



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIA POLITICA



TESIS:

Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad; una perspectiva desde la Municipalidad de La Victoria

Autor:

Bach. Jani Steven Suarez Saavedra

Asesora:

Mg. Mary Colina Moreno

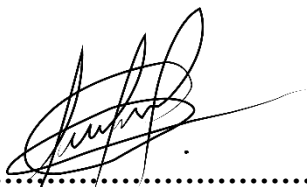
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE POLITÓLOGO

Fecha de sustentación:

30 de enero del 2020

LAMBAYEQUE, 2020

Tesis denominada Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad; una perspectiva desde la Municipalidad de La Victoria, **presentada para optar el TITULO PROFESIONAL DE POLITÓLOGO, por:**



Jani Steven Suarez Saavedra
BACHILLER

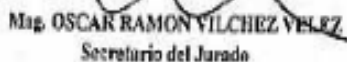


Mg. Mary Colina Moreno
ASESOR

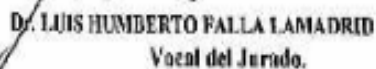
APROBADO POR:



Abog. CARLOS MANUEL MARTINEZ OBLITAS
Presidente del Jurado



Mg. OSCAR RAMON VILCHEZ VELEZ
Secretario del Jurado



D. LUIS HUMBERTO FALLA LAMADRID
Vocal del Jurado.

DEDICATORIA

Esta investigación, la dedico a Dios por regalarme la tranquilidad emocional que tanto necesité durante este proceso y por regalarme a las personas tan lindas que me rodean.

A mis padres, Elder Suarez y Mariana Saavedra, quienes hicieron hasta lo imposible para terminar satisfactoriamente mis estudios de pregrado y, por enseñarme que la educación es el mejor regalo que los padres le pueden dar a sus hijos.

A mis hermanos, Lennys, Kevin y Wilson, que siempre demuestran preocupación, amor y buenos deseos hacia mí.

A mi enamorada, Violeta Coronel, por ser, además, una gran amiga que me impulsó desde un inicio a realizar esta investigación y que fue testigo de todo el proceso vivido. Muchas gracias por preocuparte y escucharme durante los momentos que sentía no poder más y por todas las veces que terminé hablándote de mis sueños.

A mis amigos, Robinson Cobeñas y Adriano Vega que, aunque no los vea muy seguido, siento que a lado de ellos descubrí lo que, ahora, es mi pasión.

A todos ustedes les dedico esta tesis, cada minuto de su atención para mí significó y significará muchísimo.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va dirigido hacia Dios quien me dio su bendición para afrontar todas las dificultades que se presentaron durante este camino.

A mis padres, hermanos y Violeta quienes no dudaron en darme su ayuda para cumplir con todos los requerimientos que demandaron llevar a cabo esta investigación

A mi asesora, Mary Colina, quien atendió cada una de mis dudas y preocupaciones durante las horas de clase y durante esta investigación.

A Alex y a todas las personas que laboran en las oficinas de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas por orientarme en cada uno de los pasos necesarios para desarrollar la tesis.

A Yefferson Llontop por brindarme parte sus conocimientos y experiencia en materia de análisis.

A los trabajadores de la Municipalidad de La Victoria y a sus ciudadanos que participaron amablemente en las encuestas necesarias para la investigación.

Gracias a todos los que contribuyeron, su ayuda seguirá siendo invaluable.

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA
UNIDAD DE INVESTIGACION



ACTA N° 259

Sustentación para optar el Título de Politólogo de don: **Jani Steven Suarez Saavedra**.
En la ciudad de Lambayeque, en la Sala de sustentaciones de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional "Pedro Ruiz Gallo"; siendo las 6:00 p.m. del día jueves 30 de enero del 2020, se reunió el Jurado conformado por los Señores Catedráticos:

PRESIDENTE	: Abog. CARLOS MANUEL MARTINEZ OBLITAS .
SECRETARIO	: Mag. OSCAR RAMON VILCHEZ VELEZ .
VOCAL	: Dr. LUIS HUMBERTO FALLA LAMADRID .

Con el objeto de calificar la sustentación del Bachiller **Jani Steven Suarez Saavedra**, egresado de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis.

El señor Presidente invita al sustentante para que exponga la Tesis titulada: "**LOS FACTORES QUE DESARROLLA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL QUE GENERA LA AUSENCIA DEL CONSENSO EN PERJUICIO DE LA GOBERNABILIDAD; UNA PERSPECTIVA DESDE LA MUNICIPALIDAD DE LA VICTORIA**".

Rendido por el bachiller: **Jani Steven Suarez Saavedra**, egresado de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional "Pedro Ruiz Gallo", autorizado con Resolución N° 020-2020-UI-FDCP-UNPRG, de fecha 22 de enero del 2020, en cumplimiento al requisito para optar el Título Profesional de POLITÓLOGO, exigido en el Reglamento del Vicerrectorado de Investigación y de la Unidad de Investigación de la Facultad de Derecho.

Obteniendo el siguiente resultado: Aprobado con la nota de 17.86 y el calificativo de Buena y apto para obtener el Título Profesional de Politólogo, debiendo cumplir con las exigencias de las normas legales vigentes.

Siendo las 19.30 p.m., del mismo día, se da por concluido el acto académico suscribiendo los miembros del jurado la presente acta.

Se expide la presente a solicitud del interesado, para los fines que estime pertinente.

Lambayeque, jueves 30 de enero del 2020.

Abog. **CARLOS MANUEL MARTINEZ OBLITAS**
Presidente del Jurado

Mag. **OSCAR RAMON VILCHEZ VELEZ**
Secretario del Jurado

Dr. **LUIS HUMBERTO FALLA LAMADRID**
Vocal del Jurado.

Certificación: El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, certifica la veracidad del contenido del Acta de sustentación de tesis Virtual N° 259-2020-UI-FDCP correspondiente a Jani Steven Suarez Saavedra, evento que se ha realizado de manera presencial el día jueves 30 de enero del 2020 y aparece registrada en el archivo correspondiente.

Lambayeque, 08 de setiembre del 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA

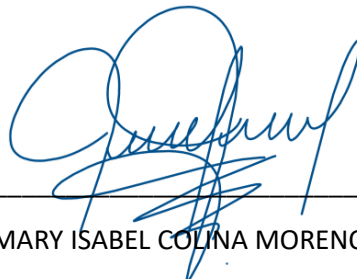
Dr. **Rafael Hernández Canelo**
Director De La Unidad De Investigación

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Mag. MARY ISABEL COLINA MORENO, Docente/ Asesor de tesis/ Revisor del trabajo de investigación del bachiller en CIENCIA POLITICA Jani Steven Suarez Saavedra, Titulada LOS FACTORES QUE DESARROLLA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL QUE GENERA LA AUSENCIA DEL CONSENSO EN PERJUICIO DE LA GOBERNABILIDAD; UNA PERSPECTIVA DESDE LA MUNICIPALIDAD DE LA VICTORIA, luego de la revisión exhaustiva del documento constato que la misma tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de similitud del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

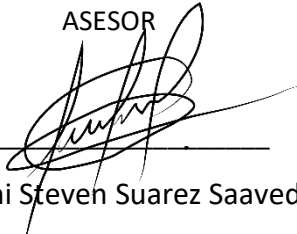
Lambayeque, 26 de agosto del 2023



Mag. MARY ISABEL COLINA MORENO

DNI: 40997649

ASESOR



Bach. Jani Steven Suarez Saavedra

DNI: 75810782

Autor

Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad.

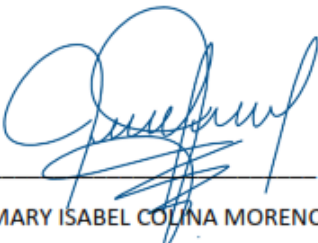
INFORME DE ORIGINALIDAD

17%	17%	3%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
2	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	<1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%

repositorio.ucv.edu.pe


Mag. MARY ISABEL COLINA MORENO
DNI: 40997649
ASESOR 



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Jani Steven Suarez Saavedra
Título del ejercicio: TESIS
Título de la entrega: Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental...
Nombre del archivo: TESIS_OFICIAL_-JANI_SUAREZ_-AJUSTADA_1.docx
Tamaño del archivo: 1.63M
Total páginas: 107
Total de palabras: 24,631
Total de caracteres: 139,900
Fecha de entrega: 26-ago.-2023 06:35p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 2151779416

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

TESIS:

Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad; una perspectiva desde la Municipalidad de La Victoria

ASESOR:

Mg. Mary Colina Moreno

PRESENTADO POR:

Bach. Jani Steven Suarez Saavedra

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE POLITÓLOGO

LAMBAYEQUE, 2019

Derechos de autor 2023 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Mag. MARY ISABEL COLINA MORENO

DNI: 40997649

ASESOR

INDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
INDICE.....	IV
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS	5
1. ASPECTOS METODOLOGICOS.....	5
1.1. Realidad problemática	5
1.1.1. Planteamiento del problema.	5
1.2. Formulación del problema	12
1.3. Justificación e importancia del estudio	12
1.3.1. Justificación.	12
1.3.2. Importancia del estudio.	14
1.4. Objetivos.....	15
1.4.1. Objetivo General.....	15
1.4.2. Objetivos Específicos.	15
1.5. Hipótesis	16
1.6. Variables	16
1.6.1. Variable independiente.	16
1.6.2. Variable dependiente.	16
1.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
1.7.1. Métodos.	22
1.7.2. Técnicas.....	22
1.7.3. Instrumentos.	23
CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL	24
PARTE I: ANTECEDENTES HISTORICOS	24
PARTE II: DEFINICIONES DOCTRINARIAS	27
2.1. Campañas Electorales	28
2.2. Comunicación Gubernamental	29
2.2.1. Definición.	29
2.2.2. Comunicación Interna.	30
2.2.3. Comunicación Externa.	30

2.2.4. Opinión pública.	31
2.2.5. Medios de Comunicación.	32
2.3. La comunicación gubernamental: caracterización y objetivos	33
2.4. La Comunicación Política como disciplina de la ciencia política	34
2.5. La Comunicación como fuente de legitimación	34
2.6. Gobiernos Locales en el Perú y su comunicación	36
2.7. Política Pública	38
PARTE III: COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL PERÚ	39
3.1. Comunicación Política en el Perú.....	39
3.2. Comunicación Política Gubernamental en el Extranjero	40
CAPÍTULO III: ANÁLISIS Y RESULTADOS	43
CAPITULO IV: CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	78
CAPITULO V: PROPUESTA TEÓRICA	81
5.1. Fundamento Teórico de la Propuesta Teórica	81
5.2. Antecedentes.....	84
5.3. Propuesta del Modelo	87
CONCLUSIONES.....	90
RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA	93

Índice de Figuras

Figura 1. Índice de Percepción de la Corrupción. Transparencia Internacional (2018).....	8
Figura 2. Etapas del Modelo de Evaluación M360°. Díaz y Leguía (2014)	84
Figura 3. Fases de Implementación del Modelo. Martínez (2016)	85
Figura 4. Fases de Implementación del Modelo. Pazmiño (2017)	86
Figura 5. Modelo Propuesto. Cruz (2017)	87
Figura 6. Conceptualización de la propuesta de Modelo para fortalecer la Comunicación Gubernamental. Elaboración Propia.....	89

Índice de Tablas

Tabla 1. Considera que la capacidad de comunicación de gobierno a través de sus autoridades y trabajadores de la municipalidad de la victoria es óptima.....	44
Tabla 2. Considera que los órganos de gobierno actúan de manera coherente con los intereses de los ciudadanos.....	45
Tabla 3. Dimensión política.....	46
Tabla 4. Considera que la municipalidad tiene una buena organización interna.....	47
Tabla 5. El soporte económico, tecnológico, profesional y humano con el que cuenta la municipalidad garantiza el adecuado uso de la comunicación gubernamental.....	48
Tabla 6. Dimensión soporte organizacional.....	49
Tabla 7. Considera que la municipalidad sigue procesos Estratégicos para conocer y entender al ciudadano.....	50
Tabla 8. Los canales de comunicación utilizados consideran que son los más utilizados por los ciudadanos.....	51
Tabla 9. Considera que los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran adecuadamente definidos.....	52
Tabla 10. Los mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano son los adecuados.....	53
Tabla 11. Considera que la municipalidad utiliza mecanismos de participación ciudadana.....	54
Tabla 12. Dimensión estrategia de comunicación.....	55
Tabla 13. Considera que los ciudadanos se preocupan por estar informados sobre las gestiones de su municipalidad.....	56
Tabla 14. Matriz de Mejora para la Comunicación Gubernamental de acuerdo a los ciudadanos.....	57
Tabla 15. Resumen del modelo.....	58
Tabla 16. Resumen ANOVA.....	59
Tabla 17. Coeficientes del modelo	59
Tabla 18. Considera que la capacidad de comunicación de gobierno de autoridades y trabajadores de la municipalidad de la victoria es óptima.....	60
Tabla 19. Considera que los órganos de gobierno actúan de manera coherente con los intereses del ciudadano.....	61
Tabla 20. La percepción de los ciudadanos con respecto a la gestión del gobierno local es positiva.....	62
Tabla 21. Dimensión política.....	63

Tabla 22. Considera que la comunicación dentro de la organización municipal es óptima.	63
Tabla 23. El soporte económico, tecnológico, profesional y humano con el que cuenta la municipalidad garantiza el adecuado uso de la comunicación gubernamental.	64
Tabla 24. Considera importante contar con un perfil profesional especializado en el área encargada para ejercer una buena comunicación de gobierno.	65
Tabla 25. Soporte.	66
Tabla 26. Los procesos de identificación del público objetivo al que se comunicará la política pública es la adecuada.	67
Tabla 27. Los canales de comunicación utilizados consideran que son los más utilizados por los ciudadanos.	68
Tabla 28. Considera que los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran adecuadamente definidos.	69
Tabla 29. Considera que la forma del mensaje es comprensible e idóneo.	70
Tabla 30. Los mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano son los adecuados.	71
Tabla 31. La municipalidad utiliza los mecanismos de participación ciudadana.	72
Tabla 32. Estrategia de comunicación.	72
Tabla 33. Considera que los ciudadanos se preocupan por estar informados sobre las gestiones de su municipalidad.	73
Tabla 34. Matriz de Mejora para la Comunicación Gubernamental de acuerdo a los trabajadores.	75
Tabla 35. Resumen del modelo.	76
Tabla 36. Resumen de ANOVA	76
Tabla 37. Coeficientes del modelo.	77
Tabla 38. Coeficientes del modelo	79
Tabla 39. Coeficientes del modelo.	79

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo: Analizar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que generan la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la municipalidad de la victoria.

La problemática abordada parte desde el ámbito internacional hasta el institucional correspondiente a la inadecuada Comunicación Gubernamental.

Campañas Electorales, Comunicación Gubernamental, Opinión pública, La comunicación como fuente de legitimación y Política Pública conforman las bases teóricas para abordar el problema de investigación.

El marco metodológico, responde a una investigación con enfoque cuantitativo, a nivel descriptivo y propositivo, y con un diseño no experimental. Haciendo uso de la encuesta para recabar información de la percepción tanto de los ciudadanos como de los trabajadores con respecto a la Comunicación Gubernamental en el distrito de La Victoria.

Como conclusión obtenemos que los factores que inciden negativamente en la Comunicación Gubernamental en el distrito de La Victoria son las dimensiones políticas, estrategia de comunicación, soporte organizacional y el cultural. Proponiendo para ello un modelo que tiene como componentes: a) Sistema de Integridad para fortalecer la comunicación de gobierno, b) Fortalecer el soporte organizacional, c) Diseño de Estrategias de Comunicación de las Políticas Públicas y d) Mecanismos de Rendición de Cuentas.

Palabras claves: Comunicación Gubernamental, percepción, política pública

ABSTRACT

The purpose of this research is to: Analyze the factors developed by the Government Communication in the public relations and institutional image unit that generate the absence of consensus to the detriment of governance with a perspective from the municipality of victory.

The problem addressed starts from the international to the institutional level corresponding to the inadequate Government Communication.

Electoral Campaigns, Government Communication, Public Opinion, Communication as a source of legitimation and Public Policy form the theoretical basis to address the research problem.

. The methodological framework responds to research with a quantitative approach, descriptive and propositive, and with a non-experimental design. Using the survey to collect information on the perception of both citizens and workers regarding the Government Communication in the district of La Victoria.

In conclusion, we obtain that the factors that negatively affect the Government Communication in the district of La Victoria are the political dimensions, communication strategy, organizational and cultural support. Proposing for this a model that has as components: a) Integrity System to strengthen government communication, b) Strengthen organizational support, c) Design of Communication Strategies for Public Policies and d) Accountability Mechanisms.

Keywords: Government Communication, perception, public policy

INTRODUCCIÓN

A nivel internacional la falla en la transparencia gubernamental a partir de la inadecuada comunicación con la sociedad civil se vuelve un problema crítico y una brecha existente para combatir los conflictos de intereses propios de los funcionarios públicos. Teniendo una clara necesidad que los gobiernos y actores involucrados generen confianza en los ciudadanos a partir de desarrollar estrategias de comunicación gubernamental que conlleven al fortalecimiento de la institucionalidad pública.

Para el Banco Mundial (2016) señala que la inadecuada comunicación gubernamental y la acción oculta de no brindar información transparente se convierte en problema de falla de mercado bajo la teoría del principal agente, generando un fuerte obstáculo al logro de los objetivos mundiales.

De ahí que en Latinoamérica el uso de la comunicación gubernamental se vuelve una especie de propaganda o publicidad por lograr manipular con el poder o la imposición de ideas a partir de un adoctrinamiento político, no logrando entender en su totalidad el rol exacto que juegan los gobiernos locales para la consolidación de la democracia a partir de la comunicación gubernamental que conlleva más allá de solo buscar el voto popular.

Los factores que mayor incidencia o preponderancia tienen al momento de hacer uso de la comunicación gubernamental estratégicamente los de soporte organizacional tanto el recurso humano y el recurso material considerando el aspecto tecnológico; el aspecto de los recursos con los que se elaborará la estrategia de comunicación (público objetivo, canales de comunicación, estrategia de comunicación y la capacidad de comunicación); el diseño estratégico (objetivos, indicadores, canales oficiales, plan de actividades); el desarrollo del mensaje (fondo, forma, pretesteo, planificación) y la evaluación y monitoreo.

En el caso peruano el descontento popular está cada vez con un crecimiento

exponencial ante acciones políticas de espaldas a la realidad de la sociedad, lo podemos presenciar en las municipales que carecen de un sistema de comunicación efectiva, en la mayoría de los casos contamos con canales de comunicación unidireccionales donde no les permite a los ciudadanos, ahora usuarios, interactuar en tiempo real con la información brindada por parte de las instituciones.

La región de Lambayeque no está exenta de dicha problemática que atraviesa toda la legislación, la corrupción ha calado grandemente a tal grado que se encuentra muy arraigada y puede resultar difícil mas no imposible de contrarrestar, considerando que acorde a lo señalado por el Instituto Peruano de Economía (2017) Lambayeque se encontraba en el sexto lugar de competitividad entre las regiones dos superiores a lo que se había diagnosticado en el 2014 pudiendo determinarse un avance. Pero, si de instituciones se trata, se ha fijado en el dieciochoavo lugar, estando por el debajo de la mitad de los departamentos estudiados, teniendo índices críticos en múltiples aspectos como el lugar 19 en resolución de expedientes judiciales, el 22 en inversión pública y 21 en gestión pública.

El distrito de Chiclayo, uno de los más importantes de la provincia, vive un desorden en sus acciones políticas que, en consecuencia, ha obtenido elevadas cifras de desaprobación hacia sus pasadas autoridades políticas.

La Municipalidad de La Victoria ha sido vista, con el pasar del tiempo, como uno de los distritos modelo para el resto de distritos Chiclayanos, el crecimiento y el desarrollo ha sido ejemplar según aproximadamente la mitad del distrito, los proyectos han sido altamente valorados porque llegaban a ser tangibles para el ciudadano común; sin embargo, actualmente el desconocimiento hacia su actual autoridad, no se percibe un respaldo popular o de consenso marcado hacia su gobierno. Es verdad que actualmente no se ha desenvuelto un conflicto dentro del distrito, pero tampoco se escuchan voces de que algo esté bien. El

silencio no siempre es significado de que todo está marchando perfectamente.

El contexto anteriormente descrito permite abordar la problemática de Comunicación Gubernamental; buscando identificar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la Municipalidad de la Victoria.

Ante la problemática antes abordada se propuso como objetivo general: Analizar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que generan la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la municipalidad de la victoria.

El marco metodológico, que la investigación comprendería uno de los enfoques tradicionales como el cuantitativo, considerando el enfoque adecuado el que permitirá vincular sistemáticamente para identificar los factores, el diseño y desarrollo de la propuesta teórica.

Desde el punto de vista metodológico, la presente investigación está sustentado en el método deductivo, analítico-sintético, etnográfico e inductivo-deductivo.

La estructura de la investigación comprende cuatro capítulos:

En el Capítulo I, Aspectos Metodológicos, se aborda la realidad problemática, objetivos, hipótesis, variables y los métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el Capítulo II, Marco Conceptual, se aborda los antecedentes históricos, las definiciones doctrinarias, regulación en el Perú y la legislación comparada.

En el Capítulo III, Análisis y Resultados, se presenta el análisis e interpretación de los datos; así como el diseño teórico de la propuesta para mejorar la Comunicación Gubernamental de la Municipalidad Distrital de la Victoria y la ciudadanía.

En el Capítulo IV, Contrastación de la Hipótesis, se presenta la discusión de los resultados y contrastación con otros resultados y/o realidades

En el capítulo V, Propuesta Teórica, se presenta la propuesta para optimizar el desempeño de la comunicación de gobierno en beneficio de la gobernabilidad.

Finalmente se presenta las conclusiones y recomendaciones, producto de la investigación realizada.

CAPITULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. ASPECTOS METODOLOGICOS

1.1. Realidad problemática

1.1.1. Planteamiento del problema.

La falla en la transparencia gubernamental a partir de la inadecuada comunicación con la sociedad civil se vuelve un problema crítico y una brecha existente para combatir los conflictos de intereses propios de los funcionarios públicos. Teniendo una clara necesidad que los gobiernos y actores involucrados generen confianza en los ciudadanos a partir de desarrollar estrategias de comunicación gubernamental que conlleven al fortalecimiento de la institucionalidad pública.

El Banco Mundial (2016) señala que la inadecuada comunicación gubernamental y la acción oculta de no brindar información transparente se convierte en problema de falla de mercado bajo la teoría del principal agente, generando un fuerte obstáculo al logro de los objetivos mundiales al no contar con la transparencia de la información, que ocasiona el mal encaminamiento de los recursos produciendo un sin número de efectos negativos a corto, mediano y largo plazo entre los principales se encuentran el incremento de la pobreza y la desconfianza de la población en las políticas del gobierno ante la evidente falta de comunicación y ocultamiento de contenido público.

Así mismo América Latina y El Caribe también se han visto inmersos en la problemática de institucionalización, ante el aumento indiscriminado del índice de corrupción a la par de la inseguridad ciudadana que termina por expandir la tasa de criminalidad, a tal nivel que este aumento está dando parte a un desequilibrio gubernamental, y debilitamiento del estado de derecho al distorsionar los fundamentos políticos dando parte a un mal actuar de los gobernantes. Un claro ejemplo de ello son las legislaciones brasileña,

peruana y guatemalteca, inmersos en los casos más mediáticos de los últimos años en los cuales se distinguieron como partícipes desde presidentes y altos funcionarios hasta empresas y organizaciones propias de los estados que en lugar de encontrarse al servicio de la población han terminado por convertirse en una fuente de ingresos para beneficios particulares. Entre las instituciones con mayor índice de corrupción en el continente latinoamericano se encuentran: con un 47% la policía y candidatos electos, 45% para el gobierno local y 43% para el lugar de ministro o presidencia. Además, en relación a los actos de corrupción dentro de la población se ha estimado que la mayor incidencia de sobornos con un 20% se encuentra en hospitales estatales, seguido del 18% de las instituciones públicas, 16% a la policía y un 12% en contextos judiciales. Una encuesta ha concluido que a opinión del 62% de la ciudadanía la corrupción ha aumentado considerablemente en la última década.

De ahí que en Latinoamérica el uso de la comunicación gubernamental se vuelve una especie de propaganda o publicidad por lograr manipular con el poder o la imposición de ideas a partir de un adoctrinamiento político, no logrando entender en su totalidad el rol exacto que juegan los gobiernos locales para la consolidación de la democracia a partir de la comunicación gubernamental que conlleva más allá de solo buscar el voto popular, sino que se convierte en una herramienta que forme ciudadanía, fortalezca la institucionalidad pública, genere cultura política y participación ciudadana.

Siendo los factores que mayor incidencia o preponderancia tienen al momento de hacer uso de la comunicación gubernamental estratégicamente los de soporte organizacional tanto el recurso humano y el recurso material considerando el aspecto tecnológico; el aspecto de los recursos con los que se elaborará la estrategia de comunicación (público objetivo, canales de comunicación, estrategia de comunicación y la capacidad de comunicación); el

diseño estratégico (objetivos, indicadores, canales oficiales, plan de actividades); el desarrollo del mensaje (fondo, forma, pretesteo, planificación) y la evaluación y monitoreo.

Según el índice de Percepción de la Corrupción (2018), el Perú se ubica en el puesto 105 de 180 países al igual que El Salvador, Timor Oriental y Zambia con un puntaje de 35 sobre 100 (cero corrupciones). Por otro lado, de acuerdo al World Economic Forum (2018) en su reporte global de competitividad el Perú ha descendido del puesto 67 al puesto 72, siendo uno de los pilares críticos el de la institucionalidad que lo ubica en el puesto 116 de 137 países, siendo el indicador de transparencia de formulación de las políticas gubernamentales el que nos posiciona en el puesto 59, mientras que la confianza pública en los políticos nos posiciona en el puesto 126.

Las posiciones antes analizadas muestran los deficientes mecanismos de control y transparencia de la gestión pública que ejerce la ciudadanía hacia el estado, no existiendo un vínculo preponderante entre el estado y la población, fallando los mecanismos de participación y vigilancia ciudadana ante una debilitada comunicación gubernamental.

SCORE	COUNTRY/TERRITORY	RANK	67	Chile	27	52	Grenada	53	41	India	78	35	Armenia	105	29	Honduras	132	23	Uzbekistan	158
88	Denmark	1	88	Seychelles	28	52	Italy	53	41	Kuwait	78	35	Brazil	105	29	Kyrgyzstan	132	22	Zimbabwe	160
87	New Zealand	2	85	Bahamas	29	52	Oman	53	41	Lesotho	78	35	Côte d'Ivoire	105	29	Laos	132	20	Cambodia	161
85	Finland	3	84	Portugal	30	51	Mauritius	56	41	Trinidad and Tobago	78	35	Egypt	105	29	Myanmar	132	20	Democratic Republic of the Congo	161
85	Singapore	3	83	Brunei Darussalam	31	50	Slovakia	57	41	Turkey	78	35	El Salvador	105	29	Paraguay	132	20	Haiti	161
85	Sweden	3	83	Taiwan	31	49	Saudi Arabia	58	40	Argentina	85	35	Timor-Leste	105	28	Iran	138	20	Turkmenistan	161
85	Switzerland	3	82	Qatar	33	48	Croatia	60	40	Benin	85	35	Zambia	105	28	Lebanon	138	19	Angola	165
84	Norway	7	81	Botswana	34	47	Cuba	61	39	China	87	34	Ecuador	114	28	Mexico	138	19	Chad	165
82	Netherlands	8	81	Israel	34	47	Malaysia	61	38	Serbia	87	34	Ethiopia	114	28	Papua New Guinea	138	19	Congo	165
81	Canada	9	80	Poland	36	47	Romania	61	38	Bosnia and Herzegovina	89	34	Niger	114	28	Russia	138	18	Iraq	168
81	Luxembourg	9	80	Slovenia	36	46	Hungary	64	38	Indonesia	89	33	Moldova	117	28	Comoros	144	18	Venezuela	168
80	Germany	11	80	Cyprus	38	46	Sao Tome and Principe	64	38	Sri Lanka	89	33	Pakistan	117	27	Guatemala	144	17	Burundi	170
80	United Kingdom	11	79	Czech Republic	38	46	Vanuatu	64	38	Swaziland	89	33	Vietnam	117	27	Kenya	144	17	Libya	170
77	Australia	13	79	Lithuania	38	46	Greece	67	37	Guyana	93	32	Liberia	120	27	Mauritania	144	16	Afghanistan	172
76	Austria	14	78	Georgia	41	45	Montenegro	67	37	Kosovo	93	32	Malawi	120	27	Nigeria	144	16	Equatorial Guinea	172
76	Hong Kong	14	78	Latvia	41	45	Senegal	67	37	Macedonia	93	32	Mali	120	27	Guinea Bissau	172	16	Sudan	172
76	Iceland	14	78	Saint Vincent and the Grenadines	41	44	Belarus	70	37	Mongolia	93	31	Ukraine	120	26	Central African Republic	149	14	Korea, North	176
76	Belgium	17	78	Spain	41	44	Jamaica	70	37	Panama	93	31	Djibouti	124	26	Gabon	149	14	Yemen	176
73	Ireland	18	77	Cabo Verde	45	44	Solomon Islands	70	36	Albania	99	31	Kazakhstan	124	25	Uganda	149	13	South Sudan	178
73	Japan	18	77	Dominica	45	43	Morocco	73	36	Bahrain	99	31	Maldives	124	25	Azerbaijan	152	13	Syria	178
72	France	21	77	Korea, South	45	43	South Africa	73	36	Colombia	99	31	Nepal	124	25	Cameroon	152	13	Somalia	180
71	United States	22	76	Costa Rica	48	43	Suriname	73	36	Philippines	99	30	Dominican Republic	129	25	Madagascar	152	10		
70	United Arab Emirates	23	76	Rwanda	48	43	Tunisia	73	36	Tanzania	99	30	Sierra Leone	129	25	Nicaragua	152			
70	Uruguay	23	76	Saint Lucia	50	42	Bulgaria	77	36	Thailand	99	30	Togo	129	25	Tajikistan	152			
68	Barbados	25	76	Malta	51	41	Burkina Faso	78	35	Algeria	105	29	Bolivia	132	23	Eritrea	157			
68	Bhutan	25	76	Namibia	52	41	Ghana	78	35			29			23	Mozambique	158			

Figura 1. Índice de Percepción de la Corrupción. Transparencia Internacional (2018)

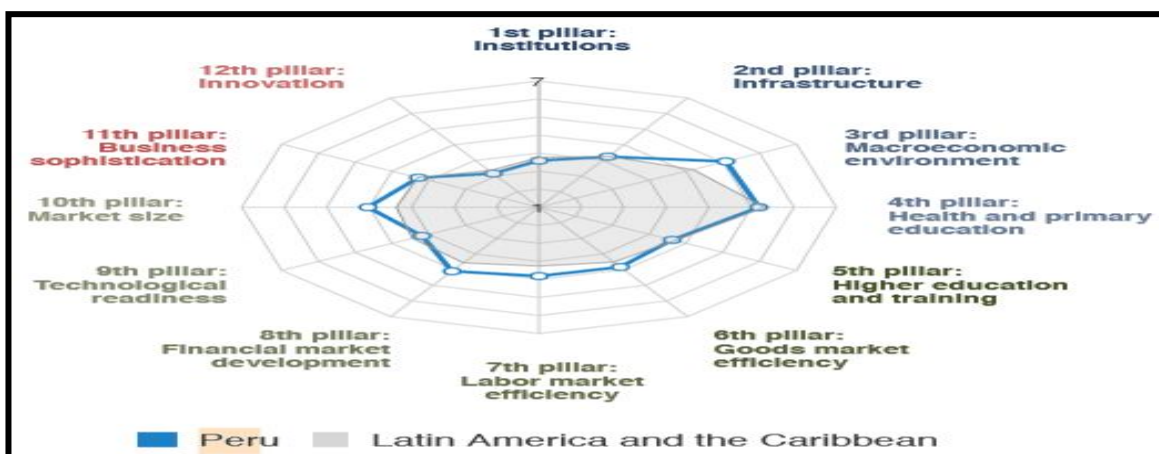


Figura 2. Índice de Percepción de la Corrupción. Transparencia Internacional (2018)

Bajo dicho análisis, en el Perú, la Ley que regula el gasto de publicidad del estado peruano hace que quede prohibida toda comunicación gubernamental en medios privados, pero dicha ley fue señalada como inconstitucional por mostrar aspectos de vulnerabilidad hacia la constitución política del Perú y la libertad de prensa donde se procura cuidar la transparencia en la actividad pública siendo además un mecanismo idóneo de control en manos de los ciudadanos

En dicho contexto, el descontento popular está cada vez con un crecimiento exponencial ante acciones políticas de espaldas a la realidad de la sociedad, que incrementan las tensiones irresolubles entre las demandas de la ciudadanía y la acción de respuesta de los gobiernos, donde la comunicación gubernamental se vuelve cada vez más urgente y preponderante para lograr un sistema político exitoso, sirviendo como consenso entre las divergencias de intereses por parte del ciudadano y la resistencia de un sistema político cada vez alicaído.

De ahí que la capacidad de un gobierno para comunicar sus decisiones de políticas públicas se vuelve cada vez con mayor exigencia en el plano regional y local por el impacto social que permitiría vislumbrar el futuro deseado por los ciudadanos; no usándola de manera

demagógica sino basada con argumentos y hechos fehacientes que permitan comunicar los beneficios o servicios que el gobierno realiza sobre determinadas políticas públicas.

En el caso peruano podemos presenciar que las municipales carecen de un sistema de comunicación efectiva, en la mayoría de los casos contamos con canales de comunicación unidireccionales donde no les permite a los ciudadanos, ahora usuarios, interactuar en tiempo real con la información brindada por parte de las instituciones.

La comunicación gubernamental ocupa ya un lugar prioritario en la agenda de los gobiernos locales a nivel internacional pues, es ésta un área encargada de brindar apoyo a la comunicación de la gestión y de atender las demandas sociales que se hacen presentes.

Claramente, comunicar no necesariamente tiene que ver con publicidad o relaciones públicas. Comunicar va más allá de eso, como, por ejemplo, manejar y difundir información de importancia para los ciudadanos, gestionar una comunicación interna que evite obstrucciones para la ejecución de políticas públicas, gestionar también una comunicación externa la cual se encargue generar participación social y de mostrar la transparencia con la que trabaja la municipalidad mediante la rendición de cuentas.

La región de Lambayeque no está exenta de dicha problemática que atraviesa toda la legislación, la corrupción ha calado grandemente a tal grado que se encuentra muy arraigada y puede resultar difícil mas no imposible de contrarrestar, considerando que acorde a lo señalado por el Instituto Peruano de Economía (2017) Lambayeque se encontraba en el sexto lugar de competitividad entre las regiones dos superiores a lo que se había diagnosticado en el 2014 pudiendo determinarse un avance. Pero, si de instituciones se trata, se ha fijado en el dieciochoavo lugar, estando por el debajo de la mitad de los departamentos estudiados, teniendo índices críticos en múltiples aspectos como el lugar 19 en resolución de expedientes judiciales, el 22 en inversión pública y 21 en gestión pública.

Asimismo, la Defensoría del pueblo (2017) menciona que se han detectado 1487 casos inmersos en actos de corrupción en la región de Lambayeque, fijando al caso de la organización criminal formada por Roberto Torres Gonzales y David Cornejo Chinguel en los dos últimos periodos como alcalde de la municipalidad provincial y distrital de Chiclayo como el que más consecuencias generó entre ellas la ausencia de políticas del control urbano, creciendo de manera rápida pero desordenada, pese a contar con un Plan de Desarrollo Urbano Vigente. Pues la desinteresada planificación de su crecimiento ha llevado a cambios en el uso de suelos de varios sectores de la ciudad y degradando el espacio urbano.

No sirviendo las herramientas de planificación y gestión del territorio urbano para lograr de Chiclayo una ciudad sostenible, con un crecimiento y desarrollo armónico con su población y medio ambiente, dejando de lado la comunicación gubernamental con un costo alto social al generar un impacto negativo por la preocupante tendencia de densificar sectores ya ocupados, que generara sobrecarga a los puntos céntricos de la ciudad, no solo han desordenado el uso del suelo sino han complicado la circulación vehicular y el impacto cada vez negativo en el medio ambiente, por la espontánea aglomeración demográfica y un proceso de urbanización acumulado en actividades económica-productivas.

Así como el distrito de Chiclayo, uno de los más importantes de la provincia, vive un desorden en sus acciones políticas que, en consecuencia ha obtenido elevadas cifras de desaprobación hacia sus pasadas autoridades políticas como el caso de Roberto Torres Gonzales, David Cornejo Chinguel y, actualmente, el descontento por el gobierno de Marco Gasco por motivos como la corrupción, la poca claridad para exponer resultados, políticas públicas ilegítimas, entre otro más, existen casos con características políticas particulares como es el caso de la Municipalidad de La Victoria con un ex alcalde con aproximadamente veinte años de gobierno ininterrumpido, estamos hablando de cuatro reelecciones y que a

esto se le suma que no todos sus gobiernos lo ganó con el respaldo de una misma agrupación política, quiere decir que en el gobierno actualmente es innecesaria las ideologías políticas.

La Municipalidad de La Victoria ha sido vista, con el pasar del tiempo, como uno de los distritos modelo para el resto de distritos Chiclayanos, el crecimiento y el desarrollo ha sido ejemplar según aproximadamente la mitad del distrito, los proyectos han sido altamente valorados porque llegaban a ser tangibles para el ciudadano común. En el Portal de Transparencia se puede notar que La Victoria ha desarrollado en gran mayoría proyectos de infraestructura vial, transitabilidad peatonal, redes de agua potable y alcantarillado y entre otros más lo que terminó permitiendo que la ciudadanía sienta el accionar de su gobierno local. Ahora el panorama ha dado un giro, después de un gobierno de aproximadamente 20 años. Estamos hablando de que existe una autoridad poco conocida que incluso durante campaña electoral no se notó un mayor esfuerzo por hacer llegar sus propuestas o los ideales que iba a seguir en su futuro gobierno. La imagen del anterior alcalde de La Victoria, Anselmo Lozano, que en la última elección postuló como gobernador regional de Lambayeque, fue muy importante para muchos de los candidatos que participaban junto con él por el mismo grupo político porque se sumaron al efecto de arrastre que generaba. Es así, que Rony Olivera, actual alcalde de La Victoria, ganó las elecciones el 07 de Octubre de 2018, sin una gran campaña de posicionamiento ni grandes recursos, en conclusión se presume que su mayor recurso fue ir de la mano con el ex alcalde de La Victoria.

Ahora, a mitad del 2019, se siente un desconocimiento hacia su actual autoridad, no se percibe un respaldo popular o de consenso marcado hacia su gobierno. Es verdad que actualmente no se ha desenvuelto un conflicto dentro del distrito, pero tampoco se escuchan voces de que algo esté bien. El silencio no siempre es significado de que todo está marchando perfectamente.

Es necesario la existencia de una iniciativa por parte de las autoridades municipales para poder establecer una comunicación con todos los vecinos posibles y dar conocimiento de lo que se necesita, lo que se está realizando, y lo que se hará para que cuando se encuentren listos los resultados no empiece a elevarse el nivel de descontento obteniendo como consecuencia un problema para el gobierno local.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la Municipalidad de la Victoria?

1.3. Justificación e importancia del estudio

1.3.1. Justificación.

1.3.1.1. Justificación Teórica.

Se justifica de manera teórica por el uso de materiales teóricos para el sustento propio de cada variable de estudio. De esta forma la comunicación gubernamental desde el aspecto teórico de la comunicación política, permitirá comprender las características propias de la comunicación entre la Municipalidad Distrital de La Victoria y los ciudadanos, identificando los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad en la Victoria, de esta forma para Canel (1999) el efecto de la comunicación en el ejercicio político de gobernar tiene como preponderancia el impacto en las decisiones considerando la comunicación como el principal argumento para la toma de decisiones, ya que parte de la información, conocimiento de la situación por medio de la recolección de datos y un intercambio de opiniones entre los actores implicados.

1.3.1.2. Justificación Metodológica

Desde el punto de vista metodológico, la presente investigación está sustentado en el método a nivel descriptivo y un diseño mixto; que permita analizar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad en la Municipalidad Distrital de La Victoria, utilizando herramientas como la encuesta para identificar el diseño estratégico de comunicación gubernamental de la comuna y la percepción de la ciudadanía, basándose de esta forma en el conocimiento válido y confiable dentro del área de estudio, enfocado bajo un proceso de modernización de la gestión pública y generar valor público a partir de la transparencia, rendición de cuentas y ética pública para lograr la participación ciudadana en el debate de las políticas y el desempeño de las entidades.

1.3.1.3. Justificación Práctica

La presente investigación tiene una justificación práctica a partir del objeto de estudio de la municipalidad provincial de la Victoria y su mecanismo de comunicación gubernamental con la sociedad civil, por la contribución al análisis del problema bajo estudio considerando que el área encargada carece de un marco estructural de profesionalización de su recurso humano para desarrollar un adecuado manejo de la comunicación gubernamental. Estableciendo de esta forma su utilidad y aplicabilidad de la teoría existente, así como la evolución del comportamiento humano y su participación política dentro de su sector territorial ya que, se ha identificado que los ciudadanos sufren un “*desalineamiento*” político, que se traduce que los electores actualmente tienden a separarse de las ideologías políticas, que actualmente de debemos considerarlos como consumidores políticos es decir, que ahora los ciudadanos consumen información, mensajes y decisiones políticas las que además

pueden ser transmitidas a través de diferentes formas de comunicación y que obtendrá como resultado la aceptación o negación de una manera directa e inmediata.

1.3.2. Importancia del estudio.

Desde el aspecto teórico Riorda (2008) señala que los ciudadanos ven los resultados como un todo y que no separa los resultados por actos individuales, si para el ciudadano a través de su sumatoria de percepciones cree que en general el gobierno tuvo más políticas públicas con impacto positivo en la sociedad, automáticamente este será catalogado como un buen gobierno, con proyectos eficaces.

De esta forma la comunicación gubernamental se convierte en un método a través del cual un gobierno democrático intenta hacer explícitos sus propósitos u orientaciones a un amplio número de personas, para obtener apoyo o consenso en el desarrollo de sus políticas públicas. Teniendo como objetivo principal de la comunicación gubernamental en un contexto democrático es escuchar a los ciudadanos, permitiendo que los gobiernos puedan ser más precisos en cuanto a la atención de la demanda ciudadana las que serán resueltas por medio de políticas públicas.

De ahí que la comunicación gubernamental se vuelve un pilar clave para comunicar las soluciones a la demanda de la ciudadanía y la capacidad de respuesta de los gobiernos, bajo el enfoque de construccionismo busca que la comunicación gubernamental sea el puente entre el gobierno y la mayor cantidad de ciudadanos posibles ante una crisis de comunicación en estos tiempos, siendo la dimensión informática y pedagógica el que logre democráticamente.

Es verdad que la Municipalidad Distrital de La Victoria ha tenido una aprobación elevada de sus 5 gobiernos anteriores con un alcalde muy popular, pero que, actualmente,

podemos decir que no se percibe ese mismo sentir.

Contar con una figura que se encuentre presente ante los ciudadanos es algo muy importante porque muestra la existencia de una persona que tiene el control y que además está listo para direccionar el distrito generando un ambiente socialmente estable, donde las necesidades de los ciudadanos serán tomadas en cuenta para la elaboración y ejecución de las políticas públicas. Ahora, se vive un incierto por la falta de conocimiento de las cualidades, virtudes o acciones que tiene el alcalde de la Victoria, ese desconocimiento ya significa la existencia de un problema que conllevará a un descontrol político y social en un momento de crisis. Entonces, es aquí donde nos preguntamos ¿Qué se necesita para lograr una cercanía entre el alcalde y los ciudadanos y, que esto se vea reflejado en la gobernabilidad?

En conclusión, podemos decir que es necesario entregarle al gobierno local las herramientas suficientes para poder escuchar, hablar, explicar y entender al ciudadano, permitiéndose consolidar el gobierno y mantener un equilibrio social.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General.

Analizar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que generan la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la municipalidad de la victoria.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Analizar los conceptos teóricos de la Gobernabilidad y la Comunicación Gubernamental en los niveles Municipal, Regional y Central.

- Analizar la realidad de la Comunicación Gubernamental de la Municipalidad Distrital de la Victoria con el fin de reconocer las falencias de sus elementos.
- Realizar una propuesta para mejorar la Comunicación Gubernamental de la Municipalidad Distrital de la Victoria y la ciudadanía.

1.5. Hipótesis

Si, identificamos los factores que desarrollan la comunicación gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional; entonces, contribuiría a contrarrestar la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad en la municipalidad de la victoria.

1.6. Variables

1.6.1. Variable independiente.

Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional.

1.6.2. Variable dependiente.

La ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad en la municipalidad de la victoria.

Tabla 1. Operacionalización de la Variable

Variable	Dimensiones	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumentos
Ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad	Política	Capacidad de Comunicación Gubernamental	Considera que la capacidad de comunicación gubernamental de la Municipalidad es óptima	Encuesta	Cuestionario
			Considera que los órganos de gobierno actúan de manera coherente con los intereses de la ciudadanía		
			La percepción de los ciudadanos con respecto a la gestión del gobierno local es positiva		
Factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional	Soporte Organizacional	Contar con lineamientos de política comunicativa	Considera que la municipalidad tiene una buena organización interna Considera que la comunicación dentro de la organización municipal es óptima	Encuesta	Cuestionario
		Contar con soporte tecnológico y humano	El soporte económico, tecnológico, profesional y humano con el que cuenta la municipalidad garantiza el adecuado uso de la comunicación gubernamental	Encuesta	Cuestionario
	Considera importante contar con un perfil profesional especializado en el área encargada para ejercer una buena comunicación de gobierno				
	Estrategia de Comunicación	Público Objetivo Identificado	Considera que la municipalidad sigue procesos estratégicos para conocer y entender al ciudadano	Encuesta	Cuestionario
			Los procesos de identificación del público objetivo al que se comunicará la política pública es la adecuada		
		Canales de Comunicación con mayor uso por el público objetivo	Los canales de comunicación utilizados considera que son las más utilizados por los ciudadanos	Encuesta	Cuestionario
		Definición de Objetivos	Considera que los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran adecuadamente definidos	Encuesta	Cuestionario
		Forma del mensaje	Considera que la forma del mensaje es comprensible e idóneo	Encuesta	Cuestionario
		Número de mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano	Los mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano son los adecuados	Encuesta	Cuestionario
			Considera que la municipalidad utiliza mecanismos de participación ciudadana	Encuesta	Cuestionario
Cultural	Información cultural	Considera que los ciudadanos se preocupan por estar informados sobre las gestiones de su municipalidad	Encuesta	Cuestionario	

Fuente: Elaboración Propia

1.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

1.7.1. Métodos.

1.7.1.1. *Métodos generales.*

- **Deductivo:** Se aplica con la investigación dado que contribuye a comprender los factores que imposibilitan la comunicación gubernamental en la Municipalidad distrital de La Victoria, tomando como referencia otros contextos a niveles mayores, como lo es la comunicación gubernamental en el plano internacional y nacional.
- **Analítico-Sintético:** Considera analizar los hallazgos del marco teórico- práctico, consecuencia de inferir el conjunto de datos empíricos que conforman la investigación, produciendo conclusiones para su posterior contrastación.
- **Etnográfico:** Se indagó de manera directa *in situ* el fenómeno objeto de estudio, logrando la confluencia de las perspectivas tanto interna (actores involucrados) y otra externa (investigador), siendo holístico la investigación.

1.7.1.2. *Métodos específicos.*

- **Estadístico:** Se utilizó para analizar y medir el nivel de aprobación que tienen los ciudadanos hacia la proyección de imagen de la Municipalidad de La Victoria. Toda esta información será organizada según categorías en rango de edad, sexo, ubicación demográfica, nivel socioeconómico y comportamiento.

1.7.2. Técnicas.

- **Cuestionarios:** Usamos la técnica de cuestionarios para la elaboración de las preguntas que irán fijadas en las encuestas. Contaremos con una cantidad de 10 preguntas en el cuestionario dirigido hacia los ciudadanos y 13 preguntas en el cuestionario que se realizó a los funcionarios, las cuales mantendrán un carácter directo e indirecto, abierto y cerrado y de selección.

1.7.3. Instrumentos.

- **Encuestas:** El uso de la encuesta permitió entablar contacto directo con el principal elemento de la democracia, la población, ellos serán quienes reflejen su apreciación del gobierno distrital en los resultados.
- **La Observación:** Con esta técnica sólo se observó la realidad problemática identificada bajo estudio.
- **El Análisis de Documentos:** Mediante el cual se recurrió a la revisión bibliográfica, para la extensión propia del desarrollo de los objetivos de la investigación.

CAPITULO II: MARCO CONCEPTUAL

PARTE I: ANTECEDENTES HISTORICOS

En la tesis que tiene por nombre *Gestión de la Comunicación de Políticas Públicas en Gobiernos Locales. Estudio de caso de la Política Pública de Seguridad Ciudadana “Miraflores 360°” de la Municipalidad Distrital de Miraflores en el Período 2011 - 2014*. Muestra el trabajo realizado en un distrito de Lima donde tiene como objetivo principal demostrar que la comunicación estratégica tiene la capacidad de generar un consenso social permitiendo así una integración y un compromiso mayor entre el gobierno y los ciudadanos, además demuestra que las políticas públicas deben tener como fuente principal las sugerencias y necesidades de los ciudadanos porque solo de esta manera se formará un ambiente correcto de atención al ciudadano. (Díaz & Leguía, 2014)

El estudio para obtener el grado de magister titulado *Implementación de medidas de comunicación externa de la Dirección de Comunicación e Imagen de la Policía Nacional del Perú durante el 2014*, tiene una gran relevancia porque la institución policial es parte también del gobierno central que a su vez cuenta con una imagen resquebrajada por el mal accionar de sus efectivos policiales y no cuentan con la capacidad suficiente para responder a esas negativas, por eso que en esta investigación primero buscaron analizar la situación de la DIRCIMA (Dirección de Comunicación e Imagen) para dar respuesta y solución al problema. Concluyendo, que la DIRCIMA necesita mayor financiamiento para lograr un correcto desempeño de análisis coyuntural, diseño de estrategias comunicacionales y ejecución de los planes estratégicos en dicha área. (Villavicencio, 2016)

En la tesis de pregrado, *Comunicación estratégica para organizaciones políticas ¿Cómo se comunican los partidos en época no electoral?*. Donde desenvuelve un tema

de gran relevancia para quienes desean estudiar las razones de por qué la gente nota un oportunismo en las agrupaciones políticas, tuvo como objetivo estudiar tres partidos políticos del Perú: El APRA, Patria Roja y Fuerza Popular, quienes demostraron que el interés político crece conforme la necesidad por obtener votos, a tal punto de recibir mayor financiamiento permitiéndoles aplicar y utilizar de la mejor manera los canales masivos de información los cuales, notablemente se vuelven obsoletos una vez obtenidos los votos o una vez pasadas las elecciones. (Bastidas, 2016)

En la tesis para obtener el grado de licenciatura *La comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera – Trujillo, La Libertad. Año 2016*. Tuvo como objetivo estudiar la percepción interna que tienen los trabajadores municipales sobre su organización para así determinar si está desarrollándose un óptimo ciclo comunicacional. Obteniendo como resultado que los colaboradores cuentan con un ambiente laboral regular – medio – bajo, esto como consecuencia de la falta de atención a los mecanismos y herramientas de relación interpersonal en la municipalidad. (Siccha, 2016).

McQuail, D. (1991), considerado como un experto en comunicación de masas trabajó una investigación titulada *Introducción a la Teoría de Comunicación de Masas*. Este estudio relata de cómo se debe comprender a la sociedad así también, de señalar la importancia que existe en las formas de comunicación por las cuales se transmiten los mensajes. Este desarrollo teórico además, grafica la gran variedad de patrones que influye en un proceso comunicacional partiendo desde los canales de comunicación, sus métodos, sus fines llegando hasta cómo socialmente se comportan las masas según el estado ideológico que tienen marcado. Este estudio brinda las herramientas conceptuales y analíticas para captar la capacidad que tiene el mensaje de ir adoptando nuevas formas de cómo aterrizar en una masa, es así, que resulta de suma importancia para nuestro estudio

entender cómo debe dirigirse el Gobierno, en todos sus niveles, hacia su masa representada, comprendiendo y valorando todas las herramientas existentes dentro de la comunicación.

Villanueva, C. (2008), desarrolla un estudio titulado *Los medios de comunicación como generadores de opinión pública en El Salvador. Caso de estudio: Recolección de desechos sólidos por la Alcaldía de San Salvador*. Este proyecto sujeta como principales elementos de estudio a la municipalidad, los medios de comunicación y la población teniendo como objetivo conocer el tratamiento informativo de cómo se maneja el problema de la recolección de desechos sólidos y la opinión despertada en la ciudadanía. Obteniendo como conclusión que los medios de comunicación son el puente perfecto entre las autoridades y los pobladores y que si ocurre una falla en ese punto medio la comunicación se verá desnaturalizada siendo así, aprovechada por quienes ostentan el poder, caso contrario permitirá una fiscalización adecuada por parte del público haciendo valer sus derechos como lo fue con el problema de los desechos sólidos en Alcaldía de San Salvador. (Villanueva, 2008)

En la presente tesina modalidad - ensayo titulado *Las redes sociales: un nuevo espacio público donde se crea la opinión pública*. Muestra la evolución notoria que ha tenido los espacios públicos que gozaban los griegos al actual espacio público que gozamos todos convirtiéndose incluso en elemento fundamental de una sociedad democrática, menciona que actualmente cada persona es una fuente o incluso un medio de comunicación capaz de multiplicarla y transportarla a través de una red virtual a cualquier parte del mundo. Menciona, además, que la comunicación del hoy es compartida siendo así, que toda información generada obtendrá otra como respuesta. (Susunaga, 2015)

En el libro llamado *Comunicación Gubernamental: La otra cara de la Comunicación Política*. Se tiene como principal objetivo abrir el panorama para tener en cuenta todos los elementos generales que existirá cuando un equipo toma el timón de un gobierno: Oposición, Sociedad y Opinión Pública, Familiares, Crisis, Propios problemas de autocontrol, Asesores objetivos, Popularidad. Daniel Eskibel menciona que cada elemento es fundamental para manejar de forma organizada un grupo humano y que solo así se evitará caer en el fracaso. Como idea final señala que la población y sus demandas deben ser siempre respetadas y no ir en contra de ellas. (Eskibel, 2015).

En este artículo titulado *Comunicar para la Cercanía: análisis de la comunicación política de un municipio mexicano*. En este trabajo señalan que los responsables de construir una comunicación de cercanía con la sociedad son directamente los gobiernos locales, esto se debe a que son las instituciones más próximas al alcance del ciudadano y son quienes cosificarán el sistema democrático del país, ayudando a resolver sus problemáticas mediante las políticas públicas. Como conclusión se obtiene que los gobiernos locales mexicanos deben empezar por desarrollar nuevas formas de comunicación hacia sus gobernados para hacerles llegar la información y la atención a sus demandas, generando así mayor empatía con las autoridades locales. (Grijalva & Palazuelos, 2016)

PARTE II: DEFINICIONES DOCTRINARIAS

Para que una sociedad pueda concretarse y desarrollarse adecuadamente primero, necesita tener dos o más actores principales los cuales entablen una relación basada en un interés común y el que deberá transmitirse como el mensaje.

Entonces, para comprender el problema al cual nos estamos enfrentando es necesario atomizar los elementos que competen a nuestra investigación, partiendo brevemente desde una de las disciplinas pertenecientes a la Ciencia Política, la

Comunicación Política. Esta disciplina es la responsable de estudiar dicha relación existente entre los actores dentro de un contexto electoral o de gobierno todo en enmarcado en un sistema democrático. En este caso, nuestro punto de investigación estará centrado en La Comunicación de Gobierno o Comunicación Gubernamental.

2.1. Campañas Electorales

Todo estado democrático cuenta con la dinámica de elección popular la cual, asegura que las personas en quienes recaiga el poder total de la ciudadanía cuentan con la plena capacidad de poder administrarlo es así, que esta primera etapa es fundamental para lograr un buen gobierno.

Todo gobierno, en el nivel que sea, parte desde su campaña realizada previamente a las elecciones. El excederse en las propuestas es uno de los errores más graves que un gobierno pudo haber cometido, llevándolo así al fracaso, imposibilitándolo de controlar cualquier crisis que pueda enfrentar.

En esta etapa, previa a gobernar, los candidatos y sus agrupaciones políticas tienen la oportunidad de demostrar el mínimo porcentaje de como desenvolverán su trabajo una vez electos, es por eso la importancia de mantener una modestia en cuanto a los ofrecimientos.

Los valores éticos y morales aplicados en una campaña electoral son cruciales para el rol de gobierno. La campaña electoral servirá de simulador de gobierno, por las siguientes razones: permitirá mostrar la capacidad de organización interna como agrupación política, permitirá dar a conocer la capacidad de comunicación externa y permitirá mostrar la sensibilidad que tiene la agrupación política para captar las demandas sociales planteando así sus propuestas de gobierno.

2.2. Comunicación Gubernamental

2.2.1. Definición.

Teniendo un panorama conceptual tan amplio referente a la Comunicación de Gobierno llevada a cabo por profesionales relacionados directamente a dicha especialización, se es necesario aterrizar las ideas para obtener una definición más equilibrada.

Según Mario Riorda, politólogo e investigador argentino, hace llamar a la comunicación gubernamental como publicidad gubernamental definiéndola como “un método a través del cual un gobierno democrático intenta hacer explícitos sus propósitos u orientaciones a un amplio número de personas, para obtener apoyo o consenso en el desarrollo de sus políticas públicas” (Riorda, 2006, p. 7). Esta definición es una de las más aceptadas considerando que el objetivo principal de la comunicación en un contexto democrático es escuchar a los ciudadanos, permitiendo que los gobiernos puedan ser más precisos en cuanto a la atención de la demanda ciudadana las que serán resueltas por medio de políticas públicas.

Según María José Canel y Karen Sanders definen la comunicación gubernamental como...

La comunicación que implica el desarrollo y actuación de una institución política con función ejecutiva. Esto abarca desde la comunicación de un presidente, de un primer ministro o de un ministerio hasta la comunicación de una alcaldía, una concejalía o de una consejería de un gobierno autonómico. (Canel & Sanders, 2010 p. 12)

Las autoras en esta definición señalan como actores y responsables principales de

una buena comunicación a los cargos de representación política y a su accionar.¹

Según Noguera (como se citó en Amaedo, 2016) define la comunicación gubernamental como una comunicación más concreta y demostrada a través de gestiones. Esto quiere decir que un gobierno comunicará de forma proporcional a su actividad decisional. Mientras más proyectos ejecute, estará comunicando mejor.

2.2.2. Comunicación Interna.

El buen funcionamiento de una institución o empresa parte desde la organización que puedan tener todos sus miembros o colaboradores. Comunicar a puertas cerradas permite crear un espacio de empatía, donde las misiones y visiones de una municipalidad puedan ser compartidas por cada uno de los trabajadores y además donde ellos serán escuchados tomando en cuenta sus ideas.

Cuando hablamos de la comunicación gubernamental también estamos hablando de una campaña, pero esta vez de una “campaña permanente” (Noguera, 2005). La idea de campaña permanente refiere a que la comunidad política puede utilizar estrategias y tácticas de una campaña electoral, pero en el gobierno. Es así que se cree conveniente señalar los elementos utilizados en las campañas políticas de forma ordenada, que pueden aplicarse en la comunicación interna.

2.2.3. Comunicación Externa.

Para que exista una interacción de gobierno se es necesario tener dos actores que puedan vincularse y que logren desenvolver una acción de dar y recibir información por un lado estará el gobierno como tal y por el otro los ciudadanos. El gobierno municipal tiene la principal tarea de velar por el bienestar común de sus vecinos haciendo valer y atendiendo las sugerencias o demandas de ellos, pero además de comunicar lo que están

¹ Las autoras indican que la comunicación gubernamental gira en torno al buen o mal desempeño que desarrollan las autoridades políticas.

realizando. Una municipalidad debe ser consciente de la importancia que tiene la constante investigación de opinión pública que debe ejecutar en su zona territorial, esto facilitará a comprender los niveles de interés y participación ciudadana, de esta manera los planes estratégicos serán ejecutados con mayor precisión aumentando así su nivel de efectividad.

2.2.4. Opinión pública.

La opinión pública actualmente es considerada como un reflejo de las percepciones de la ciudadanía sobre sus autoridades y el comportamiento que estas realicen durante sus períodos de mandato. Giovanni Sartori (como se citó en Sojo, 2011) se refiere a la opinión pública como un sistema de vinculación informativa dentro de una sociedad y el enfoque de esta vinculación se ve directamente relacionado con el estado (cosa pública).

Existe una relación muy directa entre un escenario democrático y la opinión pública, ya que un estado en democracia permite la libertad de expresión generando de esta manera que la sociedad civil tenga la capacidad de evaluar parcial o totalmente la gestión de un gobierno y los resultados serán variables según la efectividad o ineffectividad que éste pueda alcanzar. La conclusión que determine una sociedad no afectará o señalará negativamente al sistema democrático solamente se estará exponiendo una percepción ciudadana, será de esta manera que el gobierno recoja las observaciones para subsanar las falencias que haya demostrado.

Además, es deber de un gobierno democrático fomentar la participación ciudadana durante el período de ejecución de su plan de gobierno de tal manera que el ciudadano se verá integrado en el plan de desarrollo.

La integración y participación puede materializarse mediante las políticas públicas porque será durante este proceso donde se plasmen las demandas ciudadanas. Es

importante indicar que la opinión pública permanecerá vigente durante toda una gestión de gobierno es así, que también estará presente durante todo el proceso de las políticas públicas, pero en especial durante dos puntos claves: al agendar las demandas públicas para su ejecución y al finiquitar este proceso, donde precisamente empieza la etapa de evaluación.

2.2.4.1. Comunicación Política y Opinión Pública

Existen distintas formas de cómo estudiar el objetivo que pueda tener la comunicación política y la opinión pública de manera individual, pero también puede existir un enfoque que agrupa estos dos elementos de estudio donde la opinión pública no solo ayudará a la constitución de una democracia, censurando todo aquello que atente contra el interés común.

La opinión pública mantiene una diversidad de aspectos que sirven a un gobierno para ratificarse en sus acciones o cambiar de dirección. No solo basta con tener la capacidad de ejercer un buen manejo público, sino además parecerlo. La democracia tal vez sea más un gobierno de representantes que del pueblo, pero es fundamental mantener un vínculo con ellos porque serán los responsables y capaces de atribuir legitimidad. El gobierno parte del pueblo, pero lo administran otros. Es así, que nace la necesidad de establecer lazos con el ciudadano. De esta manera quedaría demostrado que existe una gran importancia el mantener la dimensión política y comunicativa no muy alejadas.

2.2.5. Medios de Comunicación.

Cuando hablamos de medios de comunicación, nos referimos actualmente a los 4 canales que existen: Televisión, radio, prensa y digital.

Los medios de comunicación son considerados como unos mediadores permanentes en una sociedad porque estarán vinculando a los ciudadanos representados y a quienes detentan el poder de representatividad.

El poder que tienen los medios de comunicación va más allá de informar y/o mostrar contenido de interés, lo que hace es generar opinión válida dentro de la sociedad civil respecto a las actitudes políticas que hayan estado tomando. La información producida por este cuarto poder ayuda a cuestionar campañas, así como también gobiernos de todo nivel.

Los medios de comunicación funcionan como instrumentos también para direccionar el comportamiento de masas, es decir, puede resultar perjudicial para una opinión pública precisa u objetiva. Este instrumento suele ser manejado por los propietarios basados en intereses oligárquicos.

2.3.La comunicación gubernamental: caracterización y objetivos

La comunicación gubernamental es definida como el conjunto de técnicas racionales necesarias en el desarrollo de un gobierno, a través de sus diversas instituciones mediante las cuales satisface las necesidades de la población, en este punto resulta relevante definir a la gubernamentalidad entendida como el conjunto de acciones provenientes de diversos medios que abarcan los diversos aspectos de un gobierno con el objeto de incrementar o en lo posible mantener la capacidad de las instituciones así como las condiciones de gobernabilidad que brindan la capacidad de ejecución de las múltiples gestiones.

La gubernamentalidad facilita también la reducción de problemas y diferencia de atención a las múltiples e infinitas demandas de la población, promoviendo la pronta respuesta por parte de los gobiernos, mediante la comunicación eficiente procurando a su vez la eficacia de las gestiones.

Ante ello surge la imperiosa necesidad de llevar a cabo el análisis, la investigación y ejecución de la comunicación gubernamental como medio favorable para el desarrollo adecuado del gobierno, en base a las múltiples realidades y características

que presente un determinado contexto.

El concepto general de la comunicación gubernamental es dar parte a un acuerdo e interacción eficiente entre el gobierno y en lo posible la totalidad de la ciudadanía.

Existe un cierto grado inclusivo para el receptor en este tipo de comunicación que lo diferencia de cualquier otra. Además de una cierta tendencia al origen de conflictos de forma intencionada y regulada con el objetivo de dar parte a divisiones o fracturas en el contexto social, pero con el fin de tener múltiples perspectivas ideológicas que se enfrentan constantemente y llegan a un punto medio favoreciendo la proyección estatal y al planteamiento de políticas públicas

Por último, Riorda (2011) señala que la comunicación con carácter electoral es ejercida únicamente por una parte, es decir la ciudadanía quienes llevarán a cabo toma de decisiones en relación a múltiples propuestas en un tiempo determinado, lamentablemente este tipo de comunicación no poseen un alto grado de inclusión como en lo posible se procuraba en la comunicación gubernamental, por lo que si existe falta de unanimidad en esta más aun se dará en el campo electoral el cual de por si es muy selectivo.

2.4. La Comunicación Política como disciplina de la ciencia política

La denominación de Comunicación Política en las Ciencias Sociales, según Rospir, autor tomado como referencia en una tesis de Moger, también contribuye diciendo que en 1975 aparece Steven H. Chaffe con el primer libro Political Communication. Issues and Strategies for Research, donde menciona que su intención principal era marcar un espacio especial para el estudio de la Comunicación política, convirtiéndola así en una disciplina.

2.5. La Comunicación como fuente de legitimación

La comunicación gubernamental ha sido considerada como un aspecto adquirido por el gobierno con el objetivo de dar a conocer a la población lo que está llevando a cabo, ya sea en sus planificaciones, proyecciones, visiones, políticas, en el uso de los recursos por medio de las diversas instituciones, el logro de objetivos o el fracaso.

Tal comunicación dota a las acciones publicas de un mayor grado de éxito, en base a ello la comunicación de tipo gubernamental es la suma de todos aquellos esfuerzos desarrollados sistemáticamente con el objetivo de mejorar las condiciones para la aplicación de políticas públicas durante el desarrollo de las gestiones.

En este contexto, Elizalde (2005) señala que, el gobierno toma el papel de emisor y da en conocimiento lo que plantea conseguir por medio de sus proyecciones, a través de múltiples profesionales y especialistas los cuales a su vez le otorgan a los gobiernos un carácter comunicativos, necesario para la disminución de presión entre las demandas y necesidades de la población y lo que debe priorizar el gobierno considerando como necesario.

Desde ese punto de vista la comunicación ya no es solo interacción sino también dirección, estructuración y encaminamiento, por lo que resulta necesario que sea planteada de forma estratégica, fijando y teniendo en cuenta objetivos y metas específicas acorde a la compleja realidad y a todos los intervinientes.

De acuerdo con Echavarría y Maurizi (2013) otro aspecto muy importante de la comunicación en el aspecto gubernamental es la disminución de falsas expectativas minimizando en lo posible aquellos riesgos provenientes de temas no vinculados al ámbito estatal, para ello se utilizan diversos medios como lemas, eslogan, imágenes características que direccionan el contenido directamente con el gobierno al igual que una marca en el mercado.

2.6. Gobiernos Locales en el Perú y su comunicación

Las municipalidades son instituciones que han venido tomando forma desde la época pre incaica con los ayllus, por ejemplo, y sus intenciones de organizar y representar sus comunidades para ejercer orden y autoridad según sus necesidades. La evolución de este sistema representativo y más cercano ha ido perfeccionándose con el pasar de los años y las constituciones que el gobierno peruano ha ido promulgando.

La intención de crear este sistema no ha cambiado tanto, la representatividad y atención en los pueblos más alejados del gobierno central, para una mejor calidad de vida, ha seguido manteniéndose. Las funciones de las municipalidades sí han ido variando de tal manera que encaje adecuadamente con el comportamiento social.

El gobierno peruano a través de sus gobiernos regionales y locales ha encontrado la receta ideal para descentralizar las decisiones políticas y hacer más cercana su presencia con la ciudadanía.

El Perú como estado democrático tiene como finalidad máxima el bien común de los ciudadanos que se traslada a través de buenos servicios públicos y que son los gobiernos locales los responsables de ejecutarlos.

Según la Constitución Política del Perú, los gobiernos locales son quienes comprenden las municipalidades de rango distrital y provincial. En sus capacidades como instituciones públicas podemos encontrar las siguientes (Constitución Política del Perú, 1993): Autonomía política, económica y administrativa

Quiere decir, que las municipalidades tienen capacidad de decidir política, económica y administrativamente según los problemas o necesidades presentados en su territorio y siempre y cuando éstos no vayan contra de los principios y fines del gobierno central.

Los gobiernos locales actualmente son considerados como las instituciones más próximas al ciudadano, pero a la vez son vistos como una de las entidades que mayor desconfianza genera y mayores problemas tiene por su falta de representatividad y empatía. Los 25 gobiernos regionales, los 195 gobiernos provinciales y los 1639 gobiernos distritales que tiene el Perú aún no logran revertir la percepción negativa que los pobladores tienen sobre estas instituciones.

No solo se debe hablar de cifras, inversiones, términos políticos y jurídicos, el gobierno debe ir más allá de los tecnicismos que el ciudadano representado no logra comprender. El gobierno peruano y sus gobiernos locales deben tener claro en primer lugar su realidad y su nivel de cultura político-social para saber qué y cómo debe comunicar o transmitir esa información tan técnica que el peruano promedio no comprende. Es importante que las municipalidades expliquen a los ciudadanos que antes de reclamar un derecho deben cumplir sus obligaciones como ciudadanos, que por ejemplo, si ellos necesitan mayor limpieza pública necesitan ser puntuales con sus arbitrios municipales.

Las municipalidades deben velar por tener y mantener la iniciativa de una correcta comunicación y entendimiento con sus ciudadanos porque ellos son los que los seleccionaron para que representen, legalmente, 4 años de sus vidas.

La Secretaría de Asuntos Municipales de Argentina afirma, que las particularidades en una sociedad existe, que una ciudad por naturaleza no se comportará igual que otra es por eso la importancia de emplear mayor atención en los diagnósticos previos a los procesos decisorios. Además, toman a los ciudadanos como receptores activos que interpretan información según como les llega y a partir de ese concepto desarrollarán sus expectativas sobre el gobierno (Secretaría de Asuntos Municipales).

Entonces, como conclusión se puede decir que los gobiernos locales tienen un rol igual de importante al de organizar los recursos de su territorio y es el de saber conversar con la gente, transmitir los resultados que están obteniendo mediante sus rendiciones de cuentas y a su vez explicar lo que necesitan de ellos para seguir mejorando como entidad, y que las personas que trabajen en un gobierno también contribuyen al fortalecimiento de la comunicación empezando por el alcalde o gobernante, sus oficinas de apoyo y todo aquél que trabaje oficialmente para la municipalidad, cada miembro de la institución es responsable de contribuir a una percepción positiva por parte de los ciudadanos.

2.7. Política Pública

Una política es conceptualizada como una decisión tomada por el estado que se encuentra direccionada a la ejecución de una acción planteada en base a cuestiones públicas o problemáticas sociales, por lo que abarca una serie de procesos tales como la toma de decisiones, el planteamiento, desarrollo y verificación. La facultad que posee el estado para plantear políticas públicas se encuentra relacionada a la coordinación de los procedimientos a ejecutar y a los que intervendrán, la flexibilidad para estar abierto a priorizar y concentrar su atención en determinados puntos, innovación para llevar a cabo las modificaciones necesarias y por último la calidad para diferenciar entre lo que sea meramente relevante y aquello que servirá de forma estratégica al desarrollo del proceso desde el planteamiento hasta la obtención de resultados, la verificación de los mismos y el informe como parte de la rendición de cuentas que acrediten la legitimidad y veracidad de la ejecución.

Su inclusión contribuye al alcance de los objetivos y metas planteados, haciendo uso de diversos medios acorde al modelo de gestión que se esté llevando a cabo, desde la asignación de funciones y responsabilidades, como los procedimientos que se utilizarán para hacer el menor uso de recursos logrando una mayor eficacia y eficiencia en los plazos

que se hubiesen establecido.

Por ello es importante que se lleve a cabo el planteamiento de las estrategias, a corto, mediano y largo plazo según sea pertinente, actualizando constantemente el plan acorde a las circunstancias que se presentasen en la realidad a la par de las prioridades fijadas a nivel administrativo.

Por último, Mideplan (2016) recalca que la política pública implementada debe ser llevada a cabo acorde a la realidad que atraviesa la población, teniendo siempre presente los plazos, las acciones a ejecutarse, el espacio y el personal interviniente, aprovechando en lo posible las ventajas y adecuándose a las limitaciones que cada región posee.

PARTE III: COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL PERÚ

3.1. Comunicación Política en el Perú

Ley N° 3079, Ley que regula el gasto de publicidad del Estado Peruano, en el Artículo 2°, señala que las entidades públicas deberán igualmente suscribir cuentas en las principales aplicaciones de redes sociales, en especial aquellas que tengan mayor difusión y número de usuarios y consignar en ellas sus comunicados, avisos y demás temas de difusión social.

Esta ley prohíbe toda publicidad en medios privados, bajo responsabilidad. No se considera como tal el trabajo periodístico como reportajes, entrevistas, conferencias de prensa y similares sin que supongan pago alguno al medio de comunicación. El no cumplimiento de lo dispuesto será considerado delito de malversación.

Ley N° 28056, Ley Marco del Presupuesto Participativo, en el Artículo 2° establece que el objeto es establecer disposiciones que aseguren la efectiva participación de la sociedad civil en el proceso de programación participativa del presupuesto, el cual se desarrolla en armonía con los planes de desarrollo concertado de los gobiernos

regionales y gobiernos locales, así como la fiscalización de la gestión. En el Artículo 9° se establecen los mecanismos de vigilancia del presupuesto participativo nos que permite el acceso a la información pública, la rendición de cuentas y el fortalecimiento de capacidades, así también en el Artículo 10° señala que los gobiernos regionales y gobiernos locales están obligados a utilizar los medios a su alcance a fin de lograr la adecuada y oportuna información a los ciudadanos sobre el proceso de programación participativa del presupuesto y ejecución del gasto público.

3.2. Comunicación Política Gubernamental en el Extranjero

Hernández, Paula y Najles (2014) señala que las necesidades de ir innovando en las formas de cómo manejar una municipalidad han ido cambiando según las eras en que vivimos, el desplazamiento del autoritarismo ha sido crucial para la implementación de nuevas estrategias de comunicación y a su vez de nuevas acciones para transmitir cercanía y respeto hacia quienes representan.

La democracia implica que los ciudadanos tengan cada vez menos límites para hacer notar su inconformidad ante alguna decisión de su gobierno es por eso que, los gobiernos deben desarrollar una sensibilidad social mayor para atenderlos y que éstos puedan entregarle su legitimidad.

Es por eso, que ahora se debe dedicar una mayor atención a la opinión y percepción que tiene la sociedad civil hacia la institución, porque finalmente son ellos quienes controlan la estabilidad social.

Esta investigación es testiga que en Latinoamérica existe una problemática que no se debe dejar pasar por alto, pero a pesar de ser conscientes de eso muchos países no dan luz verde a nuevas propuestas en beneficio de la buena comunicación, sobretodo en Perú, que los gobiernos locales representan una especie de obstáculo, según lo indica la sociedad.

Es así, que, existe la necesidad de mencionar un ejemplo de éxito dentro de nuestra misma región (Latinoamérica) que permitirá demostrar la posibilidad de construir una propuesta sostenible para un mejor contacto con los ciudadanos y un escenario provechoso para la municipalidad.

La municipalidad de la Ciudad de México, es uno de los ejemplos clave de participación y colaboración social como lo es con su proyecto incluido dentro de su estrategia de comunicación el “Laboratorio para la ciudad”. Este proyecto innovador buscaba nuevas ideas para contrarrestar los problemas de la ciudad donde las organizaciones sociales, trabajadores administrativos y la empresa privada jugaron un rol importante dentro de esta propuesta.

Este proyecto buscaba darle la vuelta al ejercicio tradicional de la gobernabilidad, empezando por abrir espacios para compartir amablemente, a través de parrillas o mesas de diálogo, ideas y/o acciones que contribuyan a fomentar una atmósfera positiva en beneficio del ciudadano y sus necesidades a través de los conocimientos, experiencias y creatividad que podrían aportar estos elementos.

La iniciativa se propuso con el fin de reconstruir la imagen de la ciudad haciendo necesario el apoyo de todos los que tengan la misma intención y el Laboratorio era el lugar ideal para soltar ideas, establecer acciones y ejecutar simulaciones o pilotos.

Solo para mencionar algunos de los resultados que tuvo este Laboratorio, fueron los siguientes:

- PEATONIÑOS, una idea que buscaba impulsar la recreación de los niños en zonas con mínimas cantidades de áreas verdes, permitiendo utilizar así las calles asfaltadas y bloqueando el acceso vehicular en horarios preestablecidos, eso también se definiría según la densidad poblacional de

los niños. Esta idea tenía un indicador elevado para replicar en más ciudades.

- SONDEO IMAGINA TU CIUDAD, esta idea se desarrolló durante el año 2016 donde se desplazó un modelo de sondeo en la plataforma digital y también a través de activaciones en quioscos en puntos de alta concentración, lo que buscaba era captar lo que sentía el ciudadano y cómo quisiera que sea su ciudad y con esto apuntar satisfactoriamente hacia sus expectativas, además, el sondeo era de gran importancia para nutrir la base de datos del gobierno y tener mayor control sobre sus necesidades.

Y es que el gobierno federal comprendió que estamos recorriendo la era del ciudadano donde ellos exigen transparencia y una participación más activa para decidir sobre su localidad.

Era interesante que además de las organizaciones sociales, empresas privadas y demás, los ciudadanos comunes, también tenían oportunidad de participar en el proyecto solo debían contactarse por medio de las plataformas digitales, como lo era el portal web creado especialmente para “Laboratorio para la ciudad”, y dejar su idea.

Finalmente podemos decir que comunicar bien en un gobierno no solo basta con hacer acto de presencia en reuniones o tener plataformas digitales en internet, solo por mencionar algunos ejemplos, hacer comunicación de gobierno es reunir todas las habilidades, capacidades y opciones posibles para crear comunidad, donde se le explique al ciudadano que si él no cumple con sus impuestos no será posible la ejecución diaria de la limpieza pública y así también mostrarle al ciudadano cómo se está distribuyendo su dinero o de qué manera ellos pueden ayudar al gobierno.

Es necesario iniciar con un análisis o estudios de opinión pública para primero identificar cómo están los sentimientos y necesidades de la localidad, ciudad o incluso

país; segundo, medir cómo están internamente organizados y qué tan eficientes pueden ser ante las crisis de gobierno; tercero, que la comunicación necesita de un contenido de valor que se pueda compartir a los ciudadanos a través de rendición de cuentas y sistemas amigables para la facilitar la información; y cuarto, vigilar o monitorear siempre todos los proyectos sociales que se ejecuten para saber qué cosas corregir durante el proceso.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS Y RESULTADOS

El método elegido para recolección de datos fue la encuesta, habiéndose aplicado dos cuestionarios, uno de ellos dirigido a la población y el segundo a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de La Victoria. La finalidad de la investigación es analizar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que generan la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la municipalidad de la victoria.

Los datos recabados a través de la encuesta han sido procesados en el programa SPSS 24, y los resultados que se obtuvieron se presentan por grupo encuestado y dimensión:

Resultados de encuesta dirigida a ciudadanos:

a) Dimensión política.

Tabla 1

Considera que la capacidad de comunicación de gobierno a través de sus autoridades y trabajadores de la municipalidad de la victoria es óptima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	164	42.9	42.9	42.9
	Parcialmente en desacuerdo	118	30.9	30.9	73.8
	Indiferente o neutral	58	15.2	15.2	89.0

Parcialmente de acuerdo o conforme	26	6.8	6.8	95.8
Totalmente de acuerdo o muy conforme	16	4.2	4.2	100.0
Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

En relación a la pregunta sobre la capacidad de comunicación de gobierno a través de sus autoridades y funcionarios municipales, la población del distrito de la victoria en un 42.9% indica que se encuentran totalmente en desacuerdo o en disconformidad con este ítem por considerar que la comunicación con la entidad edil no es óptima. En un porcentaje menor que asciende a 4.2% si se encuentra totalmente de acuerdo o muy conforme.

Mostrando la inexistencia de estrategias o métodos de comunicación de impacto por parte de la Municipalidad de La Victoria para comunicar sus políticas de gobierno y por ende no siendo transparente con la ciudadanía en el desarrollo de su gestión edil, además esa inexistencia provoca una desconfianza y un descontento general por el gobierno en ejercicio. El rol principal de los gobiernos en todos sus niveles es el de promover la transparencia de sus acciones y participar con todos los actores que conformen su localidad, solo así se estará haciendo ejercicio de la verdadera democracia, actualmente, existen herramientas que pueden compensar la falta de presencia del gobierno en actos públicos y que muy bien podrían ser utilizados como las plataformas digitales.

Tabla 2

Considera que los órganos de gobierno actúan de manera coherente con los intereses de los ciudadanos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	163	42.7	42.7	42.7
	Parcialmente en desacuerdo	119	31.2	31.2	73.8
	Indiferente o neutral	58	15.2	15.2	89.0
	Parcialmente de acuerdo o conforme	27	7.1	7.1	96.1

Totalmente de acuerdo o muy conforme	15	3.9	3.9	100.0
Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

De los 382 ciudadanos encuestados el 42.7% señala que se encuentra totalmente en desacuerdo o en disconformidad con el actuar del gobierno local debido que no es en favor de los intereses de la ciudadanía. El 3.9% que representa a la minoría de encuestados señala que se encuentra totalmente de acuerdo o muy conforme al respecto.

Mostrando evidencia que la forma de gobierno de la Municipalidad de La Victoria no cuenta con un plan de desarrollo local bajo el enfoque de resultados y no se encuentra enmarcado en un presupuesto por resultados, mostrando indicadores claves sin resultados que no muestran impacto en el bienestar de la ciudadanía.

Un gobierno que no sabe escuchar es un gobierno que llegará al fracaso, ocupar cargos representativos no significa que las decisiones de carácter público se debatirán en una caja negra, es estrictamente necesaria la liberación de las propuestas iniciales para ser evaluadas por los ciudadanos, independientemente de qué tan activos puedan ser. El gobierno debe cumplir dos funciones básicas, de emisor y receptor. La retroalimentación que consiga el gobierno a través de esa dinámica receptora ayudará a que sus proyectos sociales sean precisos en el momento de la ejecución.

Tabla 3
Dimensión política

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desacuerdo	340	89.0	89.0	89.0
	Conforme	42	11.0	11.0	100.0
	Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

La dimensión política comprende los dos ítems anteriores que buscan medir la

percepción de la ciudadanía en relación a la efectividad de la comunicación gubernamental por parte de la autoridad local y los trabajadores municipales, y sobre si su accionar va de acuerdo a las necesidades de la población; ante lo cual el 89% de los encuestados respondió que se encuentra en desacuerdo y el 11% se encuentra conforme.

Para los ciudadanos las autoridades actuales de la Municipalidad de La Victoria también consideran que no cuentan con estrategias claras de comunicación efectiva para comunicar sus políticas de gobierno y tampoco cuentan con un plan de desarrollo local que permita trazar una ruta estratégica de desarrollo para el distrito de La Victoria.

La política, ahora, no solo se trata de la minoría o de los que más saben o, los más capaces, se trata de todos los ciudadanos sin importar su instrucción académica, nivel socioeconómico u ocupación laboral. Estamos en una época donde la inclusión y el respeto por las opiniones y valoraciones del resto son altamente sensibles, entonces, por el bien y la tranquilidad del gobierno, de la municipalidad de la Victoria, es exponencialmente importante saber llegar a las personas y saber hablarle, con la claridad de se merecen sus ciudadanos.

b) Dimensión soporte organizacional.

Tabla 4
Considera que la municipalidad tiene una buena organización interna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	160	41.9	41.9	41.9
	Parcialmente en desacuerdo	111	29.1	29.1	70.9
	Indiferente o neutral	71	18.6	18.6	89.5
	Parcialmente de acuerdo o conforme	24	6.3	6.3	95.8

Totalmente de acuerdo o muy conforme	16	4.2	4.2	100.0
Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

De los 382 encuestados el 41.9% manifiesta que están totalmente en desacuerdo o en disconformidad con la organización interna de la municipalidad, y el 4.2% está totalmente de acuerdo o muy conforme con este aspecto organizacional. Evidenciando que no existe una adecuada organización interna de la Municipalidad de La Victoria, dado que no se encuentra en un proceso de modernización del estado, donde el mapeo de puestos le permita un desempeño óptimo de los cargos de los funcionarios de La Municipalidad de La Victoria.

Toda la desorganización interna que existe en una institución se ve reflejada en la imagen que tienen todas las personas que intentan relacionarse con ella, es así, que el trato interno, la capacidad de manejo público o el estado de modernización en el que se encuentren impactará notoriamente en su desenvolvimiento como Municipalidad ganando o perdiendo el respeto por sus ciudadanos. Lamentablemente para la Municipalidad de La Victoria casi la mitad de sus ciudadanos se encuentran totalmente en desacuerdo con la comunicación interna y no es algo raro este resultado porque coincide con la percepción que tienen hacia la capacidad de comunicar.

Tabla 5

El soporte económico, tecnológico, profesional y humano con el que cuenta la municipalidad garantiza el adecuado uso de la comunicación gubernamental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	157	41.1	41.1	41.1
	Parcialmente en desacuerdo	110	28.8	28.8	69.9
	Indiferente o neutral	62	16.2	16.2	86.1
	Parcialmente de acuerdo o conforme	27	7.1	7.1	93.2
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	26	6.8	6.8	100.0

Total	382	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Fuente. Encuesta

El 41.1% del total de encuestados señala su disconformidad con este ítem porque consideran que el soporte económico, tecnológico, profesional y humano en la municipalidad no garantiza el uso adecuado de la comunicación gubernamental. El 6.8% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo o muy conforme.

Los resultados evidencian que la Municipalidad de La Victoria carece del soporte tanto económico a nivel de presupuesto, como tecnológico a nivel de equipamiento y la capacidad humana a partir de los profesionales idóneos para lograr un impacto en el uso de la comunicación gubernamental para dar a conocer sus políticas, lo que no muestra una adecuada comunicación de la comuna con su población del distrito de La Victoria.

Solo para que la municipalidad pueda defenderse y contrarrestar esta imagen ya graficada en la mente de los victorianos deberá hacer uso y práctica continua de sus herramientas tecnológicas para ayudar a mostrar su presupuesto público, por ejemplo; y además, capacitar a sus funcionarios para desempeñar una mejor atención como servidor y calidad de persona hacia el ciudadano.

Tabla 6
Dimensión soporte organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desacuerdo	332	86.9	86.9	86.9
	Conforme	50	13.1	13.1	100.0
	Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

La dimensión soporte organizacional abarca aspectos como la organización interna y la disponibilidad de recursos económicos, tecnológicos, humanos para garantizar el adecuado funcionamiento de la entidad, así mismo implica que estos

recursos sean de óptima calidad para que contribuyan a brindar servicios públicos adecuados y optimizados a la sociedad. Considerando estos aspectos, el 86.9% de los encuestados han respondido que se encuentran en desacuerdo con las condiciones actuales del soporte organizacional y el 13.1% indica que se encuentra conforme.

Para la Municipalidad de La Victoria, no es suficiente la búsqueda de ejecución de proyectos públicos, es también necesario que esos proyectos que, supuestamente, buscan el bien común de los ciudadanos se trabajen en un ambiente apropiado, con un buen clima laboral, con rendición de cuentas a tiempo, con uso y ejercicio de todas las herramientas tecnológicas posibles para llegar a todos lados de la localidad.

c) Dimensión estrategia de comunicación

Tabla 7

Considera que la municipalidad sigue procesos Estratégicos para conocer y entender al ciudadano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	173	45.3	45.3	45.3
	Parcialmente en desacuerdo	119	31.2	31.2	76.4
	Indiferente o neutral	58	15.2	15.2	91.6
	Parcialmente de acuerdo o conforme	22	5.8	5.8	97.4
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	10	2.6	2.6	100.0
	Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

En relación si el ciudadano considera que la municipalidad sigue procesos estratégicos para conocer y entender la realidad de la población, el 45.3% indica que se encuentra totalmente en desacuerdo o en disconformidad con lo mencionado y el 2.6% indica que se encuentra totalmente de acuerdo o muy conforme.

Evidenciando, que no se cuenta con estrategias de desarrollo económico local del

distrito y tampoco un plan estratégico institucional bajo la normatividad del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico y bajo un enfoque de resultados, que permita lograr comprender la ruta estratégica e indicadores claves para el desarrollo del distrito.

Estos resultados son alarmantes porque una entidad responsable de brindarle calidad de vida a sus ciudadanos no sigue procesos estratégicos para saber lo que están pensando ellos, cómo una entidad que tiene a cargo, aproximadamente, 90 mil personas puede accionar sin una ruta clara que los ubique dónde se encuentran y hacia donde se dirigen o, mínimo, cuáles son las necesidades que debería priorizar.

Destinar una parte del presupuesto de la municipalidad hacia la creación y ejecución para una mejor comunicación con la gente se considera altamente válido porque estará recepcionando sugerencias, necesidades, problemáticas y más cosas que sumándolas generará como resultado una buena base de datos que servirá de gran provecho a la municipalidad. La estrategia de comunicación gubernamental reunirá todo lo necesario para frenar lo que sienten ahora los victorianos.

Tabla 8

Los canales de comunicación utilizados consideran que son los más utilizados por los ciudadanos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	161	42.1	42.1	42.1
	Parcialmente en desacuerdo	115	30.1	30.1	72.3
	Indiferente o neutral	59	15.4	15.4	87.7
	Parcialmente de acuerdo o conforme	28	7.3	7.3	95.0
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	19	5.0	5.0	100.0
	Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 42.1% de la población se encuentra en total desacuerdo o en disconformidad

con los canales de comunicación utilizados por la municipalidad porque no son los más empelados por la población. El 5% de los encuestados señalaron que se encuentran totalmente de acuerdo o muy conforme con los canales de comunicación que actualmente emplea la municipalidad.

Mostrando que el área encargada de la comunicación institucional de la comuna no utiliza canales adecuados ni los más usados por la población de la Municipalidad de La Victoria, que no contribuya a la comunicación gubernamental efectiva.

El uso de los medios de comunicación en los gobiernos es variable, según su propio criterio de las áreas encargadas y según su funcionalidad. Por lo general los gobiernos locales en el Perú no desarrollan un buen manejo de comunicaciones, no determinan los medios adecuados para difundir sus contenidos. La televisión, la radio, los diarios y el internet son los medios principales para el uso de las municipalidades y que dependen más del criterio que de su funcionalidad cuando no se debe tratar igual a la televisión y a la prensa escrita o la radio y el internet o, limitarse solo a esos 4 medios de comunicación cuando también existe la publicidad exterior, por ejemplo.

Entonces, hay que comprender cuando un medio de comunicación es más efectivo o eficiente según el lugar, en el caso del distrito de La Victoria sí hay posibilidad de usar algún canal de televisión local, pero éstos no suelen tener una gran sintonía, entonces bajo un criterio profesional se debe estimar que no debe invertirse presupuestos gigantes en medios como la televisión y por el contrario si hay una buena cobertura de internet y afluencia en las vías públicas entonces, es allí donde debe apuntar la mayor inversión, mostrando logros y campañas en paneles o afiches publicitarios o a través del sitio web o plataformas sociales.

Tabla 9

Considera que los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran

adecuadamente definidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	187	49.0	49.0	49.0
	Parcialmente en desacuerdo	100	26.2	26.2	75.1
	Indiferente o neutral	74	19.4	19.4	94.5
	Parcialmente de acuerdo o conforme	13	3.4	3.4	97.9
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	8	2.1	2.1	100.0
Total		382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 49% de los encuestados se encuentran totalmente en desacuerdo o en disconformidad con el ítem porque consideran que los objetivos de la comunicación de la política pública no se encuentran adecuadamente definidos. El 2.1% de la población indica que se encuentra totalmente de acuerdo o muy conforme al respecto.

Los ciudadanos también consideran que no comprenden la política pública que utiliza la Municipalidad de La Victoria, dado que no cuenta con claros objetivos de política pública que contribuya al desarrollo económico local del distrito.

Los ciudadanos no conocen ni los objetivos ni el lenguaje político entonces, es de urgente necesidad que la municipalidad sepa transmitir sus posibles decisiones sobre los supuestos problemas de la gente.

Tabla 10

Los mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano son los adecuados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	188	49.2	49.2	49.2
	Parcialmente en desacuerdo	101	26.4	26.4	75.7
	Indiferente o neutral	59	15.4	15.4	91.1
	Parcialmente de acuerdo o conforme	20	5.2	5.2	96.3
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	14	3.7	3.7	100.0
Total		382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 49.2% de los encuestados señalan que la municipalidad no emplea los mecanismos apropiados para conocer el impacto de los mensajes que transmiten a los ciudadanos encontrándose totalmente en desacuerdo con ello. Y el 3.7% del total indica que se encuentra totalmente de acuerdo o muy conforme. Es decir, los mecanismos o medios usados no son los adecuados, porque los ciudadanos desconocen las acciones que viene realizando los funcionarios de La Municipalidad de la Victoria.

Toda decisión política sobre su comunidad debe estar de la mano con un sistema de monitoreo o evaluación para sentir y/o medir lo que la gente siente, solo así se podrá cuáles son los niveles de aprobación de las políticas públicas, algunos métodos básicos para hacer este tipo de seguimiento son las encuestas en tierra, mediante personas encuestadoras, o incluso por medios digitales, otro método es habilitar un espacio físico o digital para recepcionar cartas de opinión pública sobre algún tema en específico, ese tipo de acciones son las que aportarán a un mejor control de gobierno.

Tabla 11

Considera que la municipalidad utiliza mecanismos de participación ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	188	49.2	49.2	49.2
	Parcialmente en desacuerdo	91	23.8	23.8	73.0
	Indiferente o neutral	53	13.9	13.9	86.9
	Parcialmente de acuerdo o conforme	31	8.1	8.1	95.0
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	19	5.0	5.0	100.0
Total		382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

En relación a los mecanismos de participación ciudadana que emplea la municipalidad, el 49.2% de los encuestados están en total desacuerdos o en

disconformidad porque no son eficientes, el 5% se encuentra totalmente de acuerdo o muy conforme con los mecanismos de participación ciudadana.

Los ciudadanos señalan que la Municipalidad no utiliza mecanismos de rendición de cuenta como audiencias, cabildos, entre otros, para dar o conocer y los ciudadanos fiscalicen el logro en los indicadores claves de desarrollo del distrito.

Si una municipalidad no integra a la ciudadanía en la planeación, preparación y ejecución de sus proyectos de qué otra forma podría fomentar la democracia. La participación ciudadana es una dinámica que genera integración y respeto hacia su opinión donde puedan estar o no de acuerdo con el gobierno, pero ese ejercicio no dejará de ser útil para la entidad.

Tabla 12
Dimensión estrategia de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desacuerdo	340	89.0	89.0	89.0
	Conforme	42	11.0	11.0	100.0
	Total	382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 89% de la población encuestada se encuentra en desacuerdo con la estrategia de comunicación que la municipalidad viene aplicando, debido que los mecanismos de concertación con la ciudadanía no funcionan de forma eficiente por lo cual la política de gobierno no es transmitida de manera adecuada ni considera aspectos importantes de la realidad de la ciudadanía. No comunicando a la población, ni involucrándola en el desarrollo integral del distrito para de manera concertada lograr resultados tangibles en el desarrollo del distrito.

Las necesidades, los objetivos, el orden y el criterio solo son algunos de los puntos

importantes que se debe tener muy claro para pensar las mejores decisiones sobre la población, la planeación a través de su estrategia permitirá ser más certero con las políticas públicas.

Resulta preocupante que casi 9 de cada 10 personas piensa que la Municipalidad de La Victoria no es una entidad que labore estratégicamente, que cumple más una función espontánea dejando de lado las intenciones por conocer más de la población.

d) Dimensión cultura

Tabla 13

Considera que los ciudadanos se preocupan por estar informados sobre las gestiones de su municipalidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	80	20.9	20.9	20.9
	Parcialmente en desacuerdo	57	14.9	14.9	35.9
	Indiferente o neutral	103	27.0	27.0	62.8
	Parcialmente de acuerdo o conforme	72	18.8	18.8	81.7
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	70	18.3	18.3	100.0
Total		382	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 27% del total de encuestados indicó que es indiferente o neutral en relación al ítem relacionado a la cultura que tiene el ciudadano respecto a involucrarse en la gestión municipal de su localidad estando informados, el 20.9% respondió que se encuentra totalmente en desacuerdo, lo cual nos indica que los ciudadanos encuestados han

percibido que la ciudadanía en general no toma interés referente al gobierno de su localidad. El principal punto crítico que se observa es la indiferencia de la ciudadanía en involucrarse en el desarrollo de su distrito y en la fiscalización del accionar de las autoridades; teniendo la predisposición que existe corrupción en el desempeño de las Municipalidades y no reflejan el bienestar general para el cual fueron creados.

Y es así, que, una vez más se demuestra que la falta de integración, participación y colaboración provoca vacíos sociales, por un lado tenemos la municipalidad que es una entidad de representación y dirección que no comunica, pero que debería impulsar esta integración, y por otro lado una ciudadanía que reclama, pero no tiene una responsabilidad con su distrito por investigar.

Finalmente, en todas las dimensiones existen puntos de mejora a tomar a consideración reflejadas en la percepción de las respuestas a las preguntas por parte de los ciudadanos que son útiles identificar para mejorar la comunicación gubernamental; de esta forma la propuesta debe mejorar las dimensiones de política, soporte organizacional, estrategia de comunicación y con mayor énfasis en el aspecto cultural, que se encuentran en proceso de mejora para lograr una óptima comunicación gubernamental organizacional en la Municipalidad Distrital de La Victoria, bajo la premisa de un estado moderno y el enfoque de la Nueva Gestión Pública, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 14

Matriz de Mejora para la Comunicación Gubernamental de acuerdo a los ciudadanos

Preguntas/Dimensiones	Conforme (+)	Desacuerdo (-)	Categoría
Política			
P1	11%	89%	Por Mejorar
P2	11%	89%	Por Mejorar
Soporte Organizacional			
P3	10.5%	90%	Por Mejorar
P4	13.9%	86%	Por Mejorar
Estrategia de comunicación			
P5	8.40%	92%	Por Mejorar
P6	12.30%	88%	Por Mejorar
P7	5.50%	95%	Por Mejorar
P8	8.90%	91%	Por Mejorar

P9	13.10%	87%	Por Mejorar
Cultural			
P10	37.20%	63%	Por Mejorar

Fuente. Encuesta

> 60%	Por Mejorar (Rojo)
40 - 60 %	En Proceso (Amarillo)
< 40	Aceptable (Verde)

Analizando los resultados por dimensiones podemos observar que la propuesta de mejora debe apuntar a mejorar todos los aspectos necesarios para una adecuada comunicación gubernamental. Estos resultados son los obtenidos de la percepción de la ciudadanía los cuales indicaron que todos los aspectos de la comunicación gubernamental se encuentran en un estado no adecuado y deben ser mejoradas ya que los resultados obtenidos se encuentran en un porcentaje mayor al 60% en desacuerdo.

Estas cifras son reveladoras de la expectativa que tiene un ciudadano sobre sus servidores públicos, esta falta de cercanía que sienten los victorianos crea una barrera de comunicación y empatía para cuando ocurran crisis sociales o malas ejecuciones en los proyectos. La opinión de las personas no dejan de ser importantes si éstos cuenta o no con estudios o recursos económicos elevados, la democracia está para representar y escuchar a todos buscando el bienestar común bajo los principios del consenso.

Tabla 15
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,893 ^a	.797	.796	.38415	
2	,977 ^b	.955	.955	.18142	
3	1,000 ^c	1.000	1.000	0.00000	1.453

a. Variables predictoras: (Constante), Estrategia_comunicacion

b. Variables predictoras: (Constante), Estrategia_comunicacion, Soporte Organizacional

c. Variables predictoras: (Constante), Estrategia_comunicacion, Soporte Organizacional, Política

d. Variable dependiente: INDICE_GENERAL

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la correlación se ha excluido la variable cultura a través del método de pasos, obteniendo un conjunto de variables independientes conformado por: estrategia de comunicación, soporte organizacional y política; y como variable dependiente índice general, tendría un coeficiente de determinación de 1,000 lo que se traduce que el 100% de la variabilidad de la percepción general del índice general se explica por las variables estrategia de comunicación, soporte organizacional y política. Analizando al Durbin Watson de 1,453 se determina que los residuos son independientes y no presentarían problema de multicolinealidad.

Tabla 16
Resumen ANOVA

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	219.719	1	219.719	1488.868	.000 ^b
Residual	56.078	380	.148		
Total	275.798	381			
2 Regresión	263.324	2	131.662	4000.310	.000 ^c
Residual	12.474	379	.033		
Total	275.798	381			
3 Regresión	275.798	3	91.933		. ^d
Residual	0.000	378	0.000		
Total	275.798	381			

a. Variable dependiente: INDICE_GENERAL

b. Variables predictoras: (Constante), Estrategia_comunicacion

c. Variables predictoras: (Constante), Estrategia_comunicacion, Soporte_Organizacional

d. Variables predictoras: (Constante), Estrategia_comunicacion, Soporte Organizacional, Política

Fuente. Elaboración propia

En el caso del ANOVA se ha obtenido un $\text{Sig} \leq 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a), donde la relación entre las variables se puede describir mediante un modelo lineal.

H_0 : La relación entre las variables no se puede describir a través de un modelo de

regresión lineal.

H_a: La relación entre las variables se puede describir a través de un modelo de regresión lineal.

Tabla 17
Coefficientes del modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		Sig.	Correlaciones		
	B	Error típ.	Beta	t		Orden cero	Parcial	Semiparcial
1 (Constante)	.368	.046		8.003	.000			
Estrategia_comunicacion	.835	.022	.893	38.586	.000	.893	.893	.893
2 (Constante)	.082	.023		3.573	.000			
Estrategia_comunicacion	.578	.012	.618	46.529	.000	.893	.923	.508
Soporte_Organizacional	.378	.010	.483	36.398	.000	.835	.882	.398
3 (Constante)	-2.258E-15	0.000						
Estrategia_comunicacion	.500	0.000	.534			.893	1.000	.418
Soporte_Organizacional	.250	0.000	.319			.835	1.000	.222
Politica	.250	0.000	.308			.834	1.000	.213

a. Variable dependiente: INDICE_GENERAL

Fuente. Elaboración propia

Los coeficientes del modelo se observa que las variables estrategia de comunicación, soporte organizacional y política son significativas para el modelo ($\text{sig} \leq 0.05$), teniendo que la variable de mayor influencia es estrategia de comunicación (0.500%) , seguido de soporte organizacional (0.250%) y política con (0.250%).

Resultados de encuesta dirigida a trabajadores municipales:

a) Dimensión política

Tabla 18
Considera que la capacidad de comunicación de gobierno de autoridades y trabajadores de la municipalidad de la victoria es óptima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	16	10.3	10.3	10.3
	Parcialmente en desacuerdo	43	27.6	27.6	37.8
	Indiferente o neutral	34	21.8	21.8	59.6
	Parcialmente de acuerdo o conforme	31	19.9	19.9	79.5
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	32	20.5	20.5	100.0

	Total	156	100.0	100.0
--	--------------	------------	--------------	--------------

Fuente. Encuesta

De los 156 trabajadores de la municipalidad distrital de La Victoria, el 27.6% señala que se presentan parcial desacuerdo sobre la premisa que indica que la capacidad de comunicación de gobierno de autoridades y trabajadores de la municipalidad es óptima, y el 10.3% señala que se encuentra totalmente en desacuerdo.

Para los trabajadores de la Municipalidad, no existe una capacidad de comunicación con la ciudadanía, dado que no cuentan con los recursos claves tanto tecnológicos, humanos y presupuestales para lograr el impacto requerido en la comunicación gubernamental.

Lo que demuestra esta respuesta por parte de los servidores públicos es un reconocimiento hacia la falta de cobertura comunicacional por parte del gobierno municipal, si ellos son concientes de la incapacidad que la entidad es más que lógica la percepción de los pobladores del distrito. Las cifras no dejan de indicar la existencia de una problemática muy importante para el buen manejo y control de la municipalidad.

Tabla 19

Considera que los órganos de gobierno actúan de manera coherente con los intereses del ciudadano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	13	8.3	8.3	8.3
	Parcialmente en desacuerdo	46	29.5	29.5	37.8
	Indiferente o neutral	39	25.0	25.0	62.8
	Parcialmente de acuerdo o conforme	27	17.3	17.3	80.1
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	31	19.9	19.9	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

Para los trabajadores municipales el 29.5% se encuentra parcialmente en desacuerdo. Pues cundieran que los órganos de gobierno no actúan de manera coherente

con los intereses de los ciudadanos. Y el 8.3% se muestra totalmente en desacuerdo al respecto. También los trabajadores indican que no existen documentos de gestión como el plan de desarrollo local, el plan estratégico institucional, entre otros, que contribuya al desarrollo clave del distrito y por ende no actúan en favor de los intereses de los ciudadanos.

Esta pregunta indica una falta de claridad por parte de los servidores públicos al saber si están o no contribuyendo hacia lo que necesita el poblador, y es claro el resultado porque ni ellos mismos conocen la dirección de la municipalidad por falta de una adecuada comunicación y organización interna, si esto se realizara eficazmente habrá mayor lucidez para aportar eficientemente desde cada área respectiva de los trabajadores municipales.

Tabla 20

La percepción de los ciudadanos con respecto a la gestión del gobierno local es positiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	12	7.7	7.7	7.7
	Parcialmente en desacuerdo	32	20.5	20.5	28.2
	Indiferente o neutral	47	30.1	30.1	58.3
	Parcialmente de acuerdo o conforme	36	23.1	23.1	81.4
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	29	18.6	18.6	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

Para el 30.1% de los trabajadores municipales encuestados es indiferente o neutral la percepción que tienen los ciudadanos respecto a la gestión del gobierno local es positiva, sin embargo, al 7.7% manifiestan que ante esta premisa se encuentran en total desacuerdo.

Mostrando que a pesar de las dificultades los trabajadores de la comuna señalan

que existen ciudadanos que aprueban la gestión de la comuna; sin embargo, aún existen brechas integrales que contribuyan al desarrollo del distrito de La Victoria.

Esto también indica ser producto de la ceguera social que tiene la municipalidad y cada uno de sus elementos, creen estar actuando con certeza y cercanía dentro de su distrito, pero cuando se les consultó a los ciudadanos éstos señalaron la gran inexistencia comunicacional de parte de la entidad.

Si el gobierno municipal realizando un trabajo positivo debe encargarse de comunicarlo a cada uno de sus trabajadores y a los ciudadanos a través de una liberación de información que muestre en palabras clara los que están haciendo, lo que no están haciendo y lo que harán más adelante.

Tabla 21
Dimensión política

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desacuerdo	88	56.4	56.4	56.4
	Conforme	68	43.6	43.6	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

La dimensión política en su conjunto abarca la percepción de la capacidad de comunicación del gobierno hacia los ciudadanos, y analizando la percepción de se ha obtenido que el 56.4% está en desacuerdo con esta dimensión, y el 43.6% si está conforme.

Los trabajadores de la comuna también coinciden con los ciudadanos que no existen estrategias ni capacidad de comunicación del gobierno para hacer conocer sus políticas públicas y mensajes claros que logren el impacto necesario en los ciudadanos.

Según los datos arrojados existe una polarización, en cuanto a percepción de los trabajadores, señalando que más de la mitad de servidores públicos no cree y no confía en estar desempeñando un trabajo representativo para los pobladores entonces, eso merece ser observado y analizado para subsanar los vacíos que está dejando pasar la municipalidad.

b) Dimensión de soporte organizacional

Tabla 22

Considera que la comunicación dentro de la organización municipal es óptima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	11	7.1	7.1	7.1
	Parcialmente en desacuerdo	40	25.6	25.6	32.7
	Indiferente o neutral	38	24.4	24.4	57.1
	Parcialmente de acuerdo o conforme	40	25.6	25.6	82.7
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	27	17.3	17.3	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

Para el 25.6% de los trabajadores municipales se encuentran parcialmente en desacuerdo, señalando que la comunicación interna de la organización edil no es óptima; y el otro 25.6% se encuentra parcialmente de acuerdo o conforme considerando que la comunicación interna si cumple con su finalidad.

Los trabajadores de la comuna también coinciden con los ciudadanos que no existen estrategias ni capacidad de comunicación interna del gobierno para hacer conocer sus políticas públicas y orientar con claros mensajes a los funcionarios y colaboradores que contribuyan al logro del desarrollo integral del distrito.

Las posibilidades de la aparición de obstáculos es mayor cuando una empresa o institución no se comunica entre sí, por eso la necesidad de enlazar comunicación entre todas las áreas usando todos los métodos posibles, por ejemplo: establecer momentos de compartir entre compañeros, usar las nuevas tecnologías para las coordinaciones y

encunciados internos.

Tabla 23

El soporte económico, tecnológico, profesional y humano con el que cuenta la municipalidad garantiza el adecuado uso de la comunicación gubernamental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	10	6.4	6.4	6.4
	Parcialmente en desacuerdo	31	19.9	19.9	26.3
	Indiferente o neutral	38	24.4	24.4	50.6
	Parcialmente de acuerdo o conforme	31	19.9	19.9	70.5
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	46	29.5	29.5	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 29.5% de todos los encuestados señalan que se encuentran totalmente de acuerdo o muy conformes con los aspectos económicos, tecnológicos, profesionales y humanos para garantizar la adecuada comunicación gubernamental, y el 6.4% indica que se encuentra en total desacuerdo referente a este ítem.

Los trabajadores municipales asumen a diferencia de los ciudadanos que cuentan con los aspectos presupuestales, tecnológicos y personal idóneo que realiza la imagen institucional de la comuna de manera adecuada.

No hay uniformidad en las declaraciones de los trabajadores, supuestamente dicen contar con los recursos necesarios para ejecutar un plan de trabajo satisfactoriamente, pero por el contrario los ciudadanos no han sentido una mejora en transmitirle sus políticas públicas.

Tabla 24

Considera importante contar con un perfil profesional especializado en el área encargada para ejercer una buena comunicación de gobierno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	10	6.4	6.4	6.4
	Parcialmente en desacuerdo	29	18.6	18.6	25.0
	Indiferente o neutral	34	21.8	21.8	46.8
	Parcialmente de acuerdo o conforme	27	17.3	17.3	64.1
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	56	35.9	35.9	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

En relación a la importancia de contar con personal capacitado y especializado para desempeñar funciones en el área encargada, el 35.9% indicó que se encuentra totalmente de acuerdo o muy conforme con lo indicado por esta premisa, mientras que el 6.4% señala que se encuentra totalmente en desacuerdo.

Evidenciando que para los trabajadores municipales es clave contar con profesionales idóneos que permita lograr el desempeño idóneo de las áreas involucradas de comunicación gubernamental.

Una necesidad importante para realizar trabajos de calidad es tener profesionales especializados en cada área de la municipalidad y que los mismos se encuentren en una capacitación y actualización constante para estar a la vanguardia, por ejemplo, en el caso de la unidad de relaciones públicas e imagen institucional no solo basta con contar con periodistas sin especializaciones, es necesario tener creativos digitales, politólogos con especialidad en comunicación política y gubernamental, la idea no es desplazar a los anteriores, pero sí que se promueva la especialización para desarrollar trabajos de calidad.

Tabla 25
SopORTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desacuerdo	69	44.2	44.2	44.2
	Conforme	87	55.8	55.8	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

En relación al soporte organizacional el 44.2% de los encuestados señala que se encuentra en desacuerdo a los mecanismos de organización interna, y el 55.8 se encuentra de acuerdo.

Los trabajadores al igual que los ciudadanos coinciden en su opinión que la organización interna de la municipalidad tiene un enfoque tradicional de manera horizontal y de manera burocrático, no enfocándose en la modernización bajo un enfoque vertical y de liderazgo en el desarrollo de las funciones propias de la municipalidad.

c) Estrategia de comunicación

Tabla 26

Los procesos de identificación del público objetivo al que se comunicará la política pública es la adecuada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	6	3.8	3.8	3.8
	Parcialmente en desacuerdo	35	22.4	22.4	26.3
	Indiferente o neutral	49	31.4	31.4	57.7
	Parcialmente de acuerdo o conforme	29	18.6	18.6	76.3
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	37	23.7	23.7	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Para los encuestados el 31.4% indica que se encuentran indiferente o neutral al opinar sobre las políticas públicas y su adecuada orientación hacia los ciudadanos, el 3.8%

señala que se encuentran en total desacuerdo porque los mecanismos de comunicación de las políticas públicas y sobre todo que sean de acceso público no vienen funcionando o desarrollan actividades de manera correcta.

Los trabajadores municipales también señalan que no existe un interés por la ciudadanía por la fiscalización en el actuar de la comuna en referencia a las políticas públicas y su adecuada orientación a los ciudadanos.

Demostrar indiferencia hacia las metodologías que se aplican o no a la ciudadanía demuestra la poca claridad de la importancia que se debería tener hacia ellos. De forma mínima cada trabajador de la municipalidad debería conocer cuáles son las dinámicas que podría poner en práctica la municipalidad para recepcionar una base de datos sobre sus ciudadanos del distrito de La Victoria.

Tabla 27

Los canales de comunicación utilizados consideran que son los más utilizados por los ciudadanos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	8	5.1	5.1	5.1
	Parcialmente en desacuerdo	37	23.7	23.7	28.8
	Indiferente o neutral	44	28.2	28.2	57.1
	Parcialmente de acuerdo o conforme	34	21.8	21.8	78.8
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	33	21.2	21.2	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

Para los trabajadores municipales les es indiferente los canales de comunicación con los ciudadanos sean los más empleados y de mayor acceso a la ciudadanía, representando el 28.2% del total de encuestados, sin embargo, el 23.7% considera que

están en parcial desacuerdo porque consideran que los canales de comunicación con los ciudadanos no son los eficientes y no cumplen la función de comunicar a la comunidad. Al igual que los ciudadanos los encargados de la comunicación gubernamental se encuentran no utilizando los adecuados canales de comunicación, no impactando en el ciudadano el actuar de la Municipalidad.

No ser concientes de la efectividad de los medios de comunicación para rendir cuentas y movilizar a los ciudadanos es un error grave que si no se aplica, la municipalidad no mostrará avances. Solo a través de la rendición de cuentas es cuando los ciudadanos pueden tener la sensación de que son valorados y tomados en cuenta por la institución y qué mejor que los medios de comunicación idóneos para hacer sentir esto.

Tabla 28

Considera que los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran adecuadamente definidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	8	5.1	5.1	5.1
	Parcialmente en desacuerdo	32	20.5	20.5	25.6
	Indiferente o neutral	45	28.8	28.8	54.5
	Parcialmente de acuerdo o conforme	29	18.6	18.6	73.1
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	42	26.9	26.9	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 28.8% del total de encuestados indica que son indiferentes o neutrales ante emitir opinión sobre si los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran adecuadamente definidos, esto porque internamente se desconoce o no

cuentan con políticas que definan el rumbo de la gestión.

Los trabajadores municipales son indiferentes al opinar si existen objetivos claros en la comunicación de las políticas públicas, mostrando el desinterés por conocer el rumbo o la ruta estratégica de la comunica en el desarrollo integral del distrito de La Victoria.

Estas respuestas hacen sentir la necesidad de una concientización social hacia los trabajadores de la institución que les permita darse cuenta de sus errores como servidores y como mismos ciudadanos.

Tabla 29

Considera que la forma del mensaje es comprensible e idóneo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	6	3.8	3.8	3.8
	Parcialmente en desacuerdo	29	18.6	18.6	22.4
	Indiferente o neutral	51	32.7	32.7	55.1
	Parcialmente de acuerdo o conforme	35	22.4	22.4	77.6
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	35	22.4	22.4	100.0
Total		156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

El 32.7% de los trabajadores municipales se encuentran indiferentes sobre si el mensaje es comprensible e idóneo, refiriéndonos como mensaje a lo que el gobierno local y su autoridad edil quieren transmitir a la población. Y el 3.8 se encuentran en total

desacuerdo considerando que el mensaje es incomprensible.

Mostrando que los trabajadores municipales son indiferentes al opinar si el mensaje es idóneo en la comunicación de las políticas públicas, mostrando el desinterés por conocer el rumbo o la ruta estratégica de la comunica en el desarrollo integral del distrito de La Victoria.

Más allá de lograr una buena estrategia con buenas propuestas para el uso de los medios de comunicación y la buena organización interna de la municipalidad también es importante conocer el lenguaje común de los ciudadanos, entender que La Victoria no un perfil de ser un distrito con niveles académicos altos, entonces desde allí se puede decir que la forma de cómo mostrar la rendición de cuentas debe estar basado en un lenguaje sencillo de digerir, con palabras menos técnicas.

Tabla 30

Los mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano son los adecuados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	6	3.8	3.8	3.8
	Parcialmente en desacuerdo	33	21.2	21.2	25.0
	Indiferente o neutral	47	30.1	30.1	55.1
	Parcialmente de acuerdo o conforme	36	23.1	23.1	78.2
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	34	21.8	21.8	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

El 30.1% de los trabajadores encuestados son indiferentes ante los mecanismos de impacto de los mensajes que emite los gobiernos locales al ciudadano, mientras que el 3.8% indica que esta en total desacuerdo con admitir que los mecanismos de conocer

impacto de mensajes hacia la comunidad son eficientes.

De esta forma coincide con la opinión de los ciudadanos donde no existen mecanismos de comunicación de los mensajes por parte de la Municipalidad y por ende el impacto de la comunicación sobre la ciudadanía no es coherente y deficiente.

Un ciudadano que tiene la responsabilidad de representar y servir a otros públicamente no puede desconocer la existencia de la comunicación horizontal, donde todo lo que proponga o menciona la municipalidad debe ser aprobado socialmente por la gente y para eso es necesario establecer acciones para rastrear esos niveles de aprobación o descontento.

Tabla 31

La municipalidad utiliza los mecanismos de participación ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	6	3.8	3.8	3.8
	Parcialmente en desacuerdo	24	15.4	15.4	19.2
	Indiferente o neutral	49	31.4	31.4	50.6
	Parcialmente de acuerdo o conforme	28	17.9	17.9	68.6
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	49	31.4	31.4	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

Para los trabajadores municipales, para el 31.4% es indiferente lo que concierne al proceso de participación ciudadana quitándole importancia a este proceso, y el 3.8% está en total desacuerdo, lo que quiere decir que no comparte o no evidencia que la

municipalidad haga uso de mecanismos adecuados para promover la participación ciudadana en los procesos concertados. Al igual que los ciudadanos señalan que los mecanismos de participación ciudadana no son utilizados, ni considerados en el actuar de los ciudadanos, evidenciando el desinterés por los ciudadanos en el accionar del desarrollo local del distrito.

Tabla 32
Estrategia de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desacuerdo	77	49.4	49.4	49.4
	Conforme	79	50.6	50.6	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

En relación a la estrategia como variable, los trabajadores municipales se muestran en desacuerdo (49.4%) en relación a la estrategia de comunicación y el 50.6% se muestra conforme al respecto.

De esta manera, la municipalidad tiene grandes rasgos de desconocimiento hacia las nuevas formas de comunicación, hacia el nuevo comportamiento que hoy tienen los ciudadanos no solo del distrito de la victoria, sino de todo el Perú y Latinoamérica, no comprenden que estamos atravesando un momento de turbulencia provocado por los mismos ciudadanos que buscan saber en qué gastan el dinero y que varias veces esos reclamos se hacen sin haberse dado cuenta que ellos también necesitan aportar con sus impuestos, pero que finalmente nunca lo saben porque no se les explicó, entonces eso demuestra que la comunicación también funciona como un ciclo que debe ser impulsado por la misma municipalidad.

d) Cultura

Tabla 33

Considera que los ciudadanos se preocupan por estar informados sobre las gestiones de su municipalidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	36	23.1	23.1	23.1
	Parcialmente en desacuerdo	48	30.8	30.8	53.8
	Indiferente o neutral	41	26.3	26.3	80.1
	Parcialmente de acuerdo o conforme	16	10.3	10.3	90.4
	Totalmente de acuerdo o muy conforme	15	9.6	9.6	100.0
	Total	156	100.0	100.0	

Fuente. Encuesta

Para los trabajadores municipales (30.8%) se encuentran parcialmente en desacuerdo, lo cual implica que, para su percepción, los ciudadanos no se preocupan en estar informados sobre la gestión de su municipalidad. Y el 9.6% indica se encuentran totalmente de acuerdo respectivamente. Al igual que los ciudadanos no existe interés sobre el desempeño de la gestión de la municipalidad y por ende no conocen el accionar de sus autoridades y la utilización de los recursos públicos. Y justo porque la municipalidad no promueve alguna campaña de aclaración sobre sus funciones o alguna otra forma para hacer entender a los ciudadanos que también deben estar concientes de qué maneras podría colaborar para que todo este sistema o ciclo de comunicación esté en marcha.

Finalmente, en todas las dimensiones existen puntos de mejora a tomar a consideración reflejadas en la percepción de las respuestas a las preguntas por parte de los trabajadores que son útiles identificar para mejorar la comunicación gubernamental; de esta forma la propuesta debe mejorar las dimensiones de política, soporte organizacional, estrategia de comunicación y con mayor énfasis en el aspecto cultural, que se encuentran en proceso de mejora para lograr una óptima comunicación gubernamental organizacional en la Municipalidad Distrital de La Victoria, bajo la

premisa de un estado moderno y el enfoque de la Nueva Gestión Pública, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 34
Matriz de Mejora para la Comunicación Gubernamental de acuerdo a los trabajadores

Preguntas/Dimensiones	Conforme (+)	Desacuerdo (-)	Categoría
Política			
P1	40%	60%	En Proceso
P2	37%	63%	Por Mejorar
P3	42%	58%	En Proceso
Soporte Organizacional			
P4	42.9%	57%	En Proceso
P5	49.4%	51%	En Proceso
P6	53.2%	47%	En Proceso
Estrategia de comunicación			
P7	42.30%	58%	En Proceso
P8	42.90%	57%	En Proceso
P9	45.50%	55%	En Proceso
P10	44.90%	55%	En Proceso
P11	44.90%	55%	En Proceso
P12	49.40%	51%	En Proceso
Cultural			
P13	19.90%	80.10%	Por Mejorar

Fuente. Elaboración propia

> 60%	Por Mejorar (Rojo)
40 - 60 %	En Proceso (Amarillo)
< 40	Aceptable (Verde)

De acuerdo a la información recolectada a través de la encuesta dirigida a los trabajadores, se debe mejorar las acciones que el gobierno pone en marcha de manera tal que sean enfocados coherentemente hacia los intereses comunes de los ciudadanos, otro aspecto por mejorar está relacionado a la cultura habiéndose identificado que según opinión de los trabajadores municipales los ciudadanos no tienen interés en informarse sobre las acciones que la gestión edil viene ejecutando. Las dimensiones soporte organizacional y estrategia de comunicación se encuentran en proceso porque el porcentaje en desacuerdo se encuentra entre 40% y 60%.

Tabla 35
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	.743 ^a	.552	.549	.336	
2	.826 ^b	.682	.678	.284	
3	.857 ^c	.734	.729	.261	
4	.862 ^d	.743	.736	.257	1.824

a. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE

b. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE, ESTRATEGIA

c. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE, ESTRATEGIA, CULTURA

d. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE, ESTRATEGIA, CULTURA, POLITICA

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la correlación efectuada mediante el método de pasos, obteniendo un conjunto de variables independientes conformado por: estrategia de comunicación, soporte organizacional y política; y como variable dependiente índice general, tendría un coeficiente de determinación de 0.736 lo que se traduce que el 73.6% de la variabilidad de la percepción general del índice general

se explica por las variables estrategia de comunicación, soporte organizacional y política. Analizando al Durbin Watson de 1.824 se determina que los residuos son independientes y no presentarían problema de multicolinealidad.

Tabla 36
Resumen de ANOVA

	Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	21.422	1	21.422	189.413	.000 ^b
	Residual	17.417	154	.113		
	Total	38.840	155			
2	Regresión	26.500	2	13.250	164.293	.000 ^c
	Residual	12.339	153	.081		
	Total	38.840	155			
3	Regresión	28.521	3	9.507	140.043	.000 ^d
	Residual	10.319	152	.068		
	Total	38.840	155			
4	Regresión	28.839	4	7.210	108.858	.000 ^e
	Residual	10.001	151	.066		
	Total	38.840	155			

a. Variable dependiente: INDICE

b. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE

c. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE, ESTRATEGIA

d. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE, ESTRATEGIA, CULTURA

e. Variables predictoras: (Constante), SOPORTE, ESTRATEGIA, CULTURA, POLITICA

Fuente. Elaboración propia

En el caso del ANOVA se ha obtenido un $\text{Sig} \leq 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a), donde la relación entre las variables se puede describir mediante un modelo lineal.

H_0 : La relación entre las variables no se puede describir a través de un modelo de regresión lineal.

H_a : La relación entre las variables se puede describir a través de un modelo de regresión lineal.

Tabla 37
Coefficientes del modelo

Modelo	Coefficientes no estandarizados		Coefficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	.370	.089	4.172	.000
	SOPORTE	.746	.054	13.763	.000

2	(Constante)	.099	.082		1.205	.230
	SOPORTE	.496	.056	.494	8.936	.000
	ESTRATEGIA	.438	.055	.439	7.935	.000
3	(Constante)	-.163	.089		-1.822	.070
	SOPORTE	.472	.051	.470	9.230	.000
	ESTRATEGIA	.404	.051	.405	7.926	.000
	CULTURA	.292	.054	.234	5.456	.000
4	(Constante)	-.203	.090		-2.249	.026
	SOPORTE	.418	.056	.416	7.430	.000
	ESTRATEGIA	.376	.052	.377	7.230	.000
	CULTURA	.291	.053	.233	5.492	.000
	POLITICA	.118	.054	.117	2.191	.030

a. Variable dependiente: INDICE

Fuente. Elaboración propia

Los coeficientes del modelo se observa que las variables estrategia de comunicación, soporte organizacional, cultura y política son significativas para el modelo ($\text{sig} \leq 0.05$), teniendo que la variable de mayor influencia es soporte organizacional (0.418%), seguido de estrategia de comunicación (0.250%), cultura (0.291%) y política (0.118%).

CAPITULO IV: CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Mediante el presente acápite se contrastó la hipótesis planteados en el estudio científico, llegando a la siguiente inferencial:

Ho: Si, identificamos los factores que desarrollan la comunicación gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional; entonces, no contribuiría a contrarrestar la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad en la municipalidad de la victoria.

H1: Si, identificamos los factores que desarrollan la comunicación gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional; entonces, contribuiría a contrarrestar la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad en la municipalidad de la victoria.

De acuerdo al análisis de la población involucrada en el presente estudio del distrito de La Victoria, los coeficientes del modelo se observan que los factores de estrategia de comunicación, soporte organizacional y política son significativos para el modelo ($\text{sig} \leq 0.05$), teniendo que los factores de mayor influencia es estrategia de comunicación (0.500%), seguido de soporte organizacional (0.250%) y política con (0.250%).

Tabla 38
Coeficientes del modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados B	Error típ.	Coeficientes tipificados Beta	t	Sig.	Orden cero	Correlaciones	
							Parcial	Semiparcial

1	(Constante)	.368	.046		8.003	.000			
	Estrategia_comunicacion	.835	.022	.893	38.586	.000	.893	.893	.893
2	(Constante)	.082	.023		3.573	.000			
	Estrategia_comunicacion	.578	.012	.618	46.529	.000	.893	.923	.508
	Soporte_Organizacional	.378	.010	.483	36.398	.000	.835	.882	.398
3	(Constante)	-2.258E-15	0.000						
	Estrategia_comunicacion	.500	0.000	.534			.893	1.000	.418
	Soporte_Organizacional	.250	0.000	.319			.835	1.000	.222
	Politica	.250	0.000	.308			.834	1.000	.213

a. Variable dependiente: INDICE_GENERAL

Fuente. Elaboración propia

Por otro lado, el análisis de los trabajadores involucrados en el presente estudio de la Municipalidad de La Victoria, señala que los coeficientes del modelo se observa que los factores estrategia de comunicación, soporte organizacional, cultura y política son significativas para el modelo ($\text{sig} \leq 0.05$), teniendo que los factores de mayor influencia es soporte organizacional (0.418%) , seguido de estrategia de comunicación (0.250%), cultura (0.291%) y política (0.118%).

Tabla 39

Coeficientes del modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		t	Sig.
	B	Error típ.	Beta			
1	(Constante)	.370	.089		4.172	.000
	SOPORTE	.746	.054	.743	13.763	.000
2	(Constante)	.099	.082		1.205	.230
	SOPORTE	.496	.056	.494	8.936	.000
	ESTRATEGIA	.438	.055	.439	7.935	.000
3	(Constante)	-.163	.089		-1.822	.070
	SOPORTE	.472	.051	.470	9.230	.000
	ESTRATEGIA	.404	.051	.405	7.926	.000
	CULTURA	.292	.054	.234	5.456	.000
4	(Constante)	-.203	.090		-2.249	.026
	SOPORTE	.418	.056	.416	7.430	.000
	ESTRATEGIA	.376	.052	.377	7.230	.000
	CULTURA	.291	.053	.233	5.492	.000
	POLITICA	.118	.054	.117	2.191	.030

a. Variable dependiente: INDICE

Fuente. Elaboración propia

Considerando los resultados antes descritos en la tabla 38 y 39, donde considerando los, así como considerando los resultados obtenidos del análisis de la población del distrito de La Victoria a través de la correlación se ha excluido la variable cultura a través del método de pasos, obteniendo un conjunto de variables independientes conformado por: estrategia de comunicación, soporte organizacional y política; y como variable

dependiente índice general, tendría un coeficiente de determinación de 1,000 lo que se traduce que el 100% de la variabilidad de la percepción general del índice general se explica por las variables estrategia de comunicación, soporte organizacional y política. Analizando al Durbin Watson de 1,453 se determina que los residuos son independientes y no presentarían problema de multicolinealidad.

Por otro lado de acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de los trabajadores de la Municipalidad de La Victoria a través de la correlación efectuada mediante el método de pasos, obteniendo un conjunto de variables independientes conformado por: estrategia de comunicación, soporte organizacional y política; y como variable dependiente índice general, tendría un coeficiente de determinación de 0.736 lo que se traduce que el 73.6% de la variabilidad de la percepción general del índice general se explica por las variables estrategia de comunicación, soporte organizacional y política. Analizando al Durbin Watson de 1.824 se determina que los residuos son independientes y no presentarían problema de multicolinealidad.

Por lo que se rechaza el H_0 y se acepta la H_1 , señalando que existe relación entre las variables analizadas y de manera positiva; en consecuencia: Si, identificamos los factores que desarrollan la comunicación gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional; entonces, contribuiría a contrarrestar la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad en la municipalidad de la victoria.

CAPITULO V: PROPUESTA TEÓRICA

5.1. Fundamento Teórico de la Propuesta Teórica

La presente investigación tiene una propuesta teórica del modelo que se fundamenta en los lineamientos teóricos de Campañas Electorales, Comunicación Gubernamental, Opinión pública, La comunicación como fuente de legitimación y Política Pública que permitirá lograr el objetivo de realizar una propuesta para mejorar la Comunicación Gubernamental de la Municipalidad Distrital de la Victoria y la ciudadanía.

El desarrollo de la propuesta teórica del modelo tiene un enfoque integral a la realidad de la institución de la Municipalidad Distrital de la Victoria a analizarse a fin de generar valor público a partir de los puntos críticos identificados.

La comunicación gubernamental desde la perspectiva teórica es comprendida como el esfuerzo del gobierno de comunicar sus políticas, sus logros y también sus desaciertos. La comunicación es la condición de posibilidad del éxito de las acciones públicas, en ese sentido podemos determinar que la comunicación gubernamental es un conjunto de esfuerzos que se realizan de forma sistemática con la finalidad de mejorar las condiciones para la ejecución de políticas públicas para desarrollar la gestión.

Asimismo, Elizalde (2005) menciona que el gobierno posee la capacidad de poner en conocimiento sus planificaciones, logros y fracasos a fin de conseguir la autorización para la mejora, ejecución o reinvención de sus proyectos. Para ello la necesidad de personal profesional y especialista se convierte en el medio de comunicación necesario para que el gobierno posea un carácter de gubernamentalidad, ejerciéndose un equilibrio entre las necesidades de la población,

las cuales pueden ser infinitas y las que realmente priorizan y favorecen un bienestar público.

De ahí la importancia de la comunicación política como “proceso interviniente, junto con el liderazgo político y los grupos organizados, en la transición y normalización de la influencia política entre las instituciones formales del gobierno, por una parte y del comportamiento electoral por otro”, Rospir (como se citó en Moger, 2015).

Brindándole a la política pública caracteres decisivos, de formulación, de desarrollo y evaluación los cuales son ejercidos por el gobierno, y se encuentran orientados a la resolución de conflictos con carácter público de relevancia estatal.

La facultad de estructurar y formular políticas publicas está estrechamente relacionada a aspectos básicos como la innovación como facultad de llevar a cabo las modificaciones necesarias, la flexibilidad al momento de la orientación y priorización de actividades, coordinación en los procesos de participación, calidad para diferenciar entre aquello que es estratégico o meramente relativo dentro de un proceso transformativo para lograr el objetivo que se espera alcanzar teniendo en cuenta las múltiples etapas, entre la formulación y planificación hasta la implementación y ejecución, asimismo como parte final la evaluación, seguimiento y análisis de los resultados con el fin de estar en la capacidad de brindar una rendición de cuentas asegurando la legitimidad de las acciones y recursos que intervinieron.

Para ello la comunicación gubernamental es considerada como el conjunto de técnicas racionales necesarias en el desarrollo de un gobierno, a través de sus diversas instituciones mediante las cuales satisface las necesidades de la población, en este punto resulta relevante definir a la gubernamentalidad entendida como el conjunto de acciones provenientes de diversos medios que abarcan los diversos aspectos de un gobierno con el objeto de incrementar o en lo posible mantener la capacidad de las instituciones así como

las condiciones de gobernabilidad que brindan la capacidad de ejecución de las múltiples gestiones. La gubernamentalidad facilita también la reducción de problemas y diferencia de atención a las múltiples e infinitas demandas de la población, promoviendo la pronta respuesta por parte de los gobiernos, mediante la comunicación eficiente procurando a su vez la eficacia de las gestiones.

Usando de esta forma los medios de comunicación para informar y/o mostrar a la sociedad civil lo referente a las actitudes políticas que hayan estado tomando. La información producida por este cuarto poder ayuda a cuestionar campañas, así como también gobiernos de todo nivel.

Siendo los medios de comunicación los mediadores permanentes en una sociedad porque estarán vinculando a los ciudadanos representados y a quienes detentan el poder de representatividad.

En dicho contexto para que exista una interacción del gobierno es clave tener dos actores que puedan vincularse y que logren desenvolver una acción de dar y recibir información por un lado estará el gobierno como tal y por el otro los ciudadanos. El gobierno municipal tiene la principal tarea de velar por el bienestar común de sus vecinos haciendo valer y atendiendo las sugerencias o demandas de ellos, pero además de comunicar lo que están realizando. Una municipalidad debe ser consciente de la importancia que tiene la constante investigación de opinión pública que debe ejecutar en su zona territorial, esto facilitará a comprender los niveles de interés y participación ciudadana, de esta manera los planes estratégicos serán ejecutados con mayor precisión aumentando así su nivel de efectividad.

Así mismo el buen funcionamiento de una institución o empresa parte desde la organización que puedan tener todos sus miembros o colaboradores. Comunicar a puertas cerradas permite crear un espacio de empatía, donde las misiones y visiones de una

municipalidad puedan ser compartidas por cada uno de los trabajadores y además donde ellos serán escuchados tomando en cuenta sus ideas.

5.2. Antecedentes

En los antecedentes de la propuesta planteada encontramos a la investigación realizada por Díaz y Leguía (2014) , quien demostró la relación entre la comunicación estratégica de las políticas públicas y la generación del consenso, proponiendo de esta forma un modelo de gestión de comunicación estratégica de las políticas públicas en gobiernos locales, donde plantea las etapas de soporte organizacional, estrategia de comunicación, diseño estratégico, desarrollo de mensajes, monitoreo y evaluación; recogiendo resultados por etapas de la evaluación del modelo de la gestión de comunicación M360°.

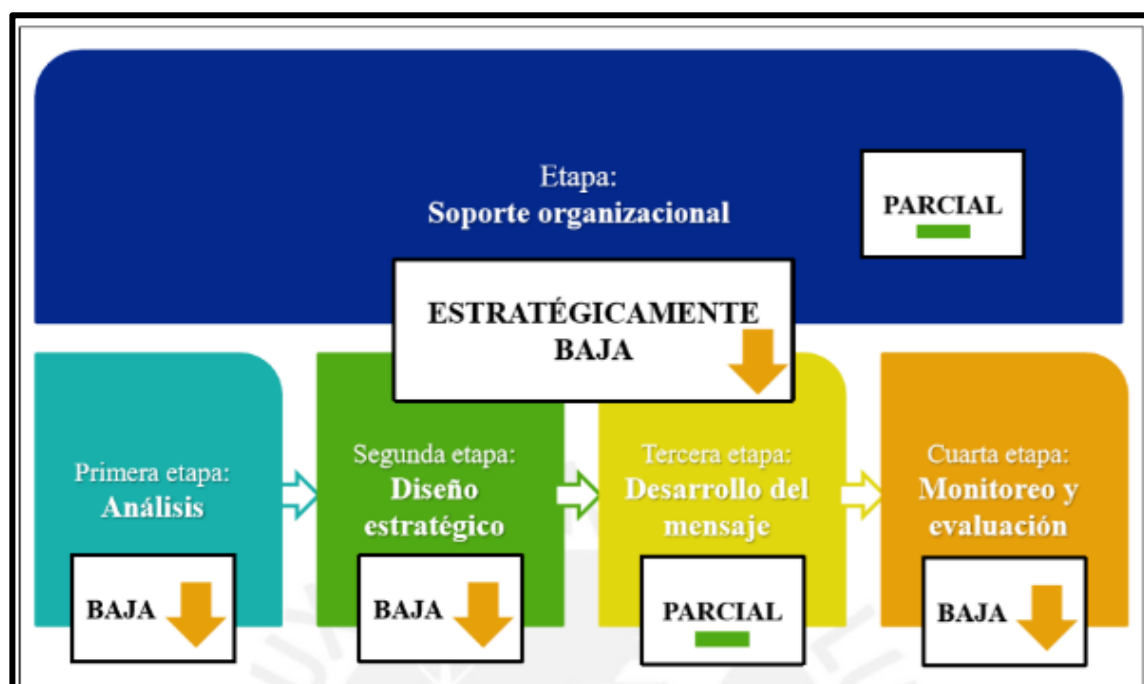


Figura 2. Etapas del Modelo de Evaluación M360°. Díaz y Leguía (2014)

Teniendo como resultado que la relación entre un bajo nivel de confianza a la municipalidad y el aumento de la percepción de inseguridad ciudadana, lo que también guarda relación con la insatisfacción del servicio público. De esta forma existe una relación, pero en sentido inverso. Es decir, el alto nivel de aprobación de la gestión

municipal como del servicio de seguridad ciudadana tiene relación con la baja percepción de inseguridad en el distrito.

Martínez (2016) en su investigación denominada “Propuesta de Comunicación Alternativa para la Municipalidad de San Miguel Petapa” plantea como objetivo general: Encontrar los canales y los medios que no han sido utilizados por para la Municipalidad de San Miguel Petapa y establecer un modelo de estrategia comunicacional. La propuesta del modelo utiliza un marketing diferenciado y no diferenciado, utilizando herramientas de comunicación alternativa tanto de medios impresos y medios de participación ciudadana, aplicando de esta forma la estrategia de crear conciencia ciudadana y hábitos de comunicación de la población con sus autoridades, considerando las etapas estratégica, táctica, operativa y de medición.

	Fase	Plan	Objetivo
Estratégica	Creación de elementos básicos comunicativos.	Implementación y acceso comunicativo a los vecinos.	Creación e implementación de medios y herramientas de comunicación alternativa específicas para los vecinos.
Táctica	Promoción, refuerzo de medios nuevos y existentes.	Aplicación de herramientas comunicativas alternativas.	Aplicación y difusión de las herramientas comunicativas alternativas propuestas.
Operativa	Creación de mensajes, utilización de las herramientas seleccionadas en la estrategia.	Actualización y mantenimiento de medios de comunicación alternativos utilizados para la realización de la estrategia.	Creación y actualización d mensajes para las distintas herramientas de comunicación alternativa.
Medición	Creación de herramientas adecuadas de medición.	Implementación de herramienta y recaudación de datos.	Medición de aceptación del grupo objetivo sobre información obtenida a través de los mensajes enviados por medios alternativos.

Figura 3. Fases de Implementación del Modelo. Martínez (2016)

Concluyendo que la propuesta de comunicación alternativa representa una herramienta vital para la Municipalidad y su aplicación para superar las diferencias comunicacionales, requiriendo voluntad política, recursos humanos y financieros

Pazmiño (2017) la influencia de la Comunicación Interna en la Imagen Corporativa del Gobierno Autónomo, incluyendo las etapas de reconocimiento, planificación, ejecución y evaluación, desarrollando un modelo operativo.

Figura 4. Fases de Implementación del Modelo. Pazmiño (2017)

ETAPA	META	ACTIVIDADES	RECURSO	RESPONSABLE	TIEMPO
Reconocimiento	Presentar el plan de comunicación interna para su revisión y aprobación por las autoridades.	Sociabilización de la propuesta “plan de comunicación interna como herramienta estratégica para fortalecer la imagen corporativa del GADML”	Proyector de imágenes, computadora, diapositivas, material impreso.	Investigadora	3 horas
Planificación	Establecer objetivos que se deberán lograr con la aplicación del plan.	Organizar el tiempo y espacio el momento de ejecución del plan de comunicación interna.	Computadora, material de oficina.	Investigadora. Dirección de Comunicación del GADMCL	2 semanas
Ejecución	Desarrollar el contenido del plan de comunicación interna	Aplicar las tácticas desarrolladas en el Plan de Comunicación Interna.	Proyector de imágenes, computadora, diapositivas, material impreso y de oficina.	Investigadora, Funcionarios, Dirección de Comunicación del GADMCL	7 meses
Evaluación	Identificar el impacto que tendrá el plan de comunicación interna.	Seguimiento mediante la aplicación de encuestas y fichas de observación.	Computadora, diapositivas, material impreso y oficina.	Investigadora, Funcionarios, Dirección de Comunicación del GADMCL	1 semana

Finalmente, Cruz (2017) en su investigación denominada “Modelo de E-Gobierno para Mejorar el Índice de Gobierno Electrónico en la Municipalidad Provincial de Piura, durante el periodo 2016” plantea como objetivo general: Proponer un modelo de e-Gob. que permita a la Municipalidad Provincial de Piura (MPP) colocarse en la Etapa de Transformación del Gobierno Electrónico durante el año 2016. Proponiendo un modelo que relaciona los componentes del Gobierno Electrónico que forman parte de la etapa de

transformación en el marco del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Los elementos fundamentales del presente modelo están conformados por Uso intensivo de TIC's, Filosofía de Reinversión, La organización y función de gobierno, La innovación de las relaciones internas y externas, La optimización de recursos y Generación de nueva información.

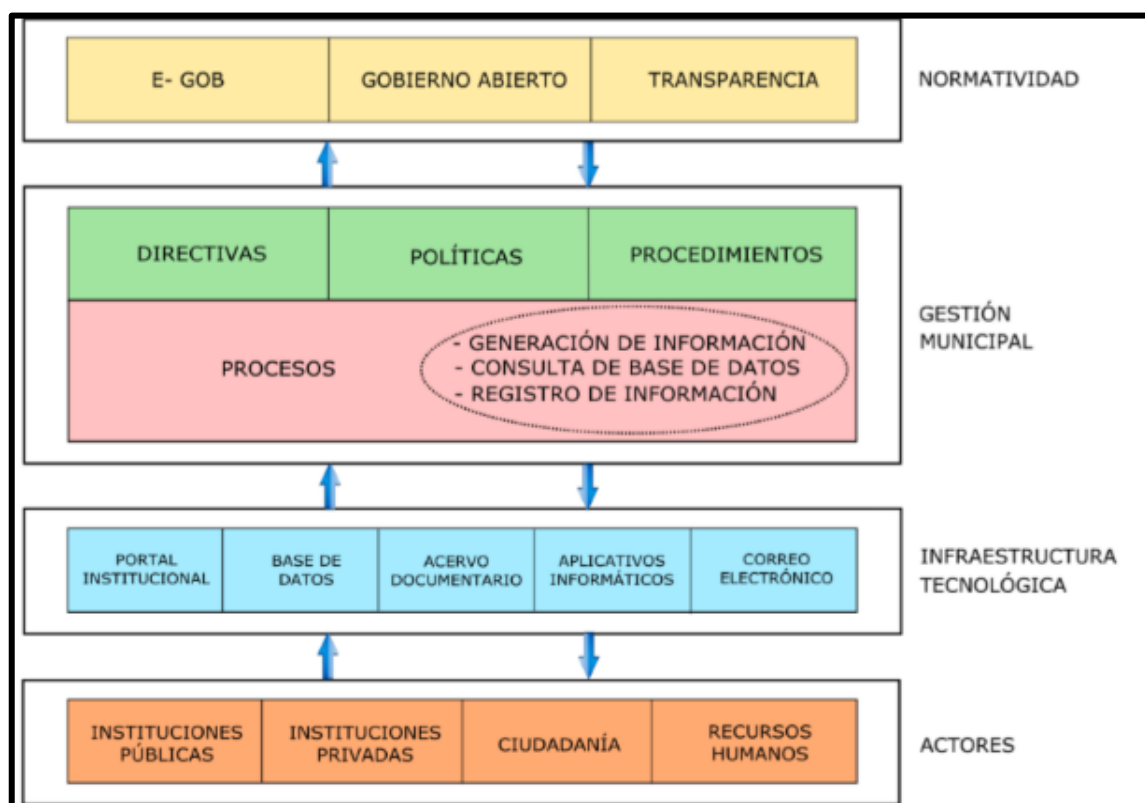


Figura 5. Modelo Propuesto. Cruz (2017)

5.3. Propuesta del Modelo

La propuesta teórica del modelo se encuentra fundamentada acorde a los lineamientos teóricos de Campañas Electorales, Comunicación Gubernamental, Opinión pública, La comunicación como fuente de legitimación y Política Pública

El desarrollo de la propuesta teórica del modelo posee un enfoque completo de la realidad de la institución a analizarse con el objetivo de plantear una propuesta para el fortalecimiento de la comunicación del gobierno a partir de ciertos puntos

críticos que se han identificado de acuerdo a las políticas públicas a nivel regional y nacional, así como los objetivos planteados de manera estratégica aplicables en la Municipalidad del distrito de La Victoria.

El proceso de desarrollo del modelo tienen como fin conocer de forma completa como se lleva a cabo la comunicación gubernamental del distrito de La Victoria, para la identificación de los puntos críticos en relación a la comunicación gubernamental, a fin de construir un modelo conceptual, que facilite la fijación de los elementos, para la implementación de acciones por diversos procesos procesos con el objeto que se lleve a cabo la creación de valor público de los ciudadanos, generando un impacto positivo en el desarrollo del territorio, y lograr la toma de decisiones óptimas así como incrementar la calidad de los servicios brindados por la Municipalidad Distrital de La Victoria hacia la ciudadanía.

El modelo planteado, argumentado de manera completa tiene como componentes: a) Sistema de Integridad para fortalecer la comunicación de gobierno, b) Fortalecer el soporte organizacional, c) Diseño de Estrategias de Comunicación de las Políticas Públicas y d) Mecanismos de Rendición de Cuentas.

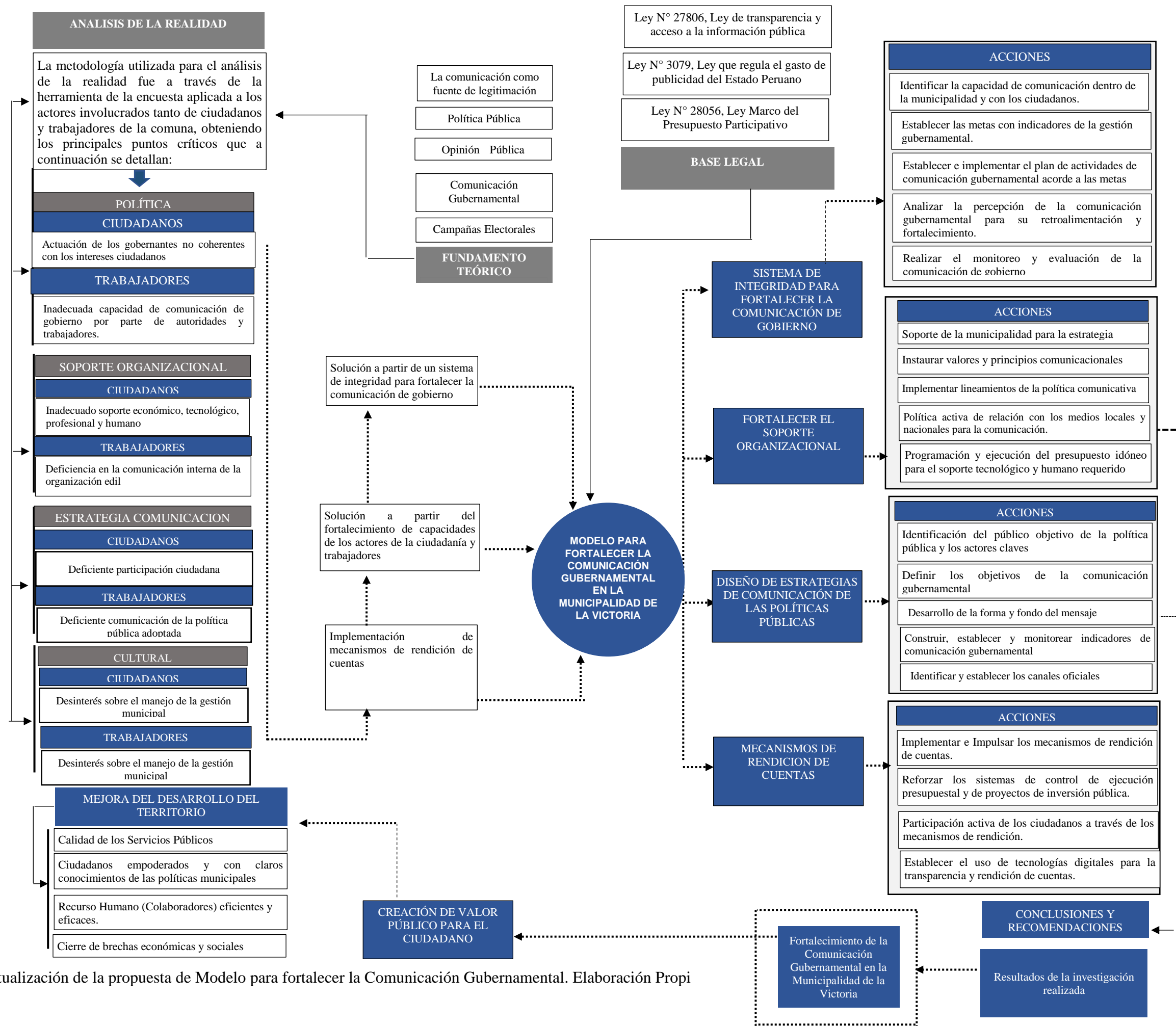


Figura 6. Conceptualización de la propuesta de Modelo para fortalecer la Comunicación Gubernamental. Elaboración Propi

CONCLUSIONES

- Los factores de la comunicación Gubernamental en el distrito de La Victoria, para los ciudadanos la dimensión que presenta mayor desacuerdo es la de política (89%), seguido de estrategia de comunicación (89%), cultura (89%) y la de soporte organizacional (86.9%); siendo las dimensiones de política, estrategia de comunicación y cultura los factores que presentan mayor disconformidad en la comunicación Gubernamental: mientras para los trabajadores la dimensión que presenta mayor desacuerdo es la de cultura (80%), seguido de política (56.4%), la de soporte organizacional (44.2%) y la estrategia de comunicación (49.4%); siendo las dimensiones de cultura, política y soporte organizacional los factores que presentan mayor disconformidad en la comunicación Gubernamental.
- La comunicación gubernamental es definida como la publicidad gubernamental que utiliza un método en la cual un gobierno democrático hace explícito sus orientaciones a un amplio número de personas, para obtener apoyo o consenso en el desarrollo de sus políticas públicas; mientras la gobernabilidad es señalada como la gobernanza vertical y la coordinación horizontal (dispersión centrífuga), así mismo involucra la auto-organización de la comunidad a partir de principios de representación y de una ciudadanía activa.

- La ciudadanía a través de sus respuestas en la encuesta que se les aplicó, permitió determinar que las cuatro dimensiones de la comunicación gubernamental: política, soporte organizacional, estrategia de comunicación y cultura, en la municipalidad distrital de La Victoria no están siendo efectivas dado que el porcentaje de encuestados que se encuentran en desacuerdo es mayor al 60%, por lo cual deberán ser mejoradas. Mientras que los trabajadores municipales brindaron datos mediante la encuesta que llevaron a obtener como resultado que el gobierno local no actúa coherentemente al interés del ciudadano por lo cual este aspecto se encuentra por mejorar, así también se determinó que los ciudadanos no se preocupan por estar informados sobre temas de la gestión municipal lo cual debe ser mejorado.
- El modelo propuesto, sustentado de manera integral tiene como componentes: a) Sistema de Integridad para fortalecer la comunicación de gobierno, b) Fortalecer el soporte organizacional, c) Diseño de Estrategias de Comunicación de las Políticas Públicas y d) Mecanismos de Rendición de Cuentas.

RECOMENDACIONES

- El proceso de mejora en la comunicación gubernamental en el distrito de La Victoria es un problema que ocasiona la inexistente relación entre el gobierno local y la ciudadanía, por ende, se recomienda que la autoridad edil por medio de sus trabajadores y funcionarios optimicen los espacios de concertación y generen confianza en la población.
- Hacer más transparente la información, que no solo sea pública, sino que sea fácil de interpretar por todos, además que su acceso sea masivo, buscando lo canales apropiados que permitan llegar a la mayoría de la población.
- Implementar la propuesta de mejora que esta investigación brinda como resultado del diagnóstico en aras de mejorar el vínculo entre la ciudadanía y las autoridades locales.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaedo, B. (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, V(2), 155-181.
- Bastidas, N. (2016). *Comunicación estratégica para organizaciones políticas ¿Cómo se comunican los partidos en época no electoral?* (Tesis de Licenciatura), Pontificia Universidad Católica Del Perú , Facultad De Ciencias Y Artes De La Comunicación , Lima.
- Bravo, J. (2016). Desafíos de la comunicación gubernamental en el cambio de época para las instituciones de Chimborazo, Ecuador. *Austral Comunicación*, 5 (2). P. 229-251.
- Cárdenas, C. (2015). *La comunicación digital mediante redes sociales de organizaciones públicas* (Tesis de pre grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4483/Cardenas_gc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2010). Para estudiar la comunicación de los gobiernos: un análisis del estado de la cuestión. *Comunicación y sociedad*, 23(1), 7-48. doi:<http://dadun.unav.edu/handle/10171/16146>
- Constitución Política del Perú (1993) (legislado)
- Díaz, A., y Leguía, J. (2014). *Gestión de la comunicación de políticas públicas en gobiernos locales. Estudio de caso de la política pública de seguridad ciudadana “Miraflores 360°” de la Municipalidad Distrital de Miraflores en el periodo 2011-2014* (Tesis de pre grado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6373/DIAZ_AL

BERTO_LEGUIA_JESSICA_GESTION_MIRAFLORES.pdf?sequence=1&isAllo
wed=y

Echavarría, C., y Maurizi, V. (2013). La comunicación gubernamental: ¿Herramienta para la legitimación de políticas o condición de posibilidad de la participación ciudadana?. Recuperado de

http://www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar/files/companam/ponencias/Comunicaci%C3%B3n,%20Pol%C3%ADtica%20y%20Derechos%20Humanos/ComunicacionyPolitica_echevarria.pdf

Eskibel, D. (2015). *Comunicación Gubernamental, La Otra Cara de la Comunicación Política*. Uruguay. Obtenido de <https://maquiaveloyfreud.com/libros-3/>

Hernández, J., Paula, M., y Najles, J. (2014). *Gobierno Municipal Abierto en América Latina de la Proximidad Administrativa a la Acción Colaborativa*. Recuperado de https://www.oas.org/es/sap/dgpe/pub/OEA-Gobierno_Municipal_Abierto.pdf

Isla Molina, L. (2002). Obtenido de Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/lisla.html>

Ley N° 27806. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 07 de agosto de 2003

Ley N° 28056. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 07 de agosto de 2003.

Ley N° 30793. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 18 de junio de 2018. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/ley-que-regula-el-gasto-de-publicidad-del-estado-peruano-ley-n-30793-1660608-11>

McQuail, D. (1991). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Amsterdam.

Macassi, S. (2012). Comunicación gubernamental y gestión de conflictos socioambientales. *Correspondencias & Análisis* 12 (2). P. 241-258. Recuperado de http://www.correspondenciasy analisis.com/pdf/v2/ms/1_comunicacion_gestion.pdf

- Mideplan. (2016). Guía para la elaboración de políticas públicas. Recuperado de https://www.inder.go.cr/acerca_del_inder/politicas_publicas/documentos/Guia-de-Elaboracion-de-PP.pdf
- Moguer Terol, M. (2015). Comunicación Política en las redes sociales. Sevilla, Andalucía.
- Noguera, F. (2005). La campaña permanente. En R. Izurieta, C. Arterton, & R. Perina, *Estrategias de comunicación para gobiernos* (págs. 77-101). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Ramos, M. (2017). La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del poder judicial del Cono Norte, Lima.2016 (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Lima. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6906/Ramos_CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5496023.pdf>
- Reyes, M., O'Quinn, J., Morales, J., & Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la Comunicación Política. *Espacios Públicos*, XIV(30), 85-101. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934007>
- Riorda, M. (2006). Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso. En L. Elizande, D. Fernández Pedemonte, & M. Riorda, *La Construcción del Consenso: Gestión de la Comunicación Gubernamental* (págs. 17-142). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Siccha, E. (2016). *La comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera - Trujillo, La Libertad. Año 2016*. (Tesis de Licenciatura), Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Trujillo.

- Sojo, C. (2011). *El Estado bajo el escrutinio, Opinión Pública, estatalidad y desempeño gubernamental en América Latina*. España.
- Susunaga, I. (2015). *Las Redes Sociales: El Nuevo Espacio Público Donde Se Crea La Opinión Pública. (Tesina de licenciatura)*. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO, Toluca, Estado de México, México.
- Secretaría de Asuntos Municipales. (s.f.). *Argentina.gob.ar*. Recuperado de https://www.mininterior.gov.ar/municipios/pdfs/SAM_05_COMUNICACION_MUNICIPAL.pdf
- Villanueva, C. (2008). *Los medios de comunicación como generadores de opinión pública en El Salvador*. (Tesis de maestría), Universidad Dr. José Matías Delgado, Facultad de Ciencias y Artes, San Salvador.
- Villavicencio, E. (2016). *Implementación de medidas de comunicación externa de la Dirección de Comunicación e Imagen de la Policía Nacional del Perú durante el 2014*. (Tesis de maestría), PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ, ESCUELA DE POSGRADO, Lima.
- Zavariz, A. (2014). *La comunicación gubernamental en la gestión pública municipal*. Recuperado de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT3-Armando-Zavariz-Vida%C3%B1a.pdf>

Anexos

Anexo 01. Encuesta a Ciudadanos

ENCUESTA

Tesis: Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad; una perspectiva desde la Municipalidad de La Victoria

Objetivo: Analizar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que generan la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la municipalidad de la victoria.

Encuestador:..... Fecha: ____/____/____

Encuesta Nº

A continuación, se le presenta un cuestionario para conocer los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional en la Municipalidad de la Victoria en el año 2019. Por favor, conteste a todas las preguntas. Si no está seguro qué respuesta dar a una pregunta, escoja la que le parezca más apropiada. A veces, ésta puede ser su primera respuesta. Por favor lea cada pregunta con detenimiento y marque con un “X” la alternativa que considere correcta. Los resultados de esta se mantendrán en estricta reserva y confidencialidad.

I. DATOS GENERALES						
1.1. Indique sexo del entrevistado	1. Indicar su estado civil					
M () F ()	Soltero (a) () Casado (a) () Viudo (a) () Divorciado (a) ()					
1.2. Edad..... años	1. Grado de instrucción del jefe de familia					
	Analfabeto Primaria Completa ()					
1.3. Área en la que elabora:.....	Primaria Incompleta () Secundaria Completa () Secundaria Incompleta () Superior Técnico Completa () Superior Técnico Incompleta () Superior Universitaria Incompleta () Superior Universitaria Completa ()					
1.4 Vive con:						
Padres () Solo () En casa de un familiar () Con amigos () Con pareja () Con Hijos () Otro: Especifique:.....						
PREGUNTAS POR DIMENSIÓN		CALIFICACIÓN				
Nº	POLITICA	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente o neutral	Parcialmente de acuerdo o conforme	Totalmente de acuerdo o muy conforme
1	Considera que la capacidad de comunicación de gobierno a través de sus autoridades y trabajadores de la municipalidad de la victoria es óptima					
2	Considera que los órganos de gobierno actúan de manera coherente con los intereses de los ciudadanos					
Nº	SOPORTE ORGANIZACIONAL	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente o neutral	Parcialmente de acuerdo o conforme	Totalmente de acuerdo o muy conforme
3	Considera que la municipalidad tiene una buena organización interna					
4	El soporte económico, tecnológico, profesional y humano con el que cuenta la municipalidad garantiza el adecuado uso de la comunicación gubernamental					

N°	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente o neutral	Parcialmente de acuerdo o conforme	Totalmente de acuerdo o muy conforme
5	Considera que la municipalidad sigue procesos estratégicos para conocer y entender al ciudadano					
6	Los canales de comunicación utilizados considera que son los más utilizados por los ciudadanos					
7	Considera que los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran adecuadamente definidos					
8	Los mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano son los adecuados					
9	Considera que la municipalidad utiliza mecanismos de participación ciudadana					
N°	CULTURAL	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente o neutral	Parcialmente de acuerdo o conforme	Totalmente de acuerdo o muy conforme
10	Considera que los ciudadanos se preocupan por estar informados sobre las gestiones de su municipalidad					

Anexo 02. Encuesta a Funcionarios de la Municipalidad

ENCUESTA

Tesis: Los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que genera la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad; una perspectiva desde la Municipalidad de La Victoria

Objetivo: Analizar los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional que generan la ausencia del consenso en perjuicio de la gobernabilidad con una perspectiva desde la municipalidad de la victoria.

Encuestador:..... Fecha: ____/____/____ Encuest a Nº

A continuación, se le presenta un cuestionario para conocer los factores que desarrolla la Comunicación Gubernamental en la unidad de relaciones públicas e imagen institucional en la Municipalidad de la Victoria en el año 2019. Por favor, conteste a todas las preguntas. Si no está seguro qué respuesta dar a una pregunta, escoja la que le parezca más apropiada. A veces, ésta puede ser su primera respuesta. Por favor lea cada pregunta con detenimiento y marque con un "X" la alternativa que considere correcta. Los resultados de esta se mantendrán en estricta reserva y confidencialidad.

I. DATOS GENERALES

1.1. Indique sexo del entrevistado

M () F ()

1.2. Edad..... años

.....

1.3. Área en la que elabora:.....

1.4 Vive con:

Padres ()

Solo ()

En casa de un familiar ()

Con amigos ()

Con pareja ()

Con Hijos ()

Otro: Especifique:.....

....

1. Indicar su estado civil

Soltero (a) ()

Casado (a) ()

Viudo (a) ()

Divorciado (a) ()

1. Grado de instrucción del jefe de familia

Analfabeto

Primaria Completa ()

Primaria Incompleta ()

Secundaria Completa ()

Secundaria Incompleta ()

Superior Técnico Completa ()

Superior Técnico Incompleta ()

Superior Universitaria Incompleta ()

Superior Universitaria Completa ()

PREGUNTAS POR DIMENSIÓN

N.º

POLITICA

1

Considera que la capacidad de comunicación de gobierno de autoridades y trabajadores de la municipalidad de la victoria es óptima

2

considera que los órganos de gobierno actúan de manera coherente con los intereses del ciudadano

3

La percepción de los ciudadanos con respecto a la gestión del gobierno local es positiva

N.º

SOPORTE ORGANIZACIONAL

4

Considera que la comunicación dentro de la organización municipal es óptima

Totalmente en desacuerdo o en disconformidad

Parcialmente en desacuerdo

Indiferente o neutral

Parcialmente de acuerdo o conforme

Totalmente de acuerdo o muy conforme

5	El soporte económico, tecnológico, profesional y humano con el que cuenta la municipalidad garantiza el adecuado uso de la comunicación gubernamental					
6	Considera importante contar con un perfil profesional especializado en el área encargada para ejercer una buena comunicación de gobierno					
Nº	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente o neutral	Parcialmente de acuerdo o conforme	Totalmente de acuerdo o muy conforme
7	Los procesos de identificación del público objetivo al que se comunicará la política pública es la adecuada					
8	Los canales de comunicación utilizados considera que son los más utilizados por los ciudadanos					
9	Considera que los objetivos de la comunicación de la política pública se encuentran adecuadamente definidos					
10	Considera que la forma del mensaje es comprensible e idóneo					
11	Los mecanismos para conocer el impacto de los mensajes que comunican al ciudadano son los adecuados					
12	La municipalidad utiliza los mecanismos de participación ciudadana					
Nº	CULTURAL	Totalmente en desacuerdo o en disconformidad	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente o neutral	Parcialmente de acuerdo o conforme	Totalmente de acuerdo o muy conforme
13	Considera que los ciudadanos se preocupan por estar informados sobre las gestiones de su municipalidad					