



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

**“PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL
EMPODERAMIENTO PARA GENERAR VALOR PÚBLICO EN
LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA
DE CHACHAPOYAS 2016”**

**PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR
EN GESTION PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**

AUTOR:

Mg. EBER HUMBERTO CABAÑAS LOPEZ

ASESORA :

DRA. ZULY CRISTINA MOLINA CARRASCO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

GERENCIA DEL CAPITAL HUMANO

CHICLAYO – PERÚ

2017

PÁGINA DE JURADO

Dra. BERTILA HERNANDEZ FERNANDEZ
PRESIDENTE

Dr. FELIX DIAZ TAMAY
SECRETARIO

Dra. ZULY CRISTINA MOLINA CARRASCO
VOCAL

DEDICATORIA

A nuestro ser celestial, familia, esposa Sonia e hijas Shaden y Shecid, Universidad, Docentes, y compañeros de estudio, infinitamente agradecido, por ser parte de mi vida, ver y compartir otro escalón profesional alcanzado.

El autor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Comunidad Campesina de Huancas, pues por medio de dignas autoridades y comuneros, han depositado su confianza en mi vocación y experiencia profesional, asimismo haberme proporcionado la información necesaria e involucramiento en el desarrollo esta investigación.

A la asesora, Dra. Zuly Cristina Molina Carrasco, por su ayuda y sobre todo motivar a encontrar nuestro lado humano e inculcarnos a hacer realidad la presente investigación.

El autor

PRESENTACION

Señora Presidente e integrantes del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada **“PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO PARA GENERAR VALOR PUBLICO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS 2016”**, con la finalidad de encontrar estrategias para empoderar a los comuneros de la Comunidad Campesina de Huancas y generar valor público, en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el grado de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad.

Es vital precisar que la Comunidad Campesina de Huancas, está ubicada en la Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas. Se trata de una Comunidad Campesina andina en el entorno rural de la sierra del Perú, ubicada a 2558 m.s.n.m. y distante a 7.20 Kms. de la ciudad capital de Chachapoyas, y pese a ello la puedo considerar como tan lejos y tan cerca de la capital del departamento de Amazonas, por estar sumido en atraso, marginación y perjudicada tanto en su costumbre y su territorio, al punto que sus comuneros tienen baja autoestima y desconocen la palabra empoderamiento; por ello es importante desarrollar herramientas, como un modelo basado en el empoderamiento para generar valor público; en función de una visión de progreso, el mismo que ayudara al direccionamiento planificado y organizado hacia el futuro.

En base a los análisis realizados en la Comunidad Campesina de Huancas, se ha advertido que de sus 6,362 hectáreas de extensión territorial no es suficientemente explotada en su actividad agrícola de manera comunal, situación que genera escasa posibilidad de desarrollarse con mejora de calidad de vida de sus comuneros. De tal forma se desarrolla un modelo distribuido de la siguiente manera: Capítulo I: Contiene aspectos referentes a antecedentes categorizado con temas referentes a la administración, Capítulo II: Está enfocado al marco teórico el mismo que consta de teorías. Como teoría de la motivación y teoría del valor público, así como también lineamiento conceptual que debe realizarse antes de desarrollar un

proyecto de inversiones para determinar la verificación y factibilidad del proyecto. Capítulo III: En este capítulo consta el contenido de la metodología del proyecto de investigación, dentro del cual contiene el estudio técnico que determina el tamaño de la investigación, la metodología a utilizar, figurando de este modo una perspectiva de lo que se pretende construir, en el Capítulo IV: se da paso a la elaboración e identificación de la propuesta administrativa que conlleva a especificar la razón social, la misión, visión, principios, políticas, la constitución jurídica de la comunidad, etc.

El autor

ÍNDICE

Contenido	
PÁGINA DE JURADO	ii
DECLARACION JURADA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
PRESENTACION	vi
ÍNDICE	viii
Índice de Tablas y Figuras	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTORDUCCION	xiii
CAPÍTULO I:	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. Planteamiento del problema.	15
1.1.1. A nivel internacional.....	15
1.1.2. A nivel nacional.....	19
1.1.3. A nivel Regional.....	21
1.1.4. A nivel local.....	21
1.2. Formulación del problema.	21
1.3. Justificación.	21
1.4. Limitaciones.....	24
1.5. Objetivos.....	24
1.5.1. General.....	24
1.5.2. Específicos.	24
CAPÍTULO II	26
MARCO TEÓRICO.....	26
2.1. Antecedentes.....	27
2.1.1. A nivel internacional. -	27
2.1.2. A nivel nacional.-	29
2.1.3. A nivel Regional o Local.-	32
2.2. Marco teórico.	33

EMPODERAMIENTO.....	33
2.3. Marco conceptual.	57
DIMENSIONES DEL EMPODERAMIENTO.....	57
DIMENSIONES O ASPECTOS DEL VALOR PÚBLICO.....	59
CAPÍTULO III	61
MARCO METODOLÓGICO	61
3.1. Tipo de estudio.....	62
3.2. Diseño de estudio.	62
3.3. Hipótesis.	63
3.4. Variables.	63
3.5. Población y muestra.....	66
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS.....	66
3.6. Método de investigación.	71
3.7. Técnicas, procedimientos e instrumentos de recolección de datos.	72
3.8. Métodos de análisis de datos.....	72
CAPÍTULO IV	74
RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA PROPUESTA.....	74
4.1. Análisis de resultados.	75
4.2. Discusión de resultados.	80
4.3. Organización del modelo y fundamentación.	86
4.3. Conclusiones y sugerencias.....	101
Referencias	103
ANEXO 1: FICHA TECNICA DEL INSTRUMENTO	109
ANEXO 2: ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PUBLICO EN COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS	111
ANEXO 3: ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PUBLICO AUTORIDADES EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS.....	114
ANEXO 4.- Validación de los instrumentos.	117
ANEXO 5. Ficha de evaluación por juicio de experto.....	118
ANEXO 6.- Matriz de consistencia	127
ANEXO 7: PLANTEAMIENTO DE ACTIVIDADES EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO PROPUESTO.....	128
ANEXO 8: PANEL FOTOGRAFICO.....	132

Índice de Tablas y Figuras

Tablas.

Tabla 1: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de valor público.	75
Tabla 2: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de la prestación de servicios.	76
Tabla 3: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de los impactos reales sociales..	77
Tabla 4: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia del mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización.....	78
Tabla 5: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de las dimensiones de valor público.	79

Figuras

Figura 1: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de valor público.	75
Figura 2: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de la prestación de servicios.....	76
Figura 3: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de los impactos reales sociales.....	77
Figura 4: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia del mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización.....	78
Figura 5: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de las dimensiones de valor público.	79

RESUMEN

El objetivo que persiguió la investigación fue proponer un **MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO PARA GENERAR VALOR PÚBLICO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS 2016**”, que permita fortalecer a los comuneros de la comunidad Campesina de Huancas del Distrito de Huancas, Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas.

La metodología que se empleó para el desarrollo de la investigación fue descriptiva y propositiva, diseñándose, elaborándose y validándose una escala para valorar el valor público mediante juicio de expertos, obteniéndose una confiabilidad Alfa de Cronbach igual a 0.90%, luego se aplicó este instrumento a los 66 comuneros de la Comunidad Campesina de Huancas, cuyos resultados muestran que sólo el 37,9% perciben que, se da la prestación de servicios; el 39,4% sostiene que, se ven los impactos reales sociales; y el 37,9% opina que, se mantiene la confianza y legitimidad; finalmente de estas dimensiones, se concluye que sólo el 39,4% de los comuneros manifiestan tener valor público en su comunidad.

Teniendo en cuenta estos resultados de carencia de empoderamiento, ello afecta las condiciones de vida de los pobladores; en tal sentido se recomienda implementar la propuesta del modelo basado en el empoderamiento para que se genere valor público en la Comunidad Campesina de Huancas, lo cual les va a permitir mejorar su comunidad y despegar su desarrollo agrícola y artesanal hacia nuevos mercados.

Palabras Claves: empoderamiento, modelo, valor público

ABSTRACT

The objective pursued by the research was to propose a MODEL BASED ON THE EMPOWERMENT TO GENERATE PUBLIC VALUE IN THE COMMUNITY CAMPESINA OF HUANCAS - PROVINCE OF CHACHAPOYAS 2016 ", which will allow to strengthen the comuneros of the peasant community of Huancas of the District of Huancas, Province of Chachapoyas, Amazon region.

The methodology that was used for the development of the research was descriptive and propositive, designing, elaborating and validating a scale to value the public value through expert judgment, obtaining an alpha reliability of Cronbach equal to 0.90%, then applied this instrument to the 66 community members of the peasant community of Huancas, whose results show that only 37.9% perceive that if the provision of services occurs; 39.4% argue that if you look at the real social impacts; and 37.9% believe that trust and legitimacy is maintained; Finally, of these dimensions, it is concluded that only 39.4% of the comuneros state that they have public value in their community.

Taking into account these results of lack of empowerment, this affects the living conditions of the inhabitants; in this sense it is recommended to implement the proposal of the model based on empowerment to generate public value in the peasant community of Huancas, which will allow them to improve their community and take off their agricultural and artisanal development towards new markets.

Keywords: empowerment, model, public value

INTORDUCCION

Este trabajo de investigación busca, adoptar estrategias para afrontar la carencia de empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas en particular, dentro de un mundo globalizado, a fin de mejorar la organización comunal con un modelo que les permita impulsar su desarrollo en beneficio de sus integrantes.

Es por ello que a continuación se presenta una propuesta que contiene “El modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas”, este modelo está conformada por los objetivos que se pretenden lograr, la importancia que conlleva su realización a corto plazo, las instrucciones necesarias para su uso, difusión y mantenimiento de ésta. Además, la situación actual de la organización comunal como: la institucionalidad, recursos, estatutos y toma de decisiones. Y el desarrollo del modelo: elaboración del diagnóstico de la comunidad, matriz competitiva y sus estrategias, determinación de indicadores comunales y sus respectivos instrumentos de evaluación, competitividad empresarial, diseño de alianzas estratégicas y ventajas competitivas.

Finalmente se deja a consideración conformar un Comité encargado de implementar, evaluar y actualizar la propuesta. El objetivo principal de esta propuesta es proporcionar a la Asamblea General Comunal como máximo órgano de la Comunidad, un modelo que indique los pasos para lograr el empoderamiento para generar valor público en los comuneros calificados.

CAPÍTULO I:
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema.

Cuando hablamos de valor público en las Comunidades, nos referimos a un término que definitivamente tiene un enfoque que se relaciona más a la acción de las entidades públicas. Es decir, es el valor creado por el Estado mediante servicios, normas, regulaciones, asignación de recursos económicos, humanos, tecnológicos y físicos con existencia en la institución, y que se basan en la adecuada capacidad gerencial con la finalidad de cumplir los fines establecidos en los mandatos con eficacia y eficiencia.

Desde el punto de vista democrático, el valor lo definen los ciudadanos de acuerdo con sus preferencias que son expresadas a través de diversos medios que se ven reflejadas en decisiones de ciudadanos políticos elegidos en elección popular. Partiendo de esta premisa, diremos que el valor público se convierte en una herramienta eficaz que permite medir las políticas, programas, así como también los servicios públicos venidos del Estado.

Sin embargo, es de precisar que, para lograr valor público, lo primero que se tiene que hacer es fomentar la participación ciudadana en las comunidades.

1.1.1. A nivel internacional

(Lampis, 2016), en su libro que lleva por título: “Cambio ambiental global, Estado y valor público”, señala que: detrás de la idea del valor público, se esconde el análisis acerca de la falta de capacidad de los mercados competitivos frente a la insuficiencia de la protección de espacios comunes como el medio ambiente.

Para Lampis, la limitada conceptualización clásica de valor público se refiere a los productores, el Estado, el sector privado y la sociedad civil, dejando fuera a las comunidades y los agentes que viven en su esfera biótica. Esta discusión conlleva a la confrontación necesaria con las concepciones que distintas culturas tienen del mismo.

En ese contexto, el papel de Estado es de regulación, las economías extractivas causan paralización de procesos de industrialización

mucho más amplios, esto debido al incremento de violación de los derechos de las Comunidades.

El asesinato de Sabino Romero, líder indígena de los Yukpas, en el gobierno bolivariano de Venezuela, para concesionar los territorios YUKPAS a las corporaciones mineras del carbón; las persecuciones y encarcelamientos a líderes sociales en Ecuador por el gobierno de la “revolución ciudadana” para permitir la expansión de la frontera petrolera, la minería abierta a gran escala, los programas ONU-REDD, los biocombustibles, etc.; la represión en el TIPNIS por el gobierno del mas en Bolivia y la persecución a las organizaciones sociales que se oponen a los ejes multimodales IIRSA en este país; la criminalización social en Paraguay; la represión a los pueblos mapuches y el asesinato de varios de sus líderes históricos, en Chile; la persecución social a los movimientos sociales que se oponen al proyecto minero Conga, en Perú, etc. (Lampis, 2016) Haciendo mención a (Dávalos 2013)

(Ignacio Criado, 2016), blog denominado: “Goblab: Los Laboratorios de Gobierno en acción. Creación de valor público a través de la innovación”, da a conocer que en el sector público se ha dado origen a los Laboratorios de Gobierno, conocidos como GobLab, institución que tiene como objetivo crear valor público a través de la innovación.

Estas organizaciones autónomas están ligadas a la universidad y tienen como función buscar soluciones innovadoras en las entidades del Estado mediante metodologías de carácter colaborativo y abierto.

De igual forma los GobLab, se ha instituido en algunos países, tal es el caso de: Estados Unidos (GovLab), Dinamarca (dLab), Chile (Laboratorio de Gobierno), Ecuador (Laboratorio de Innovación de Quito).

Estas organizaciones han originado en España, el nacimiento del Laboratorio de Gobierno para la Innovación Pública (NovaGobLab),

creada bajo el entorno de la Universidad Autónoma de Madrid, comunidad de innovadores públicos de habla hispana, estando llamada a convertirse en una entidad centrada en la generación de valor público.

El crecimiento de los GobLab, es una oportunidad que se abre para gobiernos y administraciones públicas de todo el mundo. En unos casos, para promoverlos ellas mismas como espacios internos de desarrollo de ideas y dinámicas innovadoras. En otros casos, como espacios híbridos en los que interactúan con otras organizaciones con problemáticas comunes, así como incorporar a una ciudadanía con expectativas cada vez más altas. (Ignacio Criado, 2016)

(Nexos, 2005), en su revista de Política Digital, hace mención que en México existe el Gobierno Digital y señala que ahorran y generan dinero, teniendo como objetivo velar por el mejoramiento de la calidad de vida de sus ciudadanos, bajo este sistema se mejora también la forma de vida de los ciudadanos. Aunque no de las Comunidades Campesinas debido a la falta de voluntad política de los gobiernos de turno.

Un estudio realizado en el tema de Competitividad de los Estados Mexicanos, tuvo como resultado que el Distrito Federal obtuvo el penúltimo lugar en eficiencia gubernamental. Es de mencionar que México, a través de negociaciones con Bill Gates, se encuentra desarrollando un software especializado que le permita mejorar el servicio público, en Guadalajara se cuenta con un sistema de información social, entre otras.

Esto significa que: “Si quisiéramos ver al gobierno como una fuente de valor para la ciudadanía, deberemos asumir que la gente será capaz de relacionarse individualmente con el gobierno, y de juzgarlo en función a los beneficios personales que le reporta” (Bertucci, 2005).

(Arias Durán, 2017), en su artículo del diario: Página Siete de Bolivia; hace mención a Patrick Lencioni, quien refiere que el empleado público muestra tres señales de un trabajo miserable que son: anonimato, ausencia de medición e irrelevancia. Estas tres señales, hace que el trabajador este frustrado y desmoralizado al terminar su jornada laboral, con falta de entusiasmo, energía y autoestima.

Los empleados necesitan saber que el trabajo que hacen impacta a otras personas. Los jefes no deben partir de la idea de que la gente sabe el norte y la importancia de las labores particulares. El empleado necesita saber que el trabajo que hace es importante para otros. Si el empleado no ve la conexión entre su trabajo y el valor que le da la sociedad no se sentirá satisfecho y se remitirá sólo a cumplir, y a veces siempre mal, sus limitadas funciones. Incluso los trabajadores más cínicos necesitan saber que su trabajo le importa a alguien, si no es la sociedad, por lo menos a su jefe. (Arias Durán, 2017).

Para medir el valor público, en la década de los años 1990, la ONU elaboró y publicó el índice de desarrollo humano (IDH), con el objetivo de calcular el desarrollo integral del ser humano, este indicador no estaba referida a la felicidad, tampoco a su bienestar; sino que mide los logros y cuánto falta para conseguir el desarrollo. La escala varía entre 0 y 1 (máximo desarrollo), y surge de obtener el promedio de 3 componentes de datos (índices) que a su vez hacen uso de diferentes variables. (Hintze, 2001)

El Informe Regional sobre Desarrollo Humano en América Latina y el Caribe 2016, determina que un número de dos y medio millones de habitantes de los países de América Latina y el Caribe, incremento su pobreza durante los años 2015 y 2016. Más del 50% de los 300 millones de la clase trabajadora son empleados por las micro-

empresas con menos de cinco puestos de trabajo, auto empleados sin valoración o sin percibir ingresos económicos. (PNUD, 2016)

Según el informe mundial Programa de Naciones Unidas para el desarrollo - PNUD (2014), el IDH de algunos países sudamericanos fue: Chile 0,82; Argentina 0,80; Uruguay de 0,79, mientras que para Ecuador 0,71. (PNUD, 2014)

1.1.2. A nivel nacional.

(Torres Manrique, 2010), en sus “Reflexiones sobre la importancia del valor público”, precisa que el funcionario público al trabajar con fondos del Estado está obligado a que el valor público no sólo constituye un derecho, sino una obligación.

Por lo tanto, Perú necesita urgente gestión pública que generen valor público, necesitando de campañas de fomento de este valor como forma de vida mas no de coyuntura o fines mediáticos o populistas.

(Carrillo y Espinoza, 2012), en su breve enfoque de valor público, hace una crítica a los servidores estatales de Perú, señalando que no toman conciencia que su misión es crear valor público, garantizando mejor calidad de vida de los ciudadanos entre ellos se encuentran, calles limpias, educación y salud gratuita. El “Valor Público” es percibido por la colectividad cuando hay reducción significativa de la desigualdad, reducción de la pobreza, fortalecimiento de los Estados democráticos, el fortalecimiento de la ciudadanía, en fin”.

Es necesario precisar que las Comunidades Campesinas en nuestro país, son las menos favorecidas con la ejecución de proyectos en servicios básicos, es de tener en cuenta lo dicho por (Diez, Alejandro, 2013).

Se ha determinado que la falta de gestión opaca la riqueza con las que cuentan las comunidades campesinas, permaneciendo con parentesco de pobres cuando en realidad no las son. Partiendo de ello, se aprecia el aprovechamiento de los recursos por parte de pocas

comunidades, mientras que otras no pueden salir del atraso por diversos motivos, entre ellas las disputas internas. (Diez, Alejandro, 2013)

(SERVINDI, 2016), en su portal web, ha publicado el artículo denominado: “Todas las concesiones mineras deberán ser consultadas a las Comunidades”, dice que la Corte de Justicia de Puno, ha sentenciado a favor, en la cual ha determinado que el Estado debe consultar a las Comunidades Campesinas para el inicio de actividades mineras, declara además que la Corte reconoce que el Estado expide concesiones mineras a espaldas de las Comunidades Campesinas sin respetar sus ideas ni mucho menos sus costumbres; estas actitudes no permiten la generación de valor público a la interna de los pueblos.

Esta respuesta de los pueblos nace a raíz de las protestas que dio origen al Aymarazo, luego de tomarse conocimiento que la mayoría del territorio puneño, contaba con concesiones mineras, sin consultarle a la gente.

“Compartimos un artículo que destaca y celebra la sentencia judicial elaborado por la Oficina de Derechos Humanos y Medio Ambiente de Puno y el Área de Pueblos Indígenas del Instituto de Defensa Legal (IDL)”

(RPP , 2016), en su entrevista realizada a Verónica Mendoza, da cuenta que el actual sistema político de Perú, no representa a la ciudadanía, por lo que se debe exigir que se reconozcan los derechos de las Comunidades Campesinas y Nativas para que decidan sobre sus tierras y sobre políticas públicas que los afectan. Este contexto pone de manifiesto que, en Perú, falta trabajar una cultura que cree valor público y que permitan generar valor público en las Comunidades Campesinas del País.

Según el informe mundial Programa de Naciones Unidas para el desarrollo - PNUD (2014) el IDH, para Perú, fue de 0,73, ubicándose en el puesto número 82, encontrándose por debajo de Chile, Argentina y Uruguay. (PNUD, 2014)

1.1.3. A nivel Regional.

El índice de desarrollo humano en la Región Amazonas fue de 0,38 ubicándose en el puesto 19 a nivel nacional. (PNUD, 2014)

1.1.4. A nivel local.

No existen trabajos previos.

1.2. Formulación del problema.

¿La propuesta de modelo basado en el empoderamiento, permitirá generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas?

1.3. Justificación.

✓ Científica. -

El modelo aportará bases científicas para mejorar las teorías de empoderamiento y de valor público en las Comunidades Campesinas. Cuando hablamos de bases científicas nos referimos a aportaciones teóricas llevadas a la práctica por diversas investigaciones realizadas por especialistas en el campo de la administración pública; ello, permitirá mejorar no solo el aspecto social de las comunidades campesinas, si no que se aportara a las teorías científicas.

✓ Práctica.-

El trabajo servirá para resolver el problema de la carencia de empoderamiento, fortalecer capacidades en la toma de decisiones para mejorar sus condiciones de vida.

La creación de valor público compone un papel fundamental en la gestión pública porque valida y vincula el accionar gubernamental con las necesidades y las aspiraciones que tiene la ciudadanía.

Bajo esta perspectiva, se mejorará los valores, la conducta propia, la forma de vida personales y colectivas, niveles de seguridad, la moral, la forma de expresarse, costumbres, etc, constituyendo un importante factor de desarrollo económico, que aporte con una gama de opciones para su beneficio, tales como agricultura, artesanía, gastronomía, turismo, alojamiento, recreación, descanso, entre otros.

✓ **Metodológica.-**

Con los resultados de esta investigación se podrá estandarizar la propuesta de modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en otras Comunidades Campesinas.

La metodología a utilizar se basa específicamente en la creación de generación de participación ciudadana a través de diversas actividades que permitirán acercar a la población a las propuestas hechas por el Estado. Concluyéndose que el trabajo a realizar se encuentra inmerso dentro del campo “Participación Ciudadana, Gobierno – Sociedad”, y que se encuentran desarrolladas en las políticas de Estado propuestas por el Gobierno Nacional.

✓ **Legal.-**

- Constitución Política del Perú – 1993.- Art. 89. El Estado respeta la identidad cultural de las comunidades campesinas y nativas, precisando que tienen existencia legal y son personas jurídicas, autónomas en su organización, en el trabajo comunal y en el uso y la libre disposición de sus tierras, así como en lo económico y administrativo, dentro del marco que la ley establece.
- Convenio 169 de la OIT y Ley de Consulta previa.

- Ley de Bases de la Descentralización (Ley N° 27783-17-06-2002). Art.6: Uno de sus principales objetivos: Incorpora la participación de las comunidades campesinas y nativas, reconociendo la interculturalidad y superando toda clase de exclusión y discriminación.
- Ley del Instituto Nacional de Desarrollo de Pueblos Andinos Amazónicos y Afro Peruanos INDEPA (Ley N° 28495), se crea como un organismo rector que propone, aprueba y supervisa el incumplimiento de políticas nacionales, programas y proyectos dirigidos a la promoción, defensa, investigación y formación de los derechos y desarrollo con identidad de los pueblos Andinos Amazónicos y Afro peruanos. Es importante porque en su conformación se preveía un consejo consultivo que estaba integrado por miembros de los pueblos indígenas que serían elegidos en las Regiones.
- Código Civil, Nociones y fines de las Comunidades Campesinas y Nativas. (DL N° 295-24-07-1984) Art.134. Reconoce a las Comunidades Campesinas y Nativas como organizaciones tradicionales, constituidas por personas naturales y cuyos fines se orientan al mejor aprovechamiento de su patrimonio, para beneficio general y equitativo de los comuneros, promoviendo su desarrollo integral.
- Código del Medio Ambiente y Recursos Naturales (D.L N° 613). Art 54. reconoce el derecho de propiedad de las Comunidades Campesinas y Nativas ancestrales sobre las tierras que poseen dentro de las áreas naturales protegidas y en sus zonas de influencia.
- Ley General de Comunidades Campesinas (Ley N° 24656). Declara de necesidad nacional e interés social y cultural el desarrollo integral de las Comunidades Campesinas y las define como organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integrados por los familiares que habitan y controlan determinados territorios, ligada por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal y la ayuda mutua
- Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía (Ley N° 27037) Establece como responsabilidad conjunta del Estado y de todos los ciudadanos: la conservación de la diversidad biológica de la Amazonia y

de las áreas naturales protegidas por el Estado, el desarrollo y uso sostenible, basado en el aprovechamiento racional de los recursos naturales, materiales, tecnológicos y culturales, el respeto de la identidad cultural y formas de organización de las Comunidades Campesinas y Nativas.

- Estatuto especial de Comunidades Campesinas, aprobado por Decreto Supremo No. 37-70 AG, para regirse en su vida institucional.

1.4. Limitaciones.

Las limitantes en la presente investigación, constituye la falta de participación ciudadana en el manejo, monitoreo y control de los recursos del Estado asignado a los Gobiernos locales, de toda la Región Amazonas, ello ha permitido un adormecimiento especialmente en el tema de opinión de los pobladores en cada uno de sus Distritos.

El alto nivel de corrupción existente dentro de las instituciones del Estado y el analfabetismo que sigue constituyéndose como una determinante para la falta de la generación de valor público.

La inexistencia de estudios científicos relacionados al tema por considerarse un término relativamente nuevo, no permite discutir a exactitud casos similares al presente estudio.

1.5. Objetivos.

1.5.1. General.

Proponer un modelo basado en el empoderamiento para generar Valor Público en la Comunidad Campesina de Huancas

1.5.2. Específicos.

OE1: Identificar el nivel de valor público en la Comunidad Campesina de Huancas.

- OE2:** Identificar y analizar los fundamentos teóricos que le dan sustento a la propuesta de modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas.
- OE3:** Diseñar el modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas.
- OE4:** Validar el modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas utilizando la técnica DELPHI.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

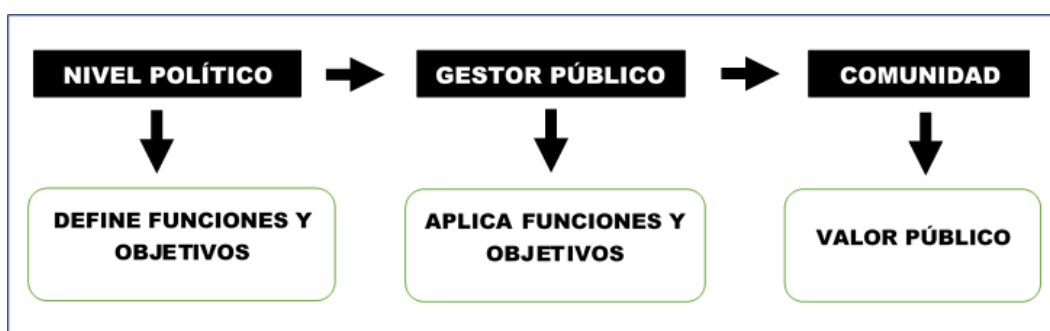
2.1. Antecedentes.

2.1.1. A nivel internacional. -

(Moore, 1998), en su estudio denominado “Gestión Estratégica y Creación de Valor en el sector público”, señala que existe preocupación por los gestores públicos ya que carecen de capacidad en la generación del valor público; ello, debido a su autoridad directa sobre los recursos del Estado. En ese sentido, es una obligación de las entidades estatales de generar valor público, ello implica brindar servicios de calidad con calidez, profesionalismo y sobre todo, entender que el servidor está al servicio del ciudadano.

Para Moore, el nivel político es quien define las funciones y objetivos de las entidades mientras que el gestor público, simplemente las aplica; sin embargo, el gestor público tiene que tener imaginación gerencial para crear caminos ascendentes para lograr acuerdos con los niveles políticos y descendentes para lograr el apoyo y aporte de la comunidad.

Bajo ese concepto, se puede crear una imagen conceptual referente al valor público:



Fuente: Elaborado por el autor en base al concepto obtenido.

(Sotelo Maciel, 2014), en su investigación denominada: “La cadena de valor público: un principio ordenador que previene la colisión metodológica”, concluye que el valor público no solo intenta expresar la manera que una política influya o pretenda influir sobre diferentes

indicadores de una realidad, sino que además requiere de un análisis completo de cómo se origina el escenario, haciendo estudios sobre las causas de las dificultades económicas y sociales.

La Cadena de Valor Público (CVP) es fundamentalmente un modelo descriptivo, más que un método prescriptivo. Su potencial primordial radica en posibilitar una expresión simple y rigurosa de lo que es. En tal sentido ayuda más a entender y, en alguna medida, a “descubrir” las políticas y el accionar del sector público, que a determinar su deber ser.

De la misma manera, da a conocer el modelo de la operación al proceso de transformación de recursos en productos (cadena de valor público).



(Padilla Salinas, 2012), en sus tesis de maestría: Valor Público, rol del Estado y diagnóstico institucional en la Dirección de Crédito Prendario “DICREP”. Señala que la evolución de un Estado constituye ciclos obligatorios para entidades y servicios públicos a satisfacer los requerimientos de los usuarios cumpliendo con estándares cada vez mayores; los resultados fueron importantes arrojando que la DICREP cumple de manera parcial su rol social, debido a que la entidad no ha obtenido aún identificar su servicio a la población en condición de pobreza. En relación al Valor Público y Rol del Estado, lo expresado

por los encuestados es insuficiente para que la DICREP pueda otorgar valor, instituyéndose, asimismo, que este espacio de negocio sí merece injerencia del Estado.

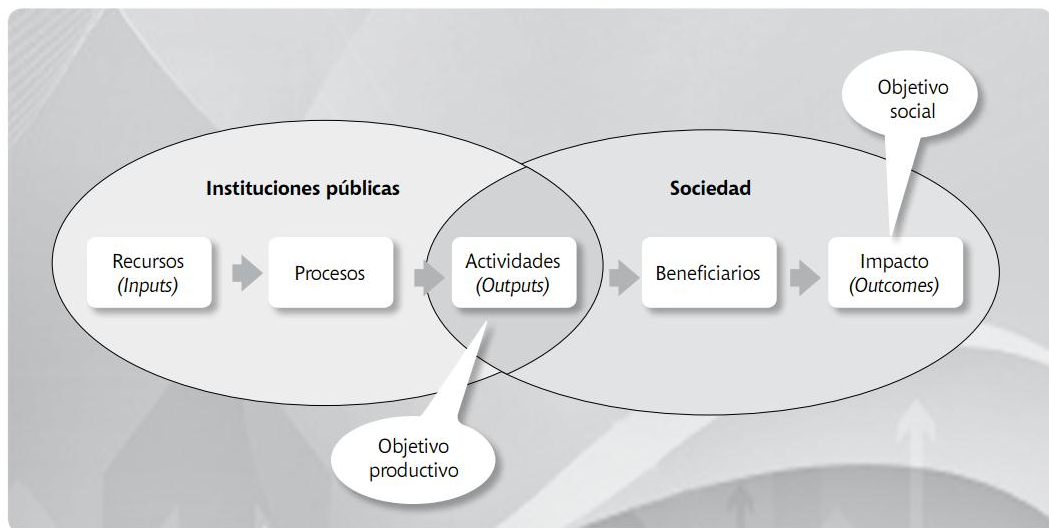
(Uvalle Berrones, 2014), en su estudio investigativo titulado: “La importancia de la ética en la formación de valor público”, concluye que el valor público incrementa el sentido de la Administración Pública desde el instante que enuncia una promesa de gobierno más abierta, directa y sensible hacia la población, promoviendo el establecimiento e implementación de las políticas públicas. Con referencia a la sociedad, el valor público se alimenta de los valores de igualdad y de equidad, así como también el bienestar social o el mejoramiento de la calidad de vida.

2.1.2. A nivel nacional.-

(García J. , 2015), en su estudio para la “Revista Actualidad Gubernamental”, concluye que la gestión pública tiene como esencia la creación del valor público, entregando adecuados servicios públicos (educación, salud, vivienda, infraestructura, seguridad, etc). Es decir que no solo debe importar los resultados que estos servicios, programas o proyectos causen entre los ciudadanos, sino también los procesos aplicados que originaron dichos resultados.

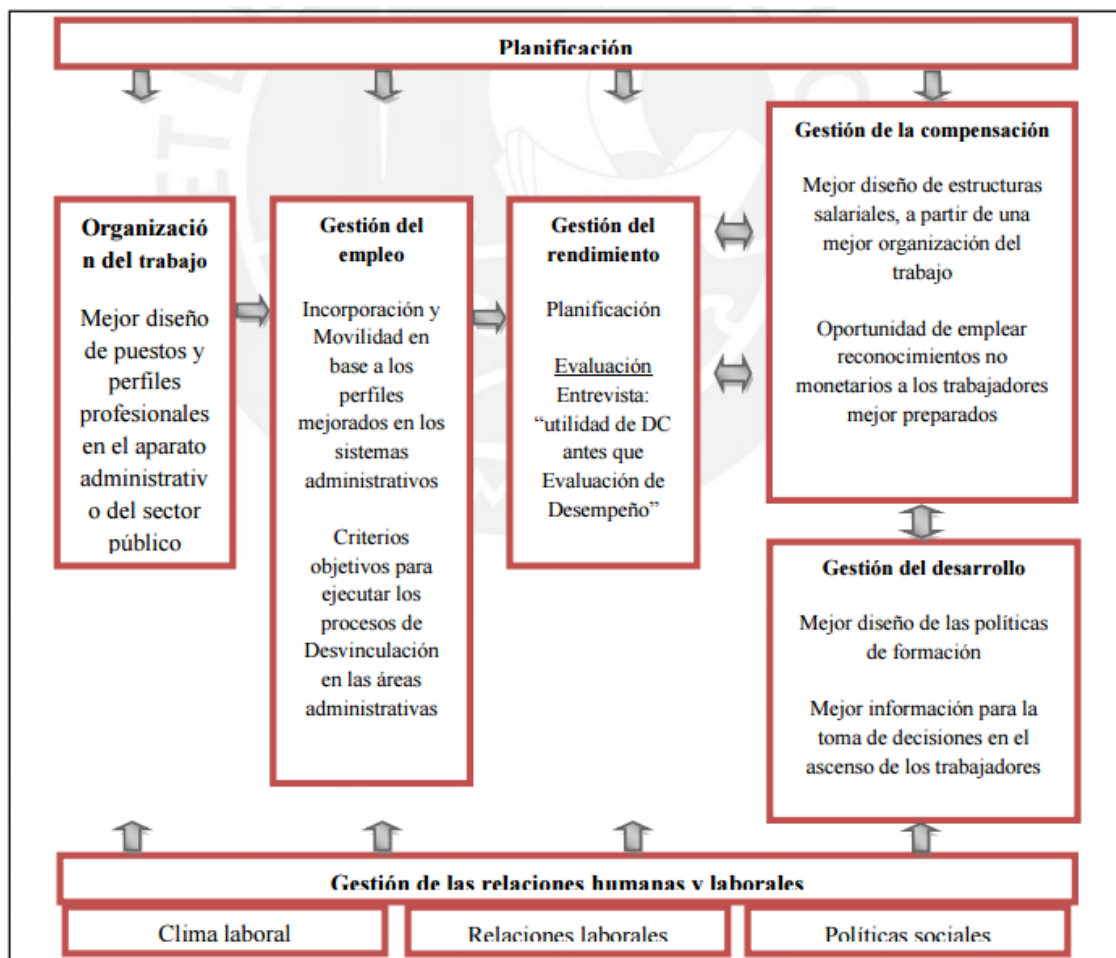
Para crear valor público es necesario ejecutar una serie de actividades que permitan generar impacto sobre los beneficiarios. En el siguiente cuadro se muestra con claridad la creación del valor público.

La creación de valor público



(Trefogli Wong, 2013), en sus tesis intitulada: “Gestión Estratégica y creación de valor en el sector público: estudio de caso sobre el desarrollo de evaluaciones de conocimiento en el servicio civil peruano (2008-2012)”, concluye que durante el periodo 2008-2012, la gestión de recursos humanos en Perú, a través de la Ley del Servicio Civil ha permitido un rendimiento positivo de los servidores públicos, de la misma manera se logró crear valor público en dos experiencias: Sistema Nacional de Inversión Pública y SERVIR, siendo considerada como contribución importante para la solución de problemas públicos sobre todo de las capacidades de los trabajadores a futuro.

Las contribuciones de los Diagnósticos de conocimientos en los subsistemas de gestión de los RR.HH.



(Ypanaqué Luyo & Calle Dávila, 2013), en su investigación: “La Gerencia Pública Moderna en la Reforma del Sector Salud”, concluye que la Gestión Pública Moderna es un avance promovido por las Transformaciones que realiza el Estado priorizándola en creación de valor público a tres niveles (estratégico, entorno político y operativo); a su vez reconoce al proceso político como elemento que conlleva a asignar recursos financieros del tesoro público, favoreciendo la incorporación de los gerentes públicos mediante la Autoridad del Servicio Civil, como enlace situados entre las autoridades políticas y los empleados públicos. La incorporación de los gerentes públicos, se da en el marco de la meritocracia, en las necesidades institucionales, un adecuado sistema de remuneraciones con estímulos profesionales financieros y no financieros, un marco contractual que se base en resultados y una carrera pública flexible, permitiendo el reclutamiento profesional y la especialización por competencias.

2.1.3. A nivel Regional o Local.-

(Melendez Vargas, 2016), en sus Tesis de Maestría titulada: “Propuesta de un plan de integración gobierno sociedad para incrementar la participación ciudadana en la gestión municipal del Distrito de Longar, Provincia de Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas – 2016”, precisa que los factores que impiden la participación ciudadana son: falta de estrategia de participación ciudadana, la corrupción de candidatos en comprar votos, falta de transparencia en las elecciones municipales, falta de planes de gobierno de los candidatos y el incremento de los votos golondrinos.

Los resultados fueron: el 53% de los ciudadanos de Longar, cuentan con Conductas de Participación Electoral. El 68% de vecinos, carece de Conductas de Participación Opinativa/Informativa, mientras que el 74% necesita mejorar las Conductas de Participación Asociativa; en tanto, el 34% de la población urge de mejorar de Conductas de Participación Cívica. De la misma manera concluye que: la población no tiene confianza en los funcionarios del Estado; por lo tanto, no participa activamente en las decisiones del Alcalde, esta decisión causa que el valor público sea nulo.

Bajo ese concepto, se puede decir que, en el Perú, se carece de estrategias para la generación de valor público, una de ellas, necesariamente tiene que ver con la integración gobierno- sociedad. Sin la participación de los pobladores, será difícil lograr el valor público.

2.2. Marco teórico.

EMPODERAMIENTO

La etimología nos dice que el vocablo empoderamiento, está referido a “permitir, capacitar, autorizar u otorgar poder sobre algo o alguien o para hacer algo”. El diccionario de Oxford señala “permitir a uno hacer algo”. También se considera como “el proceso o mecanismo a través del cual los individuos, organizaciones o comunidades obtienen control o dominio sobre asuntos o temas de interés propio”. (Sánchez A. , 1996)

El empoderamiento, fue diseñado por Julián Rappaport a mediados de la década de 1960, cuya finalidad era proveer a la psicología comunitaria, una teoría de orientación valórica, un método de investigación de intervención. Siendo estudiado y aplicado en distintas disciplinas. (Buelga, 2007)

Literalmente, la palabra “empowerment”, está estrechamente relacionado con el poder. Evidenciándose en lo que se expresa: “invertir a alguien de poder legal – permiso para actuar a favor de alguna meta o propósito”. (Rappaport J. , 1987)

Según Montero, el empoderamiento es:

“El proceso mediante el cual los miembros de una comunidad (individuos interesados y grupos organizados) desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para controlar su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos”. (Montero M. , 2003)

Para Soria (2005) con respecto al empoderamiento sostiene:

“Es un medio o estrategia para contribuir a la democratización y ejercer la ciudadanía, de manera que las personas sean protagonistas de su propio desarrollo, donde el Estado constituye una pieza clave”. (Soria, 2005)

Según Canal (2010) el empoderamiento desde el punto de vista comunitario:

Se utiliza para estudiar procesos de trabajo con grupos minoritarios, “no empoderados” que están conformados por mujeres, pobres, entre otros. Además, el concepto de empoderamiento es considerado, por las agencias multilaterales de desarrollo, como un componente fundamental en las estrategias de erradicación de la pobreza. (Canal, 2010)

Desde el escenario de una estrategia de intervención social:

El empoderamiento es un proceso selectivo, consciente e intencionado que tiene como objetivo igualar oportunidades entre los diferentes actores sociales. (Canal, 2010)

De acuerdo a lo dicho por los expertos, el empoderamiento es una estrategia política transformadora que se utiliza para la construcción de nuevos conocimientos y capacidades; asimismo, busca la socialización y democratización del poder, conquistando nuevos espacios. (PADEM, 2004)

En las organizaciones, el empoderamiento eleva en los trabajadores una impresión de eficacia sobre su propio progreso; todo esto implica el desarrollo y mejora de actitudes de “poder hacer” aumentando sus expectativas de optimizar su desempeño, aun en situaciones difíciles, las conductas positivas de los jefes pueden beneficiar el empoderamiento en sus participantes, ayudándoles a sentirse respaldados e induciéndolos a continuar, apoyando sus capacidades internas. (Conger & Kanungo, 1988)

Bandura (1986) declara que la fortaleza que poseen los mismos individuos proviene de la creencia propia de la eficacia, permitiéndoles participar en acciones donde ellos mismos pueden expresar su capacidad, de la misma manera sortear en circunstancias que pueden ser perversas.

El empoderamiento tiene efectos o consecuencias en el tiempo y cuenta con estrategias que tienen en cuenta el apoyo emocional a los individuos, creando un ambiente de familiaridad y ayudándolas a sortear todo tipo de obstáculos o contextos críticos con mayor facilidad, sin sobrepasar por

dificultades de desengaño; sin embargo cuando los individuos adquieren inconvenientes dentro o fuera del trabajo, pueden afrontar situaciones de stress, tener miedo, ansiedad o depresión, todo eso puede reducir las perspectivas de la eficacia propia o autoeficacia, la cual tiene que ver con una estimulación y disposición interna hacia el poder. (Bandura, 1986)

Para Gonzalo Musitu y Sofía Buelga, el empoderamiento está basado en los valores “diversidad, relatividad cultural, visión ecológica y redistribución de los recursos”; también tiene una metodología de acción, y una orientación de valor que busca el cambio de las comunidades mediante la injerencia y cambio social, centrado en las fortalezas y competencias de la sociedad. (Musitu & Buelga, 2004)

TIPOS DE EMPODERAMIENTO

Mauricio García, certifica la existencia de dos tipos de empoderamiento:

1. Empoderamiento que se basa en la delegación del poder
2. Empoderamiento que se basa en la representación política. El citado autor precisa a este empoderamiento como “ascendente” debido a que se inspira en la intervención y discusión de las personas en temas públicos. Este concepto de empoderamiento tiene esencial correspondencia con la noción de ciudadanía. (García M. , 2005)

ÁMBITOS QUE ABARCA EL EMPODERAMIENTO

PADEM (2004), resalta que el empoderamiento se concibe como un proceso que contiene todos los espacios de la vida humana, constituyéndose en un proceso multidimensional que comprende como mínimo los siguientes ámbitos:

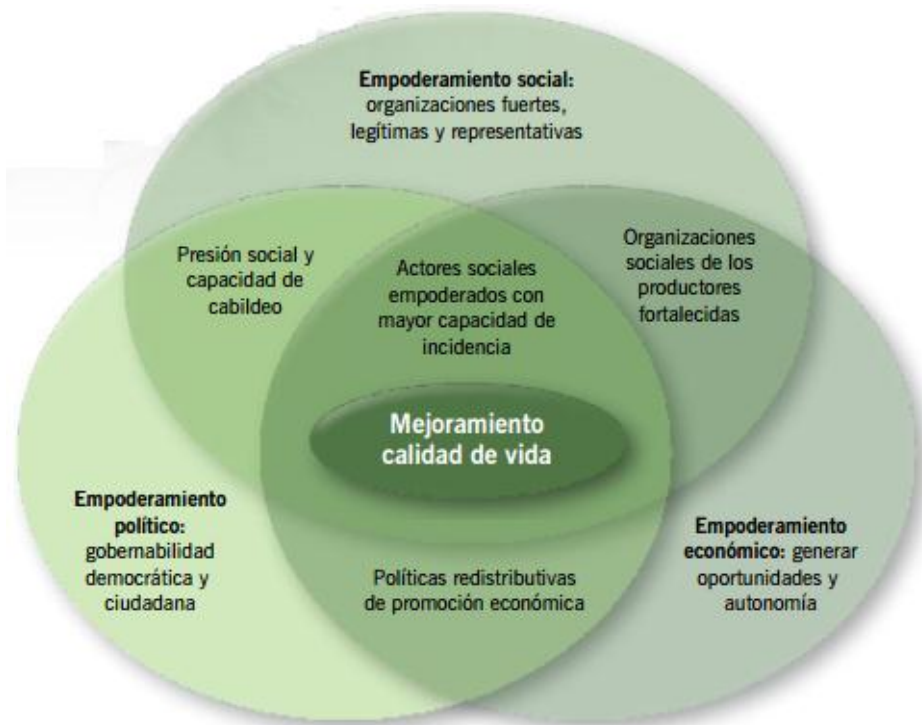
- ✓ **Personal:** referido a la cognición y seguridad, las libertades y medios.
- ✓ **Social:** contempla la transparencia y el aspecto social, el respeto y la organización.
- ✓ **Político:** tiene que ver con los derechos y participación en la política.
- ✓ **Jurídico:** concerniente a la seguridad legal y el predominio sobre la ley y sus derechos.

- ✓ **Cultural:** relativo al aspecto cultural, salvaguardia de la cultura femenil, los ciudadanos y el aspecto religioso.
- ✓ **Económico:** comprende desde la garantía de la sobrevivencia, hasta la independencia económica. (PADEM, 2004)

Para ASOCAM (2005), el empoderamiento tiene tres segmentos o dimensiones:

- ✓ **Político:** encaminado a la evolución de relaciones de poder excluyentes, de tal manera que los grupos sociales edifiquen democrática y objetivamente las disposiciones concernientes con el progreso de la calidad de vida. (ASOCAM, 2007)
- ✓ **Social:** definido como un proceso multidimensional en la cual se incluye: al individuo, la dualidad, la familia, la colectividad, la estructura social, las entidades del estado y particulares, el sistema de redes y alianzas que conforman el tejido social y el contexto organizacional y cultural que se relacionan con el rol social y los valores de las entidades en su entorno. Se orienta a la edificación de un tejido social sólido y colectivo que incluya a los individuos y grupos sociales y sus organizaciones. Suscita una visión protagónica de los actores en la adjudicación de los retos del progreso”. (ASOCAM, 2007)
- ✓ **Económica:** rebita vital importancia en el derecho que cada individuo tiene a vivir con dignidad para lo que requiere. El sujeto que goza de una relativa seguridad financiera es más poseedor de sí mismo y goza de una mayor independencia, por lo que el empoderamiento económico debe favorecer a acrecentar las circunstancias para que el individuo pueda apoderarse, mediante el atrevimiento, su sostén familiar. (ASOCAM, 2007)

En ese contexto, sin empoderamiento social, no existe empoderamiento político, de igual forma el empoderamiento económico se convierte en inoperante sin el empoderamiento social y político. (ASOCAM, 2007)



Fuente: ASOCAM (2005)

NIVELES DE EMPODERAMIENTO

Según Chiavola, Cendros & Sánchez (2008), el empoderamiento se da en tres niveles:

- **Individual:** precisa la importancia de la intervención con los demás, el logro de metas, los atrevimientos para acceder a recursos, además de un conocimiento crítico del entorno sociopolítico.
- **Organizacional:** Se produce por medio de la inclusión de procesos organizacionales y estructuras que fortalecen la colaboración de sus integrantes, provocando la efectividad institucional.
- **Comunitario:** está referida a las gestiones colectivas que permitan optimizar los medios de vida y los vínculos entre instituciones de la colectividad, y otras dependencias.

El experto en empoderamiento Zimmerman, afirma que éste, se desarrolla en tres niveles de análisis: individual, organizacional y comunitario. (Zimmerman M. , 2000)

Niveles de análisis	Proceso de empoderamiento	Resultados del empoderamiento
Individual	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje de habilidades para la toma de decisiones • Manejo de recursos • Trabajar con los demás 	<ul style="list-style-type: none"> • Sentido de control • Conciencia crítica • Comportamiento participativo
Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades en participar en la toma de decisiones • Responsabilidades compartidas • Liderazgo compartido 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia efectiva en manejo de recursos • Redes de trabajo: coaliciones entre organizaciones • Influencia política
Comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a los recursos de la comunidad • Apertura de estructuras mediadoras • Tolerancia a la diversidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Coaliciones organizacionales • Liderazgo plural • habilidades participativas de los residentes en la vida comunitaria

Fuente: Zimmerman (2000)

CARACTERÍSTICAS DEL EMPODERAMIENTO

Maton y Sallem, hace referencia a Zimmerman, quién plantea que las instituciones empoderadoras poseen las siguientes características:

- ✓ profesar en los individuos que la componen,
- ✓ suministrar un clima de desarrollo y el empoderamiento puede ser cursado por:
 - a) sujetos solos o agrupados,
 - b) instituciones y
 - c) comunidades territoriales enteras. (Matton & Sallem, 1995)

En tanto que Alles, sostiene que los trabajadores de las entidades, conviene tener las siguientes particularidades de empoderamiento:

- ✓ **Orgullo:** cada trabajador debe estar satisfecho de realizar las actividades y ser responsable del puesto de trabajo. Esta premisa se asocia a la motivación, el bienestar y la satisfacción en su labor.
- ✓ **Unión de solidaridad:** referido a que los servidores y gerentes de la organización realizan esfuerzos conjuntos interdependientes, adicionales y solidarios en los grupos de trabajo interdisciplinario estimulándose la relación del equipo.

- ✓ **Voluntad:** comprende el deseo de llevar a cabo labores delegadas o imputables, con el fin de lograr efectos de apoyo y responsabilidad.
- ✓ **Autoeficacia:** es decir, la capacidad que tiene cada individuo para realizar control sobre sus propias ideas o pensamientos, sentimientos y gestiones, y de esta manera poder intervenir adecuada, prudente y diligentemente para alterar el ambiente e influir en sus actuares.
- ✓ **Autodeterminación:** tiene que ver con la determinación específica imaginada por cada persona con referencia a su autonomía y poder. Establece la capacidad de decisión en base al poder de elegir, de sus sapiencias y experiencia. También involucra contar con la capacidad de plantear mejoras.
- ✓ **Asertividad:** en la asertividad se expresan sentimientos, en esta materia, los sujetos carecen de temor a expresar sus requerimientos; asimismo son directas, expresivas, están llenas de confianza en sí mismas, son dignas de respeto y se sienten valoradas por los demás. Según Alles, este comportamiento tiene cinco fases: Describir el comportamiento, expresar su sentir, mostrar empatía, proponer opciones de solución a problemas, señalar las consecuencias, luego de estas etapas se evidencia el control sobre las conductas y el dominio de sí mismo. (Alles, 2005)

ASPECTOS DEL EMPODERAMIENTO

Las cuatro maneras de poder están inspiradas principalmente en escritos de Oxaal y Baden (1997).

1. TENER (poder de)

Esta concepción se refiere al poder financiero fortalecido en conocimientos de beneficios materiales, ejemplo: los ingresos económicos, las posesiones, los bienes tecnológicos. Empero, este poder económico no se limita a la propiedad de recursos y riquezas, sino que además contiene una mejor salud, logro de tiempo, acceso a servicios como el crédito, información y formación, centros de salud, mercado, etc. (Oxaal & Baden, 1997)

2. SABER y SABER-HACER (poder de)

El “saber” tiene que ver con las sapiencias o capacidades físicas y de intelecto fortalecidas que permiten gozar de forma insuperable de las circunstancias presentadas a la persona o a la comunidad. (Oxaal & Baden, 1997), afirma, “Se trata de la gestión de personas (liderazgo), de técnicas o procedimientos, de las formaciones (alfabetización, etc.) y del desarrollo de las capacidades de análisis crítico del pensamiento y del razonamiento”

El “saber hacer” manifiesta la importancia de aplicar los saberes o la capacidad de convertir los conocimientos en acciones o en recursos. (Oxaal & Baden, 1997)

3. QUERER (poder interior)

Es el poder interno, el ímpetu psicológico o el poder anímico: (valores, miedos, confianza en sí mismo, imagen de sí mismo). La capacidad y el carácter de hacer elecciones sobre el futuro por sí mismo. El conocimiento de su propio plan de vida y de los desafíos que se afronta en su comunidad. Según lo dicho por (Oxaal & Baden, 1997), “el concepto «querer» alcanza dos elementos: el estado anímico (ser) y la capacidad de uso para con el otro (saber ser)”.

4. PODER (poder interior y poder con)

Comprende la posibilidad de tener que decidir, comprometerse, de ser libre en sus acciones y de usar recursos adecuados (tener, saber, querer). Tomar decisiones implica varios aspectos: posibilitar la toma de decisiones por sí mismos; posibilitar la participación en la toma de decisiones; tener la posibilidad de intervenir en la toma de decisiones y control en aquellos que decidan en su nombre; tener la posibilidad de decidir por los otros, de mandar (en el sentido de que en algunas circunstancias siempre hay un sujeto que debe tomar una decisión por todos). (Oxaal & Baden, 1997)

CONDICIONES PARA PROMOVER EL EMPODERAMIENTO

La propuesta hecha por Conger y Kanungo, radica en que las características que hacen que una institución sea más proclive en el logro de mayores condiciones de empoderamiento son:

- **Inclusión:** promover la igualdad de oportunidades y apoyar la cooperación de sujetos y grupos diversos.
- **Cohesión:** trabajar en conjunto para resolver situaciones y diferencias sin llegar a la confrontación.
- **Rendición de cuentas:** estrategias mediante el cual las personas puedan hacer sentir su voz a las autoridades, con el fin de que sirvan al interés público de una manera eficaz, eficiente y justa, rindiendo cuentas y asumiendo la responsabilidad por sus acciones. (Conger & Kanungo, 1988)

Gils Spreitzer, ha incluido los siguientes aspectos:

- El sentido que el trabajo personifica la organización,
- Las acciones variadas y no habituales,
- Los incentivos a la creatividad,
- La definición clara de roles de trabajo, sin imprecisiones o solapos con las labores de otros trabajadores,
- Las estructuras organizacionales menos jerárquicas, burocráticas y autoritarias. (Spreitzer, 1996)

BENEFICIOS DEL EMPODERAMIENTO

Según Ted Wilson, el empoderamiento se ajusta fácilmente en el pensamiento de los que administran las instituciones, resultando para ellos muy llamativo porque instituye un intermediario para deshacerse de la burocracia. Todo esto, favorece el progreso, fortaleciendo el descubrimiento de habilidades y capacidades que se encuentran dentro de sus colaboradores. Igualmente, permitirá que en todos los niveles jerárquicos se pueda asumir facultades, autonomía y toma de decisiones. (Wilson, 2004)

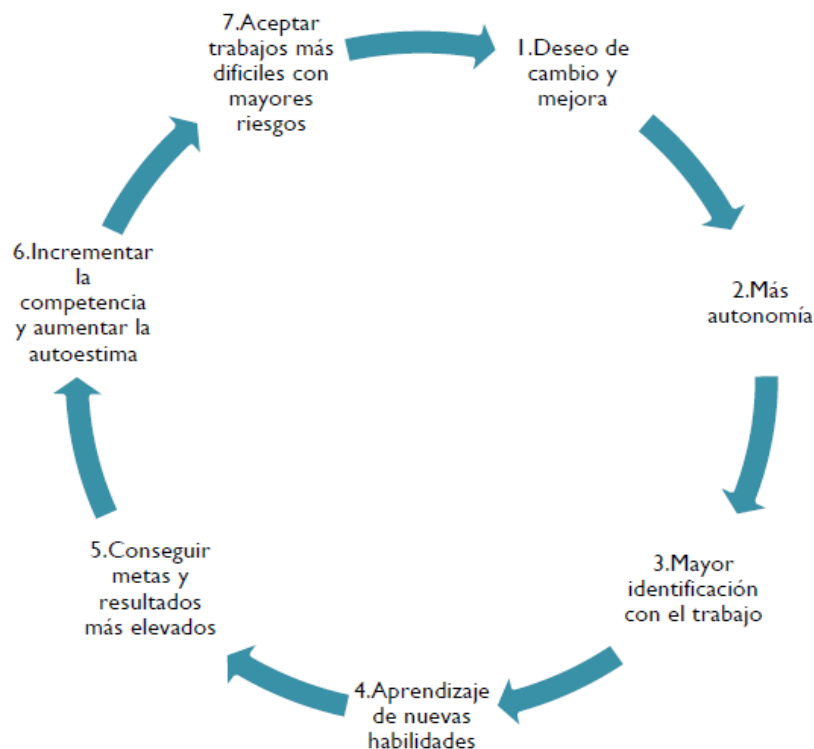
- **Brinda autonomía:** Los participantes se olvidan de la monotonía y ejecutan sus funciones de manera más agradable, con independencia, flexibilidad y creatividad e innovación. Todo como resultado de la entrega de la autonomía para pensar, correr riesgos y también asumir responsabilidades. (Wilson, 2004)
- **Crea equipos autodirigidos:** Permite y fortalece la conformación de equipos autodirigidos que se enfoquen en el objetivo del grupo mediante la participación y desarrollo de todos y cada uno de sus integrantes. (Wilson, 2004)
- **Incrementa la satisfacción y el compromiso:** Se genera un incremento en el bienestar de los copartícipes y en su sentido de pertenencia y responsabilidad, debido a que se les considera como socios y elementos quienes aportan ideas valiosas para mejorar la administración y la toma de decisiones de la entidad para el resultado y la efectividad de las metas trazadas por la entidad. (Wilson, 2004)

PROCEDIMIENTOS DEL EMPODERAMIENTO

Según Wilson Ted, en el empoderamiento se plantean los siguientes procedimientos:

- **Deseo de cambio y mejora:** consiste en el primero y más significativo paso que debe dar la persona u entidad, es decir, se necesita estar convencido de la necesidad de cambio para proceder de una manera distinta, incrementando la posibilidad de éxito de los siguientes pasos a seguir en el proceso de empoderamiento.
- **Más autonomía:** está referido a que cada trabajador debe tener la libertad de actuar o hacer cosas, sin tener que llevar a cabo inicialmente reuniones debido a jerarquías que originan la burocracia.
- **Mayor identificación con el trabajo:** esta es la etapa del proceso en la cual los trabajadores o colaboradores son conscientes de sus autonomías brindadas y toman mayor seriedad de su trabajo y de sus deberes, propiciándose el cambio de considerar la ocupación como “un mal necesario” a convertirse en parte de su vida y de su recreación.

- **Aprendizaje de nuevas habilidades:** como resultado de su mayor identificación con el trabajo y al tener mayor interés más en desarrollar bien su trabajo, los colaboradores harán todo lo posible para lograr tener éxito en su tarea.
- **Conseguir metas y resultados más elevados:** luego del aprendizaje de nuevas habilidades, se obtendrá mejor rendimiento que llevará a su vez a una mejor motivación, el aumento de metas y por consiguiente mejores resultados.
- **Incrementar la competencia y aumentar la autoestima:** esta es la etapa en la cual se demuestran evidencias de reveladores cambios de actitud y de conductas en los participantes, permitiendo que se sientan más competentes y elevarán su autoestima.
- **Aceptar trabajos más difíciles y con mayores riesgos:** en esta etapa los participantes se han desarrollado en su trabajo y se encuentran preparados para plantearse nuevos y desafiantes retos, para lo cual tendrán que asumir mayores responsabilidades y recompensas. (Wilson, 2004)



Fuente: Wilson (2004)

COMUNIDAD CAMPESINA

Maritza Montero, precisa que la comunidad es:

“Un grupo social dinámico, histórico y culturalmente construido y desarrollado, preexistente a la presencia de los investigadores o de los interventores sociales, que comparten intereses, objetivos, necesidades, y problemas, en un espacio y tiempo determinado y que genera colectivamente una identidad, así como formas organizativas, desarrollando y empleando recursos para lograr sus fines”. (Montero M. , 2004,pp 199-200)

Para Alejandro Diez, las Comunidades Campesinas se definen como unidades que armonizan situaciones de regulación económica y social sobre sus miembros, compartiendo una sola propiedad; al mismo tiempo, actúan como colectividad ante la sociedad mayor. (Diez, Alejandro, 2014)

La existencia de una comunidad presume lo siguiente:

- ✓ Un espacio o territorio comunal aprovechado familiar y comunalmente
- ✓ Un conjunto de familias que se consideran ser integrantes o propietarios.
- ✓ Una dirigencia encargada de algunas funciones internas - de regulación social, y externas - de representatividad
- ✓ Comunidades vecinas que se interrelacionan entre sí.
- ✓ Un Estado que la reconoce y que le otorga legitimidad, reglamentando algunas leyes y funciones. (Diez, Alejandro, 2014)

Además de estos aspectos generales, a lo largo del territorio nacional existen gran diversidad de comunidades con características particulares, es así que actualmente existen más de 6 mil comunidades campesinas y más de 1500 comunidades nativas reconocidas. (Diez, Alejandro, 2014)

CARACTERÍSTICAS PARA PROMOVER EL EMPODERAMIENTO EN UNA COMUNIDAD

Para Durston (1999) las características esenciales que debe promover una comunidad para promover el empoderamiento, son:

- La confianza y la reciprocidad, que se extienden más allá de hogar nuclear; además están asociadas con lazos de parentesco cercanos y el tiempo de interacción con los vecinos, existiendo predisposición para el empoderamiento en las comunidades campesinas.
- Ejercicios de confianza y cooperación que se desarrollan mediante la repetición frecuente, produciendo una creciente disposición que va desde el nivel lento e inseguro hasta el nivel acelerado de cooperación entre sí en la vida comunitaria. La confianza se construye sobre el pasado, y no sobre el futuro.
- La reciprocidad vertical, que forma parte necesaria de la construcción del capital social dentro y fuera de la comunidad. (Durston, 1999)

ACCIONES PARA FORTALECER EL EMPODERAMIENTO EN LAS COMUNIDADES CAMPESINAS

Las acciones propuestas para fortalecer el empoderamiento en los integrantes de un grupo o comunidad, propuestas por los autores: Khosa, Ghose, Sachs o Friedmann citado por Margarita Canal, son las siguientes:

- Actividades que permitan a las personas ser conscientes de sí mismos y recuperar la confianza en sí mismos.
- Acciones perfeccionadas bajo parámetros de inclusión y equidad poblacional.
- Gestiones que contribuyan al acceso de tecnologías de información y comunicaciones de punta.
- Acciones para desarrollar capacidades para el ejercicio de la población y la producción, ello incluye la obtención de conocimiento instrumentales e instrumentos de análisis de dinámicas económicas y políticas relevantes.
- Proyectos económicamente sostenibles para las localidades económicamente sensibles.

- Acciones que impulsen un avance ordenado de las comunidades conforme con las particularidades del territorio y un autocontrol en la demografía.
- Gestiones para la búsqueda de un equilibrio elevado en las relaciones de poder en la sociedad, tales como: (i) promover la rendición de cuentas por parte del Estado, (ii) fortalecer las organizaciones civiles en la conducción de sus propios asuntos, y (iii) aumentar el compromiso social del sector privado.
- Acceso a redes que trascienden el círculo cerrado de la comunidad y el capital social comunitario.
- Acceso colectivo a los espacios de toma de decisiones políticas.
- Formalización de derechos legales y el uso de herramientas de acción colectiva para defenderlos. (Canal, 2010)

Según Musitu & Buelga (2004) una comunidad está fortalecida cuando:

- Sus integrantes son personas con aptitud, están motivados y cuenta con recursos para ejecutar trabajos que mejorarán su vida y la de su comunidad convirtiéndola en comunidad competente.
- Son eficaces en la identificación de sus necesidades, y son capaces de buscar estrategias que permitan resolver sus dificultades.
- Se esfuerzan por la mejora de la comunidad, proporcionando oportunidades para la participación ciudadana, teniendo la capacidad de actuar frente a situaciones que considera que son injustas o ilegítimas. (Musitu & Buelga, 2004)

Una comunidad fortificada es aquella que trabaja para el bien común o colectivo, siendo necesario que ésta, esté preparada para lograr los recursos necesarios, entonces una comunidad empoderada deberá disponer de los recursos para todos los comuneros, esto implica; vivienda, áreas verdes y de recreo, deporte, servicios de protección/seguridad como policía o bomberos. Además, los miembros de las comunidades consolidadas se beneficiarán de medios de comunicación, desde radioemisoras, canales de televisión local o páginas editoriales para la libre expresión, posibilitando la

difusión de ideas, además de constituir un lugar de encuentro para el debate y la reflexión crítica para la solución de problemas, reforzándose el valor de tolerancia a la diversidad. (Musitu & Buelga, 2004)

CARACTERÍSTICAS DE UNA COMUNIDAD FORTALECIDA

Para Ulloa citado por (Musitu & Buelga, 2004) una comunidad fortalecida posee las siguientes características:

Elementos	Implicación
Sabe lo que tiene	<p>reconocimiento de sí mismo como actor social, conociendo y aceptando los distintos grupos de interés existentes.</p> <p>Conoce sus fortalezas y debilidades, sobre las que reflexiona de manera constante.</p> <p>Identifica, reconoce y valora sus recursos propios.</p> <p>Tiene conocimiento de otros recursos que pueden ser de utilidad en el logro de sus metas y estudia la forma de acceso hacia ellos.</p>
Sabe lo que quiere	<p>Tiene deseos de cumplir sus sueños.</p> <p>Es consciente de las oportunidades de su medio que responden a su proyecto de transformación social.</p> <p>Cuenta con planteamientos para sortear sus primordiales faltas y estrategias planeadas para alcanzar los objetivos.</p>
Puede hacerlo	<p>Es lo suficientemente capaz de alcanzar lo que desea, posee y conoce cómo tener acceso a los recursos para dar inicio a su proyecto.</p> <p>Se informa lo suficiente referente a la posición e intereses de otros líderes en el contexto.</p>

	<p>Ha sido capaz de detectar amenazas que pueden salir en el medio y cuenta con estrategias para subyugarlas o prescindirlas.</p> <p>Tiene conocimiento de la normatividad que regulan las relaciones y acciones de los actores sociales.</p>
Quiere lograrlo	Los integrantes de la comunidad tienen priorización sobre el plan comunal, por lo tanto sus miembros están dispuestos a contribuir con la causa.
Lo está haciendo	<p>Del plan a la acción.</p> <p>La comunidad en pleno ejecuta el proyecto, monitorea y evalúa el plan después de los resultados para mejorarlo posteriormente.</p> <p>Percibe éxitos</p> <p>Reflexiona sobre el impacto.</p>
Lo comparte	<p>Hace uso de voz, comparte sus experiencias con otros, con la finalidad de insertarlos en sus acciones. Participa activamente como generador de conceptos sociales compartidos.</p> <p>Contribuye con otra manera de ver la realidad partiendo del discurso social, constituyendo un nuevo enfoque social para la construcción de la realidad social.</p>
Armonía y respeto por la diversidad	<p>Las decisiones tomadas, permiten el reconocimiento a ser diferente, y, que los demás también sean diferentes.</p> <p>Entiende que de las discrepancias existen grandes oportunidades de aprendizaje</p>

	Desea razonar de los demás (otras entidades y comunidades) y presentar – sin tratar de imponer su propia perspectiva.
Armonía con la naturaleza	Las decisiones tomadas se fundamentan en respetar y vivir en armonía y en equilibrio con la naturaleza. Desea salvaguardar el presente para el futuro y recobrar lo perdido.
Armonía de cada uno, consigo mismo (a)	Las decisiones tomadas ayudan de manera directa o indirecta al desarrollo humano, mejorando en bienestar consigo mismo.

Fuente: Ulloa (2000)

TEORÍA DEL VALOR PÚBLICO DE MARK MOORE

Moore (1998), propuso el enfoque del valor público con la finalidad de reformular el enfoque tradicional de la gestión pública para establecer una guía para el gestor público, basándose en una filosofía proactiva y un innovador enfoque empresarial, postulando que las entidades del estado tienen como fin crear “valor público”, solucionar dificultades, satisfacer necesidades y habilitar el ejercicio de derechos- mediante la prestación de bienes, servicios, transacciones, legislación y regulaciones.

“Valor público” es el beneficio que obtienen los ciudadanos (destinatarios) a partir de los resultados y efectos emergentes de las prestaciones de las organizaciones públicas. Sólo se genera valor público en la medida que un destinatario reconoce que la prestación recibida ha representado: (a) una respuesta adecuada a una necesidad o problema relevante para él, (b) una apertura de nuevas oportunidades vitales actuales o futuras, ó (c) un aporte sustancial a la construcción de comunidad, ciudadanía, equidad o capital social. (Moore, 1998)

La perspectiva del valor público permite así: (a) establecer y mantener una dirección estratégica para orientar la gestión pública, (b) superar la abstracción del "bien común", (c) discernir, dentro de las prestaciones provistas, los componentes generadores de valor para los destinatarios, y (d) disponer de un foco central (el valor público generado) para responsabilizar a todos y cada uno de los actores involucrados. (Moore, 1998)

El valor público es eminentemente subjetivo, asociado a la percepción y reconocimiento, por parte del destinatario, acerca de la cobertura de una necesidad o la solución de un problema relevante para él, a partir de determinadas prestaciones recibidas. Por ejemplo, la solución de su problema habitacional a partir de la refacción de su vivienda; la recuperación de su salud a partir de la prestación médica recibida; la educación habilitante a partir de su actividad escolar; su inclusión digital a partir de la recepción de una notebook y de la capacitación pertinente. (Moore, 1998)

Tal perspectiva permite superar frecuentes ficciones en los datos de producción de las organizaciones públicas, asociadas a prestaciones simuladas, o que no llegan a sus genuinos destinatarios o que no resultan valiosas para éstos.

Mark H. Moore, señala que valor público es la capacidad que tiene el gobierno, sus instituciones y fundamentalmente los gerentes públicos para satisfacer los deseos o aspiraciones de los "ciudadanos" para el establecimiento de una sociedad bien ordenada en donde lo justo, eficiente y la rendición de cuentas de la empresa pública existan. (Moore, 1998)

Sin embargo, a partir de la definición de Moore surgen una serie de discrepancias en cuanto a la forma de crear valor público y sobre la utilidad del concepto en el espacio de la acción gubernamental. Respecto a su utilidad. "El concepto de valor público provee una vía útil de pensamiento acerca de los objetivos y desarrollo de la política pública. Provee una medida para determinar el valor de las actividades, acciones generadas o apoyadas

por el gobierno (incluidos los servicios financiados por el gobierno, pero provistos por otros organismos como las firmas privadas o las organizaciones no gubernamentales, además de la regulación que el gobierno realiza”. (Kelly G. , 2002) (Bozeman, 2002)

Sin embargo, la importancia del valor público va más allá de su definición o de la utilidad que se le otorga como medida de evaluación. El mérito sobre el valor público, se centra en la creación del mismo, y es ahí donde radica la mayor polémica entre los estudiosos y gerentes públicos.

En una democracia el valor se define y determina por el público, el cual expresa sus aspiraciones y preferencias individuales, quienes lo manifiestan por diferentes medios, las cuales son retomadas por los representantes electos, por los gerentes públicos y por las instituciones y resueltas de dos formas: por medio de beneficios directos o soluciones concretas para grupos particulares (beneficiarios directos), o a través de un conocimiento de los ciudadanos y de sus deseos más representativos y de la satisfacción que el gobierno pueda generar para los ciudadanos. “Las demandas de los ciudadanos, antes que las demandas de clientes o beneficiarios, deben ser conocidas”. (Moore, 1998)

El valor se genera cuando el gobierno conoce las aspiraciones de los ciudadanos y define los beneficios que habrán de generarse para la sociedad, sobre la base de los recursos y poderes que la misma sociedad le ha otorgado para realizarlos. La legitimidad del gobierno depende entonces de lo “bien” que se crea el valor o el bien público y de los esquemas de rendición de cuentas que para ello se hayan generado.

El gobierno puede generar valor público cuando realiza una adecuada selección de las preferencias ciudadanas, cuando hace una correcta definición sobre los bienes o servicios que mejor respondan al interés público y la oportuna elección de políticas que permita proveerlos, - la cual no deberá

responder solamente a criterios de eficiencia, es decir bajo el criterio costo-beneficio, ya que no es lo único que genera valor. (Bozeman, 2002)

Definir que algo tiene valor para la sociedad, por la simple aspiración de la misma, no es una tarea fácil para el gobierno, incluso no implica que por el hecho de que sea deseado por la misma, necesariamente deberá ser provisto por el gobierno. La provisión de determinados bienes depende en cierta medida, de la disposición o voluntad de pago individual o agregado de los individuos por obtener dichos bienes.

Entonces, tal como (Kelly G. , 2002), señala, los costos de oportunidad adquieren importancia para el valor público, en la medida que los ciudadanos exigen que el gobierno brinde un determinado bien o servicio y no estén dispuestos a entregar algo a cambio por su provisión (pagar impuestos, cuotas, tiempo, información, etc.). Lo que significa que si bien la sociedad es capaz de manifestar su deseo para que el gobierno gaste más en la provisión de servicios. Ello no implica que esté dispuesta a expresar su voluntad de pago por dichos servicios, dado que un mayor gasto público no necesariamente se traduce en un incremento del valor público.

Cuando el gobierno (representantes, instituciones y gerentes públicos...) han dado el primer paso de conocer las preferencias de los ciudadanos, se enfrenta entonces al segundo problema, definir qué bienes habrá de proveer para la sociedad, cuál es la mejor opción de política que le permita generarlos, cuáles son los objetivos que habrá de alcanzar con dicha provisión, cómo serán percibidos por los ciudadanos y cuál es la aprobación que harán al respecto.

COMPONENTES DE VALOR PÚBLICO

Para Jorge García, las cosas que se consideran claves por los ciudadanos para otorgar valor, están agrupados en tres categorías: resultados, servicios y confianza. Estas categorías se superponen entre sí; además prevén una forma útil para analizar las dimensiones del valor público.

1. **Valor creado por los servicios:** Los ciudadanos al recibir servicios públicos, la satisfacción de los usuarios se convierte en crítica para el valor público, demostrando más satisfacción en los servicios que se consideran que son más importantes para sus usuarios.
2. **Valor creado por los resultados (impacto):** El impacto está íntimamente ligado a los servicios, y es lo que más se espera en una sociedad. La forma en la que el Gobierno resuelve los problemas se transforma en el propio bien o servicio, determinándose o no la agregación de valor.
3. **Valor creado por la confianza y legitimidad:** La confianza es un punto clave entre los ciudadanos y sus autoridades, determinándose en tres niveles:
 - Por los niveles generales de confianza social, y la natural propensión de confiar en las instituciones.
 - Por la efectividad con la que se maneja la economía y se generan los servicios.
 - Por la manera en que los políticos y las instituciones políticas se conducen. (García J. , 2015)

(Coats & Passamore, 2008). Teniendo en cuenta estos componentes, proponen que la dinámica del valor público se da a través de tres procesos:

- **Autorización:** Mediante este proceso el valor público es legitimado y se puede responder a la pregunta ¿para qué sirve este servicio público?.
- **Creación:** Mediante este proceso se logra un tipo de prestación de servicios que satisface las expectativas del público, permitiendo la mejora continua.
- **Medición:** Es el proceso para valorar si se ha cumplido con las metas y con los objetivos propuestos.

MEDICIÓN DEL VALOR PÚBLICO

Según Jorge Hintze el valor público se mide mediante el índice de desarrollo humano (IDH) teniendo en cuenta las siguientes variables:

- **Riqueza (pobreza):** Mide el nivel de ingresos por persona y el grado de acceso a bienes y servicios, mediante el PBI per cápita (renta real).
- **Educación (ignorancia):** Mide el nivel educativo (acceso pasado y situación actual a oportunidades de desarrollo de su potencial humano más la posibilidad de oportunidades futuras), mediante el promedio ponderado de la tasa de alfabetización de adultos y la tasa de matrícula en diferentes niveles escolares.
- **Esperanza de vida al nacer (falta de futuro):** Herramienta estadística que incluye el estado presente y la dimensión futura de las personas.

Para Hintze el IDH se construye mediante los siguientes índices:

- Índice de esperanza de vida
- Índice de educación
- Índice de PBI

Si en el cálculo del IDH toma en cuenta el grado de desigualdad en la distribución de ingreso per cápita (equidad en la distribución de ingreso) en las sociedades y en largos plazos. (Hintze, 2001)

Blaug (2006), plantea tener en cuenta la capacidad de una institución para analizar y atender las necesidades. Sin embargo, es imposible dar un resultado de las interacciones demócratas. De tal forma, debe tenerse en cuenta cada ciclo intermedio hasta alcanzar a la implantación del plan. Para la cuantificación del compromiso de las instituciones se toma en cuenta los siguientes procesos:

- Obligaciones deliberativas: crear debates vecinales, maneras de intervención dentro de la comuna y elementos facilitadores de insertar pobladores dentro del proceso de elaboración de políticas públicas.

- Consultas: organizadas por los encargados de implementar los programas y las políticas públicas. Esto se puede hacer mediante referéndums o consultas a gran escala.
- Participación del poblador: generar canales de comunicación directos entre el ciudadano y el organismo gubernamental.
- Retroalimentación del consumidor, encuestas, etc.
- Adaptación de la política o programa a los diversos intereses de los variados grupos de la sociedad.
- Liderazgo desde abajo: aprovechar líderes de la sociedad civil para lograr que el público se comprometa a las actividades. (Blaug, 2006)

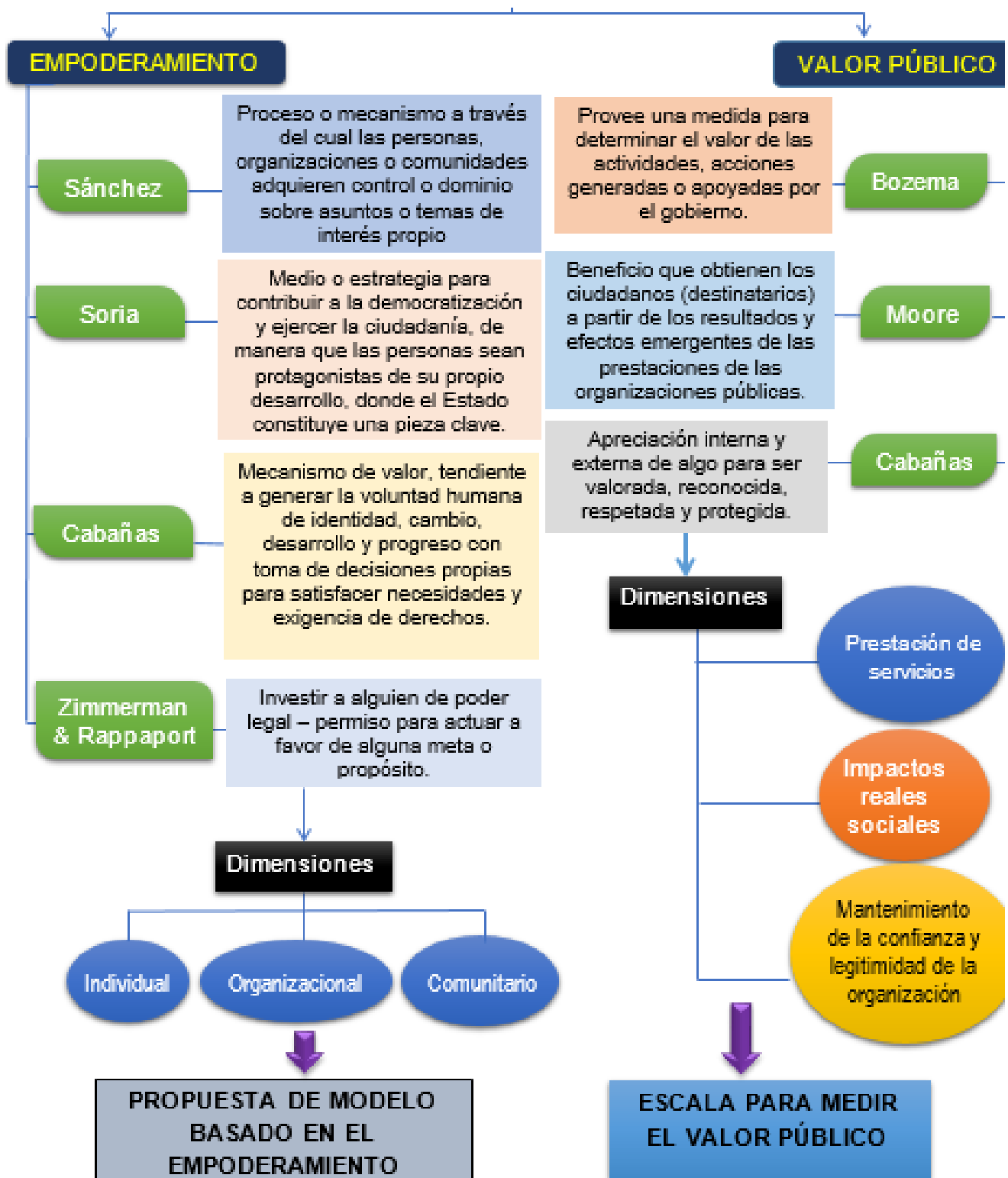
Por otra parte (Blaug, 2006) sostiene que para medir las preferencias refinadas se proponen los siguientes criterios:

- Iniciativas educacionales instituidas por la entidad pública.
- Difusión de la información. La finalidad es informar las implicaciones de los planes y los beneficios a corto y largo plazo.
- Limpieza del proceso.
- Intervención del vecino.
- Evaluación durante el desarrollo del plan.
- Liderazgo, el liderazgo es un segmento crítico dentro del proceso de generación de valor público. El ciudadano siempre presume que los responsables del organismo público o los políticos que plantean una nueva política pública desean cambiar sus preferencias, mientras que ello busca razones de convencimiento de cambio.

De esta manera, se puede crear una idea del valor público que se genera identificando tres procesos:

- **Autorización:** ¿Qué propósito tiene que cumplir este servicio?
- **Crear:** ¿Que forma de servicio cumplirá con las expectativas del público y permitirá, al mismo tiempo, mejoras continuas?
- **Medida:** Es preguntarse cuándo el servicio ha tenido éxito. (Blaug, 2006)

Síntesis Teórica Gráfica



2.3. Marco conceptual.

EMPODERAMIENTO

Diversos autores han planteado las siguientes teorías del empoderamiento de la siguiente manera:

- Sistema de trabajo mediante el cual se delega al empleado una parte importante de poder; de tal forma que el empleado trabaje como dueño de su propio trabajo, distribuyendo la responsabilidad a las diferentes áreas de trabajo, a fin de que estas controlen y optimicen sus recursos y sus sistemas de trabajo, mejorando así la eficiencia y eficacia de los procesos. (Alabarta, 2007)
- Se refiere a la capacidad de que los sujetos poseen la necesidad de sentir poder, comprendido como la capacidad de influenciar y de controlar a otros. (McClelland, 1975)
- Es la posibilidad de autodeterminación. (Deci, 1975)
- Proceso que contribuye a que las personas y sus organizaciones puedan ser, hacer y decidir por sí mismas. (Cosude, 2004)

Para el suscrito, el empoderamiento es un mecanismo de valor, tendiente a generar la voluntad humana de identidad, cambio, desarrollo y progreso con toma de decisiones propias para satisfacer necesidades y exigencia de derechos.

DIMENSIONES DEL EMPODERAMIENTO

Son las siguientes:

- **Individual.-** Esto se enfatiza en la vida personal, y se materializa mediante un proceso que posibilita la aceptación de sí mismo, la autoconfianza, y el desarrollo de diversas capacidades: participación en la toma de decisiones, comprensión social y política, compromiso cívico y control de recursos en el entorno. (Zimmerman & Rappaport, 1988)

Se pone énfasis en los atributos o características individuales que permiten a las personas proyectarse e influir en los demás. Está asociado a términos como: autofortalecimiento, control, poder propio, autoconfianza, decisión propia, vida digna de acuerdo a los valores que tiene uno mismo, capacidad por luchar por los derechos propios, independencia y acción libre. Un verdadero y auténtico proceso de empoderamiento se dará cuando las personas asuman por sí mismas, en forma autónoma las riendas de sus propias vidas, aprovechando y/o construyendo circunstancias propicias para ello. (Canal, 2010)

- **Colectiva o comunitaria.**- Se centra en la comunidad, la conciencia comunitaria y el cambio la transformación social. (Zimmerman & Rappaport, 1988)

En el campo organizacional se destacan los factores tales como la eficacia, el liderazgo y las muestras de orientación presentes en las empresas. En el contexto de la comunidad está referida a procesos de afinidad cultural que son esenciales a todos los grupos, dejándose notar en grupos sociales de individuos excluidos de las disposiciones sociales.

Está relacionado con la situación de la pobreza económica y de marginación en la que vive gran porcentaje de la población en todo el mundo. (Canal, 2010)

VALOR PÚBLICO

“El concepto de valor público provee entonces una medida con la cual se puede evaluar el desarrollo de las políticas y las instituciones públicas, la forma” en que toman las decisiones, distribuyen los recursos y seleccionan los sistemas adecuados para generar los bienes”. (Kelly & Muers, 2002)

“El valor público se refiere al valor creado por el estado a través de leyes, regulaciones y otras acciones o prestaciones. En una democracia, este valor

está definido en última instancia por el público mismo. El valor es determinado por las preferencias ciudadanas expresadas a través de una variedad de medios y reflejados por las decisiones de los políticos electos”

Para el suscrito el valor público es la apreciación interna y externa de algo para ser valorada, reconocida, respetada y protegida.

DIMENSIONES O ASPECTOS DEL VALOR PÚBLICO.

Para (Moore, 1998) citado por (Kelly G. , 2002) el valor público hace hincapié en 3 dimensiones, denominadas aspectos en la actuación de las organizaciones públicas. La valoración de la oferta pública por parte de los ciudadanos se realiza sobre la base de tres aspectos o fuentes de valor público:

- a) **La provisión de los servicios** se valora por los ciudadanos en la misma medida en que valoran un servicio privado y en relación directa con los costos del servicio. La satisfacción que provee un servicio es medida en términos del servicio al cliente, respecto a la información que sobre el producto se haya generado previamente y sobre la elección que pueda o no hacer para el uso del servicio, la cual se relaciona con los impactos esperados del servicio y la posibilidad de acceder a otras alternativas. (Kelly G. , 2002)
- b) **Los impactos** están directamente ligados a los servicios, llegando en algunos casos a confundirse o traslaparse, sin embargo, deben medirse y manejarse de diferente manera. El impacto puede llegar a ser el valor más esperado por la sociedad respecto de su gobierno, lo que no significa que la sociedad decida o defina como debe ser alcanzado dicho valor. Si pensamos por ejemplo en la disminución del desempleo, estaríamos hablando de un impacto esperado por la sociedad; la forma en que el gobierno resuelve el problema (opción de política pública) se transforma en el propio bien o servicio. La decisión que el gobierno tome y los efectos de dicha decisión determinarán la agregación de valor, o la falla de gobierno en su caso. (Kelly G. , 2002)

c) La confianza, legitimidad y confianza. La confianza se convierte en la base de la relación entre ciudadanos y gobierno y esta puede ser determinada por tres posiciones generales:

- “...por los niveles generales de confianza social y la propensión a confiar en las instituciones en general.
- ...por la efectividad con la que se maneja la economía y se generan los servicios.
- ...por la manera en que los políticos y las instituciones políticas se conducen”. (Kelly G. , 2002)

Realizando un análisis de las diferentes teorías y teniendo en cuenta el contexto socioeconómico de las Comunidades Campesinas, el suscrito ha desarrollado las siguientes dimensiones del Valor Público para el presente estudio:

- ✓ La prestación de servicios
- ✓ Los impactos reales sociales
- ✓ Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de estudio.

De acuerdo a lo descrito por: Hernández, Fernández y Baptista, (2014), El trabajo de Investigación la Descriptiva Propositiva es un proceso dialéctico que utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de diagnosticar y resolver problemas fundamentales, encontrar respuestas a preguntas científicamente preparadas, estudiar la relación entre factores y acontecimientos o generar conocimientos científicos, en ese sentido, vista la bibliografía, se puede conceptualizar el estudio de acuerdo a lo siguiente:

El tipo de investigación que se realizó es descriptiva, propositiva.

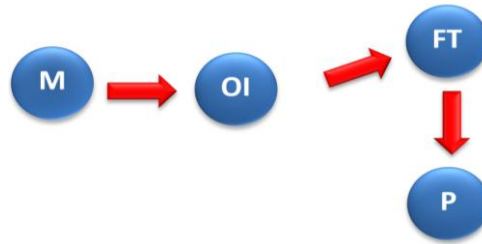
- a) **Descriptiva:** Porque se describió la situación actual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, tal y como se presenta en la realidad; y se dirigió a determinar la situación de los objetivos que se estudiaron en una población y la presencia o ausencia de algo.

- b) **Propositiva:** Porque plantea una propuesta de solución al problema identificado. Así como las líneas de investigación del grupo concuerdan con los ejes temáticos de los proyectos que se desarrollan parten de ideas innovadoras enfocadas en forma inter y transdisciplinaria y de la necesidad de solucionar problemas pertinentes en su entorno.

3.2. Diseño de estudio.

No experimental, según lo señalado por Hernández, Fernández y Baptista, (2014), La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Diseño de Investigación propositiva:



Donde:

- M : Muestra de estudio.
- OI : Observación inicial.
- FT : Fundamentación teórica.
- P : Propuesta.

3.3. Hipótesis.

La propuesta de modelo basado en el empoderamiento, permitirá generar Valor Público en la Comunidad Campesina de Huancas.

3.4. Variables.

3.4.1. Definición Conceptual.

Variable independiente.- Modelo Empoderamiento

Investir a alguien de poder legal – permiso para actuar a favor de alguna meta o propósito

(Zimmerman & Rappaport, 1988)

Variable dependiente.- Valor público

Beneficio que adquieren los pobladores partiendo de los resultados y efectos resultantes de las asistencias de las entidades públicas (Moore, 1998)

3.4.2 DEFINICION OPERACIONAL

Variable independiente.- Empoderamiento

Mecanismo de valor, tendiente a generar la voluntad humana de identidad, cambio, desarrollo y progreso con toma de decisiones propias para satisfacer necesidades y exigencia de derechos.

Este modelo contiene una serie de actividades que van desde actividades menores (reuniones), capacitaciones, gestiones con entidades públicas existentes en el Distrito y de ser necesario gestiones nivel regional y nacional, para mejorar la situación individual y colectiva de los pobladores del Distrito de Huancas.

Variable dependiente.- Valor público

Apreciación interna y externa de algo para ser valorada, reconocida, respetada y protegida.

Las metas tienen que ver el logro de la satisfacción de los servicios que percibe la comunidad de los organismos del Estado, es decir lograremos la confianza de los ciudadanos hacia las instituciones públicas de nuestro país.

Con la generación lograda, estaremos cumpliendo a que los comuneros se sientan protegidos, tanto colectiva como individualmente, permitiendo que los servicios que brinda el estado se convierten en ente de desarrollo, disminución de la pobreza, por lo tanto, el mejoramiento de su condición social en el país.

3.4.2. Operacionalización de variables.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
EMPODERAMIENTO	Individual	Autoconfianza Desarrollo de capacidades Participación en toma de decisiones Comprensión social y política Compromiso cívico Control de recursos	Cuestionario para diagnosticar el nivel de empoderamiento.
	colectivo-comunitaria	Convivencia comunitaria Transformación social	
VALOR PÚBLICO	La prestación de servicios	Que servicios brinda Satisfacción del servicio	Escala para medir el valor público
	Los Impactos reales sociales	Proyectos de inversión Beneficiarios de los proyectos Calidad de vida de los comuneros	
	Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización	Elecciones de Consejo Directivo Censuras de cargos directivos pérdida de confianza social Liderazgo en la organización	

3.5. Población y muestra.

3.5.1. Unidad de análisis.

Un comunero calificado de la Comunidad Campesina de Huancas.

3.5.2. Población muestral.

Estuvo constituida por todos los comuneros calificados de la Comunidad Campesina de Huancas, y de acuerdo a su padrón debidamente inscrito en Registros Públicos, es conformado por un total de 66 comuneros.

N = 66 comuneros

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS.



Fuente: Estatuto no Inscrito

Tabla N° 1: Distribución de los comuneros de la Comunidad Campesina de Huancas – 2016.

Comuneros	Población de la Asamblea General		Total	Muestra		
	Mujeres	Hombres		Mujeres	Hombres	Muestra
CCH	15	51	66	15	51	66

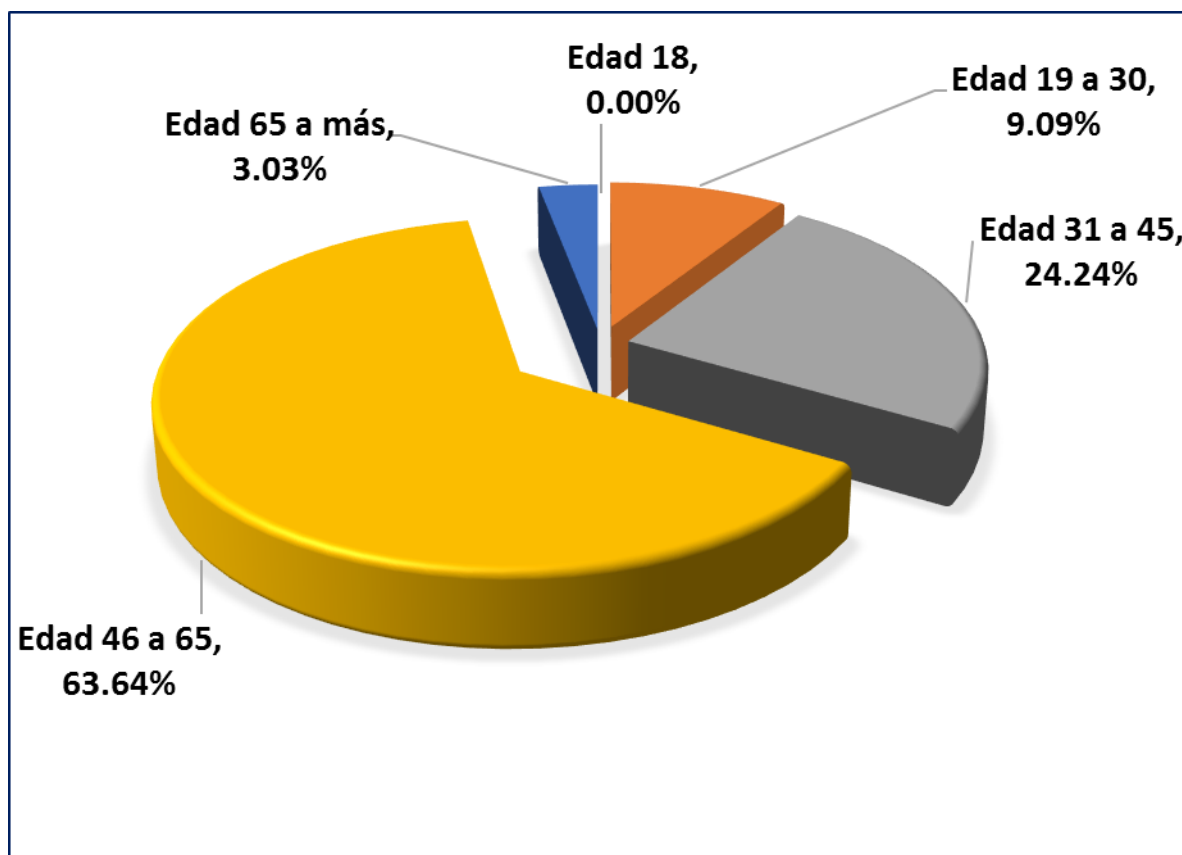
Fuente: Elaboración propia a partir del diagnóstico situacional.

Tabla N° 2: CUADRO DE EDADES DE LOS COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

Grupo de Edades	N°	%
Edad 18	0	00
Edad 19 a 30	6	9.09
Edad 31 a 45	16	24.24
Edad 46 a 65	42	63.64
Edad 65 a más	2	3.03
Total	66	100

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 3: CUADRO DE EDADES DE LOS COMUNEROS DE LA
COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la muestra evaluada podemos indicar que el 0% tienen 18 años de edad, el 9,1% tienen entre 19 a 30, el 24,2% tienen entre 31 y 45 años, el 63,6% tienen entre 46 a 65 años y el 3,0% tienen de 65 a más años.

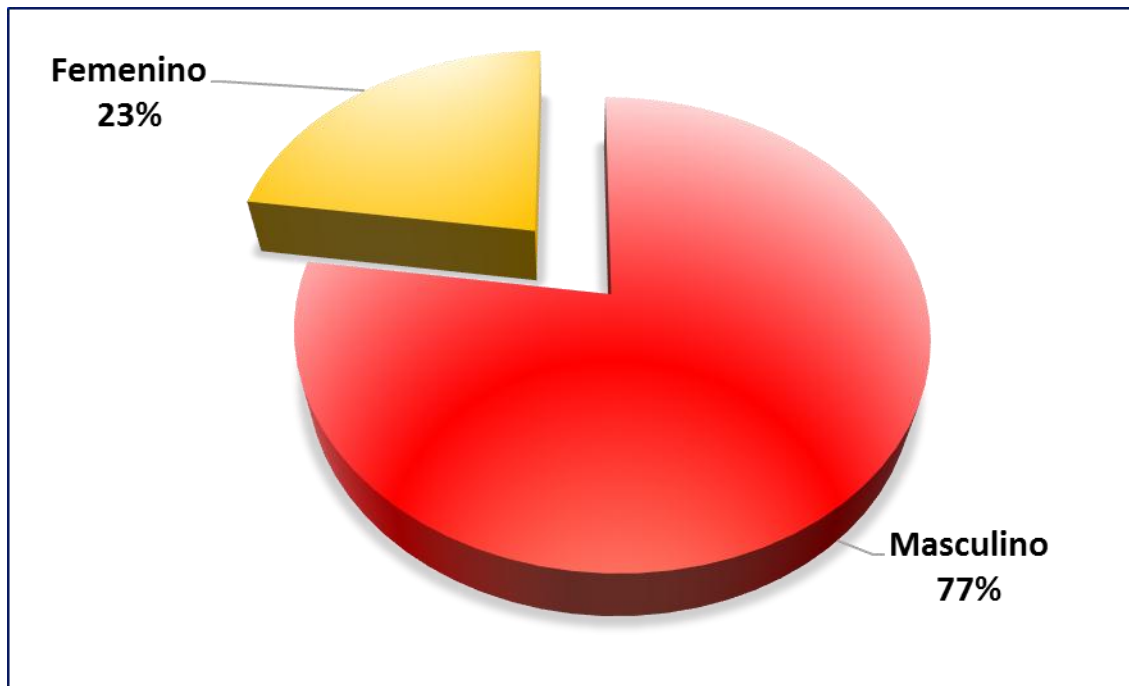
Tabla N° 4: CUADRO DE COMUNEROS SEGÚN GÉNERO

Género	N°	%
Masculino	51	77.3
Femenino	15	22.7
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia

FIGURA A5.2

CUADRO DE COMUNEROS SEGÚN GÉNERO



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la muestra de investigación respecto a la Comunidad Campesina de Huancas, podemos indicar que el 22,7% son mujeres y el 77,3% corresponde al sexo masculino.

Tabla N° 5:

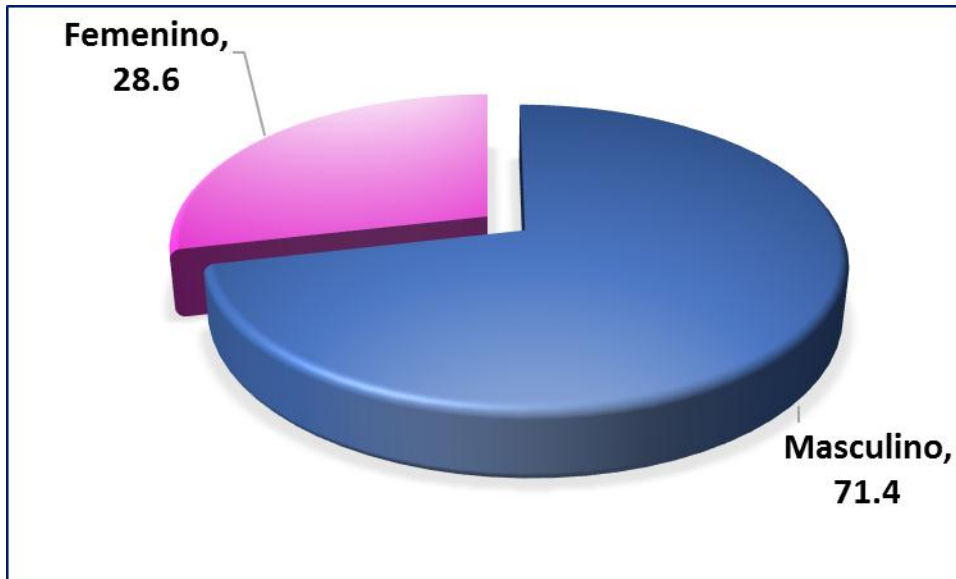
CUADRO DE AUTORIDADES SEGÚN GÉNERO

Genero	N°	%
Masculino	5	71.4
Femenino	2	28.6
Total	7	100.0

Fuente: Elaboración propia

FIGURA A5.2

CUADRO DE AUTORIDADES SEGÚN GÉNERO



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la muestra de investigación respecto a la comunidad campesina de Huancas, se puede indicar que el 71,4% de sus autoridades son varones, y el 28,6% son mujeres.

Tabla N° 6:

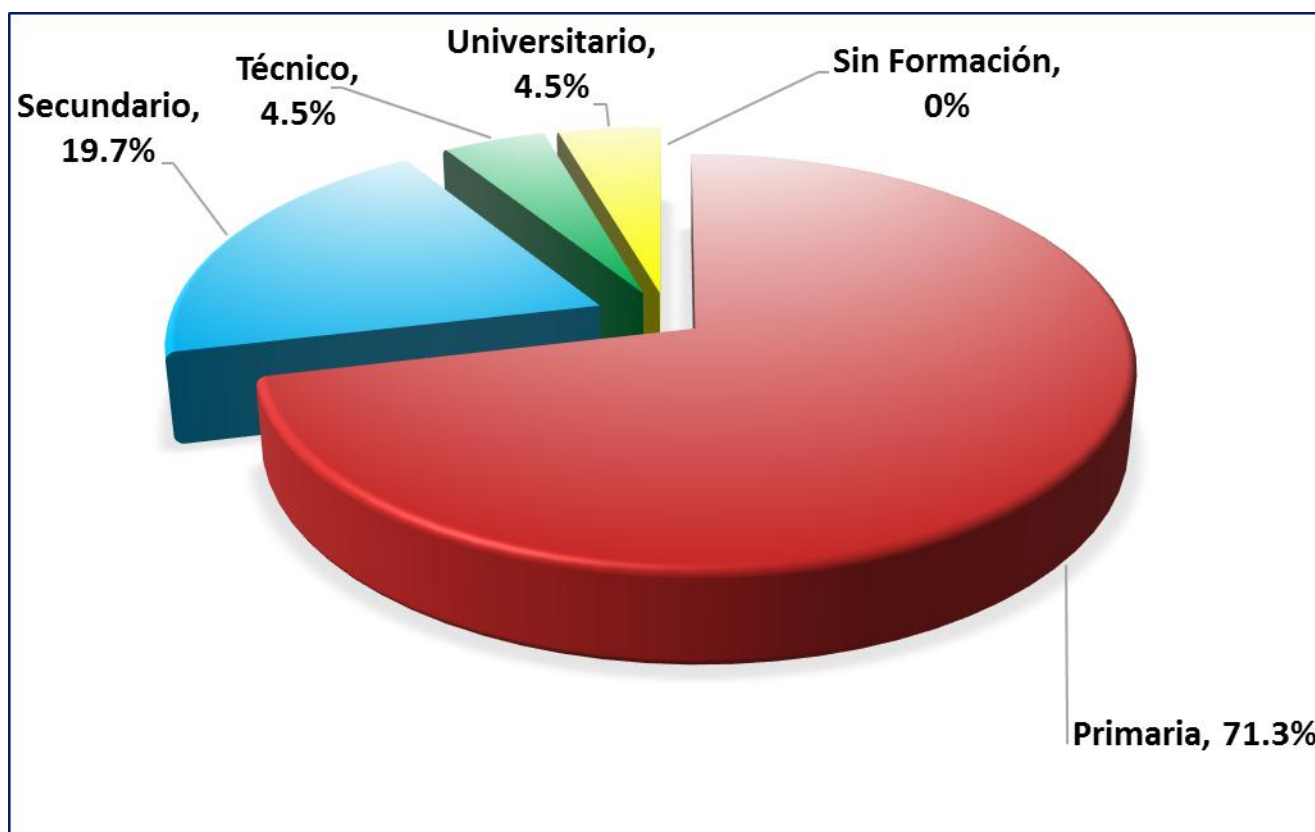
CUADRO DE NIVEL FORMACIÓN COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

Nivel de Formación	N°	%
Sin Formación	0	0.0
Primaria	47	71.2
Secundario	13	19.7
Técnico	3	4.5
Universitario	3	4.5
Total	66	100.0

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 6:

CUADRO DE NIVEL FORMACIÓN COMUNEROS COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la muestra de investigación podemos indicar que el 0% no tienen formación, el 71,2% tienen primaria, el 19,7% tienen secundaria, el 4,5% tienen superior técnico y el 4,5% tienen estudios superiores universitarios.

3.6. Método de investigación.

La presente investigación está enmarcada en el enfoque cuantitativo, utilizándose la metodología inductivo-deductivo porque las estrategias propuestas están basadas dentro de un ambiente netamente administrativo que permitirá generar valor público.

3.7. Técnicas, procedimientos e instrumentos de recolección de datos.

Técnicas de gabinete:

- Revisión, análisis e interpretación de la información documentaria correspondiente con el empoderamiento y el valor público.
- Se realizó el análisis de documentos de la comunidad campesina de Huancas, además de las fuentes bibliográficas relacionadas al tema de investigación.
- Se realizó el fichaje electrónico, diseñándose y elaborándose una base de datos de acuerdo al padrón de comuneros de la Comunidad Campesina de Huancas.

Técnicas de campo:

- La Técnica utilizada fue la encuesta diseñada utilizando un cuestionario con parámetros bajo la escala dicotómica.
Además de la encuesta, se realizaron:
- Reuniones y talleres con familias agrícolas y artesanas en las cuales se aplicaron dinámicas participativas y cursos de capacitación.
- La técnica que se utilizó para medir el valor público de la Comunidad Campesina de Huancas fue una encuesta que fue diseñada y elaborada por el autor, la cual consta de datos generales y 26 ítems y se aplicó a los comuneros de Huancas.

La validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos fueron significativas. La validez se realizó por juicio de expertos; además se obtuvo un valor de Alpha de Cronbach igual a 0.901 concluyéndose que existe un alto grado de confiabilidad. (Ver anexo 2)

3.8. Métodos de análisis de datos.

La información recogida se organizó sistemáticamente para luego ser procesada mediante el software SPSS versión 21, obteniéndose:

- ✓ Se utilizó el análisis descriptivo con los datos obtenidos de la aplicación de los cuestionarios, obteniéndose cuadros de frecuencias absolutas y porcentuales, además de gráficos estadísticos.

- ✓ Análisis de medidas estadísticas. Permitió conocer cuál es el nivel de valor público actual en la Comunidad Campesina de Huancas, estado de servicio que se brinda en ella y perspectivas de la población con el Estado.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA
PROPUESTA

4.1. Análisis de resultados.

Diagnóstico del valor público

¿Cuál es la percepción de la existencia de valor público en la Comunidad Campesina de Huancas?

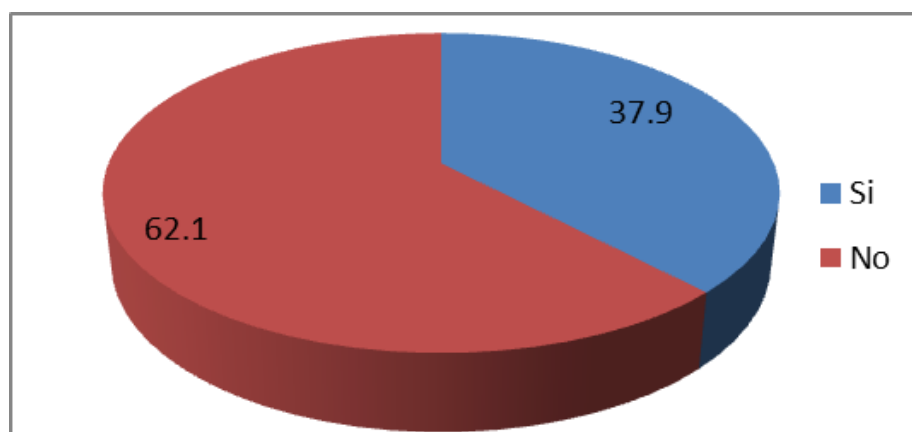
Tabla 1: Distribución de los comuneros de la Comunidad Campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de valor público.

Valor público	N°	%
Si	25	37.9
No	41	62.1
TOTAL	66	100.0

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la Encuesta.

En la Tabla N° 1, puede apreciarse que la percepción de la presencia del valor público en la comunidad campesina de Huancas, fue de 37,9% y de su ausencia fue de 62,1%.

Figura 1: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de valor público.



Fuente: Tabla N° 1.

Dimensión: La prestación de servicios.-

¿Cuál es la percepción de la presencia de la prestación de servicios en la Comunidad Campesina de Huancas?

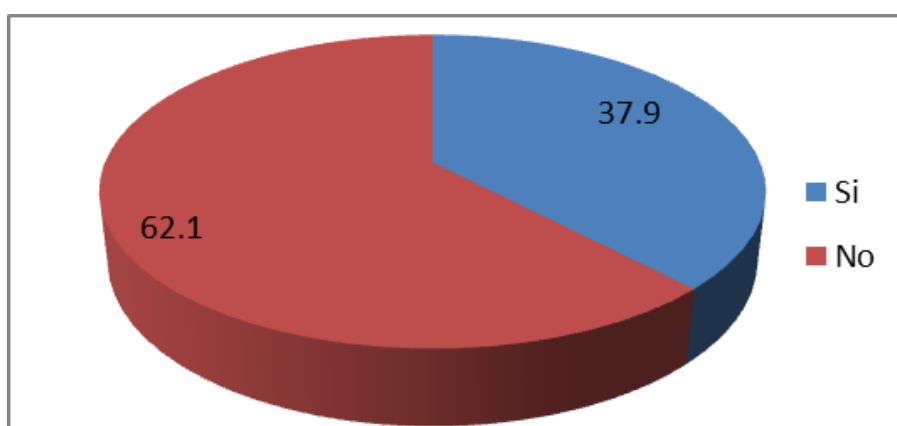
Tabla 2: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de la prestación de servicios.

La prestación de servicios	N°	%
Si	25	37.9
No	41	62.1
TOTAL	66	100.0

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la Encuesta.

En la Tabla N° 2, puede apreciarse que la percepción de la presencia de la prestación de servicios en la comunidad campesina de Huancas, fue de 37,9% y de su ausencia fue de 62,1%.

Figura 2: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de la prestación de servicios.



Fuente: Tabla N° 2.

Dimensión: Los impactos reales sociales.-

¿Cuál es la percepción de la existencia de los impactos reales sociales en la Comunidad Campesina de Huancas?

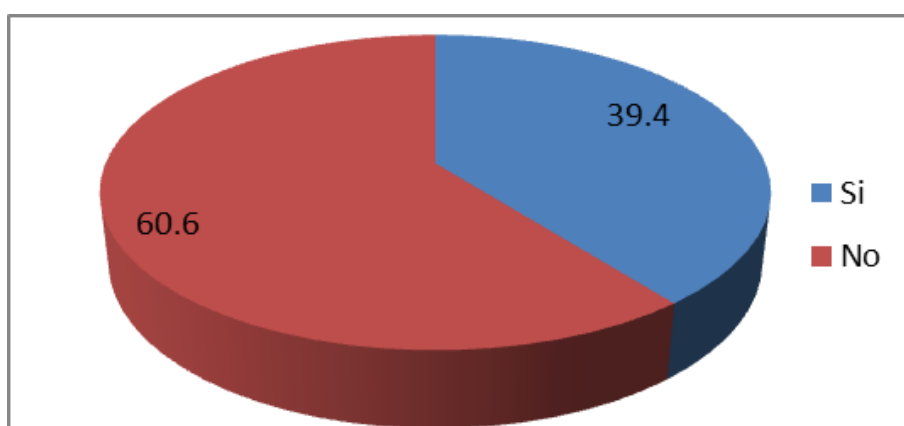
Tabla 3: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de los impactos reales sociales.

Los impactos reales sociales	N°	%
Si	26	39.4
No	40	60.6
TOTAL	66	100.0

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la Encuesta.

En la Tabla N° 3, puede apreciarse que la percepción de la presencia de los impactos reales sociales en la comunidad campesina de Huancas, fue de 37,9% y de su ausencia fue de 62,1%.

Figura 3: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia de los impactos reales sociales.



Fuente: Tabla N° 3.

Dimensión: Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización.-

¿Cuál es la percepción del mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización en la Comunidad Campesina de Huancas?

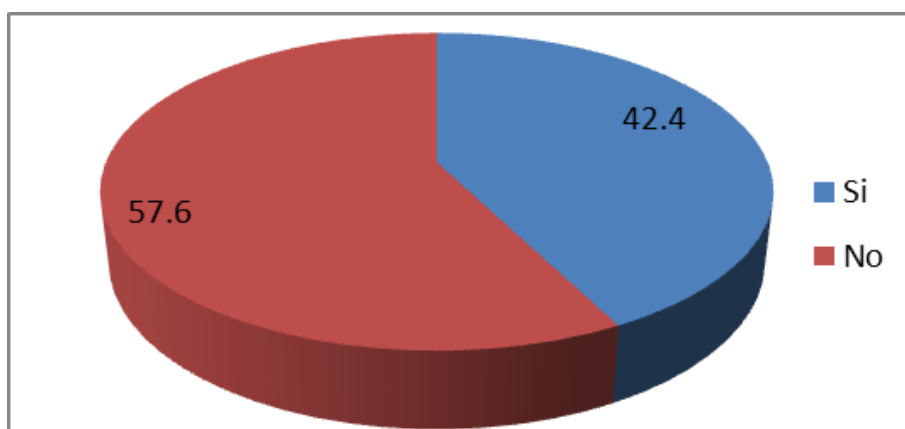
Tabla 4: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia del mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización.

Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización	N°	%
Si	28	42.4
No	38	57.6
TOTAL	66	100.0

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la Encuesta.

En la Tabla N° 4, puede apreciarse que la percepción de la presencia del mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización en la comunidad campesina de Huancas, fue de 37,9% y de su ausencia fue de 62,1%.

Figura 4: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de la presencia del mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización.



Fuente: Tabla N° 4.

Tabla 5: Distribución de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de las dimensiones de valor público.

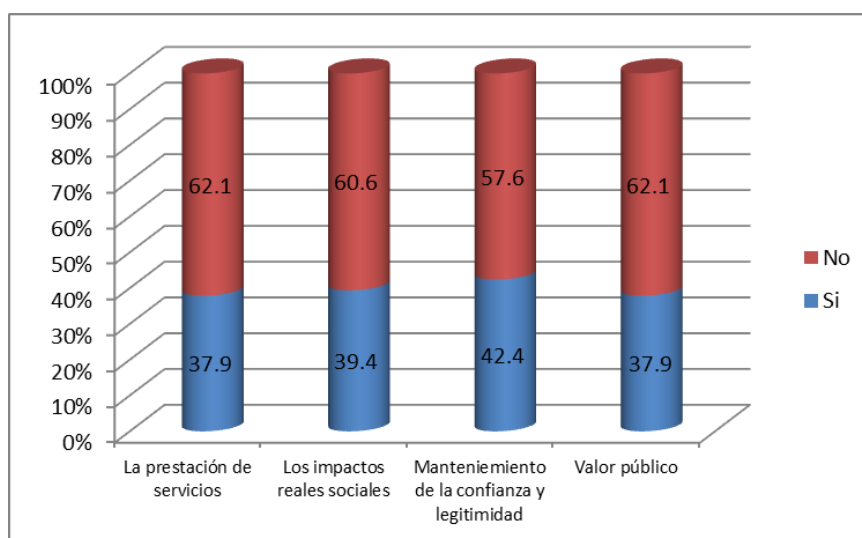
Dimensiones	Si		No	
	N°	%	N°	%
La prestación de servicios	25	37.9	41	62.1
Los impactos reales sociales	26	39.4	40	60.6
Mantenimiento de la confianza y legitimidad	28	42.4	38	57.6
Valor público	25	37.9	41	62.1

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la Encuesta.

En la Tabla N° 5, puede apreciarse lo siguiente en las percepciones de las dimensiones:

- Prestación de servicios: Si con el 37,9% y no con el 62,1%.
- Impactos reales sociales: Si que representa el 39,4% y no que representa el 60,6%.
- Mantenimiento de la confianza y legitimidad: Si que representa el 37,9 y no que representa el 62,1%.
- Valor público: Si que representa el 39,4% y no que representa el 60,6%.

Figura 5: Distribución porcentual de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas, según su percepción de las dimensiones de valor público.



Fuente: Tabla N° 5

4.2. Discusión de resultados.

Valor Público.-

Síntesis del resultado.-

La percepción del valor público en la Comunidad Campesina de Huancas en el año 2016, fue del 37,9% y de su ausencia fue del 62,1%.

Causales.-

La gestión pública constituye una práctica para generar valor público, cuya esencia se manifiesta a través de la entrega de adecuados servicios públicos referentes a la educación, salud, vivienda, infraestructura, seguridad, etc.; además de la eficiente ejecución de programas y proyectos. (García J. , 2015)

Para llevar a cabo estas prácticas las autoridades deben ejercer responsabilidades públicas, asimismo deben estar pendientes de las percepciones y reacciones de los comuneros, manteniendo diálogos valiosos con la finalidad de discernir y definir lo que prefieren para conocer qué es lo que les genera valor.

En tal sentido, los comuneros de la comunidad campesina de Huancas no perciben que exista valor público en su comunidad porque consideran que no tienen servicios de educación, salud y vivienda adecuados, tal como lo sostiene García (2015) estos aspectos son indispensables en la sociedad.

Asimismo, es de considerarse que las comunidades exitosas tienen condiciones de emprender programas y obras que beneficien a todos, con la participación de todos, primando los principios de honestidad y confianza, porque todos se conocen, lo cual les permitirá construir redes sociales y políticas en un plano horizontal. (Gomez, 2015)

Consecuencias.-

El Gobierno produce bienes y servicios para la utilidad de la sociedad como parte fundamental de la equidad y la justicia que constituye un derecho de la sociedad, y generará condiciones propicias para elevar el nivel de vida de sus habitantes. (Gomez, 2015)

Una Comunidad Campesina que carece de adecuados servicios de salud, vivienda e infraestructura, además que tampoco cuente con programas o proyectos que impulsen el desarrollo de dicha comunidad, no podrá ser exitosa, evidenciándose la inequidad y la injusticia, por lo que de continuar así no se puede hablar de valor público.

Tendencias con la aplicación de la propuesta.-

Con la aplicación de la propuesta elaborada se obtendrán los siguientes resultados:

- Propiciar espacios de descubrimiento de capacidades, habilidades, competencias de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas.
- Brindar apoyo para fortalecer la autonomía, la autoestima y el auto fortalecimiento de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas.
- Fortalecer la satisfacción y el compromiso de los comuneros de la comunidad campesina de Huancas.

Dimensión: La prestación de servicios.-

Síntesis del resultado.-

La presencia de la buena prestación de servicios en la comunidad campesina de Huancas, fue percibida con por el 37,9% de los comuneros y su ausencia por el 62,1%.

Causales.-

Este componente en la comunidad campesina de Huancas fue percibido como malo por el 62,1% de los comuneros, considerándose un factor crítico porque ellos manifiestan que los servicios recibidos no son de buena calidad, y tampoco el costo que pagan por estos servicios no lo consideran como justo porque el servicio no satisface sus demandas.

La prestación de servicios contempla la satisfacción del servicio, la cual es considerada como crítica para el valor público, por lo que se requiere ciudadanos informados y empoderados. El ciudadano siempre hace una comparación entre el costo del servicio y el nivel del servicio recibido, evidenciándose que la satisfacción es mayor en los servicios que son considerados más importantes por los usuarios. (García J. , 2015)

La satisfacción de las necesidades colectivas se traduce en atender a las comunidades con equidad y justicia; además crea un valor agregado que los funcionarios públicos deben entender y realizar en sus compromisos y responsabilidades asumidas. (Gomez, 2015)

Consecuencias.-

Si los ciudadanos no están satisfechos porque al comparar costo – beneficio y el nivel del servicio recibido, entonces afectará no sólo la satisfacción de los usuarios, sino que no podrán sentir el control de sus recursos, tampoco mejorarán sus condiciones y por ende su calidad de vida.

Además, se debe considerar que los ciudadanos siempre tendrán nuevas demandas de servicios públicos, por lo que se debe esperar que las autoridades, no sólo suplan estas demandas, sino que también lo mejoren continuamente.

Dimensión: Los impactos reales sociales.-

Síntesis del resultado.-

La percepción de la presencia de los impactos reales sociales en la comunidad campesina de Huancas fue de 37,9% y su ausencia fue de 62,1%.

Causales.-

Los impactos están atados a los servicios, y es considerado como el valor más importante por una sociedad con respecto del Gobierno de un Estado o país. Sin embargo, los comuneros de Huancas consideran que en gran mayoría no existen impactos reales sociales en su comunidad, no lo perciben porque consideran que no tienen calidad de vida, no son beneficiarios de programas o proyectos que satisfagan sus necesidades; además que los servicios que reciben no son de calidad, por eso no se perciben sus impactos reales.

Para medir los impactos reales de la implementación de los resultados de medidas objetivas no es fácil, porque los países han centrado su atención en los resultados, pero no en resultados reales, sino en metas aspiradas que resultan de ejercer limitadas medidas de actividad o producto que corren el riesgo de ser distorsionadas y/o manipuladas. (García J. , 2015)

Consecuencias.-

El valor público prioriza la respuesta a los ciudadanos a través de la buena entrega de productos o servicios, importando los resultados obtenidos, pero también los procesos que se establecen entre las organizaciones responsables para la creación de valor donde las comunidades campesinas puedan generar valor por sí mismas. (García J. , 2015)

Dimensión: Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización.-

Síntesis del resultado.-

La percepción de la presencia del mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización en la comunidad campesina de Huancas, fue del 37,9% y su ausencia fue del 62,1%.

Causales.-

La confianza es el centro de la relación entre los ciudadanos y el Gobierno, y es determinada por la confianza social, la propensión a confiar en las instituciones; además de la efectividad, manejo y liderazgo ejercido para generar los servicios. En muchas instituciones se ha perdido la confianza, es por eso que aun cuando se cumpla con brindar un buen servicio y se logren cumplir con las metas propuestas, obteniéndose buenos resultados; la falta de confianza puede arruinar consecuentemente el valor público. (García J. , 2015)

La confianza provee grandes ventajas, siendo una de ellas, la ventaja de poblar una región en condiciones favorables, además de su participación social en asuntos públicos, creándose capital social. (Gomez, 2015)

En la comunidad campesina de Huancas existe desconfianza en sus autoridades, a tal punto que cada cierto periodo, estas son cambiadas, no permitiéndoles terminar su periodo de mandato.

Consecuencias.-

En los últimos años se ha perdido dramáticamente la confianza pública en muchas instituciones y autoridades, tanto en los ámbitos ejecutivo, parlamento y judicial; no pudiéndose afirmar que alguna institución posee confianza y legitimidad. (García J. , 2015)

Cuando las autoridades no cumplen con sus promesas u obligaciones, realizando una buena gestión, no se está alentando el sentimiento de

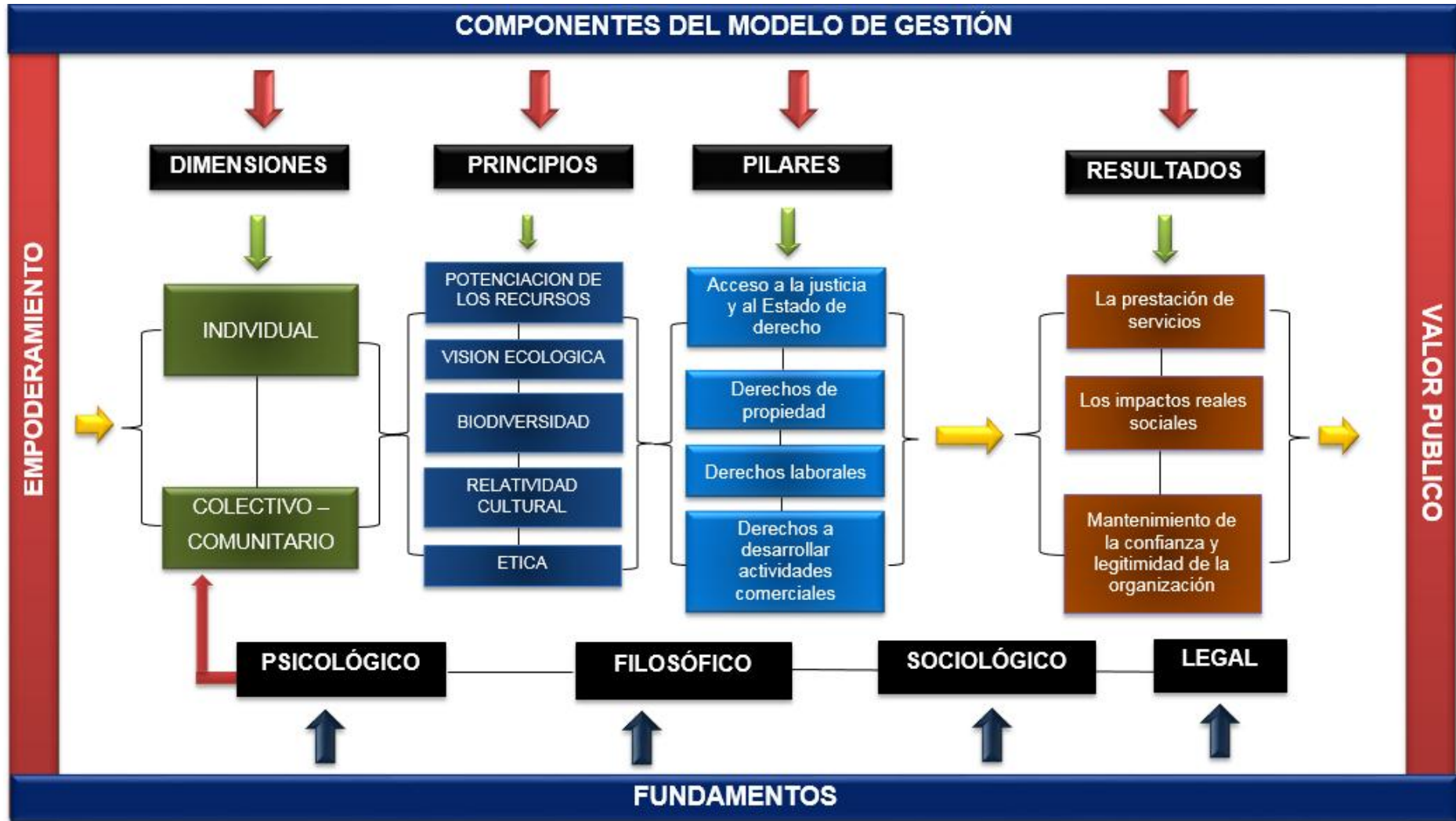
pertenencia, aumentando la desconfianza en sus autoridades para la toma de decisiones, aumentando el sentimiento de resentimiento hacia las acciones realizadas. (García J. , 2015)

De continuar con esta falta de confianza y legitimidad en las autoridades, tampoco se garantizará la tolerancia; por tanto, no habrá interacción entre las personas y no podrán construir su comunidad, tampoco podrán sentirse como parte y pertenencia de ella, tal como lo sostiene (García J. , 2015), afectándose su desarrollo.

4.3. Organización del modelo y fundamentación.

**“PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO
PARA GENERAR VALOR PUBLICO EN LA COMUNIDAD
CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS
2016”**

I. Representación gráfica del modelo



II. Introducción

En la sociedad el valor público comprende generar mejores y mayores condiciones de vida, pero este tema no se ve reflejado cuando se habla de las comunidades campesinas, donde se puede verificar que existe múltiples carencias de diversas índoles, y muchas de ellas no cuentan con adecuados servicios básicos, acceso a una educación y salud de calidad; pese a tener los recursos para propiciar su propio desarrollo porque todas las personas poseen potencial dentro de sí mismos.

Partiendo de la motivación y la disposición interna hacia el poder, las personas adquieren el control o dominio sobre asuntos o temas de interés propios, denominado como empoderamiento, el cual se da en el ámbito personal, social, político, jurídico, cultural y económico y en los contextos organizacional, comunitario y de desarrollo, teniendo como criterio central el identificar y contribuir con la transformación de los sectores sociales más excluidos por la pobreza, la inequidad, la negación de reconocimiento; convirtiendo a las personas en actores de su propio desarrollo.

La exclusión está dada por la pobreza, la inequidad, la negación de reconocimiento, la falta de respeto y la desintegración y ruptura de vínculos sociales. Es así que en las comunidades campesinas es evidente la exclusión de este sector que ha sido olvidado y dejado de lado, constituyéndose muchas veces en invisible para la sociedad, por tal motivo el objetivo de la presente investigación fue proponer un modelo de gestión para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas.

III. Objetivos general

Generar valor público en la comunidad campesina de Huancas – provincia de Chachapoyas, mediante el empoderamiento personal, organizacional y comunitario.

IV. Objetivos específicos

- Crear conciencia en los comuneros de la importancia de las entidades públicas en su comunidad.
- Lograr confianza de las instituciones públicas en la comunidad de Huancas.
- Organizar a los comuneros en asociaciones empresariales.
- Impulsar el desarrollo a través del turismo en la comunidad de Huancas.

V. Fundamentación

Los fundamentos explican y distinguen la complejidad de la dinámica del modelo en el proceso de empoderamiento para la transformación social.

1.1. Fundamentación filosófica

El modelo está basado en la ciencia, la obtención del conocimiento, de la verdad y dirigiendo sus acciones morales, caracterizándose en la objetividad y el rigor para la solución de problemas de manera racional y metódica, mediante la propuesta de planes de mejora que permitan generar valor público en la comunidad campesina de Huancas, en base a la realidad.

Se preocupa por la “educación para ser” mediante un modelo de educación integral con énfasis en la formación del hombre como persona y ser social. La consecución de estos fines se orienta a las acciones por realizar; además que la perfección humana está representada por los individuos que alcanzan un alto grado de desarrollo en las dimensiones o atributos: el santo, el sabio y el héroe, atributos de pocos hombres que normalmente son inalcanzables. Considera que educar no es reproducir un modelo, sino hacer un nuevo hombre en proceso genético de su destino evolutivo.

Los fundamentos filosóficos permiten reflexionar sobre los fines y valores del empoderamiento para establecer prioridades en las

dimensiones de tener, saber, saber hacer, querer y poder; basándose en los siguientes postulados:

- **Realismo:** El mundo existe en forma independiente de la percepción y de la creencia del individuo.
- **Idealismo:** El mundo exterior es una idea que procede de la mente del ser humano y que está basado en sus propias ideas.
- **Pragmatismo:** Sostiene que la realidad es un proceso de cambio permanente; además que la ciencia constituye la herramienta para resolver todos los problemas que tiene el ser humano.
- **Existencialismo** Se basa en la “libertad” que tiene una persona, teniendo la posibilidad de elegir, de equivocarse y de decidir, a lo largo de toda su trayectoria en la vida. (Sánchez & Boronat, 2014)

1.2. Fundamentación sociológica

Busca una relación de socios entre la organización y su gente, aumentando la confianza, la responsabilidad, la autoridad y el compromiso para servir mejor al cliente o logro de resultados esperados.

Robert Putnam (1993) aporta “La teoría del capital social” es concebido como la interrelación humana que se organiza, se conjunta y conviene para mejorar su realidad social; además para promover el desarrollo sostenible y las sociedades prosperen en el ámbito económico, la cohesión social es fundamental. (Putnam, 1993)

El capital social como un enfoque para el desarrollo y mantenimiento de la organización, y se concibe como conexiones entre individuos, redes sociales y normas de reciprocidad; además de controlar el valor que tiene esta forma de interacción humana que posibilita la

convivencia social para lograr las condiciones favorables que propicien el beneficio colectivo – comunitario.

(Gomez, 2015)

El capital social tiene implicaciones para el desempeño de las organizaciones y de sus ciudadanos, y ambos están íntimamente ligados, generándose condiciones y ambientes propicios para desarrollar la confianza y la cooperación; además de conseguir y producir bienestar para la comunidad en su conjunto. (Gomez, 2015)

La teoría del valor público se orienta de forma estratégica para producir bienes y servicios, mediante el diálogo comunitario, la participación social, asimismo el respeto a los valores democráticos y normativos, para responder las demandas de la sociedad manifestadas en forma organizada, participativa para obtener resultados satisfactorios que se traduce mediante la eficacia, eficiencia y efectividad, fortalecido por el diálogo comunitario. (Gomez, 2015)

1.3. Fundamentación psicológica

LA “TEORÍA DE LA MOTIVACIÓN HUMANA” DE ABRAHAM MASLOW:

Trata de una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas; esta jerarquía identifica cinco categorías de necesidades: (fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima y de auto-realización), y considera un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. Es así como a medida que el hombre va satisfaciendo sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad (Quintero; J; 2007:1).

- ✓ **Necesidades fisiológicas:** son de origen biológico y refieren a la supervivencia del hombre; considerando necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio (Quintero; J; 2007:2).
- ✓ **Necesidades de seguridad:** cuando las necesidades fisiológicas están en su gran parte satisfechas, surge un segundo escalón de necesidades que se orienta a la seguridad personal, el orden, la estabilidad y la protección. Aquí se encuentran cosas como: seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud y contra el crimen de la propiedad personal (Quintero; J; 2007:2).
- ✓ **Necesidades de amor, afecto y pertenencia:** cuando las necesidades anteriores están medianamente satisfechas, la siguiente clase de necesidades contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y buscan superar los sentimientos de soledad y alienación. Estas necesidades se presentan continuamente en la vida diaria, cuando el ser humano muestra deseos de casarse, de tener una familia, de ser parte de una comunidad, ser miembro de una iglesia o asistir a un club social (Quintero; J; 2007:2).
- ✓ **Necesidades de estima:** cuando las tres primeras necesidades están medianamente satisfechas, surgen las necesidades de estima que refieren a la autoestima, el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer estas necesidades, las personas tienden a sentirse seguras de sí misma y valiosas dentro de una sociedad; cuando estas necesidades no son satisfechas, las personas se sienten inferiores y sin valor (Quintero; J; 2007:2).
- ✓ **Necesidades de auto-realización:** son las más elevadas encontrándose en la cima de la jerarquía; responde a la necesidad de una persona para ser y hacer lo que la persona “nació para hacer”, es decir, es el cumplimiento del potencial

personal a través de una actividad específica; de esta forma una persona que está inspirada para la música debe hacer música, un artista debe pintar, y un poeta debe escribir (Quintero; J; 2007:3).

Según Quintero, J. (2007, p. 4) a este orden de necesidades de manera ascendente que se conoce como Pirámide de la jerarquía de las 5 necesidades antes descritas, Maslow también identificó otras tres categorías de necesidades, lo que dio origen a una rectificación de la jerarquía de necesidades las cuales son como sigue:

- ✓ **Necesidades estéticas:** no son universales, pero al menos ciertos grupos de personas en todas las culturas parecen estar motivadas por la necesidad de belleza exterior y de experiencias estéticas gratificantes.
- ✓ **Necesidades cognitivas:** están asociadas al deseo de conocer, que posee la mayoría de las personas; como resolver misterios, ser curioso e investigar actividades diversas fueron llamadas necesidades cognitivas, destacando que este tipo de necesidad es muy importante para adaptarse a las cinco necesidades antes descritas.
- ✓ **Necesidades de auto-trascendencia:** Hacen referencia a promover una causa más allá de sí mismo y experimentar una comunión fuera de los límites del yo; esto puede significar el servicio hacia otras personas o grupos, el perseguir un ideal o una causa, la fe religiosa, la búsqueda de la ciencia y la unión con lo divino.

PSICOLOGÍA COMUNITARIA

La psicología comunitaria está involucrada con el cambio social debido a que proyecta un proceso de conocimiento colectivo de la realidad y su forma de aprehenderla mediado por interacción subjetiva, la participación activa, el compromiso y responsabilidad de los sujetos actores de sus propias necesidades y potencialidades,

destinados a la liberación o transformación de las prácticas cotidianas; así como las estructuras sociales y organizacionales que las rigen. (Montero M. , 2004)

CATEGORÍAS		TEORÍA DEL EMPODERAMIENTO DESDE LA PSICOLOGÍA COMUNITARIA (Perkins e Zimmerman, 1995; Zimmerman, 1995)																	
		Nivel Psicológico			Nivel Organizacional		Nivel Comunitario												
		Proceso de potenciación	Resultados de la potenciación		Proceso de potenciación	Resultados de la potenciación	Proceso de potenciación	Resultados de la potenciación											
		Aprendizaje de habilidades para la toma de decisiones	Manejo de recursos	Trabajar con los demás	Sentido de control	Conciencia crítica	Comportamiento participativo	Oportunidades en participar en la toma de decisiones	Responsabilidades compartidas	Liderazgo compartido	Competencia efectiva en manejo de recursos	Redes de trabajo: coaliciones entre organizaciones	Influencia política	Acceso a recursos de la comunidad	Apertura de estructuras mediadoras	Tolerancia a la diversidad	Coaliciones organizacionales	Liderazgo plural	Habilidades participativas de los residentes en la vida comunitaria.

Fuente: (Musitu & Buelga, 2004)

VI. Pilares

La iniciativa de plantear esta propuesta aborda la cuestión del empoderamiento como estrategia económica eficaz que va a impulsar la generación de valor público en la comunidad campesina de Huancas.

Según el informe de la Comisión para el empoderamiento legal de los pobres (CELP) publicado en el año 2008, los pilares del empoderamiento son los siguientes:

1. **Acceso a la justicia y al Estado de derecho:** Tiene que ver con la comprensión y el conocimiento sobre el sistema de justicia y el Estado de derecho, y esto empieza porque el lenguaje utilizado en la justicia no es fácilmente comprensible, por lo que las personas analfabetas o con bajo nivel de instrucción tienen obstáculos que les dificultan o impiden el acceso al sistema de administración de justicia, generando sentimientos de que la justicia no es para ellos, aún más cuando las

instituciones encargadas de hacer cumplir la justicia “igualitaria” para todos, es ineficaz y corrupta. Las dificultades que se presentan para acceder a la justicia es la que refuerza la pobreza y la exclusión, sin embargo, es esta población que necesita una mejor protección jurídica. (CELP, 2008), además por ser considerables como vulnerables y de atención preferente según las 100 reglas de Brasilia.

- 2. Derechos de propiedad:** Van más allá de cumplir su papel como activo económico, sino que constituye establecer derechos de propiedad seguros y accesibles que va a proporcionar una noción de identidad, dignidad y pertenencia, creándose lazos fiables de derechos y obligaciones dentro de una comunidad. Se debe tener en cuenta que, para muchas comunidades, la tierra es más que un conglomerado de terreno que ocupan y utilizan; constituyendo la expresión de su forma de vida. Cuando no se protege efectivamente los derechos de propiedad, se tiene como consecuencia de la afectación del potencial económico, desperdiciándose el capital informal “invisible” que se desaprovecha una enorme oportunidad para la economía nacional. (CELP, 2008)
- 3. Derechos laborales:** Se refiere a que se debe propiciar la protección de los derechos laborales, así como también las oportunidades. Las leyes deben proteger a los trabajadores vulnerables para prevenir la explotación, y también deben brindar las oportunidades para la obtención de empleos formales. (CELP, 2008)

Los pobladores de la comunidad campesina de Huancas se dedican principalmente a la agricultura, la albañilería y a la artesanía, sin embargo, estas actividades se consideran como “recurso bruto” y son catalogadas como informales dentro de la economía peruana, no considerándolos sujetos de inversión.

4. Derechos a desarrollar actividades comerciales

Se refiere a facilitar y garantizar los derechos de vender, poseer un espacio de trabajo, contar con la infraestructura y servicios

correspondientes, tales como la vivienda, servicio de agua, electricidad y servicios básicos. En las comunidades campesinas muchos de sus miembros no poseen con títulos de propiedad de las tierras que ocupan, además para acceder a un crédito recurren a amigos y familiares, limitándose sus oportunidades económicas, dificultándose su acceso a la financiación y a los mercados, negándoseles con frecuencia el derecho a utilizar los recursos públicos comunales, limitándoseles la posibilidad de emprendimiento. (CELP, 2008)

VII. Principios

- **Potenciación de los recursos:** Es un constructo multinivel que contempla el estudio de la interacción de la persona con el ambiente, en función de los diferentes niveles en los que participa ya sea individual, grupal organizacional, comunitario. Es un proceso por el cual, las personas, organizaciones y comunidades adquieren control y dominio. (Rappaport J. , 1995)

“La potenciación está dirigida al fortalecimiento psicológico, a la provisión de derechos y de opciones a los ciudadanos en los diferentes contextos (barrios, organizaciones y comunidades) en los que se desenvuelven. Es la consecuencia de las interacciones con el ambiente, obteniendo como resultado mayor accesibilidad y control de los recursos instrumentales o psicológicos. La potenciación se fundamenta en la creencia de que las personas tienen poder para dirigir sus propias vidas, y también la capacidad de involucrarse en la vida de la comunidad, conllevándoles a tener identidad social planetaria”. (Buelga, 2007)

- **Visión ecológica:** Es necesaria para comprender la complejidad de los fenómenos sociales. (Buelga, 2007)
- **La diversidad:** Se refiere al derecho que tienen las personas a ser diferentes. (Buelga, 2007)

- **La relatividad cultural:** Implica comprender cómo las personas construyen su realidad, cómo se organizan e interpretan el mundo en el que viven su vida cotidiana. (Nagayama, 2005)
- **Ético:** Comprende las obligaciones de los actores en el cumplimiento de sus deberes para con la sociedad en el marco de la transparencia, buena atención al ciudadano(Servir)

VIII. Características

- **Flexible:** Tiene una permanente capacidad de adaptación, cambia de forma según la persona porque su intervención depende de las características sociodemográficas, raza, sexo, región, estatus. Se adecua al contexto, facilitando diferentes estrategias de mejoramiento para conseguir el poder de la comunidad.
- **Cambiante:** Se transforma de acuerdo a las necesidades de la población.
- **Dinámico:** Sus elementos poseen adaptabilidad constante y acorde con los cambios del entorno, de tal forma que los cambios producidos de uno de sus componentes se sincronizaran rápidamente con dichos cambios.
- **Sistémico:** Constituye la relación de los componentes del todo, conformando una interrelación entre todos sus elementos.
- **Sostenible en el tiempo:** Los elementos del modelo y sus relaciones son estables y garantizan su permanencia en el tiempo con menores modificaciones, pese a los cambios en el entorno.

En conclusión, el modelo es adaptable a otras comunidades que cuenten con la misma problemática, precisándose su facilidad de ejecución y bajo consumo de recursos.

IX. Contenidos

ACTIVIDAD	OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD	ESTRATEGIA A DESARROLLAR	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABLES	INSTRUMENTOS DE EVALUACION
Diagnosticar el nivel de valor público de la comunidad campesina de Huancas – 2016, en forma genérica y de acuerdo a las dimensiones: La prestación de Servicios, Los Impactos reales sociales, Mantenimiento de la Confianza y legitimidad de la organización.		Aplicación del Cuestionario de medición del valor público.	Lapiceros Tableros Impresos	Investigador	Lista de control Cuestionarios
Elaboración de una base de datos en base al padrón comunal.		Gestión ante el Presidente de la Comunidad.	Solicitud Fotocopias	Investigador	Relación de miembros inscritos
Coordinación con las autoridades y con los comuneros de la comunidad campesina de Huancas.		Conformación de compromiso	Ambiente de sesiones Mesas Sillas	Investigador Autoridades y comuneros.	Solicitud Entrevista Actas de reunión Acta de compromiso

<p>Reunión con los comuneros de la comunidad campesina de Huancas.</p>		<p>Focus Group</p>	<p>Sala de sesiones Mesas Sillas</p>	<p>Investigador Comuneros</p>	<p>Actas de reunión</p>
<p>Taller o presentación pública de la propuesta modelo basada en el empoderamiento para generar valor público en la comunidad campesina de Huancas.</p>		<p>Exposición</p>	<p>Sala de reuniones Mesas Sillas Pc Data Show Micrófonos</p>	<p>Investigador Autoridades y comuneros de la comunidad campesina de Huancas.</p>	<p>Actas de reunión</p>

X. Evaluación

El modelo propuesto será evaluado al cabo de 1 año de su implementación, mediante una escala valorativa, la cual estará conformada por una lista de cotejo que contemplará indicadores del cumplimiento de las actividades programadas en los objetivos propuestos, teniendo en cuenta el cronograma planteado para su desarrollo.

XI. Vigencia

El modelo estará vigente en el periodo de 1 año, luego del cual será evaluado para medir su impacto y podrá reestructurarse de acuerdo a los resultados obtenidos.

XII. Retos que exige el modelo

- Desarrollar una nueva cultura organizativa innovadora mediante el empoderamiento.
- Promover la gestión de cambio en la comunidad campesina de Huancas.
- Garantizar el adecuado contexto y las posibilidades para la transformación.
- Socializar y democratizar en forma participativa el poder.
- Impulsar el mejoramiento del valor público en la comunidad campesina de Huancas.
- Someterse a una evaluación permanente para normalizar los procesos.
- Extender su aplicación a otras comunidades campesinas.

4.3. Conclusiones y sugerencias.

4.3.1. Conclusiones:

Al Objetivo Específico 1: Identificar el nivel de valor público en la Comunidad Campesina de Huancas.

Al finalizar la investigación se concluyó que

La percepción del valor público en la comunidad campesina de Huancas en el año 2016, fue del 37,9% y de la ausencia de valor público fue del 62,1%.

(Ver anexo 1 – Instrumentos de recolección de datos)

Al Objetivo Específico 2: Identificar y analizar los fundamentos teóricos que le dan sustento a la propuesta de modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas.

En base al análisis de los datos recolectados se han identificado las siguientes teorías que sustentan la propuesta del modelo:

- Teoría de la motivación humana de Maslow
- Psicología comunitaria
- Capital Social de Putnam
- Teorías filosóficas en sus dimensiones de tener, saber, saber hacer, querer y poder; basándose en los postulados de realismo, idealismo, pragmatismo y existencialismo.

Al Objetivo Específico 3: Diseñar el modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas.

Al finalizar la investigación se diseñó una propuesta de Modelo de basado en el empoderamiento para generar valor público en la comunidad campesina de Huancas, siendo su principal característica la aplicación de

forma individual, así como también colectiva, teniendo en cuenta las características sociodemográficas y económicas que se tiene en la comunidad.

Al Objetivo Específico 4: Validar el modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas utilizando la técnica DELPHI.

Luego de diseñar el modelo basado en el empoderamiento, se procedió a validar la propuesta para mejorar el valor público de la Comunidad Campesina de Huancas, a través del juicio de expertos, obteniéndose alta probabilidad de éxito, debido a que es considerado apropiado y con coherencia en su estructura.

Toda la propuesta fue considerada como buena, y cada una de sus partes también, se consideró como buena o excelente, teniendo como sugerencia primordial, el otorgamiento de recursos para su implementación.

(Ver anexo 3 – Ficha de validación por juicio de experto)

4.3.2. Sugerencias

Tomando como base las conclusiones, se plantearon las sugerencias siguientes a la Comunidad Campesina de Huancas:

1. Implementar la Propuesta de un modelo de empoderamiento que permita mejorar de manera significativa el valor público de la población.
2. Implementar un sistema de monitoreo y control de la ejecución de la Propuesta, de manera que se cuente con un ciclo reforzador de la toma de decisiones para que se lleven a cabo planes de mejoras sostenibles.

Referencias

- Alabarta, E. (2007). *Cómo gestionar una pyme mediante el cuadro de mando*. España: Esic.
- Alles, M. (2005). *Diccionario de Gestión por competencias* (2da ed.). Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Arias Durán, I. (21 de Enero de 2017). *Hacia la generación de valor público*. Obtenido de Diario Nacional Independiente: Página Siete: <http://www.paginasiete.bo/opinion/2013/11/18/hacia-generacion-valor-publico-6249.html>
- ASOCAM. (2007). *Empoderamiento: Conceptos y orientaciones*. Quito, Ecuador: Intercooperación.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of thought and action. A social cognitive view*. Prentice Hall.
- Bertucci, G. (2005). *Gobierno digital y valor público*. Obtenido de Política Digital: http://www.politicadigital.com.mx/pics/edito/multimedia/418/filearton102_multimedia.pdf
- Blaug, R. (January de 2006). Heritage, democracy and public value. *Swindon*, 25-26.
- Bozeman, B. (2002). Public-Value Failure: When Efficient Markets May Not Do". *Asministration Review*, 62.
- Buelga, S. (2007). El empowerment: La potenciación del bienestar desde la psicología comunitaria. *Universidad Zaragoza*, 151-173.
- Canal, M. (2010). *Incidencia en el empoderamiento a comunidades atendidas por Organizaciones de Desarrollo y Paz en Colombia*. Recuperado el 14 de enero de 2017, de <http://www.caf.com>
- Carrillo y Espinoza, A. (Noviembre de 2012). *El Valor Público: breve enfoque*. Obtenido de El Blog de Aldo Carrillo y Espinoza: <https://aldocarrilloyespinoza.wordpress.com/2012/05/11/el-valor-publico-breve-enfoque/>
- CELP, P. (2008). *La ley: La clave para el desarrollo sin exclusiones*. (Vol. I). (I. 9978-92-1-126219-3, Ed.) New Yersey, EEUU: Toppan Printing.
- Chiavola, C., Cendrós, P., & Sánchez, D. (2008). El empoderamiento desde una perspectiva del sistema educativo. *Omnia*, 130-143.
- Coats, D., & Passamore, E. (2008). *Public Value: The Next Steps in Public Service Reform*. Obtenido de The Work Foundation:

http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/201_PV_public_service_reform_final.pdf

Conger, J., & Kanungo, R. (1988). The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy of Management*. 13(3), 12.

Cosude. (2004). *Estrategias del Programa por País para Ecuador. Oficina de cooperación*. Quito, Ecuador.

Deci, E. (1975). *Intrinsic motivation*. New York, EEUU: Plenum.

Diez, Alejandro. (25 de Enero de 2013). *Cinco claves para entender qué son las comunidades campesinas*. Obtenido de Punto Edu:
<http://puntoedu.pucp.edu.pe/noticias/cinco-claves-para-entender-que-son-las-comunidades-campesinas/>

Diez, Alejandro. (2014). *Inversiones Privadas y derechos comunales*. Lima - Perú: PUCP.

Durston, J. (1999). *Construyendo Capital Social Comunitario. Una experiencia de empoderamiento comunitario en Guatemala*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas - CEPAL.

García, J. (Abril de 2015). Gestión pública y valor público. *Actualidad Gubernamental*(78). Obtenido de Actualidad Gubernamental. Área Políticas Públicas y Gerencia Pública:
http://aempresarial.com/web/revitem/24_17472_07084.pdf

García, M. (2005). *El surgimiento de la cooperación entre actores que operan instrumentos de la política pública: Un estudio de caso en el proceso de postulación del comité de vivienda*. Temuco, Chile: Universidad La Frontera.

Gomez, J. M. (15 de Febrero de 2015). El capital social y el valor público como ejes de acción para el desarrollo social. (U. a. México, Ed.) *Espacios públicos*, 8(15), 92-112.

Hintze, J. (2001). Instrumentos de evaluación de la gestión del valor público. *Biblioteca virtual TOP sobre Gestión pública*.

Ignacio Criado, J. (2016). *Goblab: Los Laboratorios de Gobierno en acción. Creación de valor público a través de la innovación*. Obtenido de Analítica Web Pública: Blog: <http://blog.publilitica.es/goblab-los-laboratorios-gobierno-accion-creacion-valor-publico-traves-la-innovacion/>

Kelly, G. (2002). *Creating public value*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2016, de Estrategic Unid. Cabinet office:

http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/medicabinetoffice/strategy/assets/public_value2.pdf

Kelly, G., & Muers, S. (2002). *Creating Public Value: An analytical framework for public service reform*. Obtenido de Strategy Unit:
<http://www.strategy.gov.uk>

Lampis, A. (2016). *Cambio ambiental global, Estado y valor público. La cuestión socio-ecológica en América Latina entre justicia ambiental y "legítima depredación"*. Colombia: Colección CES. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia:
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20160922015448/CambioAmbientaGlobal.pdf>

Matton, K., & Sallem, D. (1995). Características de la organización para habilitar la configuración de una comunidad: Un enfoque múltiple estudio de caso. *American Journal of Community Psychology*, 5(23), 631-656.

McClelland, D. (1975). *Power the inner experience*. New York., EEUU: Irvington Press.

Melendez Vargas, P. (Octubre de 2016). *Propuesta de un plan de integración gobierno sociedad para incrementar la participación ciudadana en la gestión municipal del distrito de Longar, provincia de Rodríguez de Mendoza, región Amazonas - 2016*. Obtenido de Escuela de posgrado universidad César Vallejo: www.ucv.edu.pe

Montero, M. (2003). *Teoría y práctica de la psicología comunitaria, la tensión entre comunidad y sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Montero, M. (2004). *Introducción a la Psicología Comunitaria: Desarrollo, conceptos y procesos*. Argentina: Paidós.

Moore, M. (1998). *Gestión Estratégica y creación de valor en el sector público*. Barcelona: Paidós.

Musitu, G., & Buelga, S. (2004). *Desarrollo comunitario y potenciación*. Barcelona, España: UOC.

Nagayama, H. (2005). Introduction to the special section on multicultural and community psychology: clinical psychology in context. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*(73), 787-789.

Nexos. (2005). *Valor Político y e-gobierno*. Obtenido de Política Digital:
http://www.politicadigital.com.mx/pics/edito/multimedia/418/filearton102_multimedia.pdf

- Oxaal, Z., & Baden, S. (1997). *El género y el empoderamiento: Definiciones, enfoques e implicaciones para la política*. Puente.
- PADEM. (2004). *Empoderamiento de las comunidades campesinas e indígenas*. La Paz, Bolivia.
- Padilla Salinas, M. C. (2012). *Valor Público, rol del estado y diagnóstico institucional en la Dirección de Crédito Prendario "DICREP"*. Obtenido de Universidad de Chile:
http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111325/cf-padilla_ms.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PNUD. (2014). *Informe Regional sobre Desarrollo Humano en América Latina y el Caribe*. New York: ONU.
- PNUD. (2016). *Informe Regional sobre Desarrollo Humano en América Latina y el Caribe*. New York: ONU.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Rappaport, J. (1987). Terms of empowerment/exemplars of prevention: toward a theory for community psychology. *American Journal of Community Psychology*(15), 121-148.
- Rappaport, J. (1995). Empowerment Meets Narrative: Listening to Stories and Creating Settings. *American Journal of Community Psychology*(23), 122-139.
- RPP . (08 de marzo de 2016). *El Congreso ha estado de espaldas a la gente*. Obtenido de RPP noticias: <http://rpp.pe/politica/elecciones/veronika-mendoza-el-congreso-ha-estado-de-espaldas-a-la-gente-noticia-944066>
- Sánchez, A. (1996). *Psicología Comunitaria. Bases conceptuales y métodos de intervención*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- Sánchez, B., & Boronat, J. (2014). Coaching educativo: Modelo para el desarrollo de competencias intra e interpersonales. *Educación XXI*, 1(17), 221-242.
- SERVINDI. (octubre de 2016). *Todas las concesiones mineras deberán ser consultadas a las comunidades*. Obtenido de SERVINDI:
<https://www.servindi.org/actualidad-noticias/24/11/2016/todas-las-concesiones-mineras-deberan-ser-consultadas-las-comunidades>
- Soria, M. (2005). *Manual de Psicología jurídica e investigación criminal*. Madrid, España: Pirámide.
- Sotelo Maciel, A. J. (2014). *La cadena de valor público: un principio ordenador que previene la colisión metodológica*. Obtenido de Asociación

Internacional de Presupuesto Público: <http://asip.org.ar/la-cadena-de-valor-publico-un-principio-ordenador-que-previene-la-colision-metodologica/>

- Spreitzer, G. (1996). "Social Structural characteristics of Psychological Empowerment". *Academy of Management Journal*, 39(2), 483-504.
- Stoner, F. (2000). *Administración*. México: Continental S.A.
- Torres Manrique, J. I. (Octubre de 2010). *Reflexiones sobre la importancia del valor público*. Obtenido de Definición de Gestión Pública: <http://www.gestiopolis.com/reflexiones-sobre-la-importancia-del-valor-publico/>
- Trefogli Wong, G. (Marzo de 2013). *Gestión Estratégica y creación de valor en el sector público: estudio de caso sobre el desarrollo de evaluaciones de conocimiento en el servicio civil peruano (2008-2012)*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú: <http://.tesis.pucp.edu.pe/>
- Uvalle Berrones, R. (Agosto de 2014). *La importancia de la ética en la formación de valor público*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162014000200004
- Wilson, T. (2004). *Manual del Empowerment*. Barcelona, España: Gestión 2000.
- Ypanaqué Luyo, P., & Calle Dávila, M. d. (2013). *La Gerencia Pública Moderna en la Reforma del Sector Salud*. Obtenido de Repositorio Académico UPC: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/333467/1/47-141-1-PB.pdf>
- Zimmerman, M. (2000). *Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Comunity Levels of Analysis*. Nueva York: Kluwer Academic Plenum.
- Zimmerman, M., & Rappaport, J. (1988). La participación ciudadana, el control percibido y la potenciación psicológica. *American Journal of Community Psychology*, 16, 725-750.

ANEXOS

ANEXO 1: FICHA TECNICA DEL INSTRUMENTO

FICHA TÉCNICA DE LA ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PÚBLICO EN COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

AUTOR: Eber Humberto Cabañas López. Chachapoyas – Perú.

FORMA DE APLICACIÓN: Es de administración individual o colectiva

NÚMERO DE ÍTEMS: 26

TIEMPO: El tiempo de aplicación esta entre 15 y 20 minutos aproximadamente

OBJETIVO: Medir el nivel de percepción global del valor público.

SIGNIFICACIÓN: Nivel de percepción global del valor público y específica

ÁREAS / DIMENSIONES:

- La prestación de servicios
- Los impactos reales sociales
- Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización

Estos factores se dividieron de la siguiente manera:

Factores	Ítems del cuestionario
La prestación de servicios	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.
Los impactos reales sociales	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.
Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26.

PUNTUACIÓN:

Como escala de valoración se utilizó la escala dicotómica por cada ítem:

- No (0)
- Si (1)

FORMA DE VALIDACIÓN: Por juicio de expertos

CONFIABILIDAD: Mediante el coeficiente Alpha de Cronbach, se determinó que existe un alto grado de confiabilidad igual a 0.901.

Análisis de confiabilidad reportado por el SPSS

Análisis de fiabilidad

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	16	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	16	100,0

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

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	31

ANEXO 2: ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PUBLICO EN COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

INSTRUCCIONES: A continuación, se le alcanza un cuestionario con preguntas, a fin de que se sirva contestar con la mayor seriedad y se pueda advertir cuanto de valor público existe en su comunidad.

Fecha:

I.- DATOS GENERALES

1. Edad:

2. Sexo:

2.1. Masculino ()

2.2. Femenino ()

3. Lugar y fecha de nacimiento:

3.1. Distrito

3.2. Provincia

4. Estado Civil:

- Soltero ()
- Casado ()
- Viudo ()
- Divorciado/ separado ()

5. ¿Dónde vive? (localidad): _____

6. Usted actualmente trabaja:

6.1. Sí ()

6.2. No ()

Donde.....

II.- PREGUNTAS

Marque con una X la respuesta que crea conveniente, en los recuadros de Si o NO.

SI: 2

NO: 0

DIMENSIONES	N°	ITEMS		
			SI	NO
La prestación de servicios	1	Produce productos agrícolas para satisfacer las necesidades.		
	2	Cuentan con arador.		
	3	Le facilitan el arador.		
	4	Los servicios de tierra negra, satisface sus necesidades.		
	5	Los servicios de agua potable, satisface sus necesidades.		
	6	Los servicios de agregados, satisface sus necesidades.		
	7	Los servicios de alcantarillado, satisface sus necesidades.		
	8	Los servicios de telefonía, satisface sus necesidades.		
	9	Vende parte de su parcela para satisfacer sus necesidades.		
	10	Los servicios de madera, satisface las necesidades.		
Los impactos reales sociales	11	Percibe usted que actualmente hay mayores oportunidades de trabajo.		
	12	Usted se siente satisfecho con los servicios con los que cuenta el Distrito:		
		- Agua		
		- Desagüe		
		- Energía eléctrica		
		- Carretera		
		- Educación		
		- Salud		
	13	Percibe usted que están resolviendo los problemas.		
	14	Percibe usted que están desarrollando.		
15	Percibe usted que les realizan consulta previa.			
16	Percibe usted que respetan sus costumbres.			
17	Percibe usted que respetan su territorio.			
18	Percibe usted que el turismo impactara en su comunidad.			
	19	Percibe usted crecimiento económico.		

Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización	20	Conoce usted el reglamento interno.		
	21	Conoce usted sobre su participación en Asamblea.		
	22	Conoce usted por qué se interrumpen los periodos de mando de las juntas directivas.		
	23	Conoce usted sobre censuras de Junta Directiva.		
	24	Confía usted en su Junta directiva.		
	25	Para usted, sus autoridades lideran su comunidad?		
	26	Para usted la información de sus autoridades son transparentes.		

ANEXO 3: ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PUBLICO AUTORIDADES EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

INSTRUCCIONES: A continuación, se le alcanza un cuestionario con preguntas, a fin de que se sirva contestar con la mayor seriedad y se pueda advertir cuanto de valor público existe en su comunidad.

Fecha:

I.- DATOS GENERALES

1. Edad:

2. Sexo:

2.1. Masculino ()

2.2. Femenino ()

3. Lugar y fecha de nacimiento:

3.1. Distrito

3.2. Provincia

4. Estado Civil:

- Soltero ()

- Casado ()

- Viudo ()

- Divorciado/ separado ()

5. ¿Dónde vive? (localidad): _____

6. Usted actualmente trabaja:

6.1. Sí ()

6.2. No ()

Donde.....

II.- PREGUNTAS

Marque con una X la respuesta que crea conveniente, en los recuadros de Si o NO.

SI: 2

NO: 0

DIMENSIONES	N°	ITEMS		
			SI	NO
La prestación de servicios	1	Produce usted productos agrícolas para satisfacer sus necesidades.		
	2	Cuenta su comunidad con arador.		
	3	Le facilitan a usted el arador.		
	4	Los servicios de tierra negra, satisfacen las necesidades.		
	5	Los servicios de agua potable, satisfacen las necesidades.		
	6	Los servicios de agregados, satisfacen las necesidades.		
	7	Los servicios de alcantarillado, satisfacen las necesidades.		
	8	Los servicios de telefonía, satisfacen sus necesidades.		
	9	Los servicios de agricultura satisfacen las necesidades.		
	10	Los servicios de madera, satisfacen las necesidades.		
Los impactos reales sociales	11	Percibe usted que actualmente hay mayores oportunidades de trabajo en su comunidad.		
	12	Usted se siente satisfecho con los servicios con los que cuenta el Distrito:		
		- Agua		
		- Desagüe		
		- Energía eléctrica		
		- Carretera		
		- Educación		
		- Salud		
	13	Percibe usted valor público		
	14	Realizan actividades por el aniversario de la comunidad		
15	Percibe usted existencia de documentos de gestión de la comunidad			
16	Percibe usted que ha disminuido el desempleo			
17	Percibe usted que se está resolviendo los problemas			
18	Percibe usted que están desarrollando			

	19	Percibe usted que les realizan consulta previa		
	20	Percibe usted que respetan sus costumbres		
	21	Percibe usted que respetan su territorio		
	22	Percibe usted que el turismo impactara en su comunidad		
	23	Percibe usted crecimiento económico		
Mantenimiento de la confianza y legitimidad de la organización	24	Conoce usted sobre elecciones		
	25	Conoce usted el reglamento interno		
	26	Conoce usted sobre delegación de funciones		
	27	Conoce usted por qué se interrumpen los periodos de mando de las juntas directivas		
	28	Conoce usted sobre censuras de junta Directiva.		
	29	Confía Usted en la Junta directiva		
	30	Tiene Usted Liderazgo?		
	31	Sabe usted la importancia de brindar información transparente		

ANEXO 4.- Validación de los instrumentos.

N° De teléfono.....

INFORME OPINION DE EXPERTOS: INSTRUMENTO (PRE Y POST-TEST)

I. DATOS DEL PROFESIONAL EXPERTO (Completa el experto)	
Nombres y apellidos	Alfonso Rojas Villaverde
Profesión (es)	
Grado (os) académico (s)	Doctor en Ciencias Mg. Gestión Social Salud. Doctor en Educación
Institución (es) donde labora	UCE Atalaya
Cargo que desempeña	Docente Grado Post. Grado. UCE
II. DATOS RELACIONADOS AL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (Completa el investigador/ a)	
Título de la Investigación	PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO PARA GENERAR VALOR PUBLICO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS 2016
Autor	Mg. EBER HUMBERTO CABAÑAS LOPEZ
Denominación del Instrumento a validar	ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PUBLICO EN COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Completa el experto)

Criterios	Indicadores	Condición		
		BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado.	/		
OBJETIVIDAD	Está expresado en indicadores precisos y claros.	/		
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	/		

ORGANIZACIÓN	Presentan los ítems una organización Lógica.	✓		
PERTINENCIA	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.	✓		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para el empoderamiento para generar valor público	✓		
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico –Científicos.	✓		
COHERENCIA	Hay relación entre Dimensiones e indicadores.	✓		
METODOLOGÍA	El Instrumento responde al propósito o de la investigación (En relación a la variable dependiente)	✓		

IV. VALORACIÓN- OPINIÓN DE APLICABILIDAD (Completa el experto)

(.....) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(.....) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

V. SUGERENCIAS (Completa el experto)

.....

.....

Chiclayo

..... de septiembre del 2016

Alfonso Rojas

Firma del Profesional Experto

N° de DNI *16.419.318*

N° De teléfono *#99605 3257*

INFORME OPINION DE EXPERTOS: INSTRUMENTO (PRE Y POST-TEST)

I. DATOS DEL PROFESIONAL EXPERTO (Completa el experto)	
Nombres y apellidos	BERTHA HERNANDEZ FERNANDEZ
Profesión (es)	LICENCIADA EN EDUCACION
Grado (os) académico (s)	DOCTORA EN EDUCACION
Institución (es) donde labora	UGEL-CHICLAYO
Cargo que desempeña	ESPECIALISTA
II. DATOS RELACIONADOS AL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (Completa el investigador/ a)	
Título de la Investigación	PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO PARA GENERAR VALOR PUBLICO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS 2016
Autor	Mg. EBER HUMBERTO CABAÑAS LOPEZ
Denominación del Instrumento a validar	ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PUBLICO EN COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Completa el experto)

Criterios	Indicadores	Condición		
		BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado.	/		
OBJETIVIDAD	Está expresado en indicadores precisos y claros.	/		
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	/		

	ciencia y la tecnología.	/		
ORGANIZACIÓN	Presentan los ítems una organización Lógica.	/		
PERTINENCIA	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.	/		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para evaluar la autoestima de los niños.	/		
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico –Científicos.	/		
COHERENCIA	Hay relación entre Dimensiones e indicadores.	/		
METODOLOGÍA	El Instrumento responde al propósito o de la investigación (En relación a la variable dependiente)	/		

IV. VALORACIÓN- OPINIÓN DE APLICABILIDAD(Completa el experto)

(~~.....~~) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(.....) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

V. SUGERENCIAS(Completa el experto)

.....

Chiclayo,..... de Julio del 2016

Bertila Hernández Fernández

Bertila Hernández Fernández
 DRA. EN EDUCACIÓN
 COLEG. 1616526129

Firma del Profesional Experto

N° de DNI...16526129.....

N° De teléfono...990219542.....

INFORME OPINION DE EXPERTOS: INSTRUMENTO (PRE Y POST-TEST)

i. DATOS DEL PROFESIONAL EXPERTO (Completa el experto)	
Nombres y apellidos	Maribel Janet Bazán Ueno
Profesión (es)	Profesora
Grado (os) académico (s)	Doctora en Administración de la Educación
Institución (es) donde labora	Ministerio de Educación
Cargo que desempeña	Especialista en Acompañamiento Pedagógico
ii. DATOS RELACIONADOS AL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (Completa el investigador/ a)	
Título de la Investigación	PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO PARA GENERAR VALOR PUBLICO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS 2016
Autor	Mg. EBER HUMBERTO CABAÑAS LOPEZ
Denominación del Instrumento a validar	ESCALA PARA MEDIR EL VALOR PUBLICO EN COMUNEROS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS

iii. CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Completa el experto)

Criterios	Indicadores	Condición		
		BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OBJETIVIDAD	Está expresado en indicadores precisos y claros.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ORGANIZACIÓN	Presentan los ítems una organización Lógica.	✓		
PERTINENCIA	Los ítems corresponden a las dimensiones que se evaluarán.	✓		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para el empoderamiento para generar valor público	✓		
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico –Científicos.	✓		
COHERENCIA	Hay relación entre Dimensiones e indicadores.	✓		
METODOLOGÍA	El Instrumento responde al propósito o de la investigación (En relación a la variable dependiente)	✓		

IV. VALORACIÓN- OPINIÓN DE APLICABILIDAD (Completa el experto)

(.....) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(.....) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

V. SUGERENCIAS (Completa el experto)

.....

Chiclayo ,,,,,, de septiembre del 2016

.....


Firma del Profesional Experto

N° de DNI 33425883

N° De teléfono 978789460

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO PARA
GENERAR VALOR PUBLICO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE
HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS 2016”

AUTOR:

EBER HUMBERTO CABAÑAS LÓPEZ

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO:

NOMBRES Y APELLIDOS:

TÍTULO UNIVERSITARIO: _____

POSTGRADO: _____

OTRA FORMACIÓN: _____

OCUPACIÓN ACTUAL: _____

FECHA DE LA ENTREVISTA: _____

Mensaje al especialista:

En la Universidad César Vallejo – Filial Chiclayo, se está realizando una investigación dirigida a proponer un Modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la comunidad campesina de Huancas – Provincia de Chachapoyas 2016. Por tal motivo, se requiere de su reconocida experiencia, para corroborar que la propuesta de esta investigación genera los resultados establecidos en la hipótesis. Se agradece por el tiempo invertido.

1. En la tabla siguiente, se propone una escala del 1 al 5, que va en orden ascendente del desconocimiento al conocimiento profundo. Marque con una “X” conforme considere su conocimiento sobre el tema de la tesis evaluada.

1	2	3	4	5
Ninguno	Poco	Regular	Alto	Muy alto

2. Sírvase marcar con una “X” las fuentes que considere han influenciado en su conocimiento sobre el tema, en un grado alto, medio o bajo.

FUENTES DE ARGUMENTACIÓN	GRADO DE INFLUENCIA DE CADA UNA DE LAS FUENTES EN SUS CRITERIOS		
	A (ALTO)	M (MEDIO)	B (BAJO)
a) Análisis teóricos realizados. (AT)			
b) Experiencia como profesional. (EP)			
c) Trabajos estudiados de autores nacionales. (AN)			
d) Trabajos estudiados de autores extranjeros. (AE)			
e) Conocimientos personales sobre el estado del problema de investigación. (CP)			

Firma del entrevistado

Anexo: Hoja de vida.

Estimado(a) experto(a):

Con el objetivo de corroborar que la hipótesis de esta investigación es correcta, se le solicita realizar la evaluación siguiente:

1. ¿Considera adecuada y coherente la estructura de la propuesta?
Adecuada ____ Poco adecuada ____ Inadecuada ____

2. ¿Considera que cada parte de la propuesta se orienta hacia el logro del objetivo planteado en la investigación?
Totalmente ____ Un poco ____ Nada ____

3. ¿En la investigación se han considerado todos los aspectos necesarios para resolver el problema planteado?
Todos ____ Algunos ____ Pocos ____ Ninguno ____

4. ¿Considera que la propuesta generará los resultados establecidos en la hipótesis?
Totalmente ____ Un poco ____ Ninguno ____

5. ¿Cómo calificaría cada parte de la propuesta?

Nº	Aspecto/Dimensión/ Estrategia	Excelente	Buena	Regular	Inadecuada
1	Temas estratégicos.				
2	Mapa estratégico.				
3	Cuadro de mando.				

6. ¿Cómo calificaría a toda la propuesta?
Excelente ____ Buena ____ Regular ____ Inadecuada ____

7. ¿Qué sugerencias haría a los autores de la investigación para lograr los objetivos trazados en la investigación?

Firma del entrevistado

ANEXO 6.- Matriz de consistencia

TÍTULO: “PROPUESTA DE MODELO BASADO EN EL EMPODERAMIENTO PARA GENERAR VALOR PUBLICO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HUANCAS – PROVINCIA DE CHACHAPOYAS 2016”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INSTRUMENTOS
¿La propuesta de modelo basado en el Empoderamiento, permitirá generar Valor Público en la Comunidad Campesina de Huancas?	General. Proponer un modelo basado en el empoderamiento para generar Valor Público en la Comunidad Campesina de Huancas	La propuesta de modelo basado en el empoderamiento, permitirá generar Valor Público en la Comunidad Campesina de Huancas.	Independiente Empoderamiento	Individual	Cuestionario para diagnosticar el nivel de empoderamiento.
	colectivo-comunitaria				
	Específicos. OE1: Identificar el nivel de valor público en la Comunidad Campesina de Huancas. OE2: Identificar y analizar los fundamentos teóricos que le dan sustento a la propuesta de modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas. OE3: Diseñar el modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas. OE4: Validar el modelo basado en el empoderamiento para generar valor público en la Comunidad Campesina de Huancas utilizando la técnica DELPHI.		Dependiente Valor público	La prestación de Servicios	Cuestionario para diagnosticar el nivel de empoderamiento. (ANEXO 1)
	Los Impactos reales sociales				
Mantenimiento de la Confianza y legitimidad de la organización					

ANEXO 7: PLANTEAMIENTO DE ACTIVIDADES EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO PROPUESTO

Principales actividades

Es importante recalcar que las actividades son elaboradas tomando en cuenta cada uno de los objetivos específicos del proyecto, por tal razón, son presentadas con la respectiva numeración:

Cronograma Valorado de Actividades

Actividades	Costo soles	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1 0	1 1	1 2
Objetivo específico 1 Definir los productos agrícolas y artesanales y fortalecer las redes de tales productos													
Actividad 1.1 Socialización del proyecto	2,000	x											
Actividad 1.2 Diagnóstico de la situación actual de los productos potenciales	3,000	x	x										
Actividad 1.3 Organización y ejecución de seminarios de sensibilización para los productores	5,000		x	x									
Actividad 1.4 Desarrollo de la planificación estratégica individual y colectiva	3,000			x									
Actividad 1.5 Desarrollo de talleres y actividades para la consolidación de la comunidad empresarial	8,000			x	x	x	x	x	x				
Objetivo específico 2: Mejorar su centro de acopio y desarrollar un modelo de comercialización para agricultura y artesanía													
Actividad 2.1. . Asistencia técnica para instalación y funcionamiento de un centro de acopio de los productos	4,000				x	x	x						
Actividad 2.2. Modelo de negocios del centro de acopio	2,000						x						
Actividad 2.3. Instalación un sistema contable	10,000						x						

Objetivo específico 3: Generar fuentes de empleo y mayores ingresos para los agricultores y artesanos												
Actividad 3.1. Diagnóstico y planificación de las necesidades de capacitación y asistencia técnica.	4,000					x						
Actividad 3.2. Implementación de la capacitación y asistencia técnica requerida.	15,000					x	x	x	x			
Actividad 3.3. Reuniones de retroalimentación para la consolidación del trabajo conjunto.	3,000								x			
Actividad 3.4. Mejoramiento de las condiciones de trabajo (adquisición de maquinaria y equipos y su implementación)	15,000								x	x	x	
Objetivo específico 4: Consolidar la conexión entre los talleres artesanales y el mercado final.												
Actividad 4.1 Asistencia técnica para terminado	2,000					x	x					
Actividad 4.2. Estandarización de los procesos.	7,000						x	x	x			
Actividad 4.3. Definir la capacidad máxima del Grupo	2,000							x	x			
Objetivo específico 5: Lograr la cooperación con la empresa privada o cooperación internacional para proyecciones comerciales y desarrollo de una marca propia.												
Actividad 5.1. Estudio nuevos mercados.	1,000									X		
Actividad 5.2. Elaboración del plan de negocios y de mercadeo	4,000											x
Actividad 5.3. Desarrollo e implementación de la estrategia de penetración en el mercado nacional	10,000										x	

Duración del proyecto y vida útil

El tiempo de ejecución del proyecto será de 1 año (12 meses).

La vida útil es de 5 años, tiempo en que estima que se depreciarán los activos adquiridos y será necesario una nueva inversión o una reinversión, dependiendo de cómo se han desarrollado las actividades y las metas alcanzadas.

Beneficiarios

Los beneficiarios directos e inmediatos para la definición de estrategias de fortalecimiento del sector agrícola y artesanal que permitan mejorar la comercialización de sus productos, serán los comuneros que elaboran los productos, debido a que, los resultados orientarán estrategias de capacitación, mejoramiento de la calidad de los productos, incremento del volumen de venta, y mejores precios en la comercialización.

También serán beneficiarios directos e inmediatos, los clientes que adquieran los productos agrícolas y las artesanías, debido al mejoramiento de la calidad del producto, empaque y envases, estandarización de precio, entre otros beneficios adquiridos. Los beneficiarios indirectos serán la ciudadanía y el comercio en general, debido al incremento de la economía, circulación de capitales, mayor oferta del folklore, atractivos y satisfacción del turista e invitación al consumo vinculado.

Indicadores de resultados alcanzados

- Fortalecimiento de los comuneros.
- Mejoramiento en la productividad agrícola y artesanal.
- Mejoramiento del diseño, calidad de productos y de innovaciones en procesos productivos para agregar valor a la producción.
- Mejoramiento de las condiciones de trabajo.
- Acceso a mercados provinciales y nacionales.

Impacto Ambiental

Es un proyecto que se enmarca en un proyecto que no afecta al medio ambiente, ni directa o indirectamente; y, por lo tanto, no requiere de ningún estudio de impacto ambiental.

Marco Institucional, Autogestión y Sostenibilidad

La ejecución del proyecto parte de la socialización del mismo con los comuneros.

El Consejo Directivo socializará a sus comuneros mediante asambleas, sobre las cuáles serán las estrategias a desarrollar en cuanto a capacitación, apoyo a la construcción, divulgación, comercialización, entre otras.

La comunidad desarrollará los mecanismos de administración de los centros de acopio y estrategias de comercialización por medio de su Directiva, planteándose metas de involucramiento de comuneros a la organización y comercialización de su producto dentro de su propio lugar o fuera de ella.

Negociaciones de la Comunidad

La estructura operacional de la comunidad no cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de este proyecto, por lo que, es necesaria la realización de trabajos agrícolas comunales, convenios y negociaciones con otras asociaciones, ONG's, Cooperaciones, Gobierno Regional y otras entidades que apoyen este proyecto.

ANEXO 8: PANEL FOTOGRAFICO



Entrevista a comuneros de CC de Huancas



Explicando propuesta a comuneros de CC de



Explicando propuesta a comuneros de CC de



Recolección de datos



Recolección de datos



Presentación de Resultados