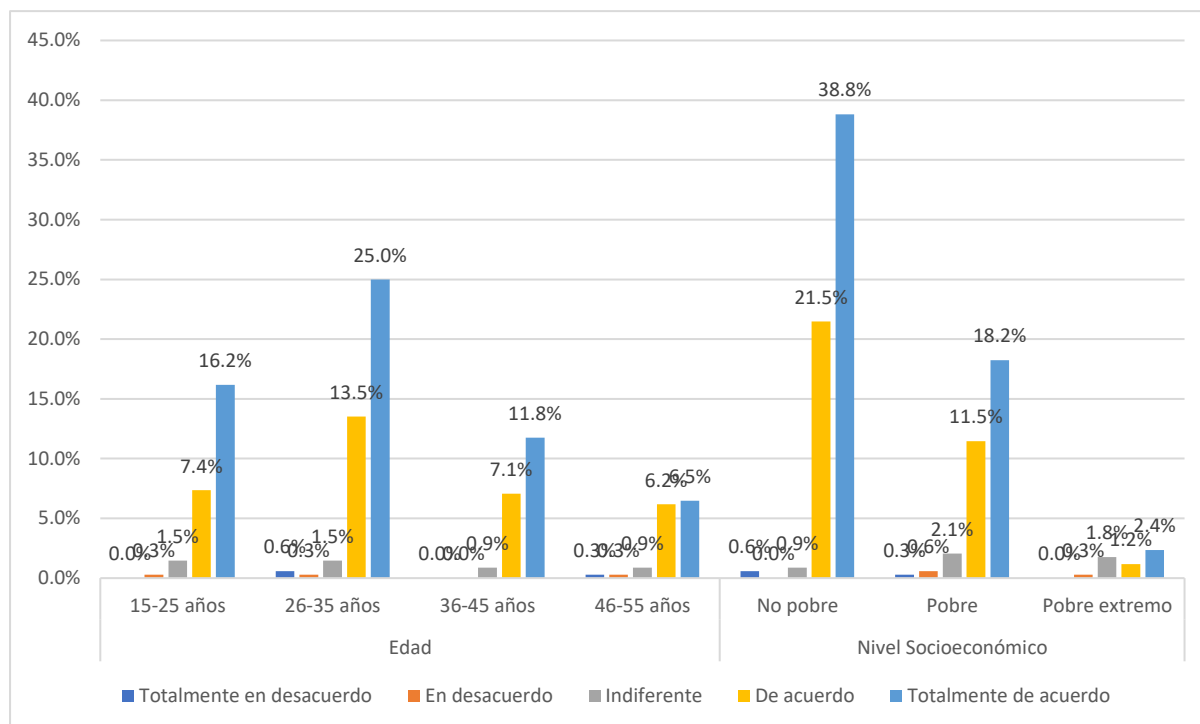
Resultados del cruce entre violencia sexual, edad y nivel socioeconómico

		Violencia sexual									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Edad	15-25 años	0	0,0%	1	0,3%	5	1,5%	25	7,4%	55	16,2%
	26-35 años	2	0,6%	1	0,3%	5	1,5%	46	13,5%	85	25,0%
	36-45 años	0	0,0%	0	0,0%	3	0,9%	24	7,1%	40	11,8%
	46-55 años	1	0,3%	1	0,3%	3	0,9%	21	6,2%	22	6,5%
	Total	3	0,9%	3	0,9%	16	4,7%	116	34,1%	202	59,4%
Nivel socioeconómico	No pobre	2	0,6%	0	0,0%	3	0,9%	73	21,5%	132	38,8%
	Pobre	1	0,3%	2	0,6%	7	2,1%	39	11,5%	62	18,2%
	Pobre extremo	0	0,0%	1	0,3%	6	1,8%	4	1,2%	8	2,4%
	Total	3	0,9%	3	0,9%	16	4,7%	116	34,1%	202	59,4%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 21

Resultados del cruce entre violencia sexual, edad y nivel socioeconómico



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Respecto a la dimensión de violencia sexual según la edad, la tabla y la figura muestran que el 59,4 % de las encuestadas se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 34,1 % en “de acuerdo” con las afirmaciones que plantean situaciones de violencia sexual contra la mujer, lo que evidencia una mayor percepción de este tipo de violencia; asimismo, el 4,7 % presenta una postura indiferente, mientras que los niveles de desacuerdo son mínimos (0,9 % y 0,9 %), lo que confirma que la gran mayoría reconoce la violencia sexual como una forma de violencia contra la mujer.

Según la edad, el grupo de 26 a 35 años concentra los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (25,0 %) y “de acuerdo” (13,5 %), lo que evidencia una mayor percepción de la violencia sexual en este segmento y de manera similar, el grupo de 15 a 25 años presenta una tendencia favorable (16,2 % y 7,4 %, respectivamente); además, en los grupos de 36 a 45 años y de 46 a 55 años se mantiene el mismo patrón, con predominio de

respuestas en “totalmente de acuerdo” (11,8 % y 6,5 %) y “de acuerdo” (7,1 % y 6,2 %), lo que confirma que la percepción de la violencia sexual está presente en todos los rangos etarios.

En relación con el nivel socioeconómico, se observa que el grupo no pobre presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (38,8 %) y “de acuerdo” (21,5 %) con las afirmaciones sobre violencia sexual contra la mujer, lo que evidencia una alta percepción en este sector y en el caso de las encuestadas en condición de pobreza, el 18,2 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 11,5 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción favorable y por su parte, en el grupo de pobreza extrema, aunque con menor representación, el 2,4 % está en “totalmente de acuerdo” y el 1,2 % en “de acuerdo”, junto con un 1,8 % de respuestas indiferentes y un 0,3 % en desacuerdo, lo que indica un menor nivel de claridad en la identificación de esta forma de violencia en este grupo.

Tabla 22

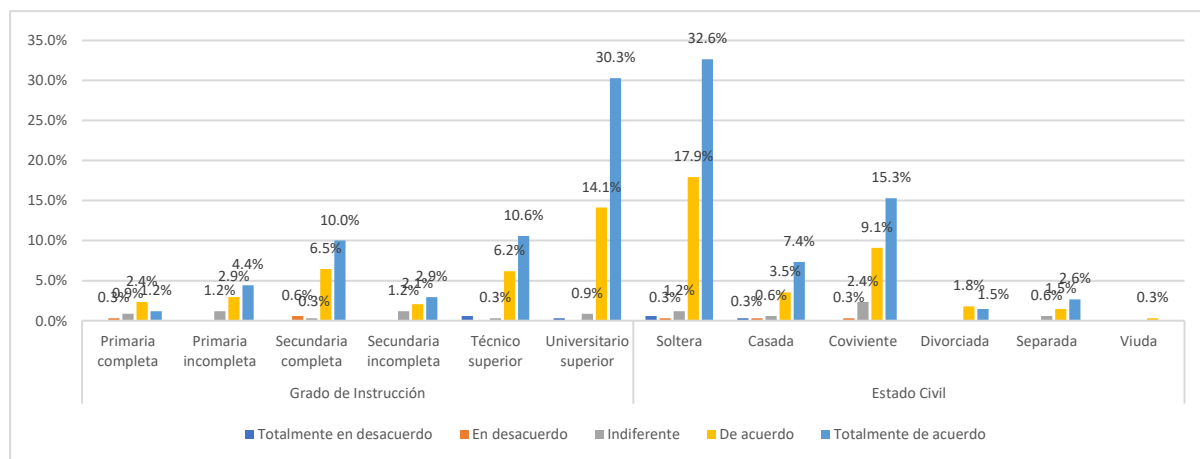
Resultados del cruce entre violencia sexual, grado de instrucción y estado civil

		Violencia sexual									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%	fí	hi%
Grado de instrucción	Primaria completa	0	0,0%	1	0,3%	3	0,9%	8	2,4%	4	1,2%
	Primaria incompleta	0	0,0%	0	0,0%	4	1,2%	10	2,9%	15	4,4%
	Secundaria completa	0	0,0%	2	0,6%	1	0,3%	22	6,5%	34	10,0%
	Secundaria incompleta	0	0,0%	0	0,0%	4	1,2%	7	2,1%	10	2,9%
	Técnico superior	2	0,6%	0	0,0%	1	0,3%	21	6,2%	36	10,6%
	Universitario superior	1	0,3%	0	0,0%	3	0,9%	48	14,1%	103	30,3%
	Total	3	0,9%	3	0,9%	16	4,7%	116	34,1%	202	59,4%
Estado civil	Soltera	2	0,6%	1	0,3%	4	1,2%	61	17,9%	111	32,6%
	Casada	1	0,3%	1	0,3%	2	0,6%	12	3,5%	25	7,4%
	Conviviente	0	0,0%	1	0,3%	8	2,4%	31	9,1%	52	15,3%
	Divorciada	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	1,8%	5	1,5%
	Separada	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	5	1,5%	9	2,6%
	Viuda	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	0	0,0%
	Total	3	0,9%	3	0,9%	16	4,7%	116	34,1%	202	59,4%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 22

Resultados del cruce entre violencia sexual, grado de instrucción y estado civil



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

En relación con el grado de instrucción, se observa que las encuestadas con nivel universitario superior presentan los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (30,3 %) y “de acuerdo” (14,1 %) con las afirmaciones que describen situaciones de violencia sexual contra la mujer, lo que evidencia que a mayor nivel educativo existe una mayor percepción de este tipo de violencia; de manera similar, en el nivel técnico superior se registra un 10,6 % en “totalmente de acuerdo” y un 6,2 % en “de acuerdo”, mientras que en secundaria completa los valores alcanzan el 10,0 % y 6,5 %, respectivamente, manteniéndose la misma tendencia y finalmente, en los niveles de primaria, aunque con menores porcentajes, también predominan las respuestas favorables; no obstante, se observa la presencia de respuestas indiferentes, lo que indica menor claridad en la identificación de esta forma de violencia en estos niveles educativos.

En cuanto al estado civil, se observa que el grupo de solteras presenta los mayores porcentajes en “totalmente de acuerdo” (32,6 %) y “de acuerdo” (17,9 %) con las afirmaciones sobre violencia sexual contra la mujer, evidenciando una mayor percepción en este grupo; además, en el caso de las convivientes, el 15,3 % se ubica en “totalmente de acuerdo” y el 9,1 % en “de acuerdo”, mostrando también una percepción favorable. Por su parte, entre las casadas, el 7,4 % está en “totalmente de acuerdo” y el 3,5 % en “de acuerdo”, registrándose

además un 0,6 % de respuestas indiferentes y niveles mínimos de desacuerdo (0,3 % y 0,3 %), lo que indica una presencia muy reducida de percepciones no favorables. En los demás estados civiles, aunque con menores proporciones, se mantiene la misma tendencia, con predominio de respuestas positivas.

Los resultados muestran que la percepción de la violencia sexual contra la mujer es alta según el estado civil, evidenciándose una clara predominancia de las respuestas en “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo” en todos los grupos, lo que refleja una percepción sólida y generalizada frente a esta forma de violencia.

5.2. Prueba de hipótesis

5.2.1. Prueba de normalidad

Para comprobar las hipótesis, primero se realizó una prueba de normalidad utilizando el test de Kolmogorov-Smirnov recomendado para muestras mayores a 50. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 23

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Estrategias de comunicación educativa	,299	340	,000
Estrategias de comunicación política	,396	340	,000
Estrategias de comunicación ciudadana	,338	340	,000
Comunicación estratégica	,173	340	,000
Percepción de la violencia contra la mujer	,177	340	,000

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Los resultados de la prueba de Kolmogorov-Smirnov muestran que las variables y dimensiones analizadas tienen un valor de significancia menor a 0,05 lo que indica que ninguna sigue una distribución normal; por lo tanto, los datos no se distribuyen normalmente, indicando que para análisis posteriores conviene utilizar métodos estadísticos no paramétricos como el Rho de Spearman.

5.2.2. Hipótesis general

Se planteó por hipótesis que la comunicación estratégica influye significativamente en la percepción de la violencia de contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 24

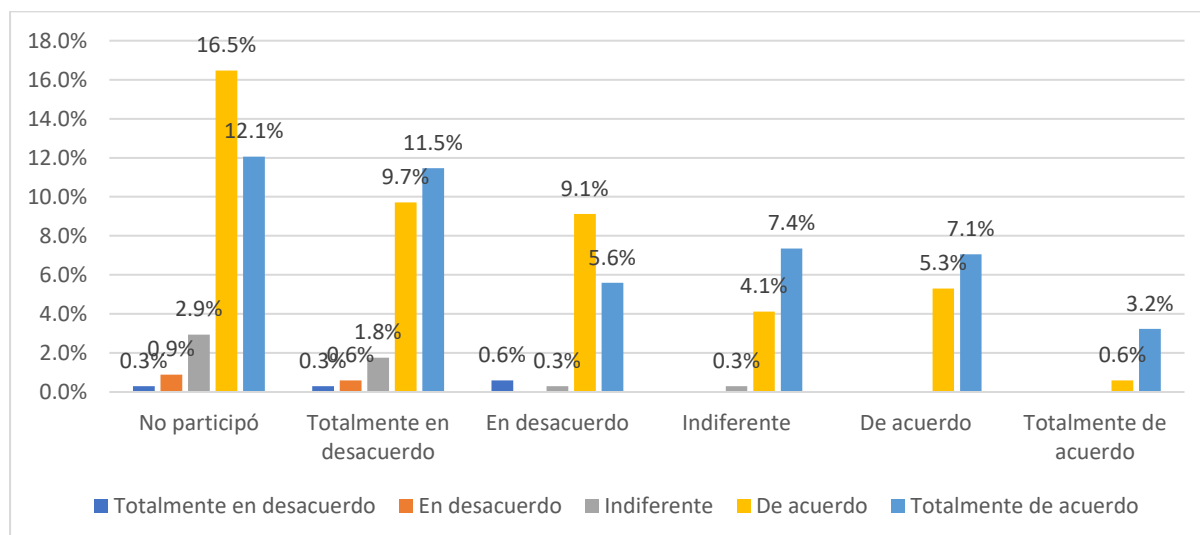
Resultados del cruce entre comunicación estratégica y violencia contra la mujer

		Percepción de la violencia contra la mujer									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Comunicación estratégica	No participó	1	0,3%	3	0,9%	10	2,9%	56	16,5%	41	12,1%
	Totalmente en desacuerdo	1	0,3%	2	0,6%	6	1,8%	33	9,7%	39	11,5%
	En desacuerdo	2	0,6%	0	0,0%	1	0,3%	31	9,1%	19	5,6%
	Indiferente	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	14	4,1%	25	7,4%
	De acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	18	5,3%	24	7,1%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	11	3,2%
	Total	4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 23

Resultados del cruce entre comunicación estratégica y percepción de la violencia contra la mujer



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Del 46,8% que estuvo totalmente de acuerdo en su percepción de violencia contra la mujer frente a diferentes circunstancias planteadas, el 12,1% no participó en actividades de comunicación estratégica, el 11,5% se mostró totalmente en desacuerdo con la comunicación

estratégica recibida, el 5,6% estuvo en desacuerdo, el 7,4% fue indiferente, el 7,1% estuvo de acuerdo y el 3,2% se declaró totalmente de acuerdo con las estrategias; del 45,3% que estuvo de acuerdo con la percepción de violencia contra la mujer en escenarios específicos, el 16,5% no participó en actividades de comunicación estratégica, el 9,7% se mostró totalmente en desacuerdo, el 9,1% estuvo en desacuerdo, el 4,1% fue indiferente y el 5,3% estuvo de acuerdo con las estrategias recibidas. En menor medida, los porcentajes de total desacuerdo, desacuerdo e indiferente respecto a la percepción de la violencia contra la mujer fueron bajos.

Estos resultados reflejan que, sin importar la participación o la postura frente a la comunicación estratégica, la mayoría de las mujeres percibe y reconoce la violencia contra la mujer en distintos escenarios planteados, destacando la efectividad de las estrategias de comunicación para visibilizar esta problemática.

A partir de ello se plantea:

Ha. “La comunicación estratégica influye significativamente en la percepción de la violencia de contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Ho. “La comunicación estratégica no influye significativamente en la percepción de la violencia de contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Tabla 25

Correlación entre las variables comunicación estratégica y violencia contra la mujer

			Comunicación estratégica	Percepción de violencia contra la mujer
Rho de Spearman	Comunicación estratégica	Coefficiente de correlación	1,000	,182**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	340	340
	Percepción de violencia contra la mujer	Coefficiente de correlación	,182**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	340	340

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

La correlación de Spearman muestra que la comunicación estratégica y la percepción de la violencia contra la mujer presentan un coeficiente positivo de 0,182 con significancia de 0,001, lo que indica que existe una relación significativa entre ambas variables, esto significa que, a mayor exposición o participación en estrategias de comunicación estratégica, mayor es el reconocimiento de la violencia contra la mujer entre las mujeres del distrito de Oropesa.

Aunque la correlación es baja pero positiva, se evidencia que las estrategias de comunicación no solo informan, sino también influyen en la percepción de la violencia, contribuyendo a su visibilización y a la sensibilización de la población femenina, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la comunicación estratégica tiene un efecto significativo en la percepción de la violencia contra la mujer, lo que resalta la importancia de fortalecer estas estrategias para promover la prevención y el reconocimiento de esta problemática social.

5.2.3. Hipótesis específica 1

Se planteó por hipótesis que las estrategias de comunicación educativa influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 26

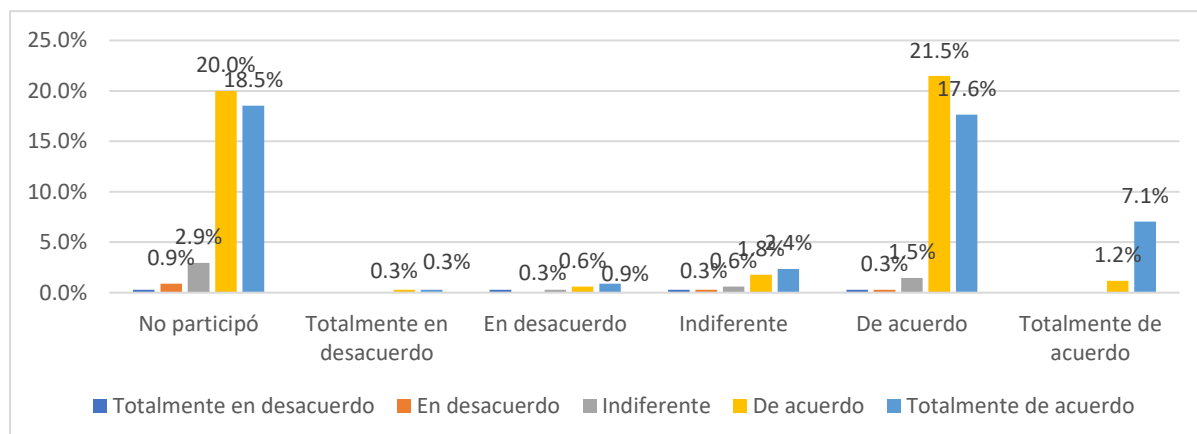
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa y violencia contra la mujer

		Percepción de la violencia contra la mujer									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		f _i	hi%	f _i	hi%	f _i	hi%	f _i	hi%	f _i	hi%
Estrategias de comunicación educativa	No participó	1	0,3%	3	0,9%	10	2,9%	68	20,0%	63	18,5%
	Totalmente en desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	1	0,3%
	En desacuerdo	1	0,3%	0	0,0%	1	0,3%	2	0,6%	3	0,9%
	Indiferente	1	0,3%	1	0,3%	2	0,6%	6	1,8%	8	2,4%
	De acuerdo	1	0,3%	1	0,3%	5	1,5%	73	21,5%	60	17,6%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	1,2%	24	7,1%
Total		4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 24

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación educativa y percepción de la violencia contra la mujer



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Del 46,8% de mujeres que manifestó estar totalmente de acuerdo con los escenarios de violencia contra la mujer, el 18,5% no participó en actividades de estrategias de comunicación educativa, el 0,3% estuvo totalmente en desacuerdo, el 0,9% estuvo en desacuerdo, el 2,4% fue indiferente, el 17,6% estuvo de acuerdo y el 7,1% se declaró totalmente de acuerdo con las estrategias recibidas. Del 45,3% que estuvo de acuerdo con la percepción de la violencia contra la mujer, el 20% no participó en actividades de comunicación educativa, el 0,3% estuvo totalmente en desacuerdo, el 0,6% estuvo en desacuerdo, el 1,8% fue indiferente, el 21,5% estuvo de acuerdo y el 1,2% se declaró totalmente de acuerdo con las estrategias recibidas.

Estos resultados muestran que la mayoría de las mujeres reconoce escenarios de violencia contra la mujer y que la participación en estrategias de comunicación educativa contribuye significativamente a su identificación, mientras que los porcentajes más bajos de desacuerdo o indiferencia reflejan una percepción minoritaria frente a esta problemática.

A partir de ello se plantea:

Ha. “Las estrategias de comunicación educativa influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Ho. “Las estrategias de comunicación educativa no influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Tabla 27

Correlación entre la dimensión estrategias de comunicación educativa y percepción violencia contra la mujer

			Estrategias de comunicación educativa	Percepción de violencia contra la mujer
Rho de Spearman	Estrategias de comunicación educativa	Coeficiente de correlación	1,000	,127*
		Sig. (bilateral)	.	,020
		N	340	340
	Percepción de violencia contra la mujer	Coeficiente de correlación	,127*	1,000
		Sig. (bilateral)	,020	.
		N	340	340

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

La correlación entre las estrategias de comunicación educativa y la percepción de la violencia contra la mujer es positiva con un coeficiente de 0,127 y un valor de significancia de 0,020. Esto indica que existe una relación significativa, aunque débil, entre la exposición a estrategias educativas y el reconocimiento de la violencia contra la mujer, es decir, las mujeres que participan o reciben estrategias de comunicación educativa tienden a percibir y reconocer en mayor medida la violencia contra la mujer en su entorno.

Dado que el valor de significancia es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula, concluyéndose que las estrategias de comunicación educativa influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.

Aunque la correlación es débil, el hallazgo refleja que la comunicación educativa cumple un papel importante en la sensibilización y percepción de las mujeres sobre la violencia de género mostrando que incluso con efectos moderados, las estrategias educativas contribuyen

a visibilizar y comprender la problemática y su fortalecimiento puede aumentar la percepción y prevención de la violencia contra la mujer.

5.2.4. Hipótesis específica 2

Se planteó por hipótesis que las estrategias de comunicación política influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco, los resultados fueron los siguientes

Tabla 28

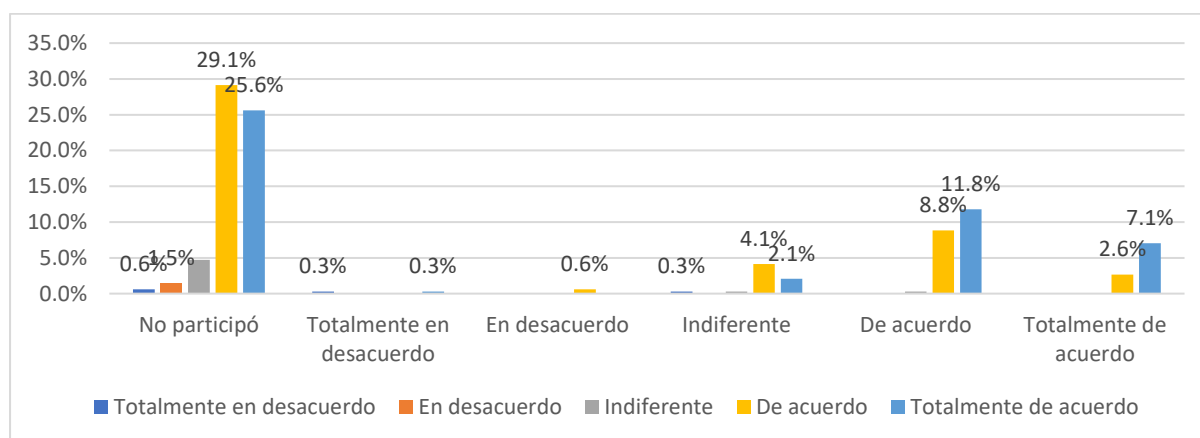
Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y percepción de violencia contra la mujer

		Percepción de violencia contra la mujer									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Estrategias de comunicación política	No participó	2	0,6%	5	1,5%	16	4,7%	99	29,1%	87	25,6%
	Totalmente en desacuerdo	1	0,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%
	En desacuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	0	0,0%
	Indiferente	1	0,3%	0	0,0%	1	0,3%	14	4,1%	7	2,1%
	De acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	30	8,8%	40	11,8%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	9	2,6%	24	7,1%
	Total	4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 25

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación política y percepción de violencia contra la mujer



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Del 46,8% de mujeres que manifestó estar totalmente de acuerdo con los diferentes escenarios de violencia contra la mujer, basadas en su percepción, el 25,6% no participó en

actividades de estrategias de comunicación política, el 0,3% estuvo totalmente en desacuerdo, el 0,6% estuvo en desacuerdo, el 2,1% fue indiferente, el 11,8% estuvo de acuerdo y el 7,1% se declaró totalmente de acuerdo con las estrategias recibidas. Del 45,3% que estuvo de acuerdo con la percepción de la violencia contra la mujer, el 29,1% no participó en actividades de comunicación política, el 0,3% estuvo totalmente en desacuerdo, el 0,6% estuvo en desacuerdo, el 4,1% fue indiferente y el 8,8% estuvo de acuerdo con las estrategias recibidas. Estos resultados reflejan que la mayoría de las mujeres percibe escenarios de violencia contra la mujer y que las estrategias de comunicación política, aunque con diferente nivel de participación, contribuyen al reconocimiento de esta problemática, mientras que los porcentajes más bajos de desacuerdo o indiferencia indican que solo una minoría no percibe o no considera relevante la violencia contra la mujer.

A partir de ello se plantea:

Ha. “Las estrategias de comunicación política influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Ho. “Las estrategias de comunicación política no influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Tabla 29

Correlación entre la dimensión estrategias de comunicación política y percepción de violencia contra la mujer

		Estrategias de comunicación política		Percepción de violencia contra la mujer
Rho de Spearman	Estrategias de comunicación política	Coefficiente de correlación	1,000	,171**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	340	340
	Percepción de violencia contra la mujer	Coefficiente de correlación	,171**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	340	340

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

La correlación entre las estrategias de comunicación política y la percepción de violencia contra la mujer es positiva con un coeficiente de 0,171 y un valor de significancia de 0,002 indicando que existe una relación significativa, aunque baja, entre la exposición a estrategias políticas y el reconocimiento de la violencia contra la mujer, indicando que las mujeres que participan o reciben información a través de estrategias de comunicación política tienden a percibir y reconocer más la violencia contra la mujer en su entorno.

Dado que el valor de significancia es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula, concluyéndose que las estrategias de comunicación política influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi.

La baja relación indica que las estrategias políticas son efectivas para visibilizar la violencia de género y fomentar la conciencia sobre esta problemática, aun cuando el efecto no es muy fuerte, estas estrategias contribuyen de manera notable a que las mujeres identifiquen y comprendan situaciones de violencia, por lo que su fortalecimiento y ampliación podría mejorar la percepción y prevención de la violencia contra la mujer en la comunidad.

5.2.5. Hipótesis específica 3

Se planteó por hipótesis que las estrategias de comunicación ciudadana influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 30

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana y percepción de violencia contra la mujer

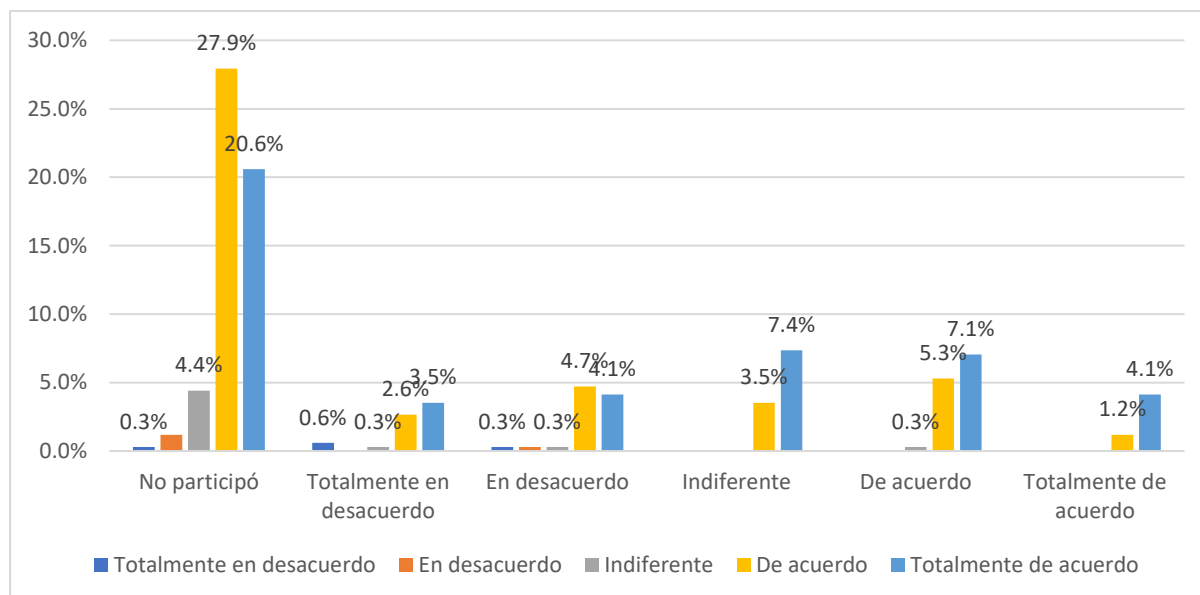
		Percepción de violencia contra la mujer									
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Estrategias de comunicación ciudadana	No participó	1	0,3%	4	1,2%	15	4,4%	95	27,9%	70	20,6%
	Totalmente en desacuerdo	2	0,6%	0	0,0%	1	0,3%	9	2,6%	12	3,5%
	En desacuerdo	1	0,3%	1	0,3%	1	0,3%	16	4,7%	14	4,1%
	Indiferente	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	12	3,5%	25	7,4%
	De acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%	18	5,3%	24	7,1%
	Totalmente de acuerdo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	1,2%	14	4,1%

Total	4	1,2%	5	1,5%	18	5,3%	154	45,3%	159	46,8%
-------	---	------	---	------	----	------	-----	-------	-----	-------

Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Figura 26

Resultados del cruce entre estrategias de comunicación ciudadana y percepción de violencia contra la mujer



Nota. Elaborado en base al cuestionario aplicado. Programa SPSS

Del 46,8% de mujeres que, según su percepción, estuvo totalmente de acuerdo con los escenarios de violencia contra la mujer, el 20,6% no participó en actividades de estrategias de comunicación ciudadana, el 3,5% se mostró totalmente en desacuerdo, el 4,1% estuvo en desacuerdo, el 7,4% fue indiferente, el 7,1% estuvo de acuerdo y el 4,1% se declaró totalmente de acuerdo con las estrategias recibidas. Del 45,3% que estuvo de acuerdo con la percepción de la violencia contra la mujer, el 27,9% no participó en actividades de comunicación ciudadana, el 2,6% se mostró totalmente en desacuerdo, el 4,7% estuvo en desacuerdo, el 3,5% fue indiferente y el 5,3% estuvo de acuerdo con las estrategias recibidas.

Estos resultados muestran que, independientemente de la participación o del nivel de acuerdo con las estrategias de comunicación ciudadana, la mayoría de las mujeres percibe la violencia contra la mujer, mientras que los porcentajes menores en desacuerdo o indiferencia reflejan que solo una minoría no percibe o no considera relevante esta problemática.

A partir de ello se plantea:

Ha. “Las estrategias comunicación ciudadana influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Ho. “Las estrategias comunicación ciudadana no influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco”.

Tabla 31

Correlación entre la dimensión estrategias de comunicación ciudadana y percepción de violencia contra la mujer

		Estrategias de comunicación ciudadana	Percepción de violencia contra la mujer
Rho de Spearman	Estrategias de comunicación ciudadana	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,206**
		N	,000
	Percepción de violencia contra la mujer	Coeficiente de correlación	340
		Sig. (bilateral)	,206**
		N	,000

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

La correlación entre las estrategias de comunicación ciudadana y la percepción de la violencia contra la mujer es positiva con un coeficiente de 0,206 y un valor de significancia de 0,000, lo que indica que existe una relación significativa y moderada entre la participación en estas estrategias y el reconocimiento de la violencia contra la mujer, indicando que las mujeres que participan o reciben información a través de estrategias de comunicación ciudadana tienden a percibir y reconocer más la violencia contra la mujer en su entorno.

Dado que el valor de significancia es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula, concluyéndose que las estrategias de comunicación ciudadana influyen significativamente en

la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi.

La baja correlación muestra que las estrategias ciudadanas son especialmente efectivas para visibilizar la violencia de género y fomentar la conciencia colectiva sobre esta problemática, comparado con las estrategias educativa y política, la comunicación ciudadana muestra el mayor efecto sobre la percepción de la violencia, lo que indica que la participación activa de las mujeres en espacios comunitarios contribuye de manera notable a identificar y comprender situaciones de violencia, reforzando la importancia de fortalecer estos canales de comunicación para promover la prevención y sensibilización en la comunidad.

5.3. Discusión de resultados

Teniendo en cuenta los resultados evidenciados en la presente investigación, se presentan los siguientes hallazgos estructurados por cada objetivo de estudio:

Respecto al objetivo general, determinar cómo influye la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, se obtuvo que dicha influencia es significativa, ya que los resultados demostraron que, a mayor exposición y participación en las estrategias de comunicación, mayor es el nivel de percepción y sensibilidad frente a la problemática. Asimismo, se halló que la significancia para las variables fue de 0,001, el cual es inferior a 0,05, donde se admite la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula; evidenciándose además un coeficiente de Rho de Spearman de 0,182, lo que demuestra una relación directa y de grado bajo. Lo que coincide con lo mencionado por Lopez (2022) en su tesis titulada “Influencia de la campaña social “No estás sola” en los aspectos cognitivos y actitudinales de las mujeres entre los 18 a 49 años de Lima Metropolitana”, donde concluyó que la influencia de dicha campaña fue directa, alta y significativa ($Rho=0,845$) para informar y cambiar actitudes. De igual forma, se alinea con la investigación de Vallejo (2018) en su trabajo “Las campañas contra la Violencia de Género en España. Evaluación y diagnóstico”,

quien determinó que las campañas tienen un impacto positivo en la concientización, aunque su efectividad varía según las herramientas utilizadas.

Respecto al primer objetivo específico, describir la influencia de las estrategias de comunicación educativa en la percepción de la violencia contra la mujer, se obtuvo que estas influyen de manera significativa, puesto que el 41,2% de las encuestadas que participaron en talleres se mostraron "de acuerdo" con estas acciones. Se halló una significancia de 0,020, menor al margen de 0,05, lo que permite aceptar la hipótesis específica 1, con un coeficiente de correlación de $Rho = 0,127$. Estos resultados guardan coherencia con lo expuesto por Chavarry y Rojas (2019) en la investigación "Percepciones de las mujeres sobre violencia intrafamiliar, Pacanguilla 2018", realizada en La Libertad, donde concluyeron que es imperativo que las instituciones educativas introduzcan este tema para corregir percepciones equivocadas. Asimismo, coincide con Closkey y Méndez (2009), autores de "Estrategia de mercadotecnia social para la fundación convivencia sin violencia" quienes hallaron que las estrategias de mercadotecnia social son efectivas para sensibilizar y fomentar cambios de comportamiento positivos.

Respecto al segundo objetivo específico, analizar la influencia de las estrategias de comunicación política en la percepción de la violencia contra la mujer, se determinó que su influencia es significativa, logrando que las mujeres participantes reconozcan mejor la problemática. La prueba estadística arrojó una significancia de 0,002, permitiendo admitir la hipótesis específica 2, con un coeficiente de $Rho = 0,171$. Sin embargo, se observó que un 61,5% de la población aún no participa en estos espacios. Al respecto, se contrasta con Barahona (2015) en su tesis "Diseño de un modelo de gestión de marketing social, para la unidad judicial de violencia contra la mujer y la familia de la ciudad de Riobamba", realizada en Ecuador, donde visibilizó que el desconocimiento institucional limita el impacto de la gestión social, situación similar a la baja participación hallada en Oropesa. También se

relaciona con Sánchez (2021) en su estudio “Estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el Centro de Emergencia Mujer en la violencia de género en mujeres de la asociación Avequimackic”, desarrollado en Arequipa, quien concluyó que existe un vínculo significativo entre las estrategias de comunicación para el desarrollo y la violencia de género.

Respecto al tercer objetivo específico, identificar la influencia de las estrategias de comunicación ciudadana en la percepción de la violencia contra la mujer, se halló que esta dimensión presenta el mayor efecto sobre la percepción, siendo la herramienta más potente para visibilizar la problemática. La significancia fue de 0,000, por tanto, se acepta la hipótesis específica 3, con un coeficiente de Rho de 0,206. En tal sentido, se contrasta con la investigación de Molina (2021) en su trabajo “Representaciones de violencia basada en género de mujeres víctimas en la provincia del Cusco”, quien afirma que estas representaciones requieren del reconocimiento y visibilización pública para generar un cambio real. De igual manera, se vincula con Lazo y Gavidia (2023) en su investigación “Experiencia de mujeres víctimas de violencia de pareja de diversas provincias del Cusco”, donde destacaron que la visibilización de los distintos tipos de agresión es necesaria para romper el ciclo de violencia, validando la importancia de los espacios de participación ciudadana hallada en este estudio.

CONCLUSIONES

Primera.

La comunicación estratégica materializada a través de la estrategia de comunicación educativa, la estrategia de comunicación política y la estrategia de comunicación ciudadana promueve procesos de interacción que facilitan la toma de decisiones, el empoderamiento y la eliminación a los estereotipos de género normalizados, además, se relaciona directa y significativamente con la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa; esta relación incide directamente en la visibilización de la problemática y en la capacidad de las mujeres para identificar agresiones en su entorno cotidiano. Esta aseveración es validada por el resultado estadístico del coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,182 con un p-valor significativo de 0,001.

Segunda.

Las estrategias de comunicación educativa implementadas mediante capacitaciones, principalmente talleres y video debates, son significativas para identificar conductas de violencia; sin embargo, tienen un alcance limitado debido a que solo 42,6% de las mujeres participa activamente, esta situación no permite un impacto masivo en las mujeres jóvenes, quienes presentan son las que presentan menores índices de asistencia, asimismo, esta situación repercute directamente en la percepción de la violencia que a su vez identifica conductas de violencia que se normalizaban anteriormente. Esta conclusión es validada por el resultado estadístico del coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,127 con un p-valor significativo de 0,020

Tercera.

La implementación de estrategias de comunicación política, a través de foros y audiencias públicas, afianza el diálogo democrático y el posicionamiento de la problemática

de la violencia contra la mujer en la agenda pública local; de esta manera, se articulan las demandas ciudadanas con los compromisos institucionales estatales. Sin embargo, el 61,5% de la población no participa en estos espacios, este aspecto limita el impacto del mensaje y la construcción de consensos. Estadísticamente esta aseveración es validada por el resultado estadístico del coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,171 con un p-valor significativo de 0,002

Cuarta.

La contribución de las estrategias de comunicación ciudadana se centra en la implementación de movilizaciones y ferias informativas, considerándose los canales más potentes para transformar actitudes y romper el ciclo de normalización de la violencia contra la mujer. En ese sentido la participación activa en estos espacios aporta a una mayor percepción de las agresiones físicas, psicológicas, económicas y sexuales, coadyuvando a la sensibilización colectiva; resultados validados por el resultado estadístico del coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,206 con un p-valor significativo de 0,000

RECOMENDACIONES

Primera.

Recomendar a la Municipalidad Distrital de Oropesa, a través de sus dependencias responsables de la prevención de la violencia contra la mujer, diseñar e implementar un plan de comunicación estratégica integral con enfoque de género que active las siguientes acciones: a) la reestructuración de canales institucionales, implementando narrativas que desafíen los estereotipos machistas en los espacios estratégicos de mayor concurrencia del distrito, b) Realización de jornadas de capacitación obligatoria para funcionarios y líderes locales para la identificación y prevención de la violencia contra la mujer, y c) Actividades de movilización masiva como concursos de proyectos, ferias de servicios e iniciativas ciudadanas que promuevan una cultura preventiva de violencia contra la mujer en las comunidades de Huasao, Pinagua y Choquepata.

Segunda.

Implementar talleres permanentes y espacios de fortalecimiento de capacidades en los comités del Programa Vaso de Leche, instituciones educativas y programas de fortalecimiento de capacidades para mujeres en el distrito de Oropesa; asimismo, priorizar la elaboración de material audiovisual didáctico diseñado específicamente para mujeres, con el objetivo de identificar y denunciar agresiones económicas, sexuales, psicológicas y físicas que actualmente se mantienen invisibilizadas en el entorno familiar.

Tercera.

Se recomienda llevar a cabo audiencias públicas y foros descentralizados en las plazas de las comunidades de Pinagua, Huasao y Choquepata, en lugar de centralizarlos en la capital del distrito. La implementación debe incluir la firma de actas de compromiso de cumplimiento inmediato, donde se establezcan mecanismos directos de protección para

mujeres del distrito de Oropesa, considerando, para la convocatoria, visitas domiciliarias de las autoridades y funcionarios responsables.

Cuarta.

Impulsar la realización de movilizaciones ciudadanas y ferias informativas itinerantes con periodicidad mensual, de forma descentralizada. Al ser esta la herramienta de mayor impacto de acuerdo a nuestra investigación, su ejecución debe consistir en la instalación de módulos de atención y orientación legal en espacios públicos, utilizando festivales temáticos para romper el ciclo de normalización de la violencia contra la mujer, asegurando que la información sobre rutas de denuncia llegue de forma efectiva a la población femenina que aún no participa en estas actividades.

Referencias bibliográficas

- Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la comunicación y la información. Universidad de Murcia.
[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Agualongo, D. & Garcés, A. (2020). El nivel socioeconómico como factor de influencia en temas de salud y educación. *Vínculos-ESPE*, 5(2), 19–27.
<https://doi.org/10.24133/vinculosespe.v5i2.1639>
- Alcaide, M. (1984). El concepto de estrategia y las matrices de «portfolio». *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 13(45), 451–524. Universidad de Sevilla.
https://aeca.es/old/refc_1972-2013/1984/45-1.pdf
- Alfaro Moreno, R. M. (1993). La comunicación como relación para el desarrollo. En *Una comunicación para otro desarrollo* (pp. 27-39). Calandria
<https://share.google/KYlKXybEzikh9kw1C>
- Andrade, N. (2023). Percepción de la violencia de género en mujeres víctimas de violencia familiar que acuden al Centro de Emergencia Mujer – Lima, 2022 [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/3356/Andrade%20Rojas%2c%20N.%20C.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, J. (2021). Diseño y Metodología de la Investigación. ENFOQUES CONSULTING EIRL. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Arribas, A., Herrera, R., & Pérez, R. (2017). Nueva teoría estratégica: Repensando la estrategia desde la comunicación. ISBN 978-9942-752-08-6.
https://razonypalabraeditorial.com/wp-content/uploads/2020/03/nte_book.pdf

Arriola, S. & Frisancho C. (2022). Violencia de pareja contra las mujeres de Cachimayo, Anta – Cusco – 2022 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/119428/Arriola_OSC-Frisancho_SCI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Asamblea General de las Naciones Unidas. (1993). Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer (Resolución 48/104).

https://www.un.org/es/events/endviolenceday/pdf/Declaration_on_the_Elimination_of_Violence_against_Women.pdf

Barahona, L. (2015). Diseño de un Modelo de Gestión de Marketing Social, para la Unidad Judicial de Violencia contra la Mujer y la Familia de la ciudad de Riobamba; provincia de Chimborazo, período 2014 – 2015 [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo] Dirección de Bibliotecas y Recursos para el Aprendizaje e Investigación. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/6400>

Beltrán, L. R. (1981). Adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". Comunicación y Sociedad, (6), 5-35 <https://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>

Boscán, P. A. (2024). Percepción femenina venezolana sobre la violencia de género. Sistemas Humanos, 4(2), 135-153. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15001661>

Capriotti, P. (2021). Estrategia de comunicación (1.^a ed.). www.dircommap.com

Castañeda, M. (2005). Comunicación y desarrollo local. Calandria.

<https://es.scribd.com/document/64572050/CALANDRIA-Comunicacion-y-Desarrollo-Local>

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL). (2006). Comunicación estratégica para las organizaciones. CIESPAL.

ISBN 9978-5504-1. Quito, Ecuador.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49488.pdf>

Challco, D. (2021). Violencia familiar y resiliencia en madres de la comunidad campesina de Quiquijana-Cusco, 2020-2021 [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Ica] Repositorio de la Universidad Autónoma de Ica.

<https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/20.500.14441/905/1/Dania%20Challco%20Mayhuire.pdf>

Chavarry, Y. & Rojas, M. (2019). Percepciones de las mujeres sobre violencia intrafamiliar, Pacanguilla 2018 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo] Repositorio de la Universidad Nacional de Trujillo.

<https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c55affdc-1258-4fb9-baa9-a0324a2e3fa5/content>

Closkey, C. & Méndez, J. (2009). Estrategia de mercadotecnia social para la fundación convivencia sin violencia Bolívar [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de México] Repositorio de la Universidad Nacional Autónoma de México. <https://hdl.handle.net/20.500.14330/TES01000642387>

Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (CONAVIM). (2018). Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (versión en braille, macrotipos y lectura fácil). CONAVIM. <https://www.gob.mx/conavim>

Consejo de Europa. (2011). Council of Europe Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence (Council of Europe Treaty Series No. 210). Istanbul, 11 May 2011. <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list?module=treaty-detail&treaty-num=210>

- Contreras, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, (35), 152–181. Universidad del Norte.
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- De Lorenzo Salvador, M. (2014). Comunicación Estratégica VS. Estrategia de la Comunicación: Las dos caras de una misma moneda [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Rey Juan Carlos]. Facultad de Ciencias de la Comunicación
<https://burjcdigital.urjc.es/server/api/core/bitstreams/609ccf17-7cc5-0c23-e053-6f19a8c0ba23/content>
- Espinar, E., Frau, C., González, M., & Martínez, R. (2006). Introducción a la sociología de la comunicación. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alicante.
<https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/0df12dfc-192f-4e87-9a73-c1865437150c/content>
- Fernández Monroy, M. F. (2025). Factores culturales y psicosociales en la violencia de género doméstico en Chipaque. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica*, 5(3), 3227–3241. <https://doi.org/10.61384/r.c.a..v5i3.1394>
- Fernández Sancho, G., Palomino Coila, M., & Zegarra Ugarte, S. J. (2021). Factores socioculturales y su incidencia en la violencia contra la mujer en casos atendidos del Centro Emergencia Mujer Huancané. *Revista de Investigaciones Interculturales*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.54405/rii.1.1.8>
- Galan, D. & Rodriguez, N. (2024). Violencia de género y cambio social. *Revista Publicando*, 11(44), 85-96. <https://doi.org/10.51528/rp.vol11.id2462>
- García, C. (2000). Violencia contra la mujer: Género y equidad en la salud. Harvard Center for Population and Development Studies, Harvard School of Public Health.
<https://www.uv.mx/ouvmmujeres/files/2017/10/Garcia-Moreno-Claudia-2000-Violencia-contra-la-mujer.pdf>

Garrido, F. (2017). Comunicación estratégica.

https://www.researchgate.net/publication/31735796_Comunicacion_estrategica_FJ_Garrido_M

Gómez, I., Dierssen, T., Palazuelos, C., Guevara, M., Fernández, G., Castaño, G., & Pollán, M. (2020). Cambios en el nivel socioeconómico individual y contextual: influencia en el comportamiento reproductivo de mujeres españolas en el estudio MCC-España.

BMC Women's Health, 20(72). <https://doi.org/10.1186/s12905-020-00936-4>

Guerrero, L. (2005). Manual del comunicador rural descentralista. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Programa Desarrollo Local. Lima, Perú.

<https://es.scribd.com/document/445331336/MANUAL-DEL-COMUNICADOR-RURAL-DESCENTRALISTA-Fasciculo-03>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a

ed.). McGraw-Hill Education <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Hernandez, F. (2002). Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales. BÚHO.

Howe, D., Galobardes B., Matijasevich, A., Gordon, D., Johnston, D., Onwujekwe, O., Patel, R., Webb, E., Lawlor, D., Hargreaves, J. Medición de la posición socioeconómica para estudios epidemiológicos en países de ingresos bajos y medios: un artículo sobre métodos de medición en epidemiología, *International Journal of Epidemiology* , Volumen 41, Número 3, junio de 2012, páginas 871–886, <https://doi.org/10.1093/ije/dys037>

Huici, C., Molero, F., Gómez, A. & Morales, J. (2012). Psicología de los grupos. Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://es.slideshare.net/slideshow/huici-psicologiadelosgrupospdf/262317811>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2010). Encuesta nacional de uso del tiempo 2010. <https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgignd/planes/mimdes-inei-encuestanacional-uso-tiempo.pdf>
- Kelman, H. C. (2006). Interests, relationships, identities: Three central issues for individuals and groups in negotiating their social environment. *Annual Review of Psychology*, 57(1), 1-26.
- Kotler, P. & Armstrong, G (2017). *Marketing* (16th ed.). Pearson Hispano America
Contenido. <https://utp.vitalsource.com/books/9786073238618>
- Lazo, V. & Gavidia, V. (2023). Experiencia de mujeres víctimas de violencia de pareja de diversas provincias del Cusco [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/672351/Lazo_OV.pdf?sequence=18&isAllowed=y
- León Duarte, Gustavo A.. (2006). Características estructurales de la producción ALAIC. Una aproximación al conocimiento comunicativo del GT-17. *Comunicación y sociedad*, (6), 131-158. Recuperado en 26 de abril de 2026, de
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2006000200131&lng=es&tlng=.
- Ley 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar. (2015, 23 de noviembre). Congreso de la Republica.
Diario El Peruano 567008.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3349706/Ley%20N%C2%BA%2030364.pdf>

- López Cabanillas, C. V. (2022). Influencia de la campaña social "no estás sola" en los aspectos cognitivos y actitudinales de las mujeres entre los 18 a 49 años de Lima Metropolitana [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8a7298f4-4f4f-4266-b8ef-ca12104bdcb9/content>
- López Mera, L. I., Intriago Intriago, L. D., Hernández Ponce, E. A., Zambrano Zambrano, N. L., & Castro Coello, R. L. (2022). El proceso comunicativo como elemento sustancial en la nivelación de carrera del instituto de admisión y nivelación de la Universidad Técnica de Manabí. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 1774-1791. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1995
- Manzano Mier, M. (2006). Introducción a la percepción: (ed.). Editorial Félix Varela.
<https://elibro.net/es/ereader/utpbiblio/71808?page=1>
- Marcano, A. y Palacios, Y. (2017). Violencia de género en Venezuela. Categorización, causas y consecuencias. *Comunidad y Salud*, 15(1), 73-85.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=375752386009>
- Martín Serrano, M., Piñuel Raigada, J. L., Gracia Sanz, J., & Arias Fernández, M. A. (1982). Teoría de la comunicación (2.^a ed., Vol. VIII de Cuadernos de la Comunicación). Madrid. https://www.uv.mx/personal/paguirre/files/2011/05/teoria-de-la-comunicacion.libro_.pdf
- Massoni, S., & Pérez, R. A. (2008). La nueva teoría estratégica. 14 de noviembre de 2008.
<https://octavioislas.com/wp-content/uploads/2011/08/2008-11-18-rafael-alberto-pc3a9rez-y-sandra-massoni-hacia-una-teorc3ada-general-de-la-estrategia.pdf>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (2017). Violencia basada en género: marco conceptual para las políticas públicas y acción del Estado.

- https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles-322244_archivo_pdf_violencia_basada_genero_mujer.pdf
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2016). Violencia basada en género: Marco conceptual para las políticas públicas y la acción del Estado. Primera edición.
- Merleau-Ponty, M. (1993). Fenomenología de la percepción (J. Cabanes, Trad.). Editorial Planeta-De Agostini. https://monoskop.org/images/9/9b/Merleau-Ponty_Maurice_Fenomenologia_de_la_percepcion_1993.pdf
- Molina Cardenas, M. A. (2021). Representaciones de violencia basada en género de mujeres víctimas en la provincia del Cusco [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco] Repositorio de la Universidad Andina del Cusco. <https://repositorio.uandina.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/81ec5527-c613-4c24-b793-0bd9db12df76/content>
- Molina Sandoval, R. (2022). Edad como categoría analítica instrumental para la investigación. https://www.ciisder.mx/images/revista/contraste-regional-19/no19_03_Edad_como_categoria_analitica_instrumental_para_la_investigacion.pdf
- Montoya K. y Galindo J. (2025). Violencia contra la mujer: factores causales y consecuencias. Revista Espacios. Vol. 46(01) <https://www.revistaespacios.com/a25v46n01/25460113.html>
- Moreno Valdivia, A. (2006). La lucha contra la violencia de género. Temas sociales, (27), 275-300. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152006000100010
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J. y Romero Delgado, H. E. (2018). Metodología de la investigación: Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis. Ediciones de la U. https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf

- ONU Mujeres. (2024). La violencia de género según la ONU. Naciones Unidas Para Europa Occidental - España. <https://unric.org/es/la-violencia-de-genero-segun-la-onu/>
- ONU Mujeres. (2024). Preguntas frecuentes: Tipos de violencia contra las mujeres y las niñas. <https://www.unwomen.org/es/articulos/preguntas-frecuentes/preguntas-frecuentes-tipos-de-violencia-contra-las-mujeres-y-las-ninas>
- Organización de las Naciones Unidas. (1993). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*.
<https://www.ohchr.org/sites/default/files/eliminationvaw.pdf>
- Peña Mora, A. (2024). Prevalencia y factores asociados a la violencia familiar en mujeres quechuahablantes residentes en el distrito de Oropesa, Quispicanchis, 2024 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco] Repositorio de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/9129/253T20240563_TC.pdf?sequence=1
- Peter, R. (2018). Percepción y perspectiva: vicios (distorsiones) e inversiones de nuestra visión de la realidad humana y de sus valores debido a la percepción y sus alteraciones. Correlatos. Investigación multi e interdisciplinaria sobre familia.
https://www.upaep.mx/templates/cefás/docs/03_percepcion_perspectiva.pdf
- Quispe Quilluya T. S. (2021) Relación entre el grado de instrucción y la incidencia de actos sub estándar en los trabajadores de la empresa comunal San Santiago de Chilcaymarca, Arequipa 2020. [Título de pregrado. Universidad Tecnológica del Perú].
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5559/T.Quispe_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ríos Pacheco, E. F., Páez Quintana, H. A., & Barbosa Trigos, J. F. (2020). Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento. Red Iberoamericana de Pedagogía (REDIPE). ISBN 978-1-951198-46-6. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2023). Comportamiento Organizacional (18th ed.). Pearson Hispano America Contenido. <https://utp.vitalsource.com/books/9786073259224>
- Rodríguez Garay, R.,(2012). La influencia negociada en las organizaciones. Invenio, 15(28), 65-90. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=87724141006>
- Rodríguez Medina, Guillermo; Balestrini, Solange; Balestrini, Sara; Meleán, Rosana; Rodríguez, Belkis (2002). “Análisis Estratégico del Proceso Productivo en el Sector Industrial”. Revista de Ciencias Sociales. Vol. VIII. No. 1 Enero-Abril. Páginas 135-156. Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela.
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28080109.pdf>
- Salazar, J. (1992). El estado civil: naturaleza, características, especies y consecuencias [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional Autónoma de México.
<https://tesiunamdocumentos.dgb.unam.mx/pmig2016/0178471/0178471.pdf>
- Sánchez-Márquez, N. I. (2019). Sensación y percepción: una revisión conceptual (Generación de contenidos impresos N.º 12). Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
<https://doi.org/10.16925/gcnc.11>
- Sánchez, L. G. M. (2021). Estrategias de comunicación para el desarrollo aplicadas por el Centro de Emergencia Mujer en la violencia de género en mujeres de la Asociación Avequimakicc, Arequipa, 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/10695>
- Valderrama, S. (2015). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: Cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial San Marcos.

<https://es.scribd.com/document/457083248/Santiago-Valderrama-Proyecto-de-investigacion-de-enfoque-cuantitativo>

Valera, N. (2008). Feminismo para principiantes. B, S. A.

<https://www.smujerescoahuila.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Historia-Feminismo.pdf>

Vallejo, I. (2018). Las Campañas contra la Violencia de Género en España. Evaluación y diagnóstico [Tesis de fin de grado, Universidad de Valladolid] Repositorio Documental de la Universidad de Valladolid.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/34470/TFG-E-664.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.

<https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Venegas Linguithy, Y. Y. (2026). Clasificación de estrategias de comunicación para el desarrollo [Diapositivas de clase]. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Venegas Linguithy, Y. Y. (2025). Guía para elaborar un plan de comunicación estratégica. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Vos Obeso, R. (2012). Tradiciones y culturas: Cómplices de las violencias contra las mujeres. *Investigación y Desarrollo*, 20(1), 122–130.

Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia de la investigación

Título: Influencia de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de

Quispicanchi, Cusco – 2025

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES
PROBLEMA GENERAL PG: ¿Cómo influye la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025?	OBJETIVO GENERAL OG: Determinar la influencia de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.	HIPÓTESIS GENERAL HG: La comunicación estratégica influye significativamente en la percepción de la violencia de contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.	VARIABLE INDEPENDIENTE: Comunicación estratégica Dimensiones: ▪ Estrategias de comunicación educativa ▪ Estrategias de comunicación política ▪ Estrategias de comunicación ciudadana
PROBLEMAS ESPECÍFICOS PE 1: ¿Cómo influye las estrategias de comunicación educativa en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025? PE 2: ¿Cómo influye las estrategias de comunicación política en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025? PE 3: ¿Cómo influye las estrategias de comunicación ciudadana en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025?	OBJETIVOS ESPECÍFICOS OE 1: Describir la influencia de las estrategias de comunicación educativa en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco. OE 2: Analizar la influencia de las estrategias de comunicación política en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco. OE 3: Identificar la influencia de las estrategias de comunicación ciudadana en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS HE 1: Las estrategias de comunicación educativa influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco. HE 2: Las estrategias de comunicación política influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco. HE 3: Las estrategias comunicación ciudadana influyen significativamente en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco.	VARIABLE DEPENDIENTE: Violencia contra la mujer Dimensiones: ▪ Violencia física ▪ Violencia psicológica ▪ Violencia económica ▪ Violencia sexual
			VARIABLE INTERVINIENTE: Rasgos socioeconómicos Dimensiones: ▪ Edad ▪ Nivel socioeconómico ▪ Grado de instrucción ▪ Estado civil

JUSTIFICACIÓN	MÉTODO	UNIVERSO POBLACIÓN Y MUESTRA
La investigación "Influencia de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco – 2025". Elegida por la preocupación creciente en Oropesa, donde los estereotipos de género y las normas culturales perpetúan la desigualdad, esta investigación aborda un vacío teórico al enfocarse en un contexto rural y culturalmente específico. En cambio, el diseño descriptivo correlacional permitirá explorar cómo la comunicación estratégica impacta en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa. Evaluando dimensiones como: la estrategia de movilización ciudadana y la estrategia de producción de material informativo y educativo; por tanto, determinarán patrones que ayudarán a desarrollar estrategias efectivas. La violencia contra la mujer, exacerbada por estereotipos de género y la falta de acceso a recursos, afecta profundamente a las mujeres de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco. La comunicación estratégica puede cambiar percepciones, desmontar estereotipos y promover una cultura de igualdad y respeto. Proporcionando información sobre derechos y recursos, estas campañas empoderan a las mujeres para reconocer y denunciar la violencia, contribuyendo a una sociedad más equitativa y justa.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN Hipotético deductivo tomará como punto de partida general la comunicación estratégica sobre la percepción en la violencia contra la mujer y concluirá en una verdad. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN Responde al enfoque cuantitativo, por cuanto es analítico, hace uso de la estadística y plantea hipótesis. Con la aplicación de este enfoque implicará medir y estimar cuál es la influencia de la comunicación estratégica en la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa. NIVEL DE INVESTIGACIÓN El nivel de investigación correlacional, debido a que se pretende ver cómo se comporta la percepción de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa, conociendo el comportamiento de la comunicación estratégica, pretendiendo determinar si están relacionados o no luego de analizar las variables. TIPO DE INVESTIGACIÓN Tipo de investigación básica, ya que se busca aportar a las teorías científicas considerando el problema de la investigación. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Corresponde al diseño no experimental por cuanto no se manipulan las variables de manera deliberada, orientado a no variar las variables de comunicación estratégica y percepción de la violencia contra la mujer para observar y determinar la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente. Por tanto, solamente se observará los fenómenos que ocurran.	POBLACIÓN Corresponde a un total 2895 mujeres del distrito de Oropesa, provincia de Quispicanchi, Cusco. Se consideró a mujeres de 15 a 55 años de edad. MUESTRA La muestra está constituida por 340 mujeres. Asimismo, dicha muestra responde a personas que comprenden y pueden responder adecuadamente sobre la percepción de violencia contra la mujer. TÉCNICAS Y INSTRUMENTOS Técnica: Encuesta como una modalidad que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas. Su elaboración debe tener en cuenta la formulación del problema, los objetivos, la hipótesis y las variables. Instrumento: Cédula de cuestionario, formulará un conjunto sistemático de preguntas escritas utilizando principalmente preguntas cerradas tanto dicotómicas como politómicas. MÉTODO ESTADÍSTICO Sobre la hipótesis se utilizará el coeficiente de correlación de Spearman para medir la intensidad y la orientación que existe entre las variables.

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Comunicación estratégica	La comunicación como aquel modelo que se caracteriza por tener un enfoque integrador, ya que abarca a la comunicación interna, interinstitucional, y externa; asimismo, cada una de estas tiene su problema, la transformación deseable paralela a los objetivos de la organización y, finalmente, se mantiene su importancia en cada espacio. (Massoni y Pérez, 2008)	La implementación de la comunicación estratégica es incidir en un determinado público, ya que la comunicación forma parte esencial para lograr el cambio de la población, y se ejecuta a estrategias. (Oficina Regional Andina de Pan Para el Mundo, 2019)	Estrategias comunicación educativa	- Talleres participativos - Video debates
			Estrategias de comunicación política	- Foros - Audiencias públicas
			Estrategias de comunicación ciudadana	- Caravanas ciudadanas - Festivales temáticos
Violencia contra la mujer	Se refiere a la vulneración de los derechos humano y son además cualquier tipo de acto que vulnere o tenga la intención de causar daño a una mujer, y puede acontecerse en un espacio privado o público. (Organización de las Naciones Unidas, 1993, art. 4).	Se define a la violencia contra la mujer (VCM) como todo comportamiento que tenga la intención o como resultado, el daño de carácter físico, sexual o psicológico, además que esta se puede desarrollar en diferentes contextos y esta misma problemática afecta a todos los países del mundo. (Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing, 1995)	Violencia física	- Daño - Integridad corporal
			Violencia psicológica	- Humillación - Daños psíquicos
			Violencia económica	- Recursos económicos - Patrimonio
			Violencia sexual	- Consentimiento - Acoso sexual
Rasgos socioeconómicos de las mujeres	El nivel socioeconómico consiste en aquella evaluación integral que toma dos aspectos fundamentales: aspectos económicos y sociológicos. Incluso permite a la persona determinar a partir de ello su formación profesional. (Howe et al., 2012)	El nivel socioeconómico de una persona se refiere específicamente a sus características individuales como sus ingresos, nivel educativo u ocupación. (Gómez et al., 2020)	Edad	- Grupo etario
			Nivel socioeconómico	- Pobre extremo - Pobre - No pobre
			Grado de instrucción	- Primario - Secundario - Superior
			Estado civil	- Soltera - Casada - Conviviente

Anexo 3. Cuestionario



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABADEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Hola, mi nombre es Jimmy Laura Amat, estoy realizando la investigación: "INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA PERCEPCIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN EL DISTRITO DE OROPESA, PROVINCIA DE QUISPICANCHI, CUSCO - 2025", a fin de obtener mi título profesional, para ello, requiero de tu colaboración para responder a las siguientes preguntas que te formularé.
La información recabada será de uso exclusivo para esta investigación guardando la confidencialidad y secreto de identidad. Pido tu valiosa colaboración para llenar este cuestionario pidiendo que sean las más sinceras posibles, gracias. Comencemos.

P0 N° de cuestionario: _____
(1)(2)(3)

I. RASGOS SOCIOECONÓMICOS

P1 Edad:

- | | |
|------------|-----|
| 15-25 años | (1) |
| 26-35 años | (2) |
| 36-45 años | (3) |
| 46-55 años | (4) |

P2 Sexo:

- | | |
|-----------|-----|
| Femenino | (1) |
| Masculino | (2) |

P3 Nivel socioeconómico:

- | | |
|---------------|-----|
| No pobre | (1) |
| Pobre | (2) |
| Pobre extremo | (3) |

P4 Grado de instrucción:

- | | |
|------------------------|-----|
| Primaria completa | (1) |
| Primaria incompleta | (2) |
| Secundaria completa | (3) |
| Secundaria incompleta | (4) |
| Técnico superior | (5) |
| Universitario superior | (6) |

P5 Estado civil

- | | |
|-------------|-----|
| Soltera | (1) |
| Casada | (2) |
| Conviviente | (3) |
| Divorciada | (4) |
| Separada | (5) |
| Viuda | (6) |

II. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

P6 ¿Usted asistió a talleres participativos en el distrito de Oropesa sobre temas de prevención de la violencia contra la mujer?

- | | |
|----|-----|
| Sí | (1) |
| No | (2) |

P7 ¿Considera usted que los talleres participativos ayudan a entender qué es la violencia contra la mujer?

- | | |
|--------------------------|-----|
| Totalmente en desacuerdo | (1) |
| En desacuerdo | (2) |
| Indiferente | (3) |
| De acuerdo | (4) |
| Totalmente de acuerdo | (5) |

**Si en caso su respuesta es NO pase a la pregunta 10*

P8 En los talleres participativos a los que asistió ¿Se reprodujeron videos sobre temas relacionados a violencia contra la mujer?

- Si (1)
No (2)

P9 ¿Usted se sintió más preparada para identificar situaciones de violencia contra la mujer en su vida cotidiana?

- Totalmente en desacuerdo (1)
En desacuerdo (2)
Indiferente (3)
De acuerdo (4)
Totalmente de acuerdo (5)

P10 ¿Usted participó en foros o audiencias públicas respecto a temas relacionado con la violencia contra la mujer?

- Si (1)
No (2)

**Si en caso su respuesta es NO pase a la pregunta 13*

P11 Con la información recibida ¿Le permitió identificar que la violencia contra la mujer es una problemática en el distrito de Oropesa?

- Totalmente en desacuerdo (1)
En desacuerdo (2)
Indiferente (3)
De acuerdo (4)
Totalmente de acuerdo (5)

P12 ¿Considera que la Organización de Mujeres del distrito de Oropesa ayuda a visibilizar temas relacionados a violencia contra la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
En desacuerdo (2)
Indiferente (3)
De acuerdo (4)
Totalmente de acuerdo (5)

P13 ¿Usted participó en movilizaciones ciudadanas sobre la prevención de la violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa?

- Si (1)
No (2)

**Si en caso su respuesta es NO pase a la pregunta 15*

P14 ¿Cree usted que las movilizaciones ciudadanas son espacios clave para percibir e involucrarse en la lucha contra la violencia hacia la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
En desacuerdo (2)
Indiferente (3)
De acuerdo (4)
Totalmente de acuerdo (5)

P15 ¿Usted participó en ferias informativas referente a temas relacionados a violencia contra la mujer en el distrito de Oropesa?

- Si (1)
No (2)

**Si en caso su respuesta es NO pase a la pregunta 18*

P16 ¿Reconoce usted con mayor claridad que situaciones constituyen violencia contra la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
En desacuerdo (2)
Indiferente (3)
De acuerdo (4)
Totalmente de acuerdo (5)

P17 A partir de la información recibida ¿Puede identificar situaciones de violencia que antes las normalizaba?

- Totalmente en desacuerdo (1)
En desacuerdo (2)
Indiferente (3)
De acuerdo (4)
Totalmente de acuerdo (5)

III. VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

P18 ¿Considera que empujones, golpes o agresiones son una forma de violencia contra la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P19 ¿Percibe que la violencia física puede generar consecuencias graves en la salud y el bienestar de la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P20 ¿Considera que ningún tipo de agresión física puede ser justificada?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P21 ¿Considera que los insultos, humillaciones o amenazas verbales son una forma de violencia contra la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P22 ¿Percibe que la violencia psicológica puede generar consecuencias graves y duraderas en la salud emocional de la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P23 ¿Considera que el control excesivo, los celos o la manipulación emocional hacia la mujer no pueden ser justificados?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P24 ¿Considera que limitar o controlar el acceso de la mujer a recursos económicos son una forma de violencia contra la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P25 ¿Percibe que la violencia económica puede afectar seriamente la autonomía y bienestar de la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P26 ¿Considera que ninguna forma de control del dinero o patrimonio de la mujer puede ser justificado?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P27 ¿Considera que cualquier acto sexual sin consentimiento es una forma de violencia contra la mujer?

- Totalmente en desacuerdo (1)
- En desacuerdo (2)
- Indiferente (3)
- De acuerdo (4)
- Totalmente de acuerdo (5)

P28 ¿Percibe que la violencia sexual puede afectar la salud física y emocional de la mujer?

- | | |
|--------------------------|-----|
| Totalmente en desacuerdo | (1) |
| En desacuerdo | (2) |
| Indiferente | (3) |
| De acuerdo | (4) |
| Totalmente de acuerdo | (5) |

P29 ¿Considera que ninguna forma de violencia sexual puede ser justificada, incluso dentro de la pareja?

- | | |
|--------------------------|-----|
| Totalmente en desacuerdo | (1) |
| En desacuerdo | (2) |
| Indiferente | (3) |
| De acuerdo | (4) |
| Totalmente de acuerdo | (5) |

Observaciones

Recomendaciones

Fecha de aplicación: ____/____/____

Nombre del encuestador: _____

Anexo 4. Medios de verificación



Foto 1. Recolección de información a las mujeres perteneciente a la Oficina Municipal de Atención a las Personas con Discapacidad (OMAPED) de Oropesa



Foto 2. Recolección de información a las mujeres perteneciente al programa Vaso de Leche del centro poblado de Huasao



Foto 3. Recolección de información a las mujeres participantes en el Día de la Mujer



Foto 4. Recolección de información a mujeres del servicio de limpieza pública



Foto 5. Recolección de información a las mujeres perteneciente al programa Vaso de Leche del centro poblado de Choquepata



Foto 6. Recolección de información a las mujeres perteneciente al programa Vaso de Leche de la comunidad campesina de Pinagua



Foto 7. Recolección de información al personal femenino de la Municipalidad Distrital de Oropesa



Foto 8. Recolección de información al personal femenino del centro poblado de Choquepata



Foto 9. Recolección de información a las mujeres de la organización de mujeres del distrito de Oropesa



Foto 10. Recolección de información al personal femenino del servicio de seguridad ciudadana