**Cuestionario: “Innovación social en la era digital: promoviendo ollas comunes a través de redes sociales”**

**Objetivo:** Estimado participante el presente cuestionario tiene por propósito realizar el análisis de tu opinión sobre una campañas de concientización en redes sociales para concientizar sobre la realidad de las Ollas comunes ubicadas en el Asentamiento Humano José Carlos Mariátegui del distrito de Villa María del Triunfo.

**Estimado (a) participante le pedimos su colaboración, si está de acuerdo, por favor responda**

1. Si\*
2. No

\***Si ha respondido Sí continúe respondiendo**:

**Datos generales**:

Marque a las siguientes preguntas:

Actividad laboral

1. Independiente \_\_\_
2. Eventual \_\_\_
3. Dependiente \_\_\_
4. Sin trabajo \_\_\_

Edad:

1. De 18 a 25 años \_\_\_
2. De 26 a 35 años \_\_\_
3. De 36 a 45 años \_\_\_
4. De 46 a 55 años \_\_\_
5. De 56 a 65 años \_\_\_

Género:

1. Femenino \_\_\_
2. Masculino\_\_\_

Estado civil:

1. Soltero (a) \_\_\_
2. Casado (a) \_\_\_
3. Casado (a) \_\_\_
4. Conviviente \_\_\_
5. Viudo (a) \_\_\_
6. Divorciado (a)\_\_\_

**Instrucciones**:

Responde con sinceridad marcando con **X** tomando en cuenta lo siguiente:

1. **En desacuerdo – 2. Neutral – 3.De acuerdo**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Instrumento 1: Campaña de concientización en redes sociales** | |  |  |  |
| N° | **Dimensiones** | 1 | 2 | 3 |
|  | **Cambio de actitud** |  |  |  |
| 1 | Considera que las campañas en redes sociales pueden han contribuido a dar mayor visibilidad sobre la problemática de las ollas comunes |  |  |  |
| 2 | Considera que las campañas en redes sociales pueden lograr generar alianzas y colaboraciones entre diferentes actores (organizaciones, instituciones, etc.) para apoyar a las ollas comunes. |  |  |  |
| 3 | Considera que la continuidad y sostenibilidad de las campañas en redes sociales es fundamental para abordar de manera efectiva la problemática de las ollas comunes. |  |  |  |
|  | **Refuerzo de la audiencia** |  |  |  |
| 4 | Considera que la interacción y participación de la audiencia en las campañas de redes sociales puede ser efectiva para abordar la problemática de las ollas comunes. |  |  |  |
| 5 | Considera que las autoridades y tomadores de decisiones pueden responder adecuadamente a las demandas planteadas en las campañas de redes sociales sobre las ollas comunes. |  |  |  |
| 6 | Considera que el alcance e impacto de las campañas en redes sociales sobre las ollas comunes pueden ser limitados y de gran audiencia |  |  |  |
|  | **Práctica de compartir contenido** |  |  |  |
| 7 | Considera que las campañas en redes sociales pueden lograr movilizar recursos (económicos, logísticos, etc.) para apoyar el funcionamiento de las ollas comunes. |  |  |  |
| 8 | Considera que el alcance e impacto de las campañas en redes sociales sobre las ollas comunes pueden ser limitados |  |  |  |
| 9 | Considera que el contenido de las campañas en redes sociales refleja adecuadamente las necesidades y desafíos que enfrentan las ollas comunes |  |  |  |
| 10 | Considera que existen oportunidades de mejora en el diseño y ejecución de las campañas en redes sociales sobre las ollas comunes. |  |  |  |
| **Instrumento 2: Apoyo en ollas comunes** | |  |  |  |
| **N°** | **Dimensiones** | **1** | **2** | **3** |
|  | **Capacidades de las socias** |  |  |  |
| **1** | Considera que las socias de las ollas comunes cuentan con las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar eficazmente estas iniciativas comunitarias. |  |  |  |
| **2** | Considera que las ollas comunes han logrado desarrollar y fortalecer las capacidades de liderazgo, organización y trabajo en equipo de sus socias. |  |  |  |
| **3** | Considera que es necesario brindar oportunidades de capacitación y desarrollo de habilidades que podrían mejorar el desempeño de las socias en la gestión de las ollas comunes. |  |  |  |
|  | **Espacios y mecanismos de participación de las socias** |  |  |  |
| **4** | Considera que las socias de las ollas comunes cuentan con espacios de participación y toma de decisiones efectivos. |  |  |  |
| **5** | Considera que las ollas comunes enfrentan dificultades para acceder y mantener espacios apropiados para sus actividades |  |  |  |
| **6** | Considera que existen oportunidades de mejora en la disponibilidad, accesibilidad y acondicionamiento de los espacios utilizados por las ollas comunes. |  |  |  |
|  | **Valores y cultura de las socias** |  |  |  |
| **7** | Considera que las socias de las ollas comunes comparten valores y una cultura comunitaria que fortalece el trabajo conjunto y la solidaridad. |  |  |  |
| **8** | Considera que las ollas comunes han logrado generar y transmitir una cultura de cooperación, reciprocidad y empoderamiento entre sus socias. |  |  |  |
| **9** | Considera que los valores y la cultura de las socias de las ollas comunes se ven reflejados en la organización y el funcionamiento de estas iniciativas. |  |  |  |
| **10** | Considera que existen oportunidades de fortalecer y visibilizar los valores y la cultura que sustentan el trabajo de las socias en las ollas comunes. |  |  |  |

**Gracias por su colaboración**