



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**

Podcast como medio de comunicación para la difusión de las
industrias culturales de la provincia de Chota

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Irigoin Oblitas, Lucia (orcid.org/0000-0003-4408-6726)

ASESOR:

Mg. Baca Cáceres, Diego Alonso (orcid.org/0000-0002-6204-7600)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Enfoque de género, inclusión social y diversidad cultural

**TRUJILLO - PERÚ
2022**

Dedicatoria

En gratitud a mis padres José y Melina,
y a mi dulce Mac, pues ellos han sido mi
inspiración y apoyo constante
en cada paso.

Agradecimiento

A mis padres

Por su incondicional amor

A mi hija

Por su paciencia, ternura y espera

A cada uno de mis amigos y amigas

Por su voz, su apoyo y por no dejarme caer nunca

Al profesor Diego Baca Cáceres

Por su paciencia, tiempo, comprensión y conocimiento

A mis amigos:

Lis, Yesenia, BeLu, Irene, José.

Por su interés, ayuda, tiempo, voluntad.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	7
II. MARCO TEÓRICO	9
III. METODOLOGÍA	16
3.1.Tipo y diseño de investigación	16
3.2.Categorías, subcategorías y matriz de categorización	16
3.3.Escenario de estudio	17
3.4.Participantes	18
3.5.Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.6.Procedimiento.....	19
3.7.Rigor científico	20
3.8.Método de análisis de información	20
3.9.Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	22
V. CONCLUSIONES	24
VI. RECOMENDACIONES.....	25
REFERENCIAS	28
ANEXOS	35

Resumen

El objetivo general de la presente tesis fue la propuesta de un podcast que difunda el trabajo de los involucrados en las industrias culturales relacionadas con la artesanía, la música y la literatura de la provincia de Chota. La investigación fue cualitativa y de diseño fenomenológico. El método que se utilizó fue la triangulación de datos, a través del cual se comparó lo hallado en el trabajo de campo con las teorías y antecedentes preliminares. Los resultados fueron que existe la necesidad de difundir y promocionar las industrias culturales a diversos grupos de interés ya que es imprescindible la colaboración entre artistas, comunidades, instituciones públicas y organismos privados. Es por ello que el resultado de la presente investigación es proponer un podcast mediante el cual se difundan las riquezas culturales y sea un canal de comercialización de dichos productos. Se concluye que la propuesta de un podcast para difundir las industrias culturales de la provincia de Chota, es positiva, entendiendo que es una herramienta nueva de difusión sin límites y que no limita las actividades diarias de quienes lo usan, como por ejemplo escritores, artesanos o músicos.

Palabras clave: Industrias culturales, podcast, Chota, promoción cultural, medios digitales.

Abstract

The general objective of this thesis was the proposal of a podcast that disseminates the work of those involved in the cultural industries related to crafts, music and literature in the province of Chota. The research was qualitative and phenomenological design. The method that was used was the triangulation of data, through which what was found in the field work was compared with the theories and preliminary antecedents. The results were that there is a need to disseminate and promote cultural industries to various interest groups, since collaboration between artists, communities, public institutions and private organizations is essential. That is why the result of this research is to propose a podcast through which cultural wealth is disseminated and is a marketing channel for these products. It is concluded that the proposal of a podcast to disseminate the cultural industries of the province of Chota is positive, understanding that it is a new tool for dissemination without limits and that it does not limit the daily activities of those who use it, such as writers, artisans. or musicians.

Keywords: Cultural industries, podcast, Chota, cultural promotion, digital media.

I. INTRODUCCIÓN

Entre los sectores más golpeados por la pandemia del Covid-19 se encuentra el sector cultural. En este caso, museos y centros arqueológicos, organizaciones relacionadas a la cultura viva comunitaria, eventos, rutas y circuitos culturales; así como las industrias culturales y creativas se han visto perjudicadas debido a las medidas de aislamiento social (Autoridad Nacional del Servicio Civil - SERVIR, 2020).

En el caso de las industrias culturales y creativas, estas se han visto afectadas en su cadena de valor, interrumpiendo el consumo de bienes y actividades culturales. Los artistas, técnicos y artesanos (la música, el cine, la literatura, la radio, entre otros) que no se encontraban agremiados o empadronados por el Ministerio de Cultura (Mincul), no pudieron acceder a los beneficios en materia de concursos y convocatorias que sirvieron para neutralizar los efectos de la crisis económica generada por la pandemia (Ministerio de Cultura, 2020).

En el Perú, la Dirección General de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura tiene como objetivo principal la promoción y protección de las diversas expresiones culturales tanto escénicas, artes visuales y musicales; así como también actividades enfocadas a la cinematografía y a la producción audiovisual. En el año 2021, debido a la profundidad de la crisis sanitaria, se publicó el plan de recuperación de las industrias culturales y artes hacia el 2030. En dicho plan se precisa el diseño y la ejecución de diversas actividades; así como la adaptación a los nuevos contextos, entre ellos la virtualidad (Ministerio de Cultura del Perú, 2021).

En la provincia de Chota, región Cajamarca, existen también las llamadas industrias culturales en distintos sectores como la artesanía, la música y la literatura. En las actividades señaladas anteriormente pueden percibirse problemas con los medios y canales de promoción y difusión. Por ejemplo, la artesanía chotana solo es difundida en ferias organizadas esporádicamente a nivel de la provincia.

Otro sector de las industrias culturales es la música, donde emergen bandas típicas, orquestas, bandas de rock y músicos independientes. Estos están condicionados a contratos por temporadas y eventos locales. La industria de la música también está relegada al plano local debido a que no cuenta con espacios virtuales donde promocionarse y comercializarse.

Esta misma problemática se presenta en la literatura. Los autores muy pocas veces muestran o difunden sus trabajos en ferias locales de libros o mediante los medios de comunicación tradicionales, estos brindan pocos espacios a este sector.

Para la UNESCO (2018), la difusión y promoción de las industrias culturales es importante porque permite la interacción directa y estable entre diversos grupos de interés, ya que es imprescindible la colaboración entre artistas, comunidades, instituciones públicas y organismos privados.

En la actualidad se cuenta con una serie de acciones y herramientas que pueden emplearse para acercar la cultura a la sociedad; una de las herramientas digitales que la presente tesis plantea utilizar para difundir este tipo de contenidos es el podcast. Este, actualmente, es señalado como una herramienta de comunicación eficaz, disponible en audio, para la difusión de contenidos educativos y culturales aplicable en entornos virtuales (García, 2020).

Estos programas o archivos de audio pueden difundir diversas temáticas: podcast de corte científico, cultural, tecnológico, tutoriales, de guía, de música, charlas o realizar visitas autoguiadas para museos y otros. Para Rivera (2020) estas temáticas que contribuyen al desarrollo social y cultural de la comunidad; por ejemplo, usar el podcast como medio para difundir el trabajo desarrollado por artesanas textiles de la provincia de Chota, en el cual se den a conocer los diversos procesos que tienen lugar en el fase inicial, intermedia y final de cada una de estas obras artísticas.

Durante los últimos tiempos se ha dado una verdadera revolución digital. Los novedosos formatos digitales y la aparición de internet permiten que cada ser humano acceda a nuevas técnicas, tanto para disponer de información, como para almacenar, crear su propio material o distribuirlo. La digitalización masiva de

archivos, su catalogación y su uso remoto en la red probablemente contribuirá en gran manera a la preservación y difusión de contenidos culturales (García, 2019).

En este sentido, el objetivo general de la presente investigación es: proponer un podcast para difundir las industrias culturales de la provincia de Chota, partiendo de la necesidad existente que tienen quienes integran estas industrias culturales, enfocados en los productores para que su trabajo sea ampliamente conocido.

De la misma manera, aunado a lo antes acotado se plantean los objetivos específicos: (i) Analizar la realidad de las industrias culturales de la Provincia de Chota (ii) Evaluar la utilidad del podcast en la era contemporánea.

II. MARCO TEÓRICO

Para mayor relevancia del presente trabajo de investigación, es necesario señalar los antecedentes relativos al tema de investigación. Como antecedente internacional se encontró la tesis de Púa (2017) “La economía creativa como alternativa para la promoción del desarrollo humano: el Caso de Cartagena de Indias, Colombia” tuvo como objetivo general analizar el potencial de las industrias creativas como alternativa para promocionar el desarrollo humano en dicho lugar. Para levantar la información utilizó técnicas de revisión documental y consulta a expertos, informes de gestión y reportes públicos. Después de la aplicación de su tesis llegó a la conclusión que es importante generar estrategias de desarrollo basadas en la cultura y la economía creativa debido a que genera empleos de calidad y en consecuencia el desarrollo económico local. Las industrias culturales y la economía creativa juegan un papel imponente en el desarrollo y el cambio de los pueblos, contribuyendo a la economía local y a la superación de la pobreza.

Duarte et al. (2021) presentaron la tesis “El Podcast: un recurso digital para fortalecer la expresión oral de los estudiantes del grado once del Colegio -La Chucua- de Bogotá” la cual tuvo como objetivo general fortalecer la expresión oral de los estudiantes mediante el uso del podcast como recurso. En esta investigación se aplicó el método cualitativo. La conclusión a la que llegó fue que el podcast es

una herramienta relevante al momento de trabajar con alumnos ya que ellos mostraron mucho interés por dicho proyecto.

Como antecedentes a nivel nacional se encontró la tesis de Mujica (2019) “economía naranja: impacto de las industrias creativas en el desarrollo de la región Arequipa, 2011” tuvo como objetivo general determinar cuál fue el impacto de las industrias creativas en el desarrollo de la región Arequipa. La tesis fue de enfoque cualitativo y utilizó el método de la abstracción científica, pues se estableció como objetivo de estudio a las industrias creativas de Arequipa, con la finalidad de determinar la relación de éstas con el desarrollo de la región. Finalmente, Mujica llegó a la conclusión que en el año 2011 las industrias creativas tuvieron un impacto positivo sobre el desarrollo de dicho lugar. Así, se encontró que las provincias que tenían un mayor número de empresas creativas poseían un mayor índice de desarrollo humano.

Paredes (2018) presentó la tesis “Las industrias culturales en el Perú durante el período 2005 - 2015: estudio, análisis y propuesta” la cual tuvo como objetivo general la identificación, el análisis y la interpretación de las características de la evolución de las industrias culturales, en particular de la industria editorial, el cine y la radio, en el Perú en el período 2005-2015, marcado por un contexto de crecimiento económico, y formular una propuesta para su desarrollo futuro. Tuvo un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo. La conclusión a la que llegó fue que en Latinoamérica uno de los eventos más significativos es el proyecto *Economía y Cultura* del Convenio Andrés Bello, que analiza principalmente el impacto de la cultura en la economía, dejando de lado otros factores y otras dinámicas.

Como antecedentes a nivel local se revisó la tesis de Roncal (2019) con título “Implementación de la herramienta digital podcast para innovar el tratamiento de la información periodística difundida por el medio digital Noticias Responsables Trujillo”. El diseño de dicho trabajo fue cualitativo y de metodología investigación – acción. La población fue jóvenes y adultos del distrito de Trujillo, de La Libertad, con un rango de edad de 15 a 24 años y 25 a más años. Los instrumentos que utilizó fueron la guía de análisis, de contenido y guía de Focus Group. La conclusión a la que llegó fue que los podcasts constituyen una herramienta digital alternativa

relevante al momento de transmitir información de cualquier índole puesto que presenta características más eficaces para la difusión.

Vásquez (2020) en su tesis “Plataforma digital y sostenibilidad de las industrias culturales y creativas en la ciudad de Trujillo – 2020” propone un portal digital que fomente el desarrollo de proyectos relacionados a la cultura y el arte sostenibles en la ciudad de Trujillo. La tesis fue de tipo aplicada cualitativa y con diseño de investigación – acción. Vásquez concluyó que en Trujillo gran parte de proyectos relacionados con lo cultural y artístico se hallan en un proceso de desarrollo, por lo que todavía no se puede denominar industria cultural o creativa a las acciones que se desarrollan en dicha ciudad, ya que muchas de ellas no generan recursos económicos.

Respecto a los enfoques conceptuales del presente trabajo de investigación. Tenemos en primer lugar a la categoría podcast que es definido por Figueroa (2019) como un programa en formato audio, generalmente mp3, es similar al de la radio; su contenido abarca temas particulares como cultura, política, deporte, ciencias entre otros. Una vez finalizada la producción del podcast, este será alojado en diversas plataformas digitales para luego ser escuchado por los consumidores.

Según precisan Parra y Onieva (2020) el término podcast fue acuñado por primera vez por Hammersley en el año 2004 al unir las palabras iPod y broadcasting, mismo que estaba relacionado directamente con la producción de corte radial para posteriormente ser distribuido mediante suscripciones en internet.

Por su parte Saborío (2018), sostiene que el podcast genera espacios donde se entablan conversaciones a gran escala ya que se puede compartir conocimientos, modos de vida, tradiciones, experiencias y más. Al mismo tiempo, dicho proceso, crea uno nuevos mercados entre los consumidores y productores a la vez.

Referente a la producción del podcast, Tejado y Del Castillo (2020) señalan que para producir un podcast son básicos los puntos que a continuación de indican: contar con un guion, aquí debe precisarse el tema que será difundido, el orden en que va a contarse, las secuencias, los tiempos y todas las indicaciones técnicas necesarias para la posterior grabación. Grabación de voz, referido al registro de la

voz de los locutores o invitados del podcast, para la grabación pueden usarse diversas herramientas que van desde el uso del teléfono móvil hasta una sala de estudio mejor acondicionada. Edición del podcast, organizar el orden y la posición de las pistas de sonido según detalle el guion inicial (efectos, sonidos, silencios, etc) finalmente la publicación del podcast en espacios de almacenamiento de contenido general o específicos.

Para Figueroa (2021) el podcast es utilizado principalmente como recurso de información que complementa a un material textual, señala también que su uso como herramienta para aprender está ligado a la facilidad de producción. Este formato de audio es subido a plataformas digitales tales como Spotify, iVoox, iTunes, soundcloud entre otros para posteriormente ser escuchados. Los formatos que manejan los podcasts son diversos, lo que permite que esta herramienta digital se adapte a los públicos y no al revés como suele suceder con la radio tradicional.

Según la encuesta POD (2022) la mayoría de las personas encuestadas realiza tareas del hogar mientras escucha podcasts y cerca de la mitad consume podcast mientras cocina o camina, por otro lado, al consultar sobre el motivo de la escucha el principal objetivo es aprender cosas nuevas, seguido de entretenimiento; respecto a los dispositivos donde mayormente los usuarios escuchan podcast, son dispositivos móviles como teléfonos y tablets; finalmente, respecto al tiempo de escucha, la encuesta revela que pueden variar entre una a cinco horas semanales, finalmente POD concluye que los consumidores de podcast pagan por consumir contenidos relacionados a cultura, audiovisual y de audio en Spotify.

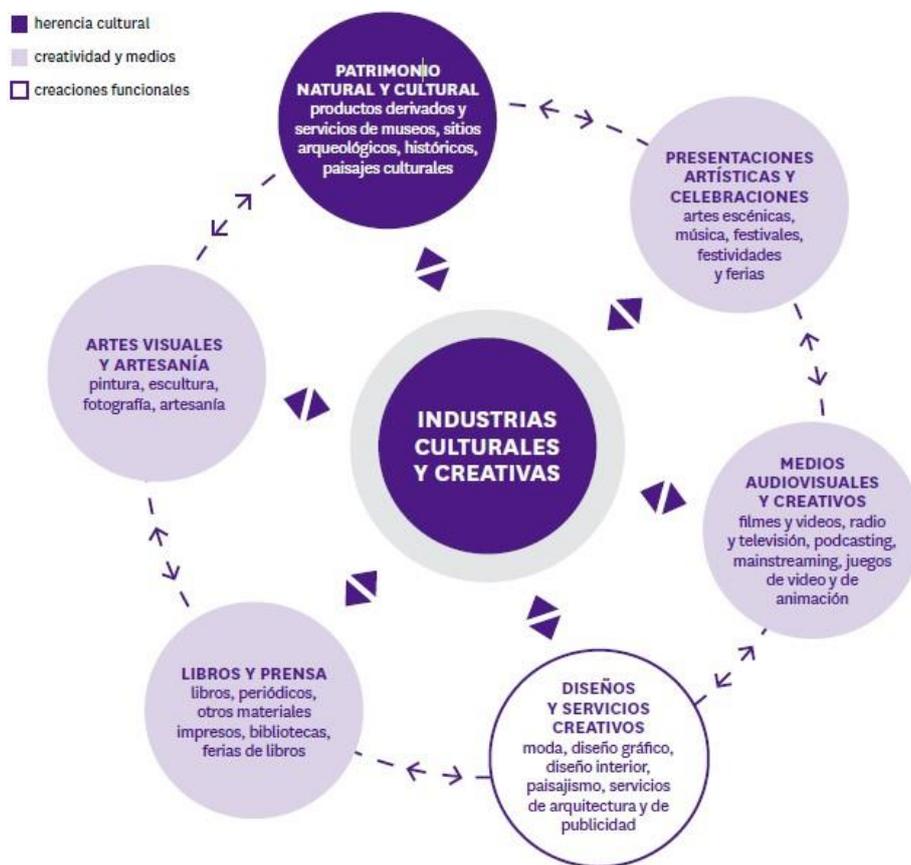
El podcast se ha convertido en potente transmisor de culturas cada vez más democráticas y con menos barreras de acceso, permitiendo un cambio sustancial en la creación, transmisión y consumo de conocimientos en la sociedad.

Respecto a las Industrias culturales la UNESCO (2010) las define como aquellas áreas que presentan como eje principal la creatividad, la producción, reproducción, promoción difusión y la comercialización de bienes, productos, servicios y actividades relacionadas directamente con la cultura, el arte y el patrimonio.

Por otro lado, para Correa y Noriega (2015) las industrias culturales y creativas engloban un conjunto de actividades que involucran a su vez a empresas relacionadas con la producción artística ya sea de forma individual o colectiva. En estas industrias sobresale un elemento fundamental, se trata de la creatividad al momento de producir ya sea música, artesanía, artes visuales, danza, radio, cine entre otros.

La siguiente figura muestra el conjunto de industrias que pueden identificarse como culturales y creativas.

Figura 1: Sectores de la Actividad Cultural y Creativa de la UNESCO



Fuente Imagen: Guía para el desarrollo de industrias culturales y creativas UNESCO (2010)

Actualmente se vive, a gran escala, una transformación referida a la cultura, que la viven directamente la niñez y la juventud; se rompen los modelos tradicionales, las experiencias más importantes de vida cambian de acuerdo al espacio y al tiempo;

de a poco van apareciendo lenguajes que se adhieren a la vida de las personas; el propio conocimiento presenta modificaciones aceleradas, la información no solo es adquirida en los centros de educación sino también en medios distintos. Las industrias culturales influyen directamente en el sector de la educación. Están presentes tanto en la televisión, la radio, el cine, el video y, últimamente, en las nuevas tecnologías como el internet; en este ecosistema comunicativo se conectan el conocimiento y la sensibilidad, la tecnología y la competencia y, finalmente la creatividad y el consumo. Lo que se pretende alcanzar con esto es una educación más abierta y dinámica frente a los cambios culturales (Rey, 2009).

Otra de las perspectivas que refiere Rey (2009) es la siguiente:

La articulación creciente de la cultura con procesos de desarrollo local y regional. El aporte de la cultura al desarrollo socioeconómico va más allá de las “cuentas nacionales” o de las lógicas masivas e industriales. Hay un denso tejido de experiencias/procesos que relacionan a la cultura con el desarrollo local, y que tienen actores, lógicas y formas de funcionamiento diferentes a las de las industrias creativas. Muchas de estas experiencias permanecen dentro de una zona de invisibilidad social y se resisten a su inscripción dentro de la red de la institucionalidad cultural estatal o privada y ciertamente comercial.

Por lo general, son experiencias sin ánimo de lucro y algunas se inscriben dentro de campos culturales comerciales, menos masivos y serializados, pero con otros alcances, organización y participación comunitaria. Entre ellas están las radios y televisiones comunitarias y los medios locales. A la vez que recuperan tradiciones locales, son también elementos de innovación y modernidad. (pp.58 -59)

Referente a las Industrias Culturales en el Perú, existe el Decreto Supremo N° 009 del del Ministerio de cultura (2020), el cual tiene como objetivos los siguientes: i) Fortalecer la valoración de la diversidad cultural, ii) Incrementar la participación de la población en las expresiones artístico - culturales, iii) Fortalecer el desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales y creativas, iv) Fortalecer la valoración

del patrimonio cultural, v) Fortalecer la protección y salvaguardia del patrimonio cultural para su uso social y vi) Garantizar la sostenibilidad de la gobernanza cultural.

Según precisa el Ministerio de Cultura (2018), el estado peruano se involucra con el crecimiento de las industrias culturales es así que a través del Ministerio de Cultura premia importantes propuestas relacionadas con la revaloración de nuestra identidad, costumbres, tradiciones, modos de vida entre otros. Proyectos relacionados con la música, el teatro, la danza, la literatura, la artesanía generan interés no solo de carácter académico y formativo, sino también generan expectativa en el sector económico.

En efecto, el avance de las industrias culturales está ligado al crecimiento de la tecnología, lo que ha significado la aparición de nuevos panoramas y nuevas formas de vender y consumir cultura. Como señala la 11ª sesión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo - UNCTAD (2004), además de los recursos nacionales, el capital y la mano de obra hay otros factores tales como la información, la innovación, la creatividad y la diversidad que mueven la economía del mundo.

En referencia a la presente temática la teoría de la comunicación interactiva señala que en la actualidad existe una marcada oposición entre la comunicación tradicional y la comunicación masiva digital. También sale a relucir el concepto de *hipermediación* definido como el proceso de intercambio, producción y consumo que tiene lugar en un determinado espacio y tiempo; compuesto por personas, medios y lenguajes relacionados tecnológicamente entre sí. Por otro lado, el autor hace énfasis en los espacios que están debilitándose debido a las nuevas tecnologías digitales, ya que no solo transforman el mundo, sino que inciden ampliamente al momento de percibir y comprender la realidad (Scolari, 2008).

Asimismo, la teoría de usos y gratificaciones tiene una aplicación en grado considerable en los medios digitales, como por ejemplo el caso de Internet o también el caso de las redes sociales. La idea central de esta teoría es considerar que los usuarios que reciben la información tienen una postura activa antes que

pasiva respecto a la elección y valoración de los diversos medios que se encuentren disponibles y en base a esa libertad de elección es que decidirán, de forma racional, qué contenidos proporcionarán ventajas y gratificaciones personales (Flores, 2014).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Con relación a esta parte del trabajo se tiene una investigación aplicada, definida por Lozada (2014), como aquella que resuelve un problema específico. Esta investigación hace uso de los conocimientos (teóricos) de la investigación básica para luego llevarlos a la práctica, resolver problemáticas y mejorar la calidad de vida de la sociedad, en este aplicada a visibilizar y difundir las industrias culturales de la provincia de Chota.

Por otro lado, Alvares (2020), coincide en precisar que la investigación aplicada está orientada a la consecución de conocimientos novedosos y posteriormente puedan dar solución a problemas prácticos.

La presente investigación es de diseño fenomenológico. Para Fuster (2019) la fenomenología está referida a una investigación social que pretende explorar, describir y comprender experiencias comunes de individuos respecto a un determinado fenómeno.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Monje (2011) señala que las categorías están formadas por las definiciones que forman parte del trabajo de investigación y que se tiene que brindar una definición de manera precisa. En la investigación las categorías de análisis se pueden encontrar en el apartado del marco teórico y con ellas se determinan qué y cuáles conceptos serán utilizados para dar una explicación respecto al tema de investigación.

En la presente investigación las categorías serán el podcast como medio de comunicación y las industrias culturales de la Provincia de Chota.

Respecto a las subcategorías, Tegtmeier (2014), sostiene que son características de la categoría. La categoría está dividida por las subcategorías inmediatas en clases parciales. Entonces, las subcategorías, son categorías destinadas a perfilar a la categoría principal mientras que las categorías son formas de atribuir un valor o codificar un término con fines de investigación, correspondientes a las unidades de análisis.

En la presente investigación las subcategorías de la categoría podcast como medio de comunicación serán guión, grabación, edición y publicación. Y las subcategorías de la categoría industrias culturales de la provincia de Chota serán creación, producción, distribución/ comercialización y consumo.

Asimismo, según Cazau (2016), la categorización es el proceso en el que se señalan cuáles van a ser las categorías que tendrán importancia para la investigación. Asimismo, las categorías o valores están constituidas por las diversas posibilidades de alteración que pueda tener una variable. Por su parte Torres, citado por Romero (2018) sostiene que la categorización tiene como propósito poder identificar cuáles son los puntos resaltantes, recurrentes y patrones con notoriedad, que proceden del objeto de estudio.

3.3. Escenario de estudio

Valerdi (2015), define el escenario de estudio como el sitio o lugar en el que la investigación tendrá lugar, los rasgos de los involucrados en el estudio y los recursos con los que se cuentan.

El escenario de estudio del presente proyecto de investigación es la provincia de Chota. La misma que forma parte de las trece provincias que constituyen la región Cajamarca. Se sitúa a 2.385 metros sobre el nivel del mar en la vertiente nororiente de la cordillera de los Andes del Perú.

La provincia Chota tiene una población de 47 267 habitantes, conocida como la cuna de las rondas campesinas del Perú, ya que fue en esta parte del país, donde por primera vez se organizó un grupo de campesinos para hacerle frente al abigeato de aquellos tiempos. Hablar de Chota es hablar también del arte textil que poseen

sus artesanos quienes usan una variedad de colores y técnicas de tejido para la elaboración de estas atractivas piezas artesanales.

La presente investigación se centró, únicamente, en las industrias culturales; posteriormente se analizó la posibilidad de difundirlas mediante el podcast como medio de comunicación, ya que existe la necesidad de aprovechar las tecnologías de comunicación para hacerlas públicas.

3.4. Participantes

Los participantes del presente proyecto de investigación fueron: tres artesanas textiles representativas de la comunidad campesina de Cuyumalca, Rojaspampa y Santa Rosa. Las tres artesanas participan activamente en ferias locales y regionales comercializando sus productos.

Referente a los músicos participantes en el presente trabajo, se contó con la participación de tres de ellos; el primero forma parte del conjunto musical folclórico los Alegres muchachitos de Chota; el segundo participante fue un integrante del grupo Marichis Dorados y finalmente el tercer participante fue un músico asociado con las bandas de rock que tienen lugar en la provincia de Chota.

Finalmente se contó con la participación de tres escritores chotanos; uno de ellos a la fecha ha publicado tres libros en los cuales se revaloriza el hablar propio de la zona; el segundo participante en sus escritos hace énfasis en las costumbres del pueblo de Chota y el tercer escritor con el que se contó se enfoca en temas sociales y el acontecer diario.

Asimismo, se contó con dos especialistas en producción de audio, quienes brindaron alcances de la importancia del podcast, así como de los criterios a tener en cuenta para la producción del podcast y su posterior difusión en plataformas digitales.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica fue la entrevista (semiestructurada) definida por Troncos y Amaya (2016) como una de las herramientas que tiene como objetivo obtener información y datos.

La entrevista es una de las técnicas que mayor uso tiene, especialmente en aquellas investigaciones que tienen un enfoque cualitativo. La información y datos obtenidos pertenecen a los sujetos del estudio a través de la interacción oral con el investigador.

El instrumento aplicado para el presente trabajo fue la guía de entrevista, definida por Feria et. al. (2020), como un proceso estructurado de recogida de información mediante el cumplimiento de una serie de preguntas.

3.6. Procedimiento

El procedimiento para el desarrollo de la presente investigación se hizo a través de las técnicas e instrumentos especificados. Las entrevistas fueron realizadas a nueve personas involucradas en las industrias culturales de la Provincia de Chota para conocer la realidad de estas y posteriormente proponer soluciones acordes a la realidad. Del mismo modo sirvió para conocer la manera en que promocionan y comercializan sus productos.

Por otro lado, se las entrevistó a dos especialistas en producción de audio, permitió conocer de primera fuente, información relevante que sirve para proponer el podcast como un medio de difusión y promoción de las industrias culturales, tales como la música, artesanía textil y la literatura.

La tesista en todo momento estuvo presente directa o indirectamente en todas las fases relacionadas a conseguir los datos necesarios para la presente investigación y se pueda cumplir con los objetivos planteados.

Respecto al proceso de triangulación de datos, Charres et. al. (2018) señalan que esta técnica hace posible usar variados métodos para articular y validar datos mediante el cruce de dos o más fuentes. Para encaminar el proceso de triangulación es fundamental tomar en cuenta la variedad de datos, información relacionada, recogida de datos en campo, teorías relacionadas, así como métodos que ayuden a comparar los datos recogidos en el trabajo de campo, los enfoques teóricos y la postura del investigador, relacionada con las dimensiones del trabajo de investigación.

3.7. Rigor científico

Hemos considerado el criterio de la credibilidad. Según Hernández et. al (2010) este juicio se refiere a la cuestión de si los investigadores han tomado pleno conocimiento del significado cabal y profundo de las vivencias de aquellas personas que libremente han decidido participar en la investigación; haciendo énfasis en aquellos individuos que tienen una relación estrecha con el planteamiento del problema. La cuestión a la que se debería dar respuesta, es sí que se ha recogido, comprendido y transmitido significados, experiencias y percepciones de los involucrados en el estudio.

En la presente investigación se respetará y aplicará este criterio, en el sentido de que se hará un esfuerzo por comprender a profundidad las experiencias y modos de entender de cada uno de los participantes, de acuerdo con sus costumbres, cultura, grado de instrucción y valores.

También se consideró el criterio de confirmabilidad. El autor antes citado refiere que este criterio está relacionado a la credibilidad y se enfoca a explicar que se ha disminuido los sesgos y directrices del que investiga. Consiste en guiarse por los datos desde su origen hasta la manifestación y finalmente su interpretación.

3.8. Método de análisis de información

Se aplicó procedimientos y lineamientos de recopilación de información con la finalidad que sean analizados e interpretados con relación al objeto de estudio de las categorías y subcategorías establecidas.

Según Muñoz y Charro (2017) la interpretación es un modelo que admite consolidar información completa, datos y conocimientos obtenidos de primera fuente para desarrollar la investigación.

3.9. Aspectos éticos

En la presente investigación se consideró el criterio de la autonomía. Según Acevedo (2015), este criterio tiene como fundamento el principio universal del

respeto a la humanidad tanto en su dimensión física como psicológica; se parte del concepto de que las personas son dueñas de sus acciones , lo cual le permite actuar como cree que debe actuar , mejor dicho, define su propia regla; independientemente ya que cuenta con libre albedrío, lo que le coloca en un amplio margen de libertad de elegir lo que hace o deja de hacer, aplicando su propio razonamiento y conciencia. Una vez analizados los aspectos negativos y positivos, determinará qué conducta seguir.

El criterio de la beneficencia, mediante el cual se busca ampliar los resultados positivos y beneficios, y por el contrario reducir el grado de riesgos o eventuales daños, este criterio conlleva la obligación de que los participantes de la investigación tengan el más amplio conocimiento posible de los hipotéticos riesgos, asimismo de los beneficios que se obtendrá con su participación. Lo ideal al aplicar este criterio es que los beneficios sean de un grado tal, que los posibles riesgos tengan un nivel relativamente bajo.

Referente al criterio de la no maleficencia, el mismo que genera una obligación para todos los participantes y en especial para el investigador, en el sentido de que debería existir la buena voluntad y el propósito de actuar correctamente en todo el transcurso de la investigación. En consecuencia, este criterio se ubica en una etapa anterior a cualquier tipo de información y se orienta a no causar daño alguno, ni físico ni psicológico en las personas que forman parte de la investigación, por lo que obliga al investigador a buscar las vías menos riesgosas respecto de los sujetos participantes.

La ética es uno de los valores fundamentales de cada persona y más aún si se es estudiante, por eso la presente investigación se basó en este valor como base y pilar del desarrollo del mismo, autenticando la información como veraz y de confiabilidad, utilizando el procedimiento establecido por la Universidad, respetando los derechos de autor. En ese sentido se ha cumplido con los valores éticos que todo investigador debe respetar. Por lo tanto, la autora declara que el presente proyecto de investigación es de su autoría, y precisa que la información vertida en la presente investigación es fiel a los dichos de sus autores citados.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Respecto del objetivo general de la presente investigación, proponer un podcast para difundir las industrias culturales de la provincia de Chota, partiendo de la necesidad existente que tienen quienes integran estas industrias culturales, enfocados en los productores para que su trabajo sea ampliamente conocido. En este sentido apoyando el presente objetivo se tiene a la UNESCO (2018), quien sostiene que, la difusión y promoción de las industrias culturales es importante porque permite la interacción directa y estable entre diversos grupos de interés, ya que es imprescindible la colaboración entre artistas, comunidades, instituciones públicas y organismos privados.

Aunado a lo antes citado, tenemos a los especialistas entrevistados, quienes sostienen que el podcast es una forma de comunicarse, aunque todavía con muy poca influencia en la realidad peruana, pero con el potencial de ser una herramienta de difusión del tema que se proponga, entre ellos la difusión cultural. La radio ha jugado un papel muy importante, sin embargo, no es un medio que llegue a todas las personas, ni mucho menos a todas partes del mundo, lo que si se logra con el podcast.

Respecto al primer objetivo específico: analizar la realidad de las industrias culturales de la provincia de Chota, las respuestas de los expertos entrevistados ponen de manifiesto, que las industrias culturales son parte importante de la historia de los pueblos, mismas que generan ingresos económicos y se posicionan como una forma de vivencia y sustento para las familias, tal es el caso del sector de la artesanía textil, comprada por turistas extranjeros en las diversas ferias locales y regionales. Apuntalando a lo antes expresado se encuentra el trabajo previo de la autora Púa de Hoz (2017), en donde concluye que es importante generar estrategias de desarrollo basadas en la cultura y la economía creativa debido a que genera empleos de calidad y en consecuencia el desarrollo económico local. Las industrias culturales y la economía creativa juegan un papel imponente en el desarrollo y el cambio de los pueblos, contribuyendo a la economía local y a la superación de la pobreza. De la misma manera, respecto a las Industrias culturales, la UNESCO (2010) las define como aquellas áreas que presentan como eje

principal la creatividad, la producción, reproducción, promoción difusión y la comercialización de bienes, productos, servicios y actividades relacionadas directamente con la cultura el arte y el patrimonio.

Es oportuno señalar que las regiones peruanas presentan una compleja y variada artesanía textil, y, centrándonos, más aún, en la realidad de la provincia de Chota cuenta con una variada y nutrida artesanía como expresión cultural, sin embargo, muchas de ellas han sido olvidadas o relegadas a un segundo plano, siendo reemplazadas por la cultura foránea, es aquí donde entra a tallar las novedades tecnológicas o milagros digitales, si se pretende cultivar las industrias culturales de la provincia, es necesario, usar las tecnologías digitales, entre ellas, el podcast, lo que se propone en el presente trabajo, con el fin de difundir, conservar y apoyar a los que aún mantienen vivo el espíritu cultural de un pueblo.

En cuanto al segundo objetivo específico, evaluar la utilidad del podcast en la era contemporánea; se tiene que, de acuerdo a las respuestas de los expertos, es una herramienta de máxima difusión en los países desarrollados, y con incidencias iniciales ya en la realidad local, puesto que es más idóneo que la radio o la televisión. Los cuales necesitan de otras frecuencias o plataformas, en cambio el podcast se puede reproducir en cualquier parte del mundo sin necesidad, incluso, de internet, las ventajas son enormes, con respecto a la educación o difusión de la cultura. Respaldo al presente objetivo específico, se tiene al antecedente citado, realizado por Roncal (2019), quien concluyó que los podcasts constituyen una herramienta digital alternativa relevante al momento de transmitir información de cualquier índole puesto que presenta características más eficaces para la difusión. De la misma manera, Según la encuesta POD (2022) las personas encuestadas realizan tareas del hogar mientras escucha podcasts y cerca de la mitad consume podcast mientras cocina o camina, por otro lado, al consultar sobre el motivo de la escucha el principal objetivo es aprender cosas nuevas, seguido de entretenimiento; respecto a los dispositivos donde mayormente los usuarios escuchan podcast, son dispositivos móviles como teléfonos y tablets; finalmente, respecto al tiempo de escucha, la encuesta revela que pueden variar entre una a cinco horas semanales, finalmente POD concluye que los consumidores de podcast pagan por consumir contenidos relacionados a cultura, audiovisual y otros.

La vida moderna y las labores diarias, hacen que cada vez sea menos el tiempo que las personas dispongan para otras actividades es por ello que se busca la forma de estar trabajando o haciendo las labores cotidianas y a la vez conectados con la información, y una herramienta para ello es el podcast.

El podcast, en el mundo, ya no es una novedad, pero lo es en nuestro medio, esta herramienta digital está impulsando negocios y marcas personales, lo que significa que se puede usar para impulsar la cultura de una región, ciudad o de toda una nación, sobre todo porque el podcast, sirve para diversos temas como es: información, actualidad, ocio etc.

V. CONCLUSIONES

Se logró determinar que la propuesta de un podcast para difundir las industrias culturales de la provincia de Chota, es positiva, entendiendo que es una herramienta nueva de difusión sin límites y que no limita las actividades diarias de quien las usa como por ejemplo escritores, artesanos o músicos. La geografía de la zona es ideal para la difusión de esta nueva herramienta digital, que, comparándola con la radio, esta tiene mayor dinamismo con las personas.

Mediante el análisis de la realidad de las industrias culturales de la Provincia de Chota, se pudo conocer que, estas están latentes en la historia de la provincia; que se han transmitido de generación en generación, a través de la palabra hablada o escrita, de padres a hijos o simplemente por amor al arte, su uso es parte de la economía familiar y personal y la mayor adquisición de productos culturales se da por ciudadanos extranjeros, evidenciando que por desconocimiento o discriminación los propios lugareños apoyan de manera reducida a las industrias culturales.

Mediante la evaluación de la utilidad del podcast en la era contemporánea, se logró conocer que la utilidad de este medio digital es amplia y podría coadyubar a la difusión de diversos temas, tantos como interesados existan. El podcast es una herramienta moderna con poca influencia en la realidad de la provincia, pero que

ofrece un sin número de beneficios, frente a los diferentes problemas que tienen lugar en la región.

VI. RECOMENDACIONES

A las autoridades, apoyar con proyectos que promuevan la cultura, recuperen las que se han perdido, y conserven las que aún existan, coordinación con los músicos, artesanos, escritores y rondas, quienes son un grupo numeroso que puede difundir y conservar, muy bien, la cultura de su comunidad.

A los medios de comunicación locales, para que tengan un espacio dedicado a la difusión cultural, promocionar los trabajos de los principales actores culturales.

A las Instituciones educativas diseñar cursos teniendo en cuenta la variedad cultural de cada región, esto permitirá el conocimiento, la preservación y difusión del patrimonio cultural, asimismo, podrá fortalecerse aún más la identidad de los ciudadanos.

VII PROPUESTA

Propuesta de podcast por el especialista Baltanás (2016).

**ESTRUCTURA DE UN PODCAST
PROPUESTO POR EL ESPECIALISTA BALTANÁS**

N	ESTRUCTURA	DESCRIPCIÓN
1	Caretas de entrada	Es lo primero que se oye de un podcast, se caracteriza por ser muy breve. Representa la personalidad del programa.
2	Introducción	Presentación del tema con datos relevantes y concisos.
3	Secciones	Separación de temáticas, es decir llevar un orden en el desarrollo de la información para no confundir al oyente.
4	Pausas /intermedio	Se refiere a colocar menciones u otro tipo de contenido durante el desarrollo del podcast para dividir el contenido.
5	Recapitulación	Dar valor al mensaje esencial, es decir, reforzar lo más importante de todo el contenido.
6	Redunda, insiste, reitera	Repetir el contenido tratado en el podcast.

De acuerdo con la propuesta de Baltanás sobre la estructura que debe tener un podcast, se propone la siguiente parrilla de contenidos del podcast – **Rutas culturales de Chota** - para difundir la industria cultural de artesanía textil Chotana.

**ESTRUCTURA DE UN PODCAST PROPUESTO
POR EL ESPECIALISTA BALTANÁS**

N	ESTRUCTURA	INFORMACION	RECURSOS SONOROS
1	Caretta de entrada	Bienvenido al podcast “Rutas Culturales de Chota”	Presentación (voz masterizada con fondo de música)
2	Introducción	Técnicas, colores y labores que identifican los tejidos chotanos – contado por la artesana Olga Diaz Campos	Locución Música de fondo
3	Sección 1	<p>Formato entrevista</p> <p>¿Desde cuándo usted teje alforjas, frazadas y otros? ¿Qué lo motiva tejer?</p> <p>¿Qué significan los motivos que muestra en sus obras?</p> <p>¿Cómo adquiere la lana para sus obras?</p> <p>¿Cuántas alforjas produce al mes?</p>	Música de fondo (canciones propias de Chota)
4	Pausas /intermedio	Sello: Estás escuchando “Rutas Culturales de Chota”	Sello: Estás escuchando “Rutas Culturales de Chota”
5	Sección 1	<p>¿Cuál es el proceso de teñido de la lana para su trabajo?</p> <p>¿cómo combina los colores en sus obras?</p> <p>¿Qué significa para usted ser una artesana textil chotana?</p> <p>¿Le gustaría que su trabajo sea conocido en otros lugares fuera de chota?</p>	Música de fondo (canciones propias de Chota)

6	Resumen	En el podcast culturales de Chota hemos conocido el talento, la técnica, los colores y labores de la artesana Olga Diaz Campos.,	Música de sintonía del podcast
7	Redunda, insiste, reitera	Rutas culturales de Chota – llevando nuestra cultura mucho más allá.	Música de sintonía del podcast

REFERENCIAS

- Acevedo, I. (2015). *Ethical issues in scientific research*. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95532002000100003
- Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (2018). *Industrias culturales, creatividad y desarrollo. Catálogo general de publicaciones generales*.
https://oibc.oei.es/uploads/attachments/64/2009_Ind_Cult_CreativDes_AECD.pdf
- Alvares, A. (2020). *Clasificación de la investigación*. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- Asociación Solidaria Andaluza de Desarrollo (2019). Creación de podcasts. Voces feministas contra la desigualdad. https://asad.es/wpcontent/uploads/2021/05/GUIA_RADIO_PODCAST_ASAD.pdf
- Autoridad Nacional del Servicio Civil – SERVIR. (2020). *Gestión Pública en tiempos de crisis. Impacto de la crisis en el sector Cultura. (N°7)*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1476637/Contexto7_ENAP_2020.pdf.pdf
- Cazau, P. (2016). Categorización y operacionalización. Apuntes sobre metodología de la investigación. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2880797.pdf>

- Charres, H., Villalaz, J. & Martínez, J. (2018). *Triangulation: A suitable tool for research in administrative and accounting sciences*.
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/221/2211026002/index.html>
- Correa, R. & Noriega, V. (2021). *Industrias culturales y creativas en la ciudad de Loja Ecuador: Una aplicación de la metodología de interacción de grupos*.
 Revista Economía y Política. No. 34 (2021): julio/diciembre.
<https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/REP/article/view/3603>
- Decreto Supremo N° 009-2020-Ministerio de Cultura. (2020). Política Nacional de Cultura. *El peruano*. <https://spijweb.minjus.gob.pe/wp-content/uploads/2020/07/DS-009-2020-MC.pdf>
- Duarte, León., Edárraga, A., Marín Q. y Vélez E. (2021). *El Podcast: un recurso digital para fortalecer la expresión oral de los estudiantes de grado once del Colegio La Chucua de Bogotá*. Universidad de Cartagena.
https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/14858/TG_Edit_h%20Giovana_Duarte%20Leon%2c%20Elsi%20Mayerly%20Marin%20Quiroga%2c%20Angel%20Jovani%20Idarraga%20Arismendy%2c%20Edgar%20Alejandro%20Velez%20Escobar.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Feria, H., Matilla, M. & Mantecón, S. (2020). *La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica?*
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf>.
- Figueroa, C. (2019). *El Pódcast: un medio y una forma de comunicación*. Acta Herediana vol. 62, N° 1, enero 2019 - junio 2019.
<https://revistas.upch.edu.pe/index.php/AH/article/download/3615/4011>
- Figueroa, C. (2021). Creation of podcast and development of oral communication in the university. *Revista Ciencias y Artes*, Universidad de Ciencias y Artes de América Latina ISSN 2789-1216 1 (2) 2022.
<https://revistas.ucal.edu.pe/index.php/rca/article/view/46/13>
- Flores, I. (2014). Television habits and consumption among the digital generation from the Uses and Gratifications´ theory. A case study in the Rey Juan Carlos

- University. Mediterranean Journal of Communication. ISSN 1989-872X.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4740428.pdf>
- Fuster, D. (2019). *Qualitative Research: Hermeneutical Phenomenological Method*. http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n1/en_a10v7n1.pdf
- García, M. D. (2020). *From zine to podcast. Rethinking participatory culture from a comparative analysis of alternative media*. Doxa Comunicación, 30, pp. 107-125.
https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/10829/1/es_a5stamped.pdf
- García, D (2019). *Podcast as a Project-Based-Learning Didactic Tool for Music History and Event Management*.
<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/RTC/article/view/4380/3747>
- Gil & Calderón (2021). Implications of the Uses and Gratifications Theory for social media-mediated practices in education. A systematic review of literature. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Diego-CalderonGarrido/publication/356290061_Implicaciones_de_la_Teoria_de_Uso_y_Gratificaciones_en_las_practicas_mediadas_por_redes_sociales_en_el_ambito_educativo_Una_revisi%C3%B3n_sistem%C3%A1tica_de_la_literatura/links/61957a16d7d1af224b004dd3/Implicaciones-de-la-Teoria-de-Usos-y-Gratificaciones-en-las-practicasmediadas-por-redes-sociales-en-el-ambito-educativo-Una-revisi%C3%B3n-sistem%C3%A1tica-de-la-literatura.pdf?origin=publication_detail
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición.
<https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición Propiedad Intelectual e Industria*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Ministerio de Cultura - Dirección General de Industrias Culturales y Artes. (2020). *Políticas para el desarrollo de las industrias culturales y artes*.
<https://www.gob.pe/institucion/cultura/informes-publicaciones/2138304-cuentapublica-politicas-para-el-desarrollo-de-las-industrias-culturales-y-artes-20202021>.

Ministerio de Cultura del Perú. (2014). La diversidad cultural en el Perú. Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2014-15739.

<https://es.slideshare.net/CristinaDeVilchez/la-diversidad-cultural-en-el-perupdf>
Ministerio de Cultura del Perú-Oficina General de Planeamiento y Presupuesto (2021).

Política Nacional de Cultura al 2030.
<https://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2021/06/informes-de-monitoreo-y-evaluacion-de-los-planes-y-politicas/informe-de-analisis-estrategico/informedeevaluaciondeimplementacion2020pncmincult.pdf>

Ministerio de Cultura. (s.f). *Política Nacional de Cultura al 2030.*
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1044867/DECRETO_SUPREMO_N_009-2020-MC_-_ANEXO.pdf?v=1595682890

Ministerio de Cultura-Perú. (). *Política Nacional de Cultura al 2030.*

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1044867/DECRETO_SUPREMO_N_009-2020-MC_-_ANEXO.pdf?v=1595682890

Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa, Guía didáctica. Universidad Surcolombiana.

<https://www.studocu.com/latam/document/universidad-latina-de-costarica/sociologia/monje-carlos-arturo-guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion/4621585>

Mujica, M. (2019). *Economía Naranja: Impacto de las Industrias Creativas en el Desarrollo De La Región Arequipa, 2011.* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional De San Agustín De Arequipa].
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9572/ECmufumi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Muñoz, J. y Charro, E. (2017). *The Interpretation of data and scientific evidence seen from the released items of PISA.*

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/920/92053848001/html/index.html>

Naciones Unidas (2005). Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo.

https://unctad.org/es/system/files/officialdocument/edm20051_sp.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2018). *Indicadores de Cultura para el desarrollo*. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis/resumen_analitico_iucd_peru_web_1.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2012). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>

Paredes. J. (2018). *Las Industrias Culturales en el Perú durante el Período 2005-2015: Estudio, Análisis y Propuesta*. [Tesis de grado, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4102/paredes_iuc.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Parra, D. y Onieva, C. (2020). El uso del podcast para la difusión del patrimonio cultural en el entorno hispanoparlante: análisis de las plataformas Ivoox y Soundcloud. Naveg@mérica. Revista electrónica editada por la Asociación Española de Americanistas. 2020, n. 24. <https://revistas.um.es/navegamerica/article/view/416541/281021>

Podcaster@as. (2022). Reporte Encuesta POD 2022. https://encuestapod.com/2022/Reporte_EncuestaPod2022.pdf

Púa, L. (2017). *La Economía Creativa como Alternativa para la Promoción del Desarrollo Humano: el Caso de Cartagena de Indias, Colombia*. [Tesis de pregrado, FLACSO Argentina]. Repositorio institucional FLACSO. https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15631/2/TFLACSO2018_LMPH.pdf

Rey, G. (2009). *Industrias culturales, creatividad y desarrollo*. https://oibc.oei.es/uploads/attachments/64/2009_Ind_Cult_CreativDes_AECID.pdf

- Rivera, V. M. (2020). *¿Cuál es el papel de los podcasts en la cultura y literatura actual?* *VíaPodcast*. <https://viapodcast.fm/cual-es-el-papel-de-los-podcasts-en-lacultura-y-literatura-actual/>
- Romero, C. (2018). La categorización: un aspecto crucial en la investigación cualitativa. *Revista de Investigaciones Cesmag* Vol. 11 No. 11 (JUN. 2005).
https://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familiar/Investigacion%20I/Material/37_Romero_Categorizaci%c3%b3n_Inv_cualitativa.pdf
- Roncal, A. (2019). *Implementación de la herramienta digital Podcast para facilitar el tratamiento de la noticia en el medio periodístico digital noticias responsables Trujillo*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú].
 Repositorio institucional UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52784>
- Saborío, S. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Innovaciones Educativas* · Año XX · Número 29. diciembre 2018.
https://www.researchgate.net/publication/331031876_Podcasting_Una_herramienta_de_comunicacion_en_el_entorno_virtual
- Scolari, C. (2008). *Conversaciones teóricas sobre la comunicación digital interactiva Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Editorial Gedisa, S.A.
- Tegtmeier, E. (2014). Categories and Subcategories. *Philosophisches Seminar*.
<https://revistas.unav.edu/index.php/anuario-filosofico/article/view/812/676>
- Tejado, L. & del Castillo, M. (2020). *Creación de podcasts. Voces feministas contra la desigualdad*.
https://asad.es/wpcontent/uploads/2021/05/GUIA_RADIO_PODCAST_ASAD.pdf
- Troncoso, C. & Amaya, A. (2016). Interview: a practical guide for qualitative data collection in health research.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/01200011-rfmun-65-02-329.pdf>

UNESCO (2021). Programa de acompañamiento para el desarrollo sostenible en la ruta del Tren Maya: fortalecimiento y salvaguardia del patrimonio cultural y natural. Diario de la ruta, trimestral N° 03.

https://es.unesco.org/sites/default/files/diario_de_ruta_3_final_1.pdf

Valerdi, M. (2015). El tiempo libre en condiciones de flexibilidad del trabajo: caso Tetla, Tlaxcala.

<https://www.eumed.net/tesisdoctorales/2009/mavg/Seleccion%20de%20escenarios.htm>

Vásquez, C. (2020). *Plataforma digital y sostenibilidad de las industrias culturales y creativas en la ciudad de Trujillo – 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58595/V%c3%a1squez_UCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo N° 01. Matriz de categorización

ÁMBITO TEMÁTICO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES			
Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota	¿De qué manera el podcast contribuiría en la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota?	Proponer un podcast para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota	Analizar la realidad de las industrias culturales de la Provincia de Chota	Industrias culturales	Creación	Necesidad de comunicar			
						Preparación			
						Incubación			
						Iluminación			
					Producción	Verificación			
						Funcionalidad			
					Distribución y comercialización	Precio			
			Plaza						
			Promoción						
			Identificar los elementos para la elaboración del podcast	Podcast				Consumo	Buyer person
									Guion
								Grabación	
									Micrófonos USB
Edición	Software								
Publicación	Sitios de almacenamiento								

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Anexo 2: Técnica entrevista / Instrumento – guía de entrevista

Instrucciones: La aplicación de la presente técnica e instrumento, servirá para cumplir el objetivo específico de analizar la situación actual de las industrias culturales de la provincia de Chota, Por lo tanto, la presente guía de entrevista, está adaptada para personas involucradas en la confección de artesanía textil de la provincia de Chota.

Guía de entrevista

1. ¿Cómo decidió convertirse en artesano? ¿Cómo fue su proceso de aprendizaje?
2. ¿Qué lo motiva a producir sus artesanías? ¿Qué es lo que desea expresar con sus diseños?
3. ¿Qué tipo de trama le gusta representar en su trabajo? ¿Siempre se trata de diseños originales o existen modelos que guían su trabajo?
4. ¿Cómo define o elige el diseño que elaborará? ¿Se trata de trabajos por encargo o que usted propone libremente?
5. ¿Cuándo considera que su trabajo ha quedado terminado? ¿Cómo son las etapas del proceso de creación de su obra? ¿Qué materiales y técnicas utiliza?
6. ¿Cómo reconoce que este objeto tiene calidad? ¿Qué observaciones realiza para verificar que el trabajo cumple con las cualidades necesarias?
7. ¿Cómo adapta sus diseños a cada uno de sus compradores? ¿Existe una demanda mayor de su trabajo en ciertas temporadas del año? ¿Cómo su trabajo se diferencia del de otros artesanos(as)?
8. ¿Considera usted que su trabajo es valorado como un objeto de exhibición? ¿Cree que es un trabajo que vale su precio?
9. ¿Cómo dispone los precios de sus obras? ¿Es posible acordar este precio con el comprador? ¿Hasta qué punto?
10. ¿Hay temporadas o situaciones que influyen en la demanda?
11. ¿Cuál es la mejor manera de exhibir su trabajo? ¿Tiene algún punto fijo de venta? ¿Participa de eventos o ferias? ¿Está usted asociado o agremiado?

12. ¿Cree que su trabajo es apreciado y valorado porque representa la cultura chotana
13. ¿Quiénes compran sus productos? ¿Mayormente son locales o foráneos?

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Anexo 3: Técnica entrevista / Instrumento – guía de entrevista

Instrucciones: La aplicación de la presente técnica e instrumento, servirá para cumplir el objetivo específico de analizar la situación actual de las industrias culturales de la provincia de Chota, Por lo tanto, la presente guía de entrevista, está adaptada para personas involucradas en el sector de música de la provincia de Chota.

Guía de entrevista

1. ¿Por qué se convirtió en músico? ¿Recibió formación en un conservatorio o su aprendizaje fue autodidacta?
2. ¿Qué lo motiva a componer o interpretar música? ¿Qué desea transmitir con su obra al público que lo escucha? ¿Qué géneros o referentes musicales fueron relevantes para ti?
3. Cuando compone o interpreta una pieza musical ¿Qué motivos o experiencias lo inspiran?
4. ¿Qué factores son importantes para poder crear? ¿En qué momento y lugar suele sentirse cómodo al momento de hacer música?
5. ¿Cuándo considera que ha logrado concretar una composición musical o una adaptación libre? ¿Este trabajo creativo lo realiza en un estudio de grabación, o en un algún espacio informal?
6. ¿Cómo reconoce que su trabajo tiene calidad? ¿Existe algún proceso de autoevaluación o evaluación externa? ¿Suele escuchar las grabaciones de su trabajo (a través de un estudio, grabadora, celular, etc.)?
7. ¿Cómo su trabajo se diferencia del de otros músicos? ¿Cuándo considera que una pieza musical tiene originalidad?
8. ¿Se considera usted un artista? ¿Cree que su trabajo es adecuadamente remunerado?

9. ¿Cómo define los contratos para sus presentaciones? ¿Se encuentra en planilla o trabaja de forma independiente? ¿Considera que las negociaciones son justas?
10. ¿Hay temporadas o situaciones que influyen en la demanda?
11. ¿Por qué medios y estrategias publicita su trabajo? ¿Utiliza una red de contactos? ¿Publica su obra en redes sociales u otros medios de comunicación?
12. ¿La experiencia de la música en vivo tiene un valor agregado? ¿De qué tipo?
13. ¿Qué personas escuchan su música?

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Anexo 4: Técnica entrevista / Instrumento – guía de entrevista

Instrucciones: La aplicación de la presente técnica e instrumento, servirá para cumplir el objetivo específico de analizar la situación actual de las industrias culturales de la provincia de Chota, Por lo tanto, la presente guía de entrevista, está adaptada para personas involucradas en el sector de literatura de la provincia de Chota.

Guía de entrevista

1. ¿Cómo se acercó a la literatura y/o la poesía? ¿Qué experiencias de vida fueron relevantes para encontrar su vocación?
2. ¿Por qué escribir literatura o poesía? ¿Qué desea expresar con su trabajo? ¿Qué autores lo han influido?
3. ¿Su proceso creativo suele ser más racional o emocional? ¿Cree que es importante la intuición o su determinación consciente?
4. ¿Qué entorno o situación considera necesarios para poder escribir? ¿Qué factores le ayudan a resolver un texto?
5. ¿Cuándo reconoce que tiene un texto finalizado?
6. ¿Suele hacer una autoevaluación de su obra? ¿Consulta a críticos literarios o a su círculo familiar o amical?
7. ¿Cómo es el proceso de reconocer su propia voz literaria?
8. ¿Se puede vivir de la creación literaria? ¿Qué valor tiene la literatura para su comunidad?
9. ¿Cómo acuerda la parte económica relacionada con la publicación de su trabajo? ¿Cómo suele negociarse con la editorial? ¿Existe algún mecanismo que proteja su trabajo de la piratería?
10. ¿Se habilitan espacios como las ferias de libro? ¿Existen asociaciones o gremios de escritores que gestionan estos espacios?

11. ¿Qué medios de comunicación utiliza para promover su trabajo? ¿La editorial con la trabaja apoya este proceso?
12. ¿Por qué es significativo el trabajo literario para la sociedad? ¿Como obra de arte, documento de memoria, como referente sociocultural o histórico?
13. ¿Quiénes compran sus libros o leen sus escritos?

Anexo

5: Técnica entrevista / Instrumento – guía de entrevista.

Instrucciones: La aplicación de la presente técnica e instrumento, servirá para cumplir el objetivo específico de conocer la importancia del podcast como medio de comunicación para difundir las industrias culturales de la provincia de Chota.

Por lo tanto, la presente guía de entrevista, es adaptable para para especialistas en producción radial o podcasting.

1. ¿Qué es el podcast?
2. ¿Para qué sirve el podcast?
3. ¿Por qué es importante el podcast en la era digital?
4. ¿Por qué producir un podcast y no un programa de radio?
5. ¿Cuál es la principal ventaja del podcast frente a otros medios de comunicación?
6. ¿Cómo está estructurado un podcast? ¿De qué manera ayuda contar con un guión técnico y literario para producir un podcast?
7. ¿Por qué las comunidades actualmente están prefiriendo el podcast frente a otros medios?
8. ¿El podcast es un medio de entretenimiento y capacitación que no requiere que estés frente a una pantalla?
9. ¿Qué temáticas pueden ser abordadas en el podcast?
10. ¿Se puede educar/ formar mediante el podcast?
11. ¿Qué equipos son necesarios para grabar un podcast?
12. ¿Se puede grabar un podcast con un teléfono móvil? ¿Qué aplicaciones móviles existen para grabar podcast?
13. ¿Qué ventajas tiene el usar el móvil para grabar un podcast?
14. ¿Qué ventajas tiene grabar el podcast en un estudio de audio?
15. ¿Qué importancia tiene la calidad del audio en un podcast?
16. ¿Qué software es el más eficaz para editar un podcast?
17. ¿Qué importancia tiene el uso de elementos sonoros al momento de editar el podcast?
18. ¿Qué tiempo de duración es recomendable que tenga un podcast?
19. ¿Cuáles son las plataformas más recomendadas para publicar un podcast?
20. ¿Existen plataformas gratuitas donde alojar un podcast?

Anexo 6: Triangulación de instrumento

<https://docs.google.com/document/d/1pkkT1jJ78BtEbQ-ZOFYFqe4ucLmpBCBG/edit?usp=sharing&oid=106698918889989309828&rtpof=true&sd=true>

Anexo 7: Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, Deiner Diaz Tapia, docente de música, con DNI N° 45679013 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoin Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis "Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota".

Chota, 2 de noviembre de 2022

A handwritten signature in blue ink that reads "Deiner Diaz" followed by the DNI number "45679013". The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

Firma de entrevistado

Anexo 8 : Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, Fernando Tapia Medina, integrante de la banda de música los Alegres muchachitos de Chota, con DNI N° 45747987 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoin Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 5 de noviembre de 2022

Firma de entrevistado

9 :

CONSENTIMIENTO INFORMADO DE



ENTREVISTA

Yo, Segundo Olano Díaz, músico chotano, con DNI N° 43639746 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoín Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 28 de octubre de 2022

A handwritten signature in blue ink is shown on a grid background. The signature is stylized and appears to read 'Segundo Olano Díaz'.

Firma de entrevistado

Anexo Consentimiento informado de entrevista
Anexo 10 : Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, Yesenia Tapia Pérez, artesana textil de la provincia de Chota, con DNI N° 76284369 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoin Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis "Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota".

Chota, 25 de octubre de 2022

Firma de entrevistado

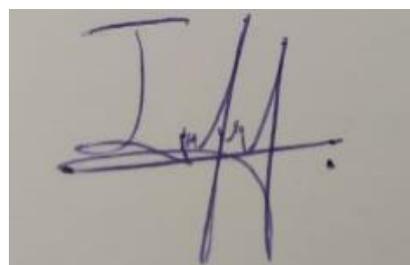
Anexo 11 : Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, Irma Quintana Oblitas, artesana textil de la provincia de Chota, con DNI N° 27368149 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoín Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 8 de noviembre de 2022



Firma de entrevistado

Anexo 12 : Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, Olga Diaz Campos, artesana textil de la provincia de Chota, con DNI N° 45480818 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoin Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 5 de noviembre de 2022

45480818

Anexo 13 : Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, Abraham Díaz Cieza, escritor chotano, con DNI N° 47424563 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoin Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 25 de octubre de 2022



Firma de entrevistado

Anexo 14 : Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, Blasco Núñez Carranza, escritor chotano, con DNI N° 27360642 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoín Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 28 de octubre de 2022

DNI: 27360642

Firma de entrevistado

Anexo 15: Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, XXXXX , escritor chotano, con DNI N° por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoin Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 28 de octubre de 2022

Firma de entrevistado

Anexo 16: Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, José Heredia Pérez, profesional en educación y ciencias de la comunicación - especializaciones Liderazgo para la Transformación y Relaciones Comunitarias, con DNI N° 41623759 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoín Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis “Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota”.

Chota, 5 de noviembre de 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized loop at the top and several horizontal strokes below it.

Firma de entrevistado

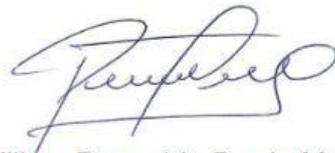
Anexo 17: Consentimiento informado de entrevista



CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ENTREVISTA

Yo, William Prado Morales, profesional en educación y ciencias de la comunicación - especializaciones Liderazgo para la Transformación y Relaciones Comunitarias, con DNI N° 18189528 por medio de la presente hago constar que autorizo todas mis declaraciones brindadas en la entrevista, a beneficio de estudio para la presente investigación, elaborado por la tesista Lucia Irigoín Oblitas, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 46817700, quien es autora de la tesis "Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota".

Chota, 27 de octubre de 2022



William Reynaldo Prado Morales

DNI N° 18189528

Anexo 18 : Validación de experto 1 - guía de entrevista

DATOS DE EXPERTOS

Nombres y Apellidos	CARLOS ARTURO CERNA BAZAN	DNI N°	09319674
Nombre del Instrumento	Guía de entrevista		
Dirección domiciliaria	LOS COLIBRIES B3-30 SAN JUDAS TADEO, TRUJILLO	Teléfono domicilio	----
Título Profesional/Especialidad	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	Teléfono Celular	961474773
Grado Académico	MAESTRO		
Mención	COMUNICACIONES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL		
FIRMA		Lugar y Fecha: Trujillo, 9 noviembre 2022	

Anexo

19: Validación de experto 2 - guía de entrevista

DATOS DE EXPERTOS

Nombres y Apellidos	María de los Angeles Sánchez Quezada	DNI N°	18131566
Nombre del Instrumento	Guía de entrevista		
Dirección domiciliaria	Santa Beatriz 328 Dpto. 402 Urb. La Merced	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	949919449
Grado Académico	Maestra		
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo, 28 de octubre de 2022

Anexo

20 : Validación de experto 3 - Guía de entrevista

DATOS DE EXPERTOS

Nombres y Apellidos	Carlos Armando Gutiérrez Fernández	DNI N°	41510275
Nombre del Instrumento	Guía de entrevista		
Dirección domiciliaria	Los Olivos 455	Teléfono domicilio	--
Título Profesional/Especialidad	Licenciado en Ciencias de la comunicación / Producción audiovisual	Teléfono Celular	927948687
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e imagen corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	05/11/2022



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BACA CÁCERES DIEGO ALONSO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis Completa titulada: "Podcast como medio de comunicación para la difusión de las industrias culturales de la provincia de Chota", cuyo autor es IRIGOIN OBLITAS LUCIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 30 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BACA CÁCERES DIEGO ALONSO DNI: 44223682 ORCID: 0000-0002-6204-7600	Firmado electrónicamente por: DBACACA02 el 15- 12-2022 19:52:35

Código documento Trilce: TRI - 0463520