



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Corporativa

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN QUE UTILIZA LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MORROPÓN - CHULUCANAS, PARA INFORMAR SOBRE RENDICIÓN DE CUENTAS 2019 – 2020”.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación Corporativa

Autor:

Manuel Alberto Cisneros Arevalo

Asesor:

Mg. Carlos Enrique Fernández García
<https://orcid.org/0000-0003-4864-9768>

Cajamarca - Perú

2022

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Jean Pierre Gálvez Castañeda	45143983
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Víctor Hugo Ramírez Gómez	16728136
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Troy Requena Portella	000873139
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Dedico esta investigación en primer lugar a Dios, por su inspiración y por las fuerzas recibidas para conseguir uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres, por ser el soporte fundamental en mi vida, por su amor, su paciencia y el gran apoyo mostrado no solo en esta etapa; sino durante toda mi existencia.

A mi hermana, cuñado y sobrinos por estar siempre presentes, por sus consejos y aliento para luchar siempre por mis sueños.

Manuel Alberto Cisneros Arévalo

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, nuestro Señor, por sus infinitas bendiciones; así como mi familia, por darme su ejemplo de perseverancia y lucha, por su apoyo incondicional en toda mi etapa universitaria.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE FIGURAS	7
ÍNDICE DE TABLAS	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	11
Realidad Problemática	11
Formulación del Problema	25
1.2.1 Problema General	25
1.2.2 Problemas Específicos	25
Objetivos	25
1.3.1 Objetivo General	25
1.3.2 Objetivos Específicos.....	26
Hipótesis.....	26
1.4.1 Hipótesis General	26
1.4.2 Hipótesis Específicas.....	26
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	28
2.1 Diseño de investigación.....	28
2.2 Tipo de investigación.....	28
2.3 Población y Muestra	29
2.3.1 Población.....	29
2.3.2 Muestra	29
2.3.3 Operacionalización de las variables	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	34
2.4.1 Instrumento:	34
2.4.2 Validez y confiabilidad	35
2.4.3 Procedimiento:	36
2.4.4 Método de análisis y discusión de datos	36
2.4.5 Aspectos éticos.....	36

CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	38
CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	48
4.2. Discusión.....	48
4.3. Conclusiones.....	55
4.4. Recomendaciones.....	56
REFERENCIAS	58
ANEXOS.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resultados Pregunta N° 1 - Encuesta	34
Figura 2: Resultados Pregunta N° 2 - Encuesta	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3: Resultados Pregunta N°3 - Encuesta	35
Figura 4: Resultados Pregunta N° 4 - Encuesta	36
Figura 5: Resultados Pregunta N° 5 - Encuesta	36
Figura 6: Resultados Pregunta N° 6 - Encuesta	37
Figura 7: Resultados Pregunta N° 7 - Encuesta	37
Figura 8: Resultados Pregunta N° 8 - Encuesta	38
Figura 9: Resultados Pregunta N° 9 - Encuesta	39
Figura 10: Resultado Pregunta N° 10 - Encuesta	39
Figura 11: Resultado Pregunta N° 11 - Encuesta	40
Figura 12: Resultado Pregunta N° 12 - Encuesta	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados Pregunta N° 1 - Encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2: Resultados Pregunta N° 2 - Encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3: Resultados Pregunta N° 3 - Encuesta.....	35
Tabla 4: Resultados Pregunta N° 4 - Encuesta.....	36
Tabla 5: Resultados Pregunta N° 5 - Encuesta.....	36
Tabla 6: Resultados Pregunta N° 6 - Encuesta.....	37
Tabla 7: Resultados Pregunta N° 7 - Encuesta.....	37
Tabla 8: Resultados Pregunta N° 8 - Encuesta.....	38
Tabla 9: Resultados Pregunta N° 9 - Encuesta.....	39
Tabla 10: Resultado Pregunta N° 10 - Encuesta	39
Tabla 11: Resultado Pregunta N° 11 - Encuesta	40
Tabla 12: Resultado Pregunta N° 12 - Encuesta	41

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo principal determinar la relación existente entre las estrategias de comunicación que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón – Chulucanas y la rendición de cuentas 2019-2020. Esta investigación es no experimental, observacional, cuantitativa, debido a que está basada en comunidades que se dan sin la intervención directa del investigador. Se utilizó la técnica de la encuesta, usando como instrumento un cuestionario individual para cada variable, aplicado a una muestra de 94 colaboradores y 85 representantes de colectivos sociales. Entre los resultados obtenidos de la primera hipótesis señalan que existe una similitud directa entre las variables, obteniendo una correlación de Pearson (0,532) por lo tanto, evidencia una relación positiva moderada entre las estrategias de comunicación interna y la rendición de cuentas. En la segunda hipótesis, se obtiene una correlación de Pearson (0,715), concluyendo que existe una relación positiva alta entre estrategias de comunicación externa y rendición de cuentas.

Palabras clave: Estrategias de comunicación, rendición de cuentas, cabildos

ABSTRACT

The main objective of the research is to determine the relationship between the communication strategies used by the Provincial Municipality of Morropón - Chulucanas and the 2019-2020 accountability. This research is not experimental, observational, quantitative, because it is based on communities that occur without the direct intervention of the researcher. The survey technique was acquired, using an individual questionnaire for each variable as an instrument, applying them to a sample of 94 employees and 85 representatives of social groups. The results obtained from the first hypothesis indicate that there is a direct connection between the variables, obtaining a Pearson connection (0.532), therefore, it shows a moderate positive relationship between internal communication strategies and accountability. In the second hypothesis, a Pearson coincidence (0.715) is obtained, concluding that there is a high positive relationship between external communication strategies and accountability.

Palabras clave: Communication strategies, accountability.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Realidad Problemática

La rendición de cuentas en muchas entidades gubernamentales de nuestro país, es vista como un evento de confrontación con la población; más que un deber por parte de las autoridades por explicar y dar cuentas sobre el presupuesto utilizado para diversas obras de interés público. Se hace mención que, la participación de la ciudadanía en procesos de gestión pública forma parte del Estado de derecho de nuestro país según la Presidencia del Consejo de Ministros (2017).

Rendir cuentas obliga a las principales organizaciones del estado a la inspección pública, para prevenir malversaciones de dinero y evitar abusos, ya que están supeditados a recibir sanciones de no estar actuando de manera legal Schedler (1999).

En este contexto, se hace indispensable que los organismos de gobierno se interesen en visibilizar su gestión institucional hacia sus públicos internos y externos, mediante una estrategia de comunicación que incluya diversos medios que puedan facilitar el acceso a la información de calidad. Sin embargo, no todas las instancias de gobierno establecen priorizar este aspecto.

En ese sentido, la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas en el año 2019 dado que la Contraloría General de la República establece según el artículo 19-A de la Ley N.º 27972, Ley Orgánica de Municipalidades , se realicen mínimo dos eventos sobre rendición de cuentas en los meses de mayo y setiembre . Dicho evento tuvo como principal responsable a la Subgerencia de IMAGEN INSTITUCIONAL, quienes utilizaron sus

principales redes sociales y medios locales para la difusión, obteniendo gran afluencia de población y representantes de diferentes organizaciones de la comunidad.

En el año 2020, a raíz de la pandemia Covid- 19, se realizó una reunión de manera virtual en el mes de diciembre, a través de la plataforma Zoom y Facebook institucional, pese a ser difundido por redes sociales, la asistencia se redujo en un 40 %.

En ese sentido, se identificó la necesidad de conocer la relación existente entre estrategias de comunicación que emplea el gobierno local y la rendición de cuentas.

▪ **Antecedentes de la Investigación**

Aquino (2018) refiere que las universidades europeas tienden a competir para posicionarse en el mercado a través de estrategias de comunicación interna y externa. El objetivo es determinar las diferentes estrategias comunicacionales que utiliza la universidad del país Vasco y los elementos fundamentales de sus procesos comunicacionales. La metodología es exploratoria, de corte mixto y con técnicas cualitativas. Se evaluaron a 294 personas, de las cuales el 70 % afirmó conocer la importancia de contar con una oficina de comunicaciones en la universidad. Se concluye que, dentro de un plan de comunicación es vital implementar estrategias internas y externas, para construir una identidad corporativa sólida.

Medranda (2017) describe el estudio de la transparencia de la comunicación en los municipios del Ecuador. El objetivo es analizar la información que se visualiza en la web de los diferentes municipios ecuatorianos. La metodología es investigativa, cuantitativa. Según una encuesta nacional, el 21 % de la población confía en la

información difundida por las instituciones públicas. Se concluye que los municipios presentan un gran nivel de interés por acercar la información con transparencia a la población, pero esto se debe únicamente a que quieren cumplir con la ley nacional para evitar ser sancionados.

Según **Dueñas (2020)** el objetivo principal de su investigación es el de diseñar un mecanismo, mediante políticas de educación para mejorar la rendición de cuentas en la educación superior en Chile. La metodología es analítica y metodológica. Un estudio de gobernanza del año 2014 señala que Chile se encuentra dentro del 50 % de países con mejores indicadores de gobernabilidad y procesos de rendición de cuentas a la población. Se concluye que, para mejorar los procesos de rendición de cuentas en las instituciones de educación superior, es indispensable formular e implementar políticas públicas que permitan brindar información a la población de manera transparente y con datos reales.

Tellez (2018) menciona que la transparencia y la rendición de cuentas contribuyen a las mejoras de la secretaría de cultura de la ciudad de México. Su objetivo principal es facilitar la participación de los ciudadanos mediante procesos de rendición de cuentas para fomentar espacios de concertación y desarrollo social. La metodología es cuantitativa e investigativa. La encuesta se realizó al grupo administrativo conformado por cinco colaboradores, los cuales manifestaron que desempeñan sus actividades en un clima laboral óptimo, además de conocer las políticas de rendición de cuentas y transparencia. Se concluye que, la secretaría de cultura es una de las instituciones que más debe respetar los procesos de rendición de cuentas y transparencia, ya que debe

brindar fundamentalmente información sobre los recursos económicos que maneja a las asociaciones civiles; así como los movimientos de estos.

Temoche (2018) sostiene que las estrategias de comunicación interna en la beneficencia pública de Sullana-Piura contribuyen a mejorar el clima laboral dentro de la organización, incrementando el grado de satisfacción de los colaboradores. El objetivo es construir una estrategia comunicacional para mejorar las relaciones interpersonales de los diferentes colaboradores de cada área y mejorar la productividad. La metodología es un estudio de los fundamentos de comunicación y sus tendencias históricas. De los 100 trabajadores evaluados para identificar el nivel de clima laboral, el 94 % lo calificó como desfavorable y manifestó que se necesitaba implementar estrategias para mejorar el clima y cultura organizacionales. Se concluye que, al aplicar una estrategia comunicacional directa, ésta influye en el mejoramiento de las relaciones interpersonales y el clima laboral de manera positiva.

Barreto (2017) describe la eficiencia de las estrategias de comunicación para influir en la cultura ambiental en docentes y estudiantes de la Universidad Privada Antenor Orrego. El objetivo es principalmente describir las estrategias de comunicación orientadas a mejorar la cultura ambiental en la universidad. La metodología es exploratoria cuantitativa. Se realizó una encuesta a 25 personas, entre docentes y alumnos, de los cuales el 68 % manifestó no conocer las políticas ambientales de la universidad. Se concluye que la UPAO carece de estrategias de comunicación aplicadas a difundir una cultura ambiental favorable, dirigida al público interno.

Ramirez & Reyes (2017) postulan el estudio de la rendición de cuentas, en torno a iniciativas de responsabilidad social de la dirección académica de la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo es poder identificar prácticas de rendición de cuentas con iniciativas de responsabilidad social. La metodología es un enfoque mixto y con alcance descriptivo. Se realizó una encuesta a los docentes y estudiantes a una muestra de 379 personas, de las cuales el 61 % manifestó conocer las iniciativas de responsabilidad social a través de estrategias de rendición de cuentas. Se concluye que el enfoque de gerencia establecido por la PUCP se relaciona con la rendición de cuentas, ya que permiten conocer el nivel de impacto de las iniciativas de responsabilidad social en los principales *stakeholders*.

Lázaro (2018), menciona que la corrupción municipal está influenciada por procesos deficientes de rendición de cuentas. El objetivo fundamental es expresar el grado de obligación que tienen las instituciones públicas para brindar información transparente sobre rendición de cuentas. La metodología, al utilizarse únicamente una sola variable, es descriptiva. El estudio del 2017 señala que solo el 65 % de instituciones municipales utilizan medios para dar a conocer los procesos de rendición de cuentas de su gestión. Concluye que, se debe modificar la ley de derechos y participación ciudadana con la finalidad de poder brindarle herramientas a la población para hacerle frente a la corrupción que la mayoría de las instituciones del Estado procesa.

Marco teórico

La Comunicación

De acuerdo con Paoli (1983) la comunicación es la interacción entre dos o más personas para transmitir un mensaje. Este proceso requiere que ambos interlocutores tengan experiencias en común y poseer un mismo código o lenguaje para lograr la comprensión de mensajes.

Domínguez (2006) define a la comunicación como un proceso que construye significados y sentidos, ya que al momento de comunicarnos intercambiamos mensajes y señales entre individuos; sin embargo, los contextos comunicacionales no son los mismos, ya que las experiencias, el lugar, entre otros aspectos, hacen que una misma idea se interprete de diversa manera. Barbero (1984) agrega además que es un aspecto medible y cuantificable.

Comunicación en la gestión pública

García Sánchez (2007) señala que debe estar orientada hacia el ciudadano, mostrando siempre en todos sus procesos transparencia administrativa, además de un comportamiento eficiente y eficaz en sus actividades gubernamentales. Kuschick (2008) manifiesta que la comunicación en la gestión municipal o instituciones del gobierno utilizan herramientas comunicativas con el propósito de dar a conocer políticas públicas aceptadas por la comunidad, para lograr generar una percepción positiva en la opinión pública.

La estrategia en la comunicación

Young (2006) señala que nace como parte de un plan determinado para alcanzar un objetivo o conjunto de objetivos, mediante acciones planificadas y elaboradas con anterioridad. Desde la posición de Contreras (2013), la estrategia de comunicación está estrechamente relacionada con la experiencia, ya que es importante el conocimiento anterior en determinados campos de estudios. Esto permitirá aplicar una serie de acciones que contribuirán a lograr las metas deseadas.

Pérez González (2001) argumenta que la misión y visión de la empresa recogen aspectos fundamentales de las estrategias de comunicación, reflejadas en los planes estratégicos de la misma. Canel (1998) señala que, el poder político va de la mano con la comunicación, puesto que los candidatos necesitan darse a conocer en los diferentes medios de comunicación social. Concluyendo que, una buena gestión de la misma asegura el éxito de un postulante a algún cargo público.

Comunicación para la rendición de cuentas:

En el presente trabajo de investigación se tomaron en cuenta las siguientes dimensiones de estudio, interna, externa, dar cuentas, debate y valoración, además de consecuencias y sanciones, bajo este ángulo Portillo (2012), hace referencia a la importancia de conocer las estrategias de comunicación interna para la rendición de cuentas, ya que si se comparte información actualizada y transparente con todos los colaboradores de una organización, estos podrían advertir a las autoridades pertinentes sobre procesos y presupuestos no ejecutados legalmente, logrando ser los principales

observadores y ejecutores de procesos de vigilancia para los gobiernos locales, estatales y nacionales.

Bajo este ángulo Schedler (1999) menciona que la comunicación en los procesos de rendición de cuentas contribuye a que los involucrados en la organización puedan interpelar y aplicar sanciones a los funcionarios públicos que no cumplan con dar a conocer informes sobre rendición de cuentas y presupuestos ejecutados.

Estrategias de comunicación interna y externa

Brandolini (2008), refiere que la implementación de una estrategia de comunicación interna empieza por la investigación, así como el análisis situacional actual de una empresa. Todo esto, con la finalidad de conocer oportunidades de mejora y desarrollo que la institución podría tener.

Rivera (2018) afirma que dichas estrategias tienen sus bases en la cultura organizacional, ya que destaca la importancia de conocer primero la forma de ser de la organización para implementar acciones que construyan y generen valor corporativo.

López (2018), comenta que la importancia de conocer las estrategias de comunicación interna para la rendición de cuentas, radica en que los colaboradores pueden ser partícipes del cumplimiento de metas institucionales, ya que conocen los avances institucionales, fomentando así el buen desarrollo laboral de los mismos.

Portillo (2012) considera que, las acciones de comunicación externa están dirigidas a todo aquel público que interactúa con una organización, pero que no pertenece a ella, emplea medios e implementa acciones que les permita alcanzar un público masivo, pero que no tienen una relación directa, entre quien emite el mensaje y el que lo recibe.

En cuanto a Castañeda (2018) declara que, estas son orientadas a mejorar y construir una imagen de manera pública, De igual manera, se encarga de generar influencia en la opinión de sus stakeholders, y construir una reputación corporativa positiva mediante actividades de responsabilidad social. Además, como lo hace notar

Soler (2013), son indispensables para fijar una imagen atractiva de la organización ya sea pública o privada en la mente de nuestro público consumidor, por este motivo para identificar la relación entre estrategias de comunicación externa y rendición de cuentas se puntualiza que esta información pertenece a la ciudadanía y debe ser un principio de transparencia de toda entidad pública.

Estrategias de comunicación política

Reyes (2011) afirma que las estrategias de comunicación política son fundamentales para la consolidación de una campaña en la opinión pública; en ese contexto, participan periodistas, políticos y medios de opinión, encargados de transmitir mensajes entre el gobierno y la sociedad en general. Dicho con palabras de Yanes (2007), las estrategias de comunicación política son subjetivas, ya que los medios de comunicación no dan a conocer la verdad como tal, sino que transmiten una versión propia y ajustada de la realidad.

Misión y visión

Cardel (1991) identifica a la misión como el principio estratégico de una organización; pues es la razón de ser de esta y une a sus propósitos y valores. Para García (2015) es la carta de presentación de la empresa, donde todos los aspectos de la compañía son congruentes con los objetivos fundamentales de la misma.

Farfán (2017) la define como el propósito principal de la organización que responde a un análisis previo de los servicios y procesos que se brindan al público. Finalmente, Artavia (2017) afirma que la misión está directamente relacionada con los líderes de cada organización, ya que si estos tienen principios y valores desarrollados, los transmitirán a su empresa, construyendo una misión rica en credibilidad y respeto.

Robledo Ardila & Ríos Molina (2013) señala que la visión es una herramienta que permite construir la estrategia principal dentro de una organización, donde los directivos son los únicos encargados de señalar la dirección hacia donde debe ir la empresa y los esfuerzos necesarios para lograr el objetivo deseado. Mientras que, para Chiner (2011) es de vital importancia definir la visión de la compañía y dar a conocer los valores de la misma, todo esto para lograr una ventaja competitiva en el mercado y una estabilidad económica a medio y largo plazo.

La transparencia en las organizaciones

Según Baragli (2005), las políticas de transparencia en las organizaciones radican en una apertura de información que ayudan al proceso de gobernabilidad, mediante la utilización de estrategias que dan a conocer información sobre presupuestos, proyectos y obras, contribuyendo a facilitar el acceso y evaluación por parte de la comunidad.

Como señala Perramon (2013), afirma que las políticas de transparencia en la organización mejoran gracias a la influencia externa, pues la sociedad hoy en día reclama acceso y calidad de información sobre los proyectos ejecutados. También son múltiples las ventajas para las organizaciones, puesto que contribuyen a construir una imagen sólida y sostenible, lo que trae finalmente beneficios a mediano y largo plazo. Arellano

Gault (2008) refiere que una falla en la transparencia se da cuando la información no se socializa, debido a que se excluye gran parte de esta a los actores principales, lo que impide documentar y verificar los resultados de una gestión.

Comunicación y rendición de cuentas

Velasco Sánchez (2011) manifiesta que la rendición de cuentas hace referencia al deber que tienen actores gubernamentales para ofrecer, explicar y justificar a los ciudadanos los procesos y acciones realizadas en su gestión; de hallarse irregularidades se debe sancionar a los responsables.

De acuerdo con Emmerich (2004) el término de transparencia se refiere a la búsqueda de un gobierno más participativo y enfocado en la lucha contra la corrupción, además demuestra un alto grado de responsabilidad por parte del gobernante elegido hacia sus conciudadanos, ya que incrementa la credibilidad en todas aquellas instituciones de carácter social y público. Por otro lado, para Fernández Llera (2015) la transparencia se visibiliza en cómo los órganos gubernamentales rinden cuentas ante la sociedad y la fiscalización posterior sobre sus actividades sociales, destacando la rendición de cuentas como un valor fundamental en la gestión pública.

Alvarado & Morón (2008) postulan el modelo establecido por el Banco Mundial de Desarrollo en el año 2004, en el cual se establecen *stakeholders* (actores) que participan en el proceso de rendición de cuentas como son: el primer grupo formado por el gobierno central, el segundo por el gobierno local y el tercero por los ciudadanos. En este modelo se aprecia que tanto el gobierno central y local deben responder a las demandas de los ciudadanos que votaron por ellos, brindándoles información

transparente sobre presupuestos y ejecución de obras públicas, así como otros proyectos realizados. Para Peruzzotti (2008) la rendición de cuentas se lleva a cabo en dos direcciones, una vertical, donde se rinde cuentas a la sociedad, la prensa o los votantes; y otra horizontal, donde el accionar de las instituciones es analizado por otras entidades estatales, siendo estas últimas encargadas de recibir y verificar la información del accionar de las instituciones.

De esta manera, según Velasco Sánchez (2011) las cuentas dadas hacia la población pocas veces son aceptadas de manera inmediata, por lo cual para debatir y explicar detalles, las autoridades requieren que siempre participen cuerpos de profesionales especializados en diferentes espacios de las actividades sociales. También menciona que no solo se les debe brindar información a los colaboradores sobre el proceso de rendición de cuentas; sino también dotarles de conocimiento de manera permanente sobre la asignación de reconocimientos y sanciones al incumplir con el derecho ciudadano de informarse sobre el proceso de rendición de cuentas.

Público:

Rabotnikof (1993) afirma que desde un nivel político el público busca activamente formar parte en los procesos, leyes y participar de manera ciudadana en las decisiones de sus gobiernos locales o nacionales, convirtiendo el secreto de estado en algo de conocimiento colectivo.

Por otro lado, Dayan (2008), da a conocer que en la actualidad los niveles de cultura y educación en la sociedad han aumentado a gran escala, por lo cual la demanda de información, programas educativos y aspectos políticos ha aumentado su oferta,

siendo ofrecida en cantidad por canales de televisión y entidades del estado, acabando con el estigma de que la sociedad es pasiva y con un bajo nivel de inteligencia.

Finalmente para Aguilar & Lima (2009), las políticas públicas se manifiestan mediante la participación de actores sociales de diferentes grupos totalmente ajenos a lo gubernamental, y que de manera individual o por los principales voceros de sus respectivas asociaciones hacen políticas para alcanzar objetivos deseados que beneficien a la colectividad, mejorando su calidad de vida y las condiciones de su ciudad.

Público interno:

Oyarvide & Reyes (2017) mencionan que el público interno está conformado por todos aquellos colaboradores que tienen la capacidad de influir en los procesos y resultados de la empresa en la que laboral, además de crear impacto en el nivel de competitividad que esta última ejerce en el entorno empresarial.

Así mismo Rubio (2013) hace mención que este público es un recurso más de la empresa, ya que le permite a la misma lograr todos sus metas comerciales, de aquí la importancia de mantenerlos motivados y capacitados para que puedan realizar de manera adecuada sus actividades laborales y optimizar los procesos. Además, como explica Villanueva (2015), el valor de una organización debe estar siempre enfocado en generar confianza y una comunicación bidireccional con cada uno de sus trabajadores para construir compromisos a gran escala que beneficien a la entidad organizacional. Tomando en cuenta estos puntos se aplicó el presente trabajo de investigación desde el punto de vista interno a los colaboradores de las distintas áreas administrativas de la Municipalidad Provincial de Morropón- Chulucanas.

Público externo:

Del Corro (2021) afirma que el público externo es todos aquel que si bien no tienen un vínculo laboral con la empresa, interactúan con la misma ya que consumen o utilizan sus productos o servicios. Wilhelm et al (2009) hace mención que el buen manejo de la comunicación dirigida a este público, logra construir una identidad sólida y una buena imagen corporativa, por lo cual logra fidelizar a todos aquellos que pertenecen a la zona de influencia de la organización. Así mismo, Collado (2009) indica que este grupo está conformado por (accionistas, clientes, medios de comunicación, etc.), de aquí la importancia de ejecutar acciones de comunicación externa orientadas a forjar una imagen propicia para fidelizar a los mismos. Tomando en cuenta lo antes redactado, se tomó como partícipes de esta investigación en el ámbito externo a los representantes de los colectivos sociales asociados a la Municipalidad Provincial de Morropón-Chulucanas.

Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

- ¿Cuál es la relación existente entre las Estrategias de Comunicación y la rendición de cuentas en la Municipalidad Provincial de Morropón – Chulucanas en el periodo 2019-2020?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre las estrategias de comunicación interna y la rendición de cuentas en la Municipalidad Provincial de Morropón- Chulucanas en el periodo 2019-2020?
- ¿Cuál es la relación entre las estrategias de comunicación externa y la rendición de cuentas en la Municipalidad Provincial de Morropón- Chulucanas en el periodo 2019-2020?

Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Determinar la relación existente entre las estrategias de comunicación utilizadas por la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas y la rendición de cuentas en el periodo 2019-2020.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar la relación que existe entre las estrategias de comunicación interna utilizadas por la Municipalidad Provincial de Morropón - Chulucanas y la rendición de cuentas en el periodo 2019-2020.
- Determinar qué relación existe entre las estrategias de comunicación externa utilizadas por la Municipalidad Provincial de Morropón - Chulucanas y la rendición de cuentas en el periodo 2019-2020.

Hipótesis

1.4.1 Hipótesis General

- Las estrategias de comunicación que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas se relacionan de manera positiva con la rendición de cuentas 2019-2020.

1.4.2 Hipótesis Específicas

- Las estrategias de comunicación interna que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón- Chulucanas se relaciona de manera positiva con la rendición de cuentas 2019-2020.

- Las estrategias de comunicación externa que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón- Chulucanas se relacionan de manera positiva con la rendición de cuentas 2019-2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Diseño de investigación

Esta investigación es no experimental observacional exploratoria.

En un diseño no experimental las variables no son manipuladas, es decir, el investigador no altera el objeto de investigación, pues estos conceptos serán analizados en su forma natural sin intervenir en la información dada. En ese sentido, Hernández, Fernández y Baptista (2014) nos los reconocen como “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p. 149).

Los estudios observacionales (EO) corresponden a diseños de investigación cuyo objetivo es "la observación y registro" de acontecimientos sin intervenir en el curso natural de estos.

La investigación exploratoria tiene como objetivo estudiar un problema, fenómenos o variables para comprenderlo mejor Hernández et al, (2014. p 42).

2.2 Tipo de investigación.

Cuantitativa, transversal, prospectiva, prolectiva, correlacional.

El estudio transversal se define como un tipo de investigación observacional que describe las variables y las analiza en un momento único sobre una población predefinida Hernández et al, (2014. p156). En ese sentido, en el estudio se recolectó la información por única vez utilizando un

cuestionario para medir las dimensiones relacionadas con estrategias de comunicación y rendición de cuentas.

La prospectiva permite realizar análisis en diversas áreas y determinar o tener una idea bastante próxima de lo que puede suceder en el futuro

Un estudio es prolectivo cuando la obtención de la información se realiza simultáneamente con la ocurrencia de la maniobra y, por lo tanto, simultáneo a la ocurrencia del resultado.

Es correlacional porque pretende identificar la relación o grado de asociación entre dos o más variables en un contexto con determinadas características Hernández et al, (2014. p98).

2.3 Población y Muestra

La población y muestra estimada se determinó según se detalla a continuación:

2.3.1 Población

La población de la investigación se refiere al total de colaboradores de la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas, que es de 173; y el total de los 160 colectivos u organizaciones sociales registradas en el gobierno local en el año 2019-2020. Hernández (2014) especifica que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

2.3.2 Muestra

La determinación de la muestra se realizó de la siguiente manera, en vista que se desea establecer las condiciones de los trabajadores y colectivos, la población adscrita es de 175 unidades muestrales para los trabajadores y 160 colectivos, por lo cual representa una población estratificada establecidas en el 52.24% para los trabajadores y 47.76% para los colectivos. Sumando una

población total de 335 personas. Por lo tanto, se utilizará una fórmula para poblaciones finitas donde “z” es el valor de la distribución normal con una confiabilidad al 95%, “p” es el valor de éxito y toma el valor de 0.5, q es el valor de fracaso, y toma el valor de 0.5, el error permitido es de 5%, y la población es de 335 personas.

Formula Finita

$$z^2 (p)(q)N / e^2(N - 1) + z^2 (p)(q)$$

$$1.96^2 (0.5)(0.5)335 / 0.05^2(335 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)$$

$$n=179 \text{ personas.}$$

Al tener en cuenta la estratificación población, se concluye que se va a evaluar a 94 trabajadores y 85 colectivos para el estudio no experimental.

Tabla 1 Estratificación de la muestra

Estratificación	Población/%	Muestra
Trabajadores	175 (52.24%)	94
Colectivos	160 (47.76%)	85
Total	335 (100.00%)	179

Criterios de selección

- Criterios de inclusión

Ser colaborador de la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas durante el periodo

2019-2020

Ser mayor de 18 años

Ser un colectivo identificado por la Municipalidad Provincial Morropón Chulucanas

- Criterios de exclusión

No desear participar en el estudio.

Estar imposibilitado para resolver la encuesta por enfermedad u otro motivo.

No ser colaborador de la Municipalidad Provincial de Morropón - Chulucanas

No estar identificado como colectivo u organización en la Municipalidad Provincial de Morropón, Chulucanas

2.3.3 Operacionalización de las variables

a. Variable independiente: Estrategias de comunicación

Definición conceptual: Las estrategias de comunicación se basan en una serie de principios estratégicos que ayudan a mejorar el servicio interno y externo que brinda la organización a su personal, sus proveedores y a su público consumidor Berracoli (1998).

Definición operacional: Son el conjunto de decisiones y acciones programadas por la Municipalidad Provincial de Morropón, Chulucanas, para comunicar de una manera efectiva, en base de unos intereses concretos tanto al público interno como externo.

Dimensiones:

- Desde el punto científico de Capriotti (1998), en cuanto a la dimensión comunicación interna son todas aquellas estrategias enfocadas en dar a conocer información importante sobre la organización a todos los colaboradores.
- Teniendo en cuenta a Portillo (2012) la comunicación externa, es toda aquella enfocada en mejorar las relaciones comerciales con sus clientes, proveedores y público en general.

Indicador:

- Castañeda (2018) menciona en el conocimiento de objetivos y estrategias institucionales, importancia de elaborar un plan de comunicación interna que busque desarrollar y mejorar la cultura corporativa.
- De acuerdo con Castañeda (2018) en el acceso y uso de canales de comunicación interna, son las situaciones como conflictos entre nuestros colaboradores lo que amerita la elaboración de un plan de comunicación enfocado a nuestro público interno.
- Empleando las palabras de Castañeda (2018), para explicar el indicador grado de satisfacción de demandas y necesidades de comunicación de colaboradores hacia jefes, es necesario indagar cuales son los medios de comunicación interna más utilizados y valorados para difundir información corporativa y esta sea recibida por todo el personal.
- Castañeda (2018) desde su perspectiva en cuanto al indicador uso de estrategias de comunicación interpersonal para la deliberación técnica y política menciona la importancia de contar con espacios organizacionales donde se pueda proponer y discutir planes de acción para lograr las metas de la empresa.

- Empleando las palabras de Castañeda (2018), percepción de estrategias de escucha al ciudadano (para motivar opinión y debate), hace mención a la importancia de las opiniones de los ciudadanos en los temas de interés público.
- Bajo este ángulo Castañeda (2018) en cuanto al indicador uso de la comunicación digital nos dice que las plataformas sociales son espacios donde las instituciones deben forzosamente estar presentes para ser parte de la conversación con su público de interés.
- Como expresa Castañeda (2018) en mención a uso de la publicidad social, esta tiene un objetivo no comercial ya que únicamente busca lograr cambiar la conciencia de la sociedad.

b. Variable independiente: Rendición de cuentas

Definición conceptual: La Presidencia del consejo de Ministros (2017) sostiene que, la rendición de cuentas tiene como finalidad el desarrollo de la calidad de vida de los pueblos, ya que las autoridades muestran a la población y público interesado, los avances y problemas suscitados durante su gestión. En la administración pública es el proceso en el que los ciudadanos vigilan y evalúan la actuación con responsabilidad de los organismos y funcionarios públicos a través de mecanismos diversos.

Definición operacional: Proceso mediante el cual los representantes de la sociedad civil se informan sobre la actuación, avances y problemática durante la gestión de la Municipalidad Provincial de Morropón, Chulucanas.

Dimensiones:

Como expresa Velasco Sánchez (2011) en cuanto a las dimensiones dar cuentas, debate y valoración, consecuencias y sanciones, se debe brindar información ante el público externo e

interno, los cuales deben discutir y valorar la información recibida, asignado reconocimientos o responsabilidades de acuerdo a los resultados mostrados de ejecución de presupuestos o informes.

Indicador:

Empleando las palabras de Velasco Sánchez (2011), en cuanto al indicador percepción sobre contenidos de reportes e informes, hace mención que la rendición de cuentas es observada por las instituciones públicas como una obligación incorporada a la legalidad de vigencia.

Bajo este ángulo Velasco Sánchez (2011) en percepción sobre contrastación y valoración de la información dice que, se debe lograr que todos los colaboradores entiendan y conozcan las metas establecidas en cuanto al proceso de rendir cuentas.

De acuerdo con Velasco Sánchez (2011) en la percepción sobre reconocimientos y sanciones, son todas aquellas acciones dirigidas a todo aquel que no cumpla con la labor de rendir cuentas en su organización.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

En el caso de la presente investigación se utilizó la encuesta. Esta técnica es fundamental en un estudio cuantitativo, permite obtener datos numéricos, con la finalidad de ser analizados bajo un procedimiento estadístico.

2.4.1 Instrumento:

Se aplicó como instrumento el cuestionario.

Se utilizó un cuestionario para evaluar las estrategias de comunicación utilizadas para dar a conocer la rendición de cuentas a cada público, el interno (colaboradores) y el externo (representantes de la sociedad civil).

Instrumento para medir las estrategias de comunicación utilizada:

Se estableció una escala de respuesta tipo Likert, según se describe a continuación: Siempre (5). Casi siempre (4). A veces: (3). Casi nunca. (2). Nunca: (1). Muy satisfecho (5). Satisfecho: (4). Aceptable: (3). Insatisfecho (2). Muy insatisfecho: (1). Muy importante: (6). Importante:(5). Ni muy importante ni poco importante: (4). Poco importante: (3). Nada importante (2). No sabe // No opina (1)

Tabla 2 Número de preguntas según dimensiones

Dimensión	Preguntas
Dimensión 1: Comunicación interna	Pregunta 1 a la 44
Dimensión 2: Comunicación externa	Pregunta 1 a la 13
Dimensión 3: Dar cuentas	Pregunta 45 a la 56
Dimensión 4: Debate y valoración	Pregunta N° 57
Dimensión 5: Consecuencias y sanciones	Pregunta N °58

2.4.2 Validez y confiabilidad

Para determinar la validez de los instrumentos se realizó mediante opiniones o juicio de expertos, asegurando que las dimensiones medidas por el instrumento sean representativas de las dimensiones de la variable de interés. Fuentes-Doria et all (2020. p 65).

2.4.3 Procedimiento:

Primero, se definieron los objetivos de investigación y se seleccionó la población y la muestra. Posteriormente, se envió una carta a la Municipalidad de Morropón, Chulucanas, solicitando brindar las facilidades para el estudio y se realizaron las coordinaciones respectivas para la obtención de la relación de colaboradores y directorio de organizaciones y colectivos sociales. Luego, se inició la recolección de datos de forma presencial a los colaboradores y telefónica a los colectivos sociales. Se encuestaron a 94 colaboradores y 85 personas de los colectivos sociales.

La aplicación del instrumento fue individual y totalmente anónima, con una duración de 15 a 20 minutos. Después de la aplicación de los cuestionarios, y haberse obtenido los datos correspondientes, se procedió a asignarles los valores que les correspondían según la escala de Likert. Y, seguidamente se inició el análisis estadístico de la investigación cuantitativa. La calificación del instrumento de acuerdo con las normas técnicas establecidas se realiza de 1 a 5 puntos, con un total de 60 como máximo para la escala total.

2.4.4 Método de análisis y discusión de datos

El análisis de los datos se realizó utilizando la estadística inferencial, mediante el uso del coeficiente de relación de r Pearson, con el objetivo de identificar la relación existe entre las variables de estudio en los públicos investigados.

2.4.5 Aspectos éticos

En el siguiente estudio se ha considerado el cumplimiento de los principios de respeto, justicia, honestidad, responsabilidad e imparcialidad.

Para el acceso a la información desde la Municipalidad Provincial de Morropón -Chulucanas, existió la predisposición de los jefes de área quienes facilitaron la aplicación de los instrumentos de recojo de información, así como disponibilidad para la revisión de documentos de las actividades sobre rendición de cuentas llevadas a cabo.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Tabla 3 Relación entre estrategias de comunicación y rendición de cuentas

Hipótesis General

			Estrategias de comunicación	Rendición de cuentas
Estrategias de comunicación	de	Correlación de Pearson	1	,540
		Sig. (bilateral)		,004
		N	179	179
Rendición de cuentas	de	Correlación de Pearson	,540	1
		Sig. (bilateral)	,004	
		N	179	179

De acuerdo a los resultados de la tabla 3, se puede observar que se utilizó como muestra a 179 personas, planteándose un nivel de confianza de 95%, esto significa que el nivel de significancia o margen de error es de 5% es decir 0,05; el nivel de significancia bilateral es 0.04 es menor que el 0.05, máximo error permitido, por lo tanto estas dos variables se relacionan de acuerdo al rango de valores de r de Pearson, obteniéndose un 0,540, siendo una correlación positiva moderada, por lo tanto podemos decir que las variables se relacionan de manera directa; asimismo, podemos indicar que a medida que la variable estrategias de comunicación aumenta, se ve reflejado en la rendición de cuentas por parte de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Morropón, Chulucanas.

Tabla 4 Relación entre estrategias de comunicación interna y rendición de cuentas

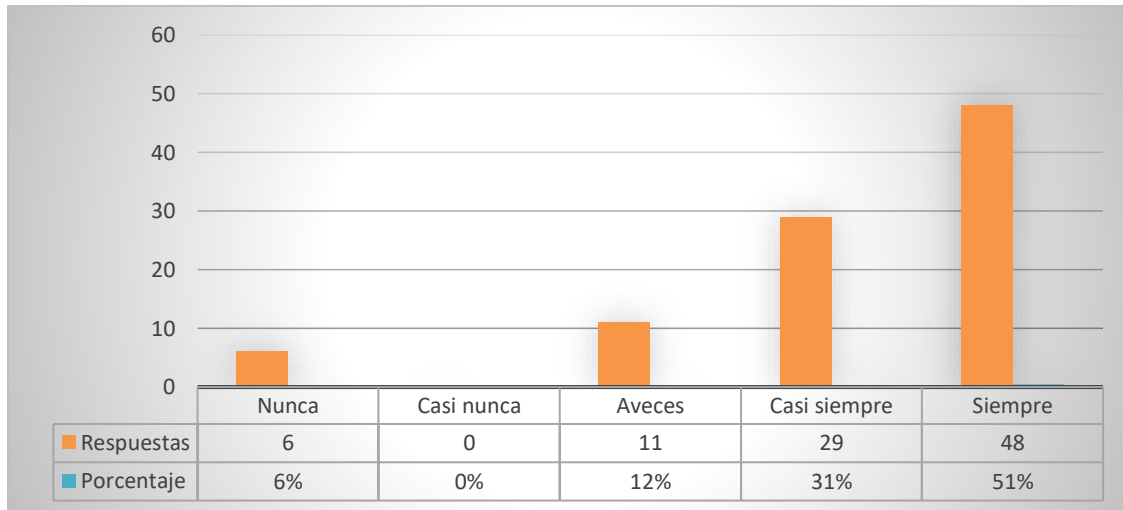
Hipótesis específica 1

		Estrategias de comunicación interna	Rendición de cuentas
Estrategias de comunicación interna	de	Correlación de Pearson	1
		Sig. (bilateral)	,532
		N	,001
Rendición de cuentas	de	Correlación de Pearson	94
		Sig. (bilateral)	,532
		N	,001

- *La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

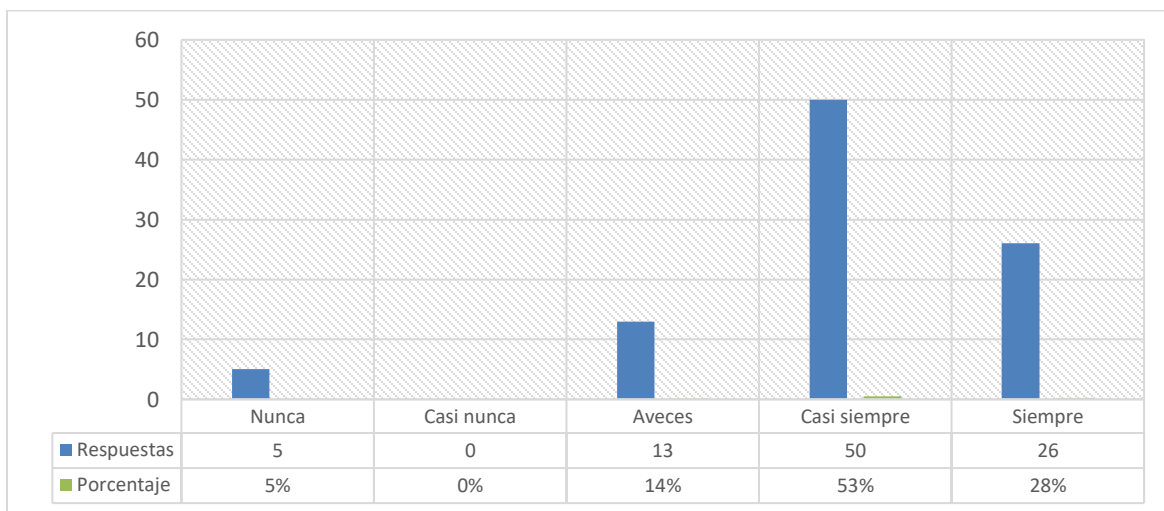
Según lo observado en la tabla 4, existe una correlación directa entre las variables, sustentando con lo obtenido de acuerdo con el r Pearson de 0,532, existe una relación positiva moderada entre las variables. Asimismo, el nivel de significancia bilateral es 0.01, rango menor a 0.05, máximo error permitido.

Gráfico 1 Porcentaje de colaboradores que se informa a través de boletines informativos u otros similares



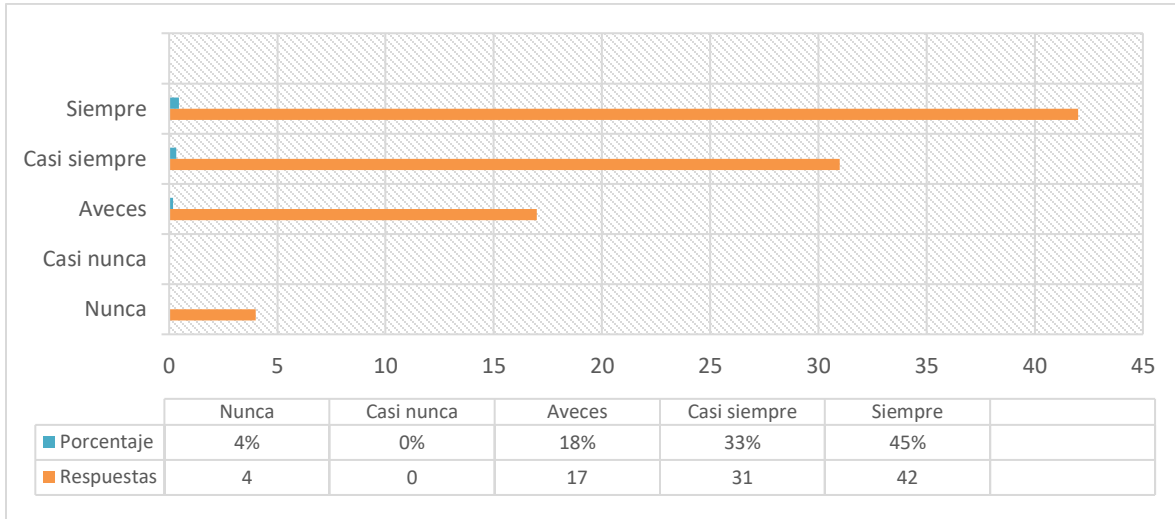
En el gráfico 1 observamos que el 51 % de colaboradores se informa siempre a través de boletines informativos u otros similares, el 31 % casi siempre, el 12 % a veces y solo el 6 % nunca.

Gráfico 2 Porcentaje de colaboradores que se informa a través de reuniones o asambleas virtuales



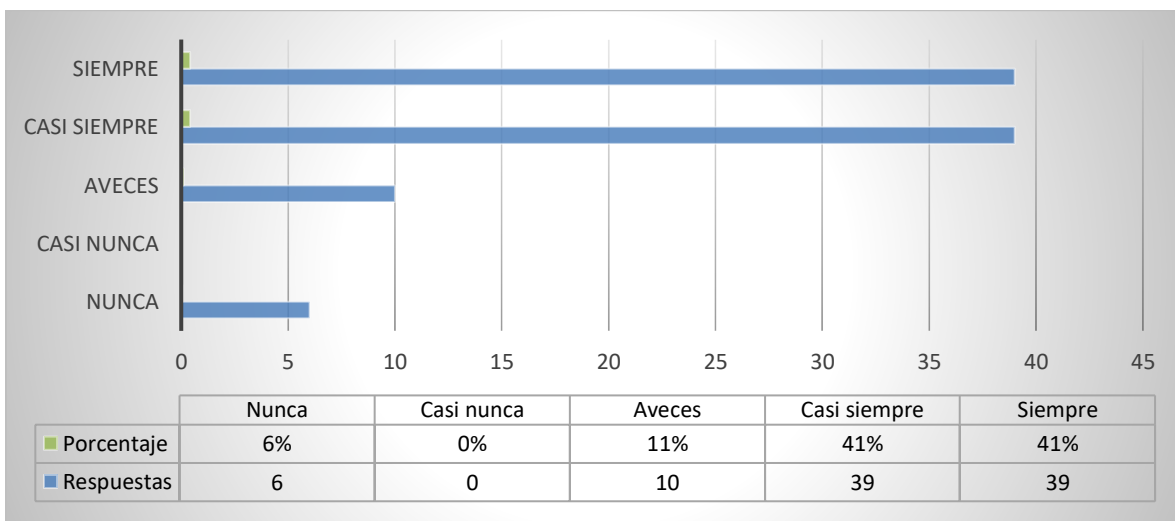
El gráfico 2 muestra que el 53 % recibe casi siempre información sobre rendición de cuentas a través de reuniones o asambleas virtuales, el 28 % siempre. Así mismo, el 14 % a veces y el 5% nunca.

Gráfico 3 Porcentaje de colaboradores que se informa a través de cartas y memorándum



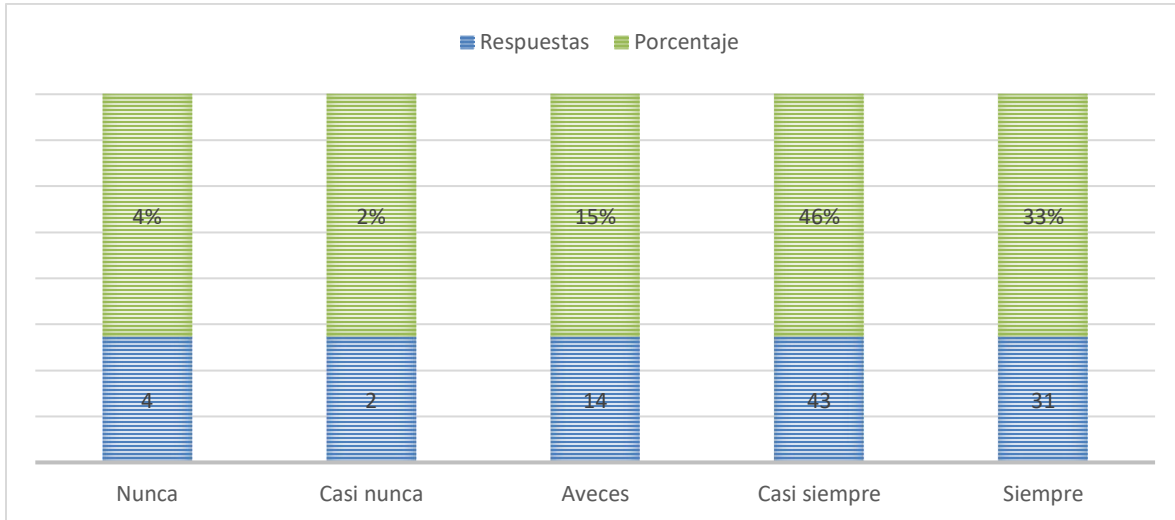
En concordancia con el gráfico 3, el 45 % de los colaboradores se informan siempre a través de cartas y memorándum, el 33 % casi siempre, el 18 % a veces y el 4% nunca.

Gráfico 4 Porcentaje de colaboradores que se informa a través de llamadas telefónicas



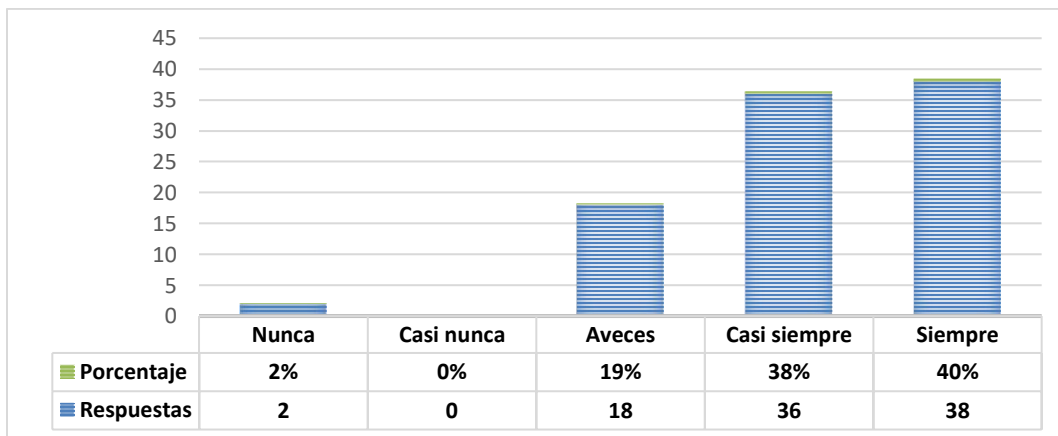
En el gráfico 4 se observa que el 41 % se informa siempre por llamadas telefónicas, de igual manera el 41 % casi siempre, el 11 % a veces y solo el 6% nunca.

Gráfico 5 Porcentaje de colaboradores que se informa a través de la página web de la Municipalidad



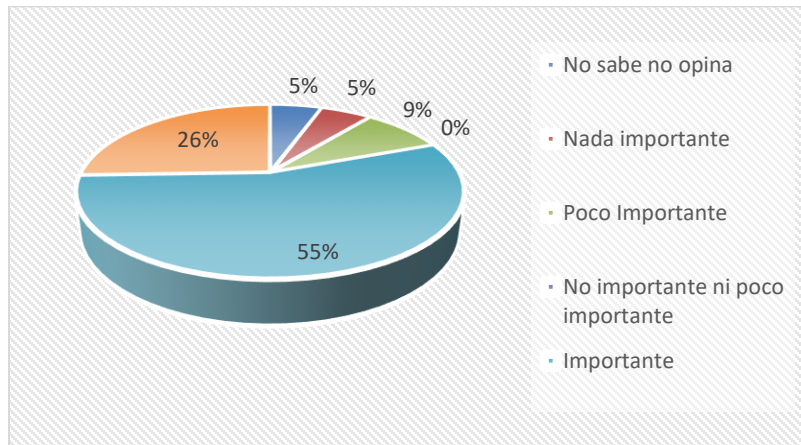
El gráfico 5 muestra que el 46 % de los encuestados casi siempre se informa a través de la página web de la Municipalidad, el 33% siempre, 15 % a veces, solo el 4 % nunca y el 2 % casi nunca.

Gráfico 6 Porcentaje de colaboradores que se informa a través del portal de transparencia



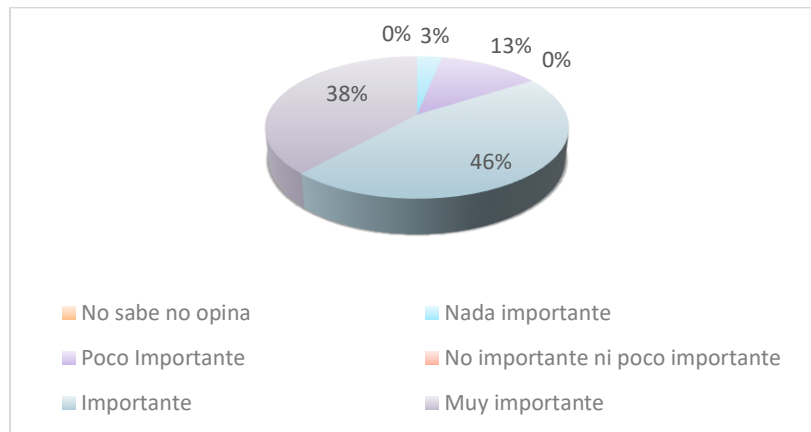
Según el gráfico 6, el 40 % se informa a través del portal de transparencia, el 38 % casi siempre, el 19 % a veces y el 2% nunca.

Gráfico 7 Califica la importancia de que la Municipalidad de Morropón Chulucanas realice las siguientes acciones, Brindar información a los colaboradores sobre procesos de rendición de cuentas



Según el gráfico 7, 55 % considera importante, el 26 % muy importante, el 9 % poco importante, el 5 % nada importante y el 5 % no sabe no opina.

Gráfico 8 Brindar información a la población y sociedad civil sobre procesos de rendición de cuentas



El gráfico 8 muestra que el 46 % de los encuestados considera importante, el 38% muy importante, 13 % poco importante, solo el 3 % nada importante.

Tabla 5 Relación de estrategias de comunicación externa y rendición de cuentas

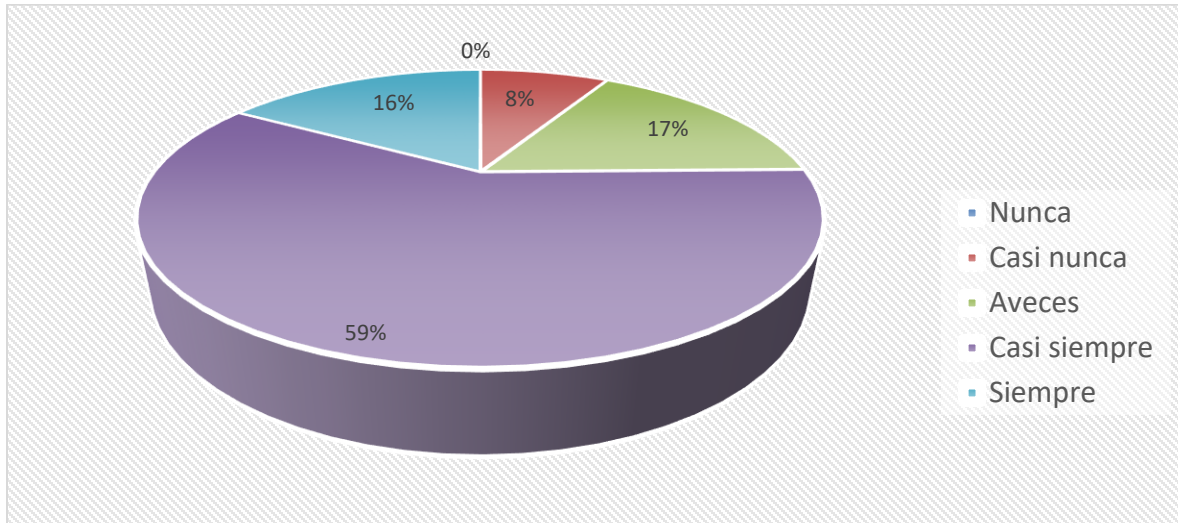
Hipótesis específica 2

			Estrategias de comunicación externas	Rendición de cuentas
Estrategia de comunicación externa.	de	Correlación de Pearson	1	,715
		Sig. (bilateral)		,001
		N	85	85
Rendición de cuentas	de	Correlación de Pearson	,715	1
		Sig. (bilateral)	,001	
		N	85	85

*La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

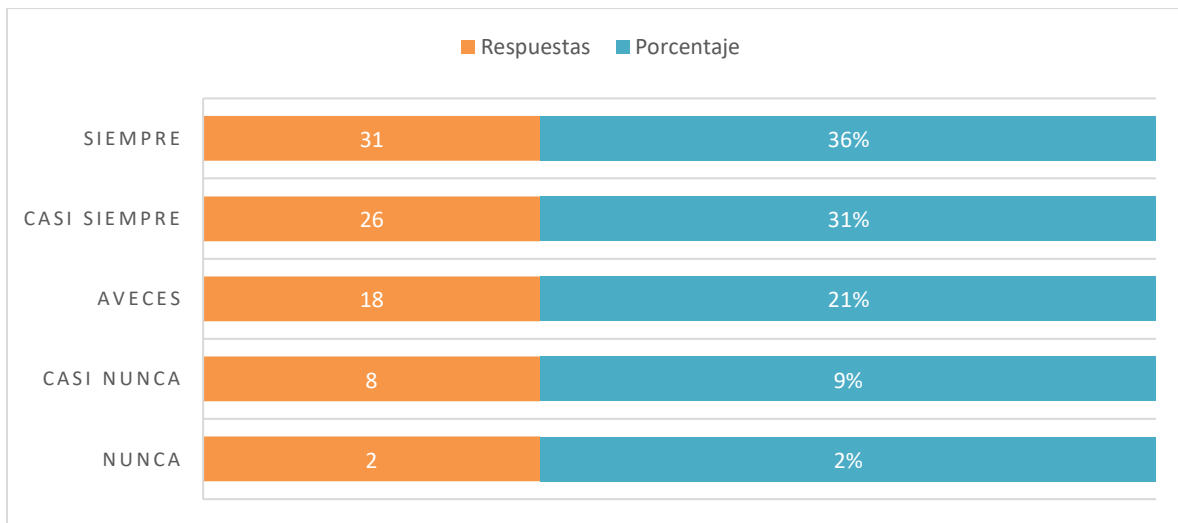
Visto los resultados de la tabla 5 se evidencia que las estrategias de comunicación externa son efectivas para mantener informada a los colectivos sociales sobre la rendición de cuentas, pues se visualiza la correlación directa existente entre las variables, sustentando con lo obtenido de acuerdo al r Pearson de 0,715, asimismo, el nivel de significancia bilateral es 0.01 es menor que el 0.05 máximo error permitido, lo que significa que estas dos variables se relacionan de manera positiva alta.

Gráfico 9 Porcentaje de representantes de colectivos sociales que se informa a través de correo electrónico



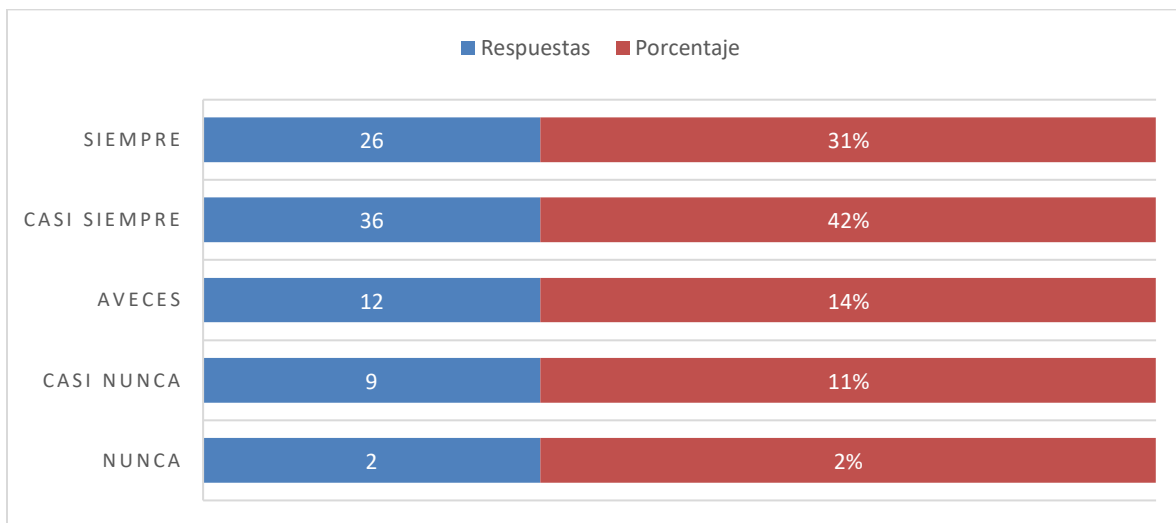
Según el gráfico 9, 59 % se informa a través de correo electrónico casi siempre, el 17% a veces, el 16 % siempre y el 8 % casi nunca.

Gráfico 10 Porcentaje de representantes de colectivos sociales que se informa a través de espacios de consulta



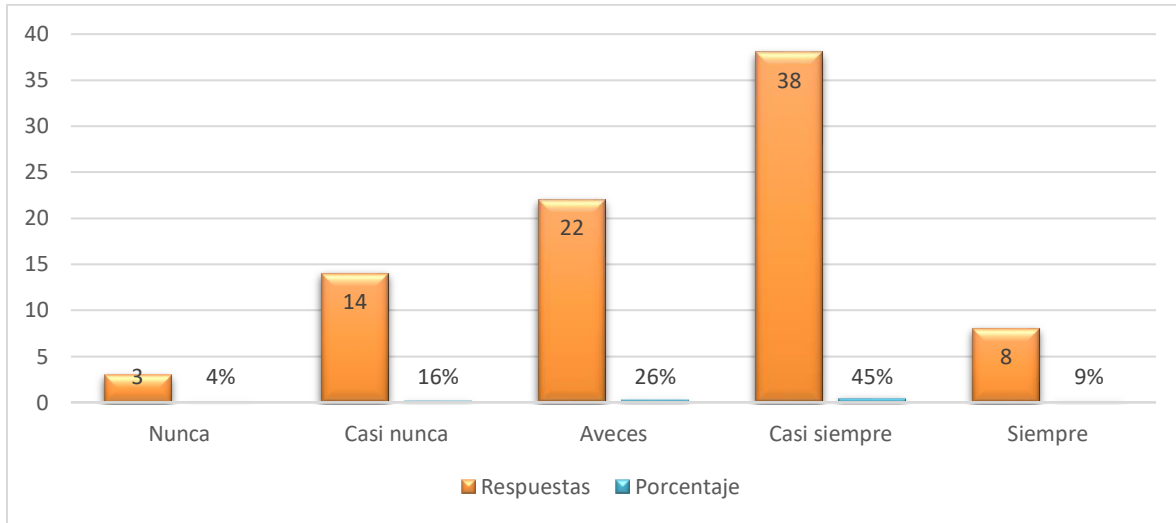
En el gráfico 10 se observa que el 36 % de representantes de colectivos sociales se informa a través de espacios de consulta, el 31 % casi siempre, el 21 % a veces, solo el 9% casi nunca y el 2 % nunca.

Gráfico 11 Porcentaje de representantes de colectivos sociales que se informa a través de encuestas



El gráfico 11 muestra que el 42 % de los encuestados casi siempre recibe información a través de encuestas, el 31 % siempre, el 14% a veces, el 11% casi nunca y el 2% nunca.

Gráfico 12 Porcentaje de representantes de colectivos sociales que se informa a través de talleres, seminarios y foros públicos



Según el gráfico 12, el 45 % se informan casi siempre a través de talleres, seminarios y foros públicos, el 26 % a veces, el 16 % casi nunca, el 9 % siempre y el 4% nunca.

CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.2. Discusión

En el siguiente trabajo de investigación, se planteó como objetivo principal determinar la relación existente entre las estrategias de comunicación utilizadas por la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas y la rendición de cuentas en el periodo 2019-2020.

De esta manera, según los resultados obtenidos se puede determinar que el mencionado gobierno local utiliza diversas estrategias de comunicación para promover la rendición de cuentas, lo cual se visibiliza en la relación positiva moderada hallada entre ambas variables. Esta relación directa se mantiene tanto en el público interno como en el público externo.

Al respecto, y reforzando la idea de una acción integrada entre los *stakeholders* afirma que, una estrategia de comunicación contribuye a consolidar un proceso comunicativo propio en cada organización que deberá ser aplicado en todos los procesos de la misma, tanto de manera interna como externa, es decir debe ser utilizada con los colaboradores y proveedores. Si bien es cierto, la temática de rendición de cuentas está impulsada por la obligatoriedad según la normatividad vigente. Viñarás (2013) afirma que las estrategias de comunicación si son utilizadas de manera eficaz, pueden ganar confianza en la organización, así como mejorar la influencia que tiene en un grupo de personas, siempre y cuando la empresa sea coherente con la forma en la que dice y realiza sus actividades. De esta manera, se corrobora el hecho de que la estrategia de comunicación utilizada por la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas está impactando de manera similar en su público interno y externo.

Y eso se confronta con los porcentajes similares entre uso de medios para informarse y la percepción de utilización de estos de parte de la municipalidad para dar información sobre la rendición de cuentas. Esto se encuentra intrínsecamente relacionado con una percepción de una gestión pública de puertas abiertas. Aunque en el estudio realizado por Medranda (2017), se encontró diferencia con estos resultados ya que solo el 21 % de la población confía en la información difundida. Dados estos resultados se concluye que las instituciones de gobierno presentan un gran nivel de interés por acercar la información de la manera más transparente posible, pero con la única finalidad de evitar ser sancionados por la ley nacional del Estado Peruano.

En cuanto al primer objetivo específico de la presente investigación, los resultados señalan que existe relación entre la comunicación interna y la rendición de cuentas, ya que existe una correspondencia positiva moderada entre las variables.

De esta manera, en el estudio realizado por Ramirez & Reyes (2017), se encontró similitud, debido a que el 61% de los encuestados manifestaron que la rendición de cuentas se relaciona directamente con el impacto positivo de los stakeholders. Dados estos resultados, se concluye que las instituciones gubernamentales locales implementan canales de comunicación interna para mantener informado a sus colaboradores sobre los diferentes aspectos de la gobernabilidad institucional.

Por otro lado, González & Hernández (2007) argumentan que, la comunicación en la gestión pública cumple una función importante, debido a que es la manera en la que todos reciben y entienden los mensajes en una institución del gobierno; sirve además para que todos conozcan sus actividades individuales y la relación que tienen con el trabajo en general.

Con base a Fernández (2016), las estrategias de comunicación interna son todos aquellos mensajes relacionados con los colaboradores de una organización, así como el uso de diferentes medios de comunicación internos para la construcción de buenas relaciones entre los mismos.

En ese sentido, el 34% y 30% de los encuestados señalan que la Municipalidad brinda información a los colaboradores sobre las acciones que implementa siempre y casi siempre respectivamente. Y el 46% y 47%, señala que brindan informes y reportes sobre gestión pública siempre y casi siempre, representando en conjunto un 93%. Lo que implica que hay una percepción positiva sobre la información recibida relacionada con la administración pública.

Sobre el particular, Vilchez Gutarra (2014) refiere que la comunicación orientada a la gestión pública es de uso estratégico, ya que está involucrada en todos los niveles de decisión, e influye en la conducta de los colaboradores y fortalece las capacidades de estos. De igual manera, se planifica como punto de inicio qué y cómo se va a comunicar, hacia quién y qué medios se utilizarán, por lo cual es importante conocer muy bien el contexto y las necesidades de información de la población e instituciones gubernamentales.

Asimismo, Brandolini y González Frígoli (2009), afirman que un plan de comunicación interna debe ser: integral, varios canales; coherente, mensajes sin contradicciones; oportuno, mensajes que llegan en el momento esperado; ético, respeta los valores que rigen la gestión integral del negocio; claro, de fácil comprensión; original, debe impactar y ser diferente a cualquier otro tipo de comunicación.

En ese sentido, y según la encuesta realizada la estrategia de comunicación interna de la Municipalidad de Morropón Chulucanas, su estrategia incluye un *mix* de medios a través de los cuales se difunden los mensajes sobre rendición de cuentas entre los colaboradores del gobierno

local, los cuales detallamos a continuación: boletines informativos u otros similares, reuniones o asambleas virtuales, cartas o memorándums, llamadas telefónicas, páginas web de la municipalidad y portal de transparencia, los cuales ronda en promedio en un 80% entre los que siempre lo usan o casi siempre, lo que implica la gran mayoría de la población encuestada. Según esto, el 53% se informa a través de reuniones o asambleas virtuales, el 51 % de los encuestados se informa a través de boletines, 46 % por la página web de la municipalidad, 45 % a través de cartas y memorandos, 41 % mediante llamada telefónica y el 40 % por el portal de transparencia.

Concordando de esta manera con Pintado y Sánchez (2014. pág. 6-8) quienes señalan que los medios de comunicación más conocidos en el ámbito de las empresas está el memorándum, las reuniones con agenda, el correo electrónico y el internet. Agregan que, en toda comunicación, el 45% lo lleva la comunicación visual: el 38%, la corporal o gestual: el 10% escrita; 7% verbal.

En cuanto al segundo objetivo específico, identificar cuáles son las estrategias de comunicación externa que la Municipalidad Provincial de Morropón, Chulucanas, utiliza para la rendición de cuentas 2019-2020.

Sobre esto, el 40% de la población encuestada recibe información relacionada con la rendición de cuentas de la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas casi siempre; el 27%, a veces y el 12% siempre. Sobre esto, el 65% consideran importante y 23% muy importante participar en acciones relacionadas con la rendición de cuentas. En el estudio realizado por Tellez (2018), se encuentra similitud, ya que tiene como conclusión que las secretarías o instituciones públicas son las que más deben respetar el proceso de rendición de cuentas y transparencia, en pro de contribuir con el desarrollo de las provincias. Dados estos resultados, se concluye que las

municipalidades deben crear espacios públicos y abiertos para dar a conocer los presupuestos participativos utilizados durante toda la gestión, para brindar transparencia y participación social.

En consecuencia, se relacionaría con estrategias de comunicación que impulsen o fortalezcan los canales de comunicación masiva, pero con participación presencial como asambleas. Asimismo, revela la importancia de reforzar las estrategias utilizadas para la difusión de actividades para la rendición de cuentas con el objetivo de promover la participación de la población.

Al procesar los datos de la muestra de 85 representantes de colectivos sociales, el resultado fue que el 45 % casi siempre y el 9 % siempre se informan sobre los procesos de rendición de cuentas mediante talleres, seminarios y foros públicos.

En ese sentido, y según la encuesta realizada los medios que obtuvieron un mayor porcentaje de uso de parte de los colectivos sociales son: talleres, seminarios y foros públicos, correo electrónico, espacios de consulta; y encuestas. El 45% señala que casi siempre recibe información sobre rendición de cuentas en talleres, seminarios y foros públicos; 26%, casi siempre; y 9% siempre. También el 59% indica que casi siempre se informa a través del correo electrónico; y 17%, a veces. Por otro lado, el 38% acepta recibir datos a través de la radio, televisión o canales de cable casi siempre; 32%, siempre; y 22%, a veces. Además, el 39% reconoce la recepción de spot publicitarios para tal fin casi siempre; 31%, siempre; y 5%, a veces. Por otro lado, el 46% reconoce que la municipalidad presenta informes de rendición de cuentas a la sociedad civil; y 24%, siempre.

En este contexto y relacionándolo con la otra variable de estudio, es importante reconocer como expresa, Schedler (1999) , la rendición de cuentas es un derecho ciudadano de recibir información por parte de las autoridades, así como una explicación detallada del presupuesto utilizado en el ejercicio del poder.

Por otro lado, la Defensoría del Pueblo (2018), menciona que, se identifica un mecanismo en la rendición de cuentas, que es la audiencia pública, la cual es una reunión donde asisten autoridades, funcionarios gubernamentales, sociedad civil y población, aquí se informa sobre presupuestos, logros y problemas suscitados en la gestión a nivel local, regional o nacional, tomando como iniciativa el plan de desarrollo concertado, siendo este último un instrumento del análisis territorial a corto y largo plazo.

Velasco (2011), menciona que el proceso de rendición de cuentas en un primer nivel se debe dar hacia la población, brindándoles información relacionada con los proyectos y el presupuesto utilizado en cada uno de estos; así como los problemas suscitados en la aplicación; por otro lado en un segundo nivel, los funcionarios rinden cuentas también ante otras entidades del aparato gubernamental, mientras que para Ochoa Henríquez & Montes de Oca (2010), dar cuentas es un término que expresa obligatoriedad, donde se busca que todos los servidores públicos rindan cuentas o den justificaciones de sus actos, mediante diversos medios.

Sobre el particular, el Gobierno de Colombia ha elaborado un Manual único de rendición de cuentas (MURC), en el cual establece los pasos para la elaboración del componente de comunicación de la estrategia de rendición de cuentas, considerando la implementación de una estrategia de comunicación que utilice medios presenciales, escritos y virtuales y mecanismos para hacer visible a la ciudadanía información de calidad.

Entre las herramientas y mecanismos para facilitar el acceso a la información en lo referente a la rendición de cuentas señalan los centros de documentación y archivos institucionales, murales o carteleras didácticas, cartillas didácticas impresas o virtuales, historietas, fotografías, video, audios o diapositivas, boletines virtuales o publicados, afiches, volantes y/o plegables, periódicos con noticias en la prensa local, departamental o nacional, perifoneo, llamadas telefónicas a líderes, emisoras locales y comunitarias, televisión local, departamental o nacional, interacción en línea a través de la web: chat, foros, blogs, Twitter, Facebook, entre otros. Además, enfatiza en la importancia de ejecutar acciones para garantizar el uso de estos medios.

Peña y Batalla (2016) señalan que las plataformas virtuales y otras herramientas de Internet con más relevancia para la comunicación externa de la actualidad son las plataformas virtuales como páginas web, blog, redes sociales aplicadas a la empresa como Facebook o Twitter. Al respecto, refieren que las páginas web disponen de toda la información que se desea ofrecer distribuida en secciones y disponible a cualquier hora, pero recomiendan que la información sea accesible en no más de tres clics. En este aspecto, también indican que Facebook, Twitter, Google Plus o WhatsApp son algunas de las principales redes aplicables al mundo empresarial, como estrategias comunicativas, por su gratuidad y horizontalidad, y son de mucha utilidad para la comunicación externa.

4.3. Conclusiones

1. La presente investigación determina que existe una relación directa entre las estrategias de comunicación implementadas por la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas y la información recibida en lo relacionado a la rendición de cuentas en su público interno y externo, obteniéndose que a mayor implementación de diversas estrategias de comunicación se incrementa la valoración de informarse sobre la rendición de cuentas.
2. Se concluyó que existe una relación positiva moderada entre la comunicación interna y la rendición de cuentas, según la correlación de Pearson (0,532), lo cual permite que los colaboradores se informen sobre los logros obtenidos y tengan claridad en los objetivos a alcanzar, utilizando diversas estrategias. La estrategia de comunicación interna de la Municipalidad de Morropón Chulucanas incluye un *mix* de medios, a través de los cuales se difunden los mensajes sobre rendición de cuentas entre los colaboradores del gobierno local, los cuales detallamos a continuación: boletines informativos u otros similares, reuniones o asambleas virtuales, cartas o memorándums, llamadas telefónicas, páginas web de la municipalidad y portal de transparencia, los cuales ronda en promedio en un 80% entre los que siempre lo usan o casi siempre, lo que implica la gran mayoría de la población encuestada.
3. Se concluyó que existe una relación positiva alta entre la comunicación externa y la rendición de cuentas, según la correlación de Pearson (0,715), lo cual logra que el público externo conozca información relacionada con presupuestos, logros, avances de metas, etc y se formen una valoración acerca de la información recibida. Las estrategias de comunicación externa que tuvieron un mayor porcentaje de uso para informarse por parte

de los colectivos sociales son: talleres, seminarios y foros públicos (9% siempre y 45% casi siempre), correo electrónico (16% siempre y 59% casi siempre), espacios de consulta (36% siempre y 31% casi siempre); y encuestas (31% siempre y 42% casi siempre).

4.4.Recomendaciones

El estudio no se agota en la presente investigación sino por el contrario es un hito que genera un punto de partida para la reflexión sobre la comunicación y la rendición de cuentas, aspecto que no ha sido muy estudiado, sobre todo considerando la concepción de construir estrategias para promoverlo de una forma adecuada. Por eso, a la luz de los hallazgos encontrados en esta investigación y las conclusiones antes expuestas, se formulan las siguientes recomendaciones para ser aplicada en la Municipalidad Provincial de Morropón, Chulucanas:

1. Utilizar los hallazgos de la presente investigación para cruzar los datos con un estudio de medición del impacto de las estrategias de comunicación, herramientas y medios utilizados.
2. A la Municipalidad Provincial de Morropón, Chulucanas, realizar un estudio relacionado con el acceso a Tecnologías de la información por la población objetivo para analizar el fortalecimiento de estas y continuar con estudios similares que analicen la modificación del uso de las estrategias de comunicación durante la época de pandemia.
3. A la oficina encargada, teniendo en cuenta que la estrategia a través de la cual se informan la mayoría de personas encuestadas de la sociedad civil son talleres, seminarios y foros públicos, se recomienda evaluar la posibilidad de retomarla teniendo en cuenta las medidas de bioseguridad correspondientes al contexto actual por COVID 19.

4. Al responsable de rendición de cuentas de los gobiernos locales diseñar e implementar un plan de comunicación sobre rendición de cuentas que incluya estrategias para el público interno y externo; así como herramientas para la medición de indicadores de impacto en las mismas.

REFERENCIAS

- Aguilar, C & Lima, M (2009). ¿Qué son y para qué sirven las políticas públicas?
- Alvarado, B., & Morón, E. (2008). Perú, hacia un presupuesto por resultados: afianzando la transparencia y rendición de cuentas. 1–8.
- Arellano, E. (2008). La Estrategia De Comunicación Orientada Al Desarrollo De La Cultura Organizacional. *Razón y Palabra*, 13(2).
- Arellano Gault, D. (2008). Transparencia desde un análisis organizativo: Los límites del nuevo institucionalismo económico y las “fallas de transparencia.” *Reforma y Democracia*, 40.
- Artavia, E. (2017). El Liderazgo Centrado en la misión. *Over The Rim*, 1–92.
- Baragli, N. (2005). Políticas Públicas de Transparencia. 5, 67.
- Barbero, J. M. (1984). De la comunicación a la cultura.
- Bracho, O., & García, J. (2013). Algunas consideraciones teóricas sobre el liderazgo transformacional. *Some. Telos*, 15(2), 165–177. <http://www.redalyc.org/pdf/993/99328423003.pdf> <http://redalyc.org/articulo.oa?id=99328423003>
- Brandolini, A., González Frígoli, M., & Hopkins, N. (2008). Comunicación interna.
- Canel, M. J. (1998). Comunicación política. In *Estudios Políticos* (Issue 18). <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.1998.18.37199>
- Cardel, M. (1991). Los conceptos de : misión , visión y proposito estratégico.
- Castañeda, M. (2018). Guía para la gestión de la comunicación en las instituciones.
- Chiner, A. (2011). La necesidad de un buen gobierno de la familia en las empresas familiares. *Universia Business Review*, 32, 102–110.
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica The concept of strategy as a basis for strategic planning. *Pensamiento y Gestión*, 35, 152–181. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6412775>
- Collado (2009). La comunicación en las organizaciones
- Dayan, D. (2008). En busca del público
- Domínguez, S. (2006). Las representaciones sociales en los procesos de comunicación de la ciencia. I Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS + I, 11. file:///C:/Users/Mateo Sánchez Estrad/Downloads/m05p21.pdf
- Emmerich, G. E. (2004). Transparencia, rendición de cuentas, responsabilidad gubernamental y participación ciudadana. *Polis Investigación y Análisis*, 2(4), 67–90. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72620404>
- Farfán, E. (2017). Pérdidas en el capital contable por un desempeño deficiente de la misión de la empresa. *Actualidad Contable FACES*, 1(34), 48–83.
- Fernández Llera, R. (2015). Transparencia y rendición de cuentas locales tras la supuesta racionalización. *Academia.Edu*. http://www.academia.edu/download/41880253/PGP_81.pdf
- Fernández Martínez, A. B. (2016). Comunicación interna y nuevos medios de comunicación.
- García, J. (2015). Planeación estratégica. *El Buzón de Pacioli*, 1–18.

- García Sánchez, I. M. (2007). La nueva gestión pública: evolución y tendencias. *Presupuesto y Gasto Público*, 47, 37–64. http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2341565%5Cnhttp://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/revistas/presu_gasto_publico/47_GarciaSanchez.pdf
- González, C., & Hernández, B. (2007). Nuevo paradigma del control interno y su impacto en la gestión pública. *Economía y Desarrollo*, 141(1), 152–171.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, María (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición.
- Kuschick, M. (2008). Comunicación política y gestión pública en Ecatepec. *Espacios Públicos*, 11(23), 200–212.
- López, M (2018). La comunicación en la rendición de cuentas en las radiotelevisiónes públicas europeas.
- Manzanares, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. 14.
- Ministros, P. del consejo de. (2017). Participación ciudadana y rendición de cuentas. *Gobierno Del Perú*, 3, 68. <http://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2015/06/F3-Participacion-Ciudadana-y-Rendicion-de-Cuentas.pdf>
- Ochoa Henríquez, H., & Montes de Oca, Y. (2010). Rendición de cuentas en la gestión pública: Reflexiones teóricas. 9, 175–193. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59518491008>
- Oyarvide & Reyes (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas.
- Paoli, A. (1983). *Comunicación e Información, Perspectivas Técnicas*.
- Pérez González, R. A. (2001). *Estrategias de comunicación*.
- Perramon, J. (2013). La transparencia: concepto, evolución y retos actuales. *Accid.Org*, 16, 11–27. https://accid.org/wp-content/uploads/2018/10/La_transparencia._Concepto_evolucion_y_retos_a.pdf
- Peruzzotti, E. (2008). Marco conceptual de la Rendición de cuentas.
- Portillo Ríos, G. (2012). LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON ESTUDIOS A DISTANCIA EN PREGRADO.
- Pueblo, D. del. (2018). *Manual de consulta en materia de rendición de cuenta y portales de transparencia*.
- Reyes Montes, M. C., O’Quinn PARRALES, J. A., Morales y Gómez, J. M., & Rodríguez Rabotnikof, N. (1993). Lo público y sus problemas: notas para una reconsideración
- Rivera Raffo, A. (2018). La gestión de la comunicación interna. *Comuni@cción*, 9(1), 25–34. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lang=en%0Ahttp://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf
- Robledo Ardila, C., & Ríos Molina, C. (2013). La internacionalización como objetivo explícito en la visión y misión declaradas de las 500 empresas más grandes en Colombia. *AD-Minister*, 22, 33–50. <https://doi.org/10.17230/ad-minister>
- Rubio (2013). *Recursos humanos: La importancia de la motivación e incentivos para los trabajadores*.
- Schedler, A. (1999). ¿Qué es la rendición de cuentas?

- Soler Humanes, A. (2013). La Gestión de la Comunicación Externa Online con los Visitantes en los Museos y Centros de Arte Malagueños. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 3(6), 197–216. [https://doi.org/10.5783/revrrpp.v3i6\(jul-dic\).234](https://doi.org/10.5783/revrrpp.v3i6(jul-dic).234)
- Velasco Sánchez, E. (2011). Gestión Pública y Rendición de Cuentas: ¿ Un enfoque basado en cumplimiento a uno basado en resultados ? 3.
- Vilchez Gutarra, A. (2014). La comunicación en la gestión pública, un aspecto clave para actuar sobre los determinantes sociales de la salud.
- Villanueva (2015). Relación entre la comunicación interna y la administración de la controversia pública.
- Viñarás Abad, M. (2013). Estrategias de comunicación para generar confianza. *Comunicación y Hombre*, 9, 59–73.
- Yanes Mesa, R. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. 16.
- Young, J. (2006). Las cinco P de la estrategia. *O Processo Da Estratégica. Conceitos Contextos e Casos Seleccionados*, octubre, 24–29.

ANEXOS

ANEXO 1: Instrumentos utilizados

ENCUESTA APLICADA A LOS COLABORADORES:

Buenos días / tardes, mi nombre es Manuel Alberto Cisneros Arévalo, soy bachiller de la carrera de Comunicación Corporativa en la Universidad Privada del Norte- sede Cajamarca. Me encuentro haciendo un levantamiento de información para identificar las estrategias de comunicación que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas para rendir cuentas 2019-2020 a la población.

Su opinión es muy importante y nos interesa conocerla. La encuesta es anónima, por lo cual nadie sabrá que usted dio estas respuestas.

La encuesta tomará 10 minutos, si está de acuerdo, podemos comenzar.

I.-Datos generales:

1- Sexo

- a) Femenino b) Masculino

2.- ¿Cuál es el área en la que te desempeñas?

3.- ¿Cuál es su cargo?

A) Estrategia de comunicación interna

I.- Conocimiento de objetivos y estrategias institucionales

1.- Con qué frecuencia la Municipalidad de Morropón Chulucanas realiza las siguientes acciones: a) Difunde o comparte la misión de la organización a los colaboradores.

- a) Nunca c) A veces e) Siempre
b) Casi nunca d) Casi siempre

b) Difunde o comparte la visión de la organización a los colaboradores.

- a) Nunca c) A veces e) Siempre
b) Casi nunca d) Casi siempre

c) Difunde o comparte los objetivos y metas de la organización

- a) Nunca c) A veces e) Siempre
b) Casi nunca d) Casi siempre

d) Brinda información a los colaboradores sobre acciones que implementa la Municipalidad

- a) Nunca c) A veces e) Siempre
b) Casi nunca d) Casi siempre

e) Promueve iniciativas para una gestión pública transparente y participativa

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

f) Implementa mecanismos para organizar y articular las diferentes áreas para el cumplimiento de los objetivos institucionales

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

II.- Acceso y uso de canales de comunicación interna

1.- Con qué frecuencia la Municipalidad de Morropón Chulucanas realiza las siguientes acciones:

a) Publica información sobre la rendición de cuentas en página web de la municipalidad

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

b) Mantiene la información actualizada sobre rendición de cuentas en portal de transparencia

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

c) Recibe información sobre rendición de cuentas en correo electrónico

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

d) Recibe información sobre rendición de cuentas en intranet

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

e) Recibe información sobre rendición de cuentas a través de periódicos murales

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

f) Recibe información sobre rendición de cuentas a través de boletines informativos u otros similares

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

g) Recibe informes sobre rendición de cuentas

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

b) Participar en acciones relacionadas con la rendición de cuentas de la Municipalidad

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

c) Tener información actualizada sobre cumplimiento de metas y objetivos de la municipalidad

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

d) Tener información actualizada relacionada con la rendición de cuentas de la municipalidad

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

e) Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por redes sociales

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

f) Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por página web o portal de transparencia

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

g) Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por correo electrónico o intranet

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

h) Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por documentos (memorándum e informes) o medios interpersonales (reuniones)

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

I) Que la municipalidad de Morropón Chulucanas brinde informes y reportes sobre la gestión pública

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |
- / Ni poco importante

j) Que la municipalidad de Morropón Chulucanas organice espacios para el debate y valoración de los informes sobre la gestión pública (asambleas y reuniones)

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

k) Que la municipalidad de Morropón Chulucanas establezca reconocimientos sobre el logro de objetivos y metas institucionales

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

l) Que la municipalidad de Morropón Chulucanas establezca sanciones por el incumplimiento de objetivos y metas institucionales o mal manejo de recursos

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

3.- Con qué frecuencia la municipalidad de Morropón Chulucanas realiza las siguientes acciones:

a) Publica información sobre la rendición de cuentas en página web de la municipalidad

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

b) Mantiene la información actualizada sobre rendición de cuentas en portal de transparencia

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

c) Brinda información sobre rendición de cuentas en correo electrónico

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

d) Brinda información sobre rendición de cuentas en intranet

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

e) Brinda información sobre rendición de cuentas a través de periódicos murales

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

f) Brinda información sobre rendición de cuentas a través de cartas, memorandún o comunicados

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

g) Brinda información sobre rendición de cuentas a través de boletines informativos u otros similares

/ Ni poco importante

d) Involucrar diferentes áreas para la rendición de cuentas

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

e) Dar a conocer la función que tiene cada área de trabajo en el proceso de rendición de cuentas

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

f) Utilizar redes sociales (Facebook, twitter y WhatsApp) para informar a los colaboradores sobre la rendición de cuentas

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

g) Utilizar redes sociales (Facebook, twitter y WhatsApp) para informar a la población sobre la rendición de cuentas

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

2.- Califica la importancia de las siguientes acciones:

a) Utilizar medios de comunicación masivos (radio y televisión) para informar sobre espacios para rendir cuentas

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

b) Utilizar medios de comunicación comunitarios (periódico , mural , emisoras comunitarias o perifoneo) para informar sobre espacios para rendir cuentas

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|
| a) No sabe / No opina | c) Poco importante | e) Importante |
| b) Nada importante | d) Ni muy importante | f) Muy importante |

/ Ni poco importante

2.- Con qué frecuencia la Municipalidad de Morropón Chulucanas realiza las siguientes acciones:

a) Presenta informes de rendición de cuentas a la sociedad civil

- | | | |
|---------------|-----------------|------------|
| a) Nunca | c) A veces | e) Siempre |
| b) Casi nunca | d) Casi siempre | |

b) Transmite información sobre rendición de cuentas de manera clara y precisa

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

II.- Percepción sobre contrastación y valoración de información

a) Establece mecanismos que promueven el acceso a la información pública y rendición de cuentas

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

III.- Percepción sobre reconocimientos y sanciones

a) Implementa mecanismos de reconocimientos y sanciones a los funcionarios o responsables del cumplimiento de los objetivos y metas institucionales y gestión municipal

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

ENCUESTA APLICADA A LOS COLECTIVOS SOCIALES:

Buenos días / tardes, mi nombre es Manuel Alberto Cisneros Arévalo, soy bachiller de la carrera de Comunicación Corporativa en la Universidad Privada del Norte- sede Cajamarca. Me encuentro haciendo un levantamiento de información para identificar las estrategias de comunicación que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas para rendir cuentas 2019-2020 a la población.

Su opinión es muy importante y nos interesa conocerla. La encuesta es anónima, por lo cual nadie sabrá que usted dio estas respuestas.

La encuesta tomará 10 minutos, si está de acuerdo, podemos comenzar.

I.-Datos generales:

1.- Sexo

- a) Femenino b) Masculino

I.- Estrategias de información y participación para la deliberación técnica y política

1.- Con qué frecuencia usted:

a) Recibe información relacionada a la rendición de cuentas de la Municipalidad de Morropón Chulucanas

- a) Nunca c) A veces e) Siempre
b) Casi nunca d) Casi siempre

2.-Califica la importancia de las siguientes acciones:

a) Que la Municipalidad de Morropón Chulucanas tome en cuenta tus opiniones e ideas

- a) No sabe / No opina c) Poco importante e) Importante
b) Nada importante d) Ni muy importante f) Muy importante
/ Ni poco importante

b) Participar en acciones relacionadas con la rendición de cuentas de la Municipalidad de Morropón Chulucanas

- a) No sabe / No opina c) Poco importante e) Importante
b) Nada importante d) Ni muy importante f) Muy importante
/ Ni poco importante

3.- Con qué frecuencia usted realiza las siguientes acciones:

a) Recibe información sobre rendición de cuentas de la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas en talleres, seminarios y foros públicos

- a) Nunca c) A veces e) Siempre
b) Casi nunca d) Casi siempre

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

- d) Recibe información sobre rendición de cuentas a través de spots publicitarios
- a) Nunca
 - b) Casi nunca
 - c) A veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

IV.- Percepción sobre información y reportes

6.- Califica la importancia de las siguientes acciones

a) Se informa mediante medios de comunicación masivos (radio y televisión) sobre espacios de rendición de cuentas

- a) No sabe / No opina
- b) Nada importante
- c) Poco importante
- d) Ni muy importante
/ Ni poco importante
- e) Importante
- f) Muy importante

b) Utiliza medios de comunicación comunitarios (periódico mural, emisoras comunitarias o perifoneo) para informarse sobre espacios de rendición de cuentas

- a) No sabe / No opina
- b) Nada importante
- c) Poco importante
- d) Ni muy importante
/ Ni poco importante
- e) Importante
- f) Muy importante

7.- La Municipalidad de Morropón Chulucanas realiza las siguientes acciones:

a) Presenta informes de rendición de cuentas a la sociedad civil

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

b) Transmite información sobre rendición de cuentas de manera clara y precisa

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

V.- Percepción sobre contrastación y valoración de información

a) Establece mecanismos que promueven el acceso a la información pública y rendición de cuentas

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

VI.- Percepción sobre reconocimientos y sanciones

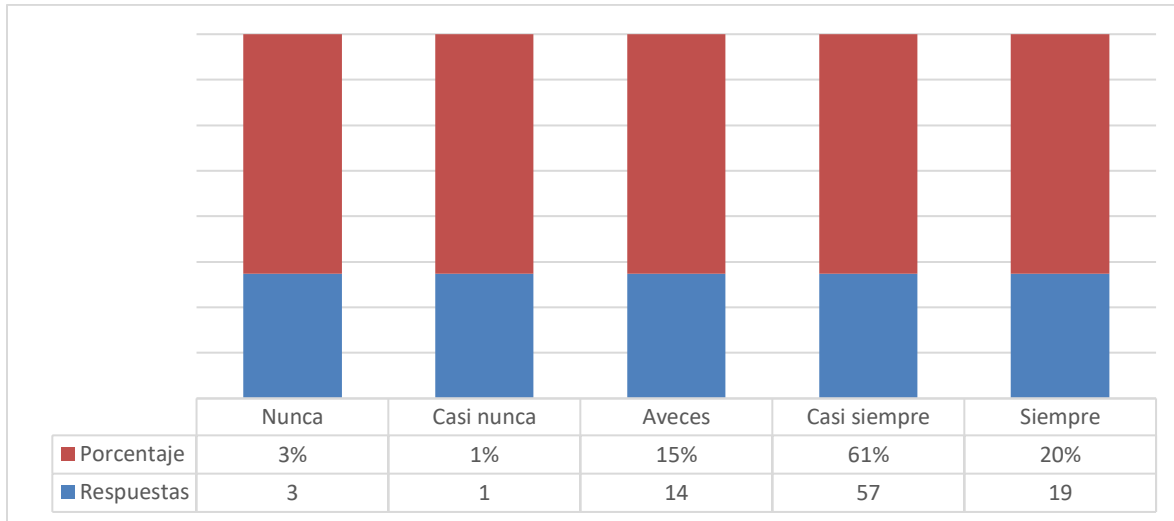
a) Aplica reconocimientos y sanciones a los funcionarios responsables del cumplimiento de los objetivos y metas institucionales y gestión municipal

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

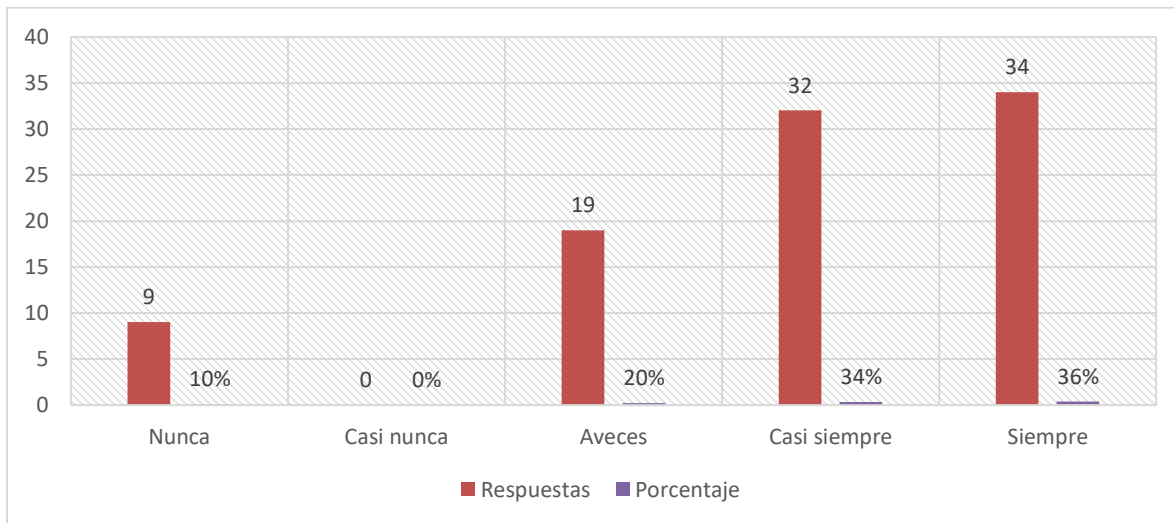
ANEXO 2: Gráficos de encuestas realizadas

GRÁFICOS ENCUESTA APLICADA A LOS COLABORADORES:

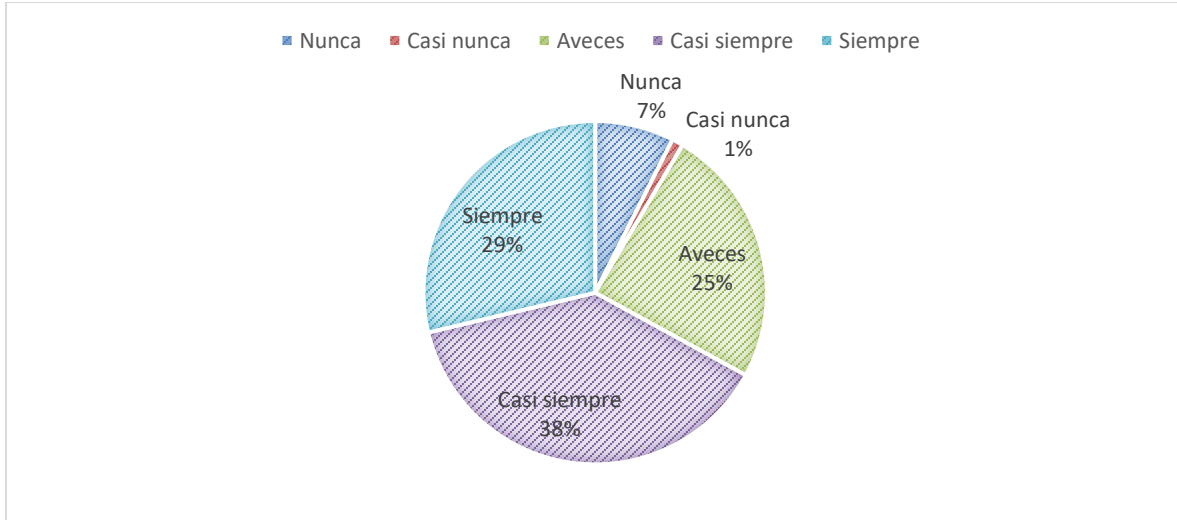
1. La municipalidad difunde o comparte la misión de la organización a los colaboradores.



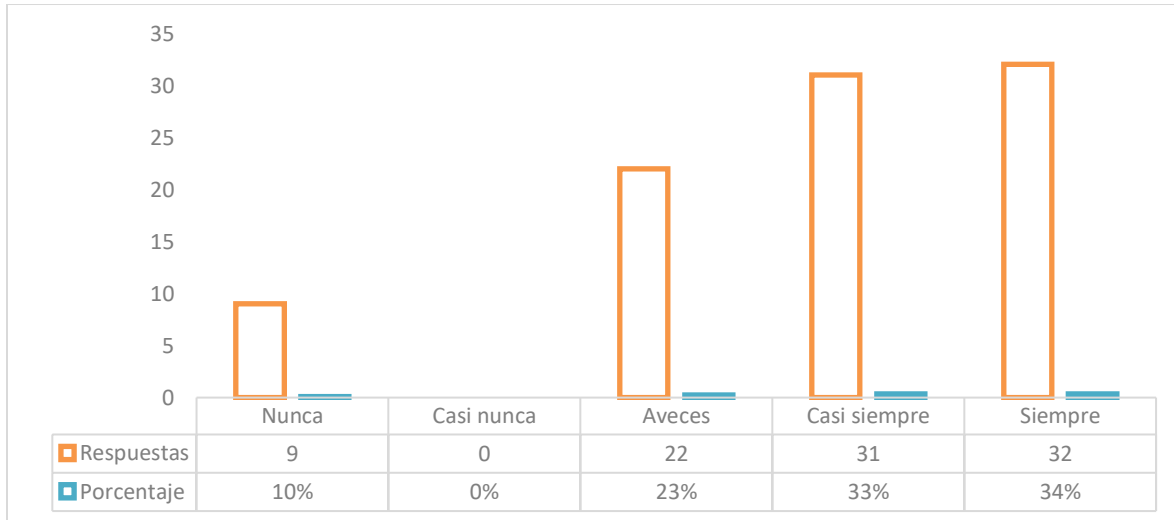
2. La Municipalidad difunde o comparte la visión de la organización a los colaboradores.



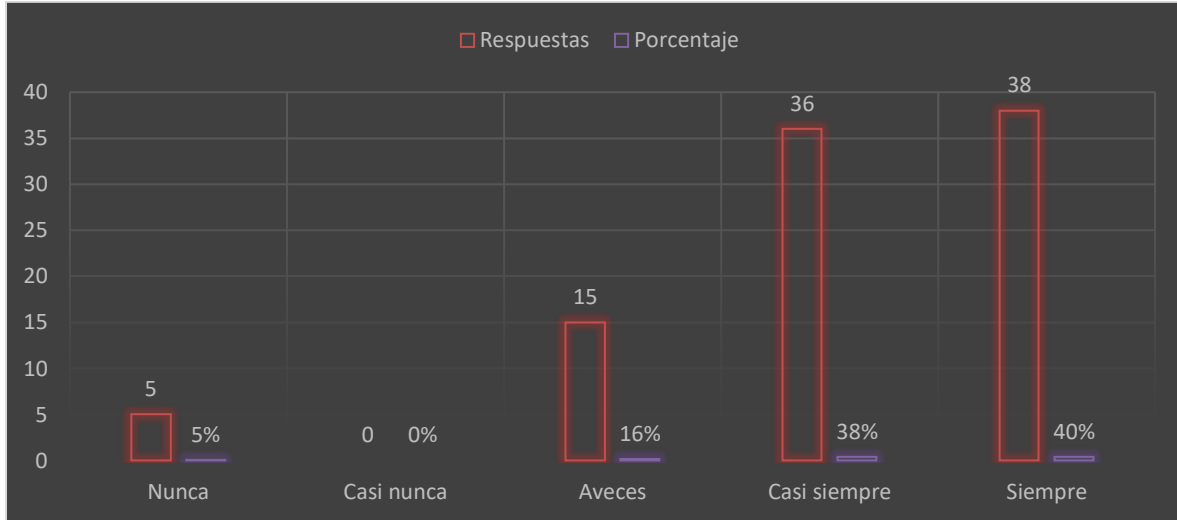
3. La municipalidad difunde o comparte los objetivos y metas de la organización.



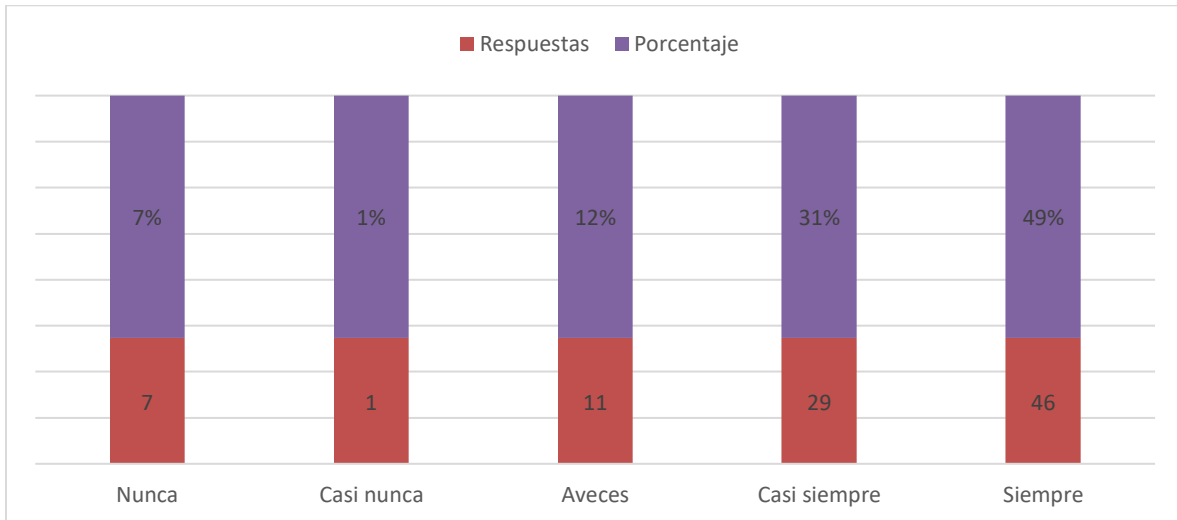
4. Brinda información a los colaboradores sobre acciones que implementa la Municipalidad



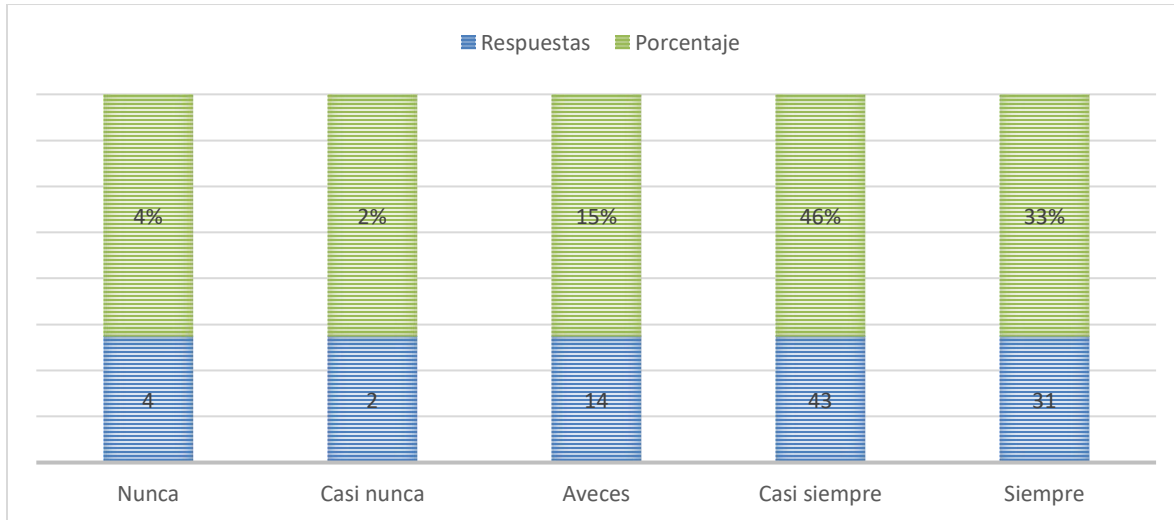
5. La municipalidad promueve iniciativas para una gestión pública transparente y participativa



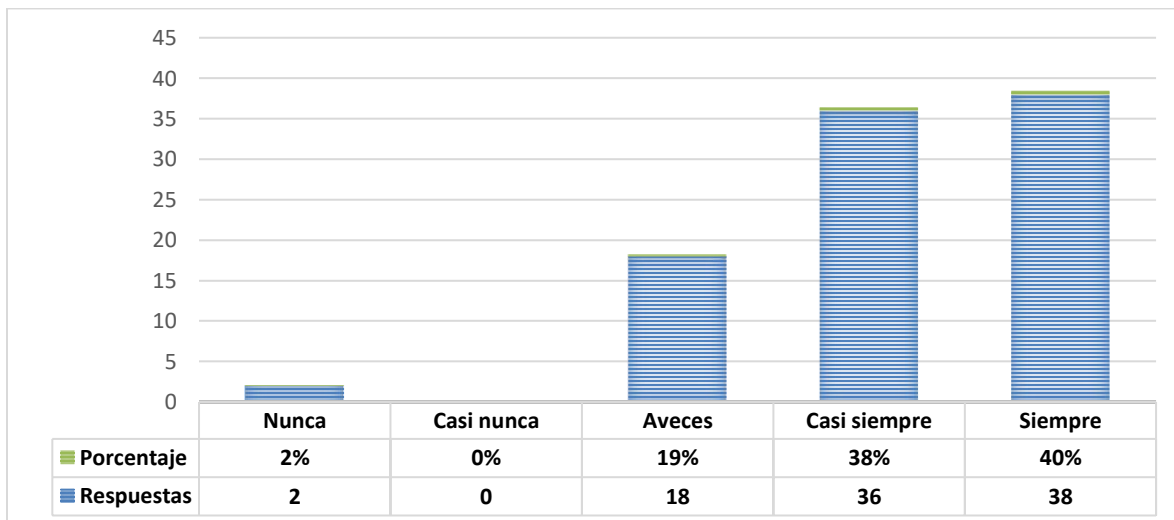
6. La municipalidad implementa mecanismos para organizar y articular las diferentes áreas para el cumplimiento de los objetivos institucionales



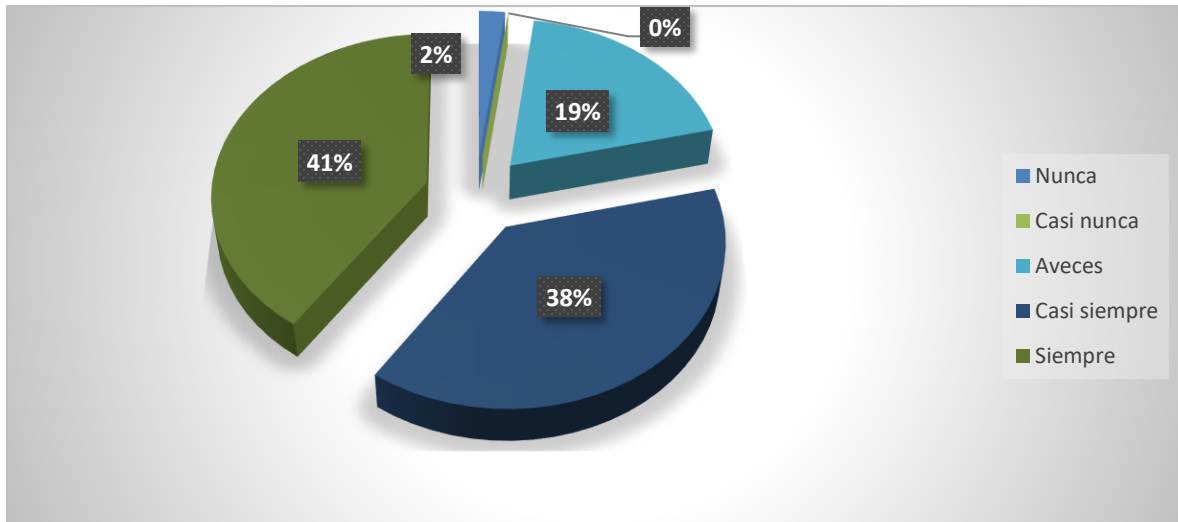
7. Se publica información sobre la rendición de cuentas en página web de la municipalidad



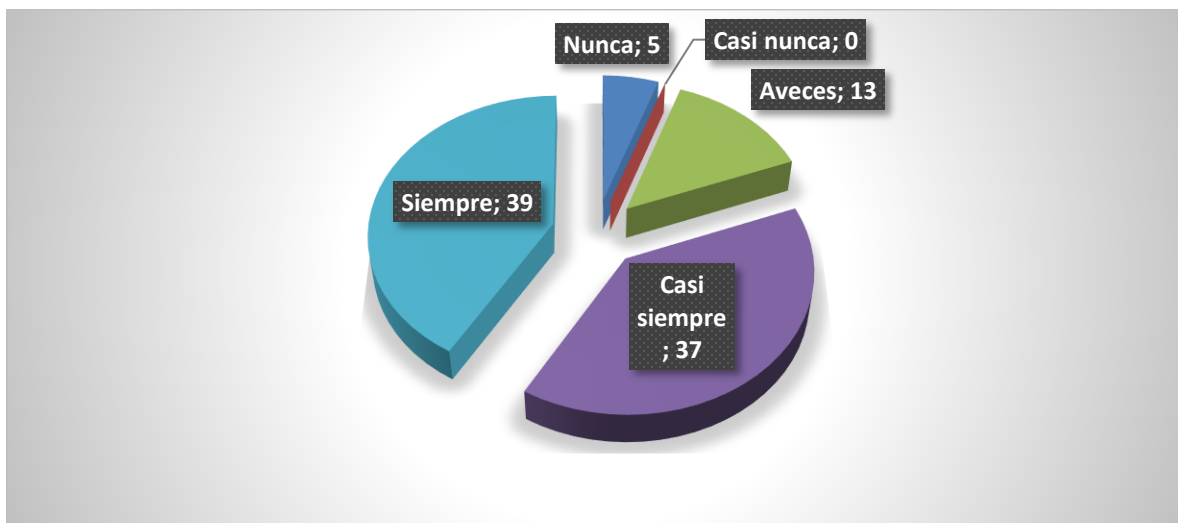
8. Se mantiene la información actualizada sobre rendición de cuentas en portal de transparencia



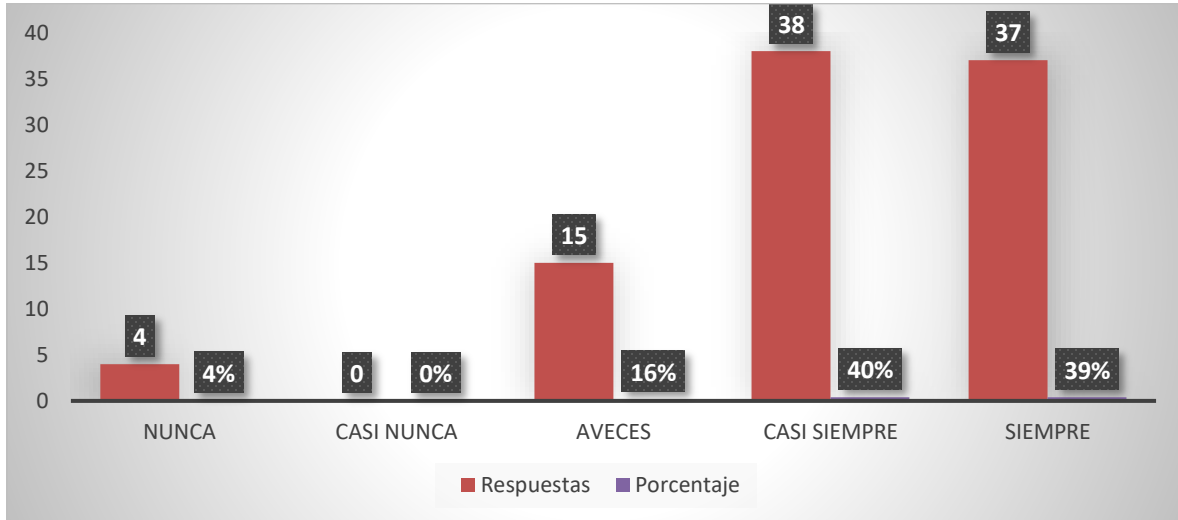
9. Recibe usted información sobre rendición de cuentas en correo electrónico



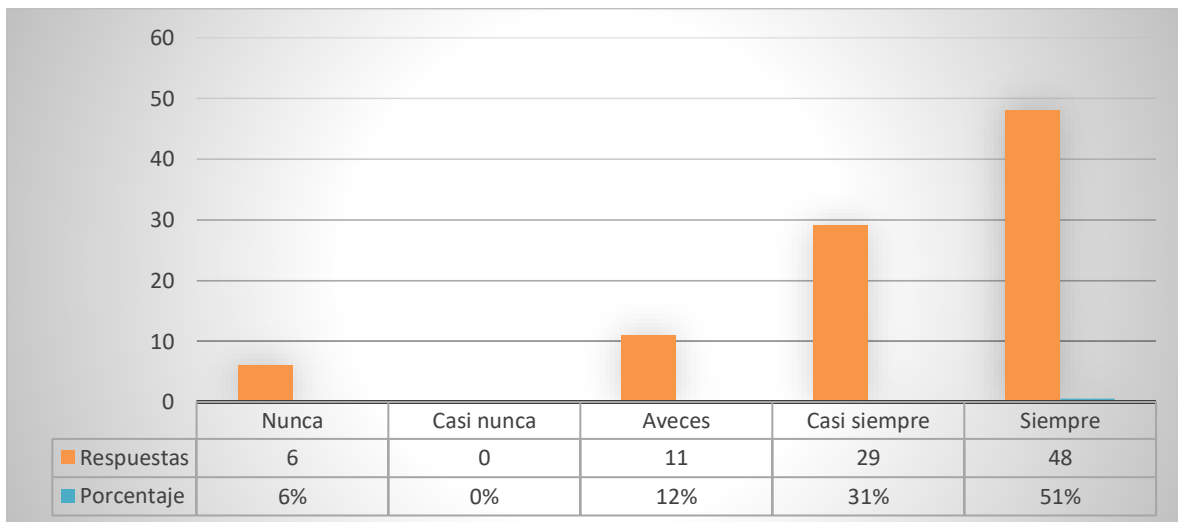
10. Recibe usted información sobre rendición de cuentas en intranet



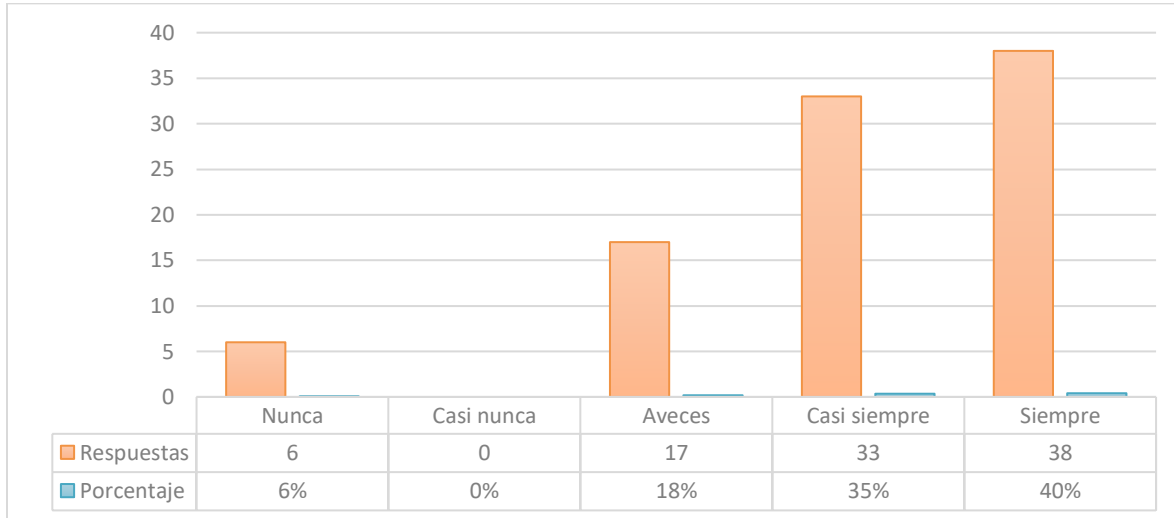
11. Recibe usted información sobre rendición de cuentas a través de periódicos murales



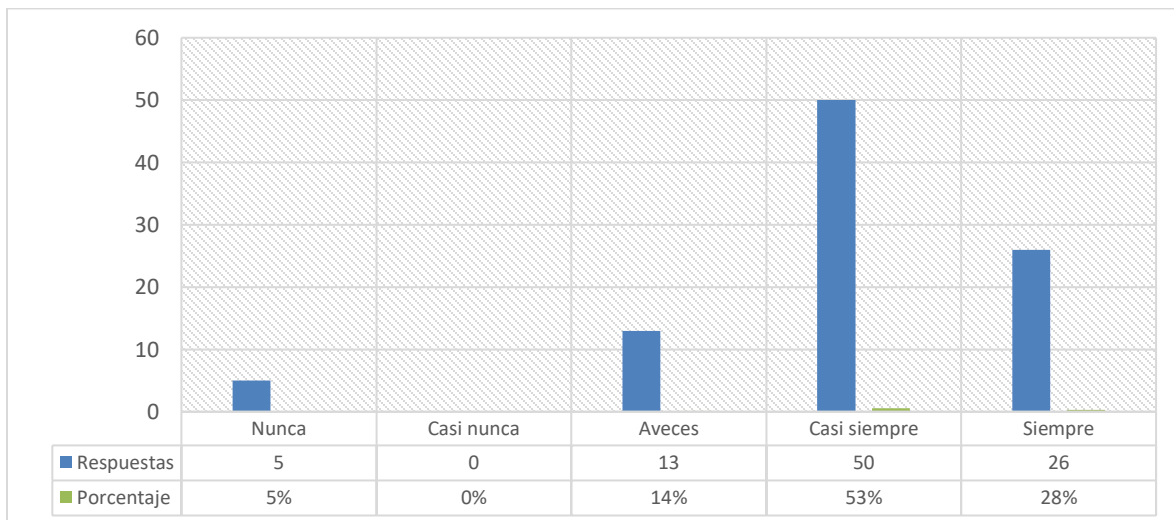
12. Recibe usted información sobre rendición de cuentas a través de boletines informativos u otros similares



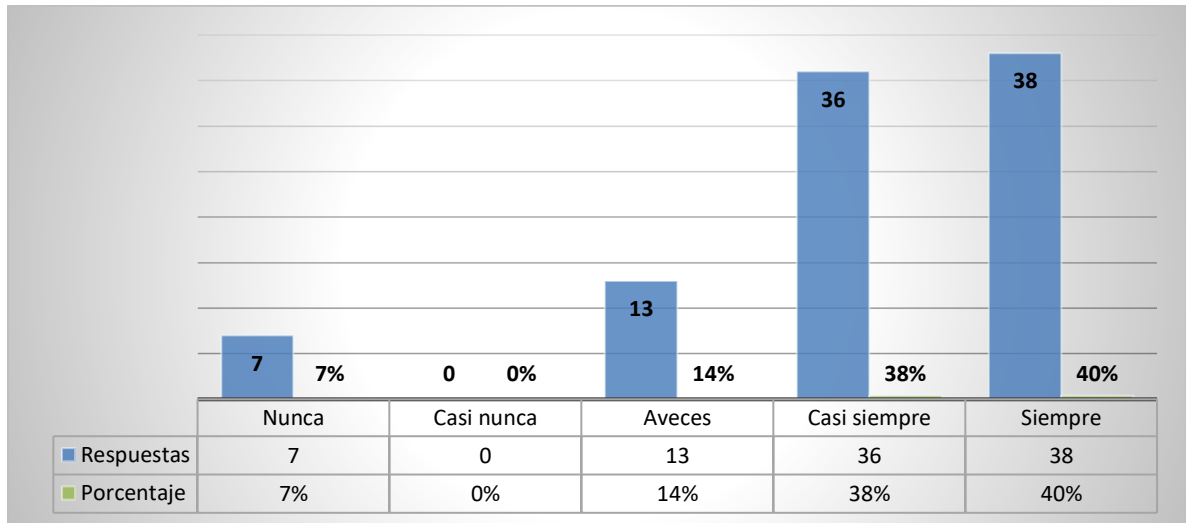
13. Recibe usted informes sobre rendición de cuentas



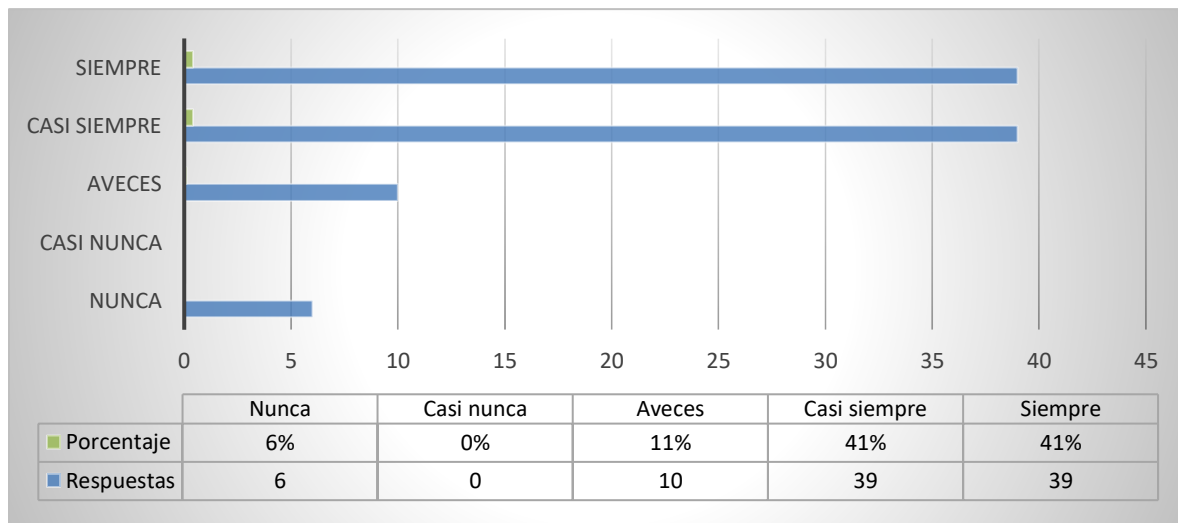
14. Recibe información sobre rendición de cuentas a través de reuniones o asambleas virtuales.



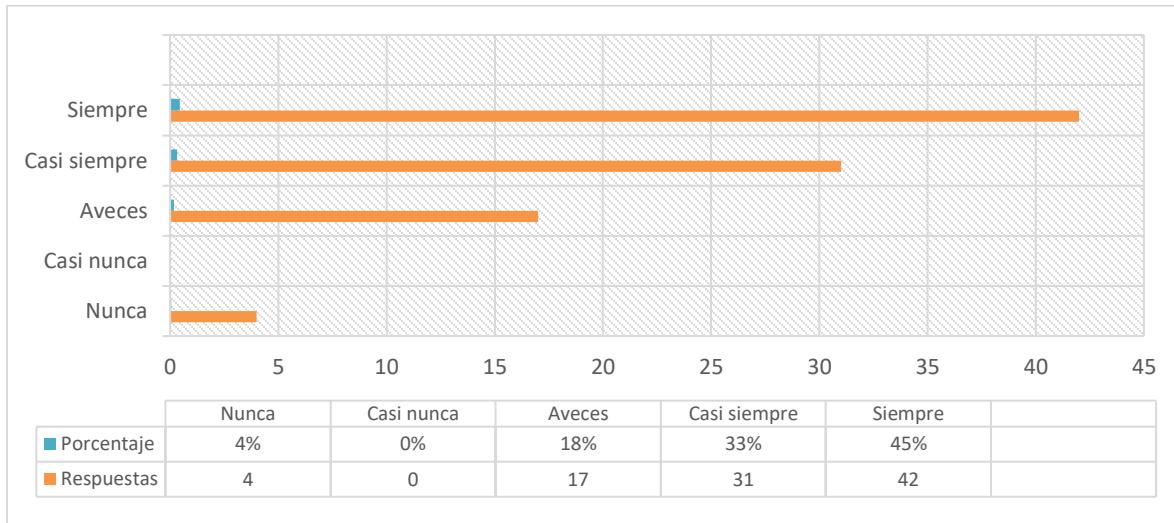
15. Participa en reuniones para brindar informes sobre rendición de cuentas



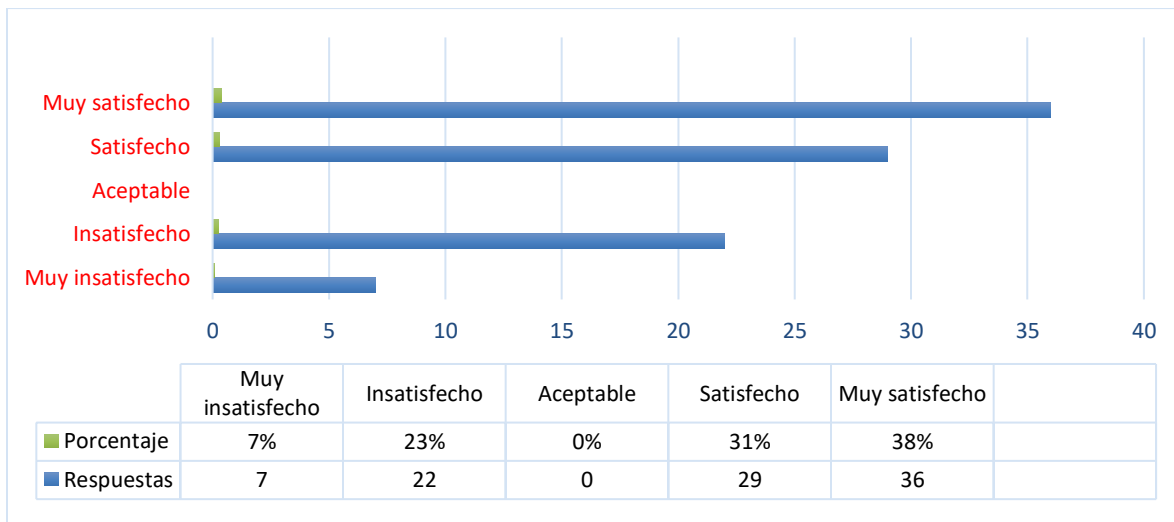
16. Se entera de actividades programadas a través de llamadas telefónicas



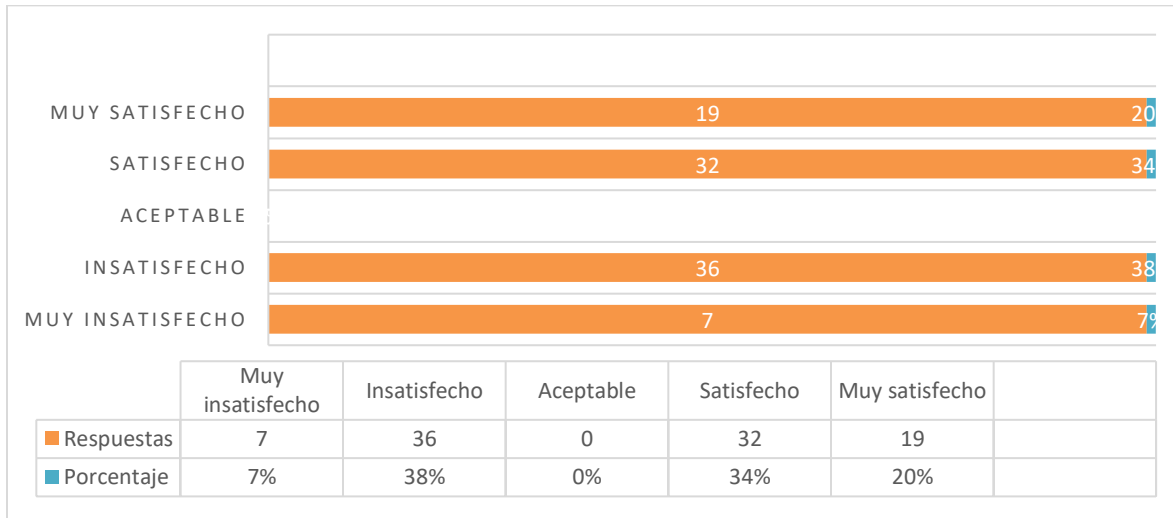
17. Se entera de las actividades programadas mediante cartas y memorándum



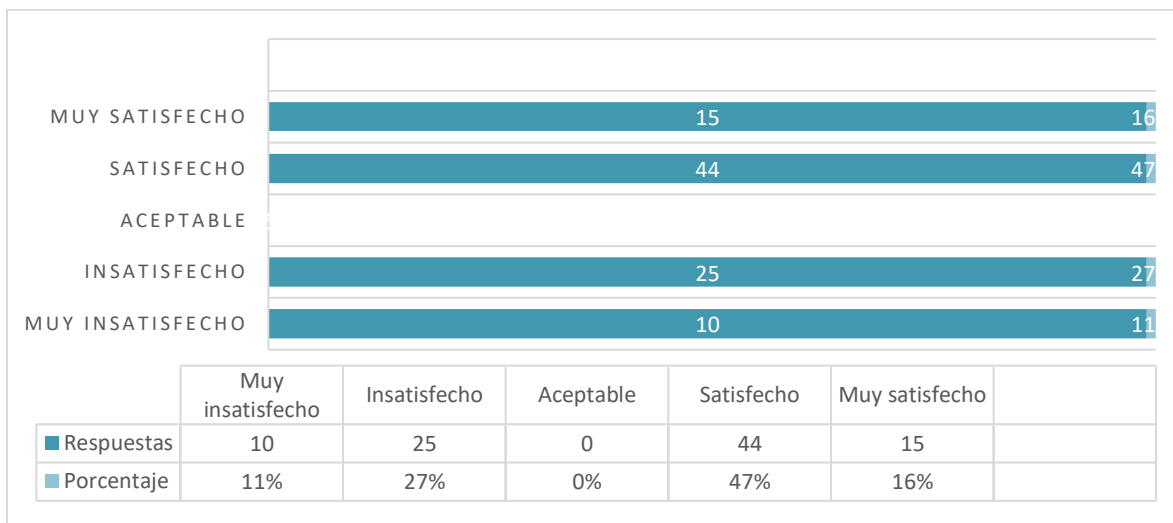
18. Indique su nivel de satisfacción general, con la información recibida: Metas y objetivos de la institución relacionada a la rendición de cuentas



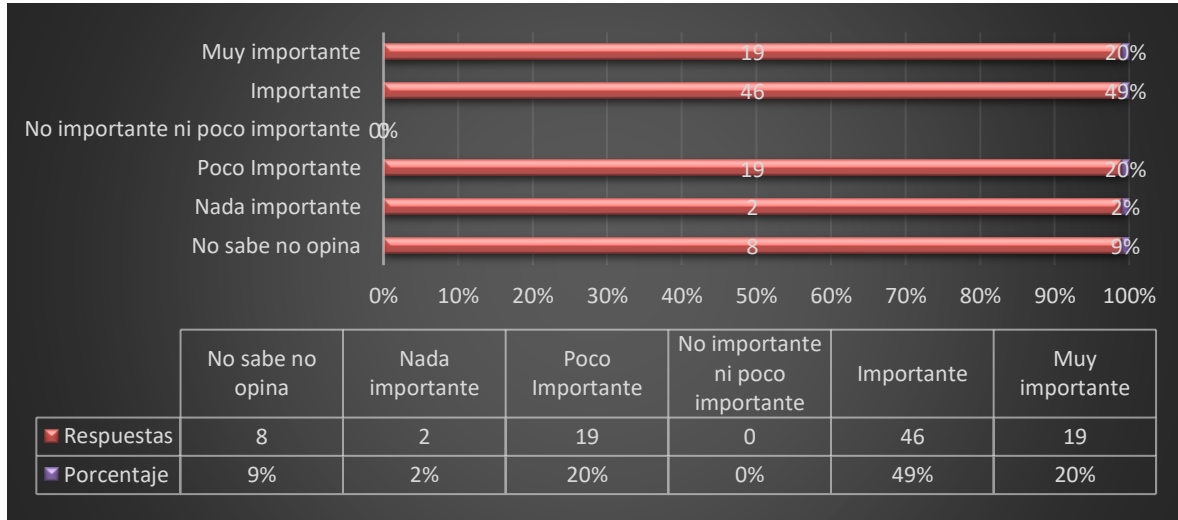
19. Información recibida sobre rendición de cuentas



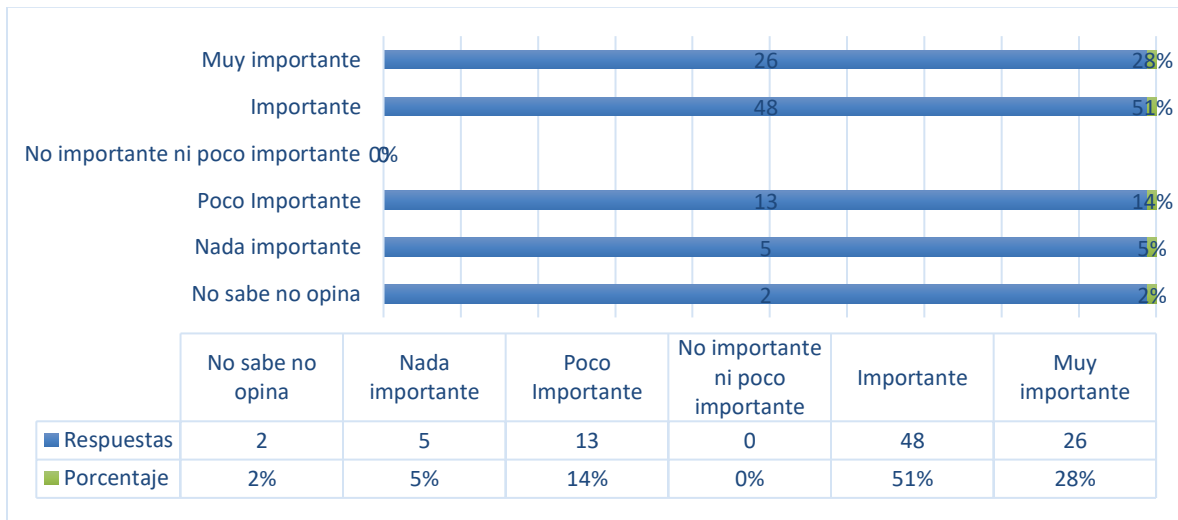
20. Medios de comunicación utilizados por la Municipalidad para la difusión de la información institucional



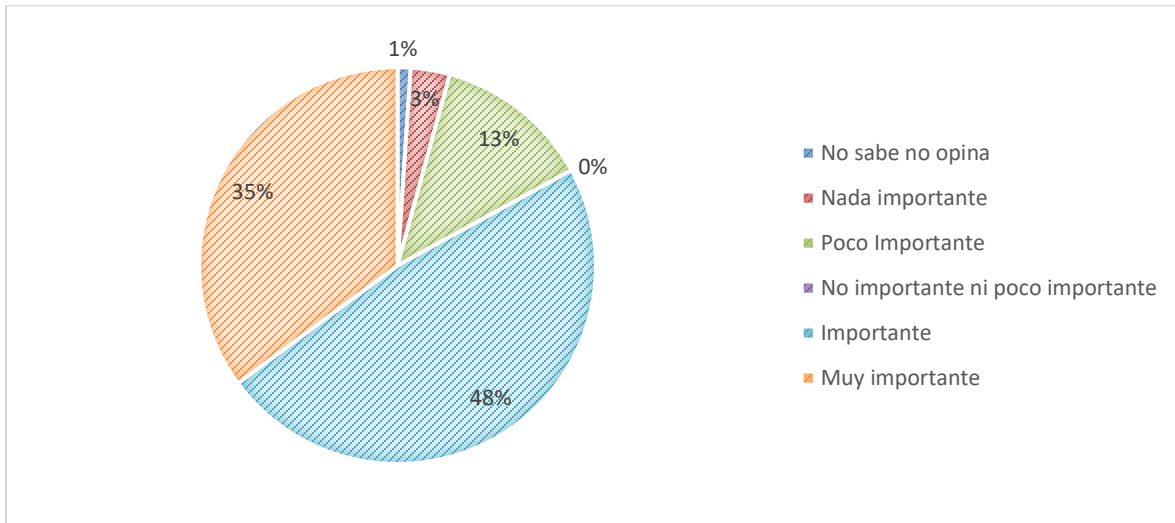
21. Califica la importancia de las siguientes acciones, Que la organización tome en cuenta tus opiniones e ideas



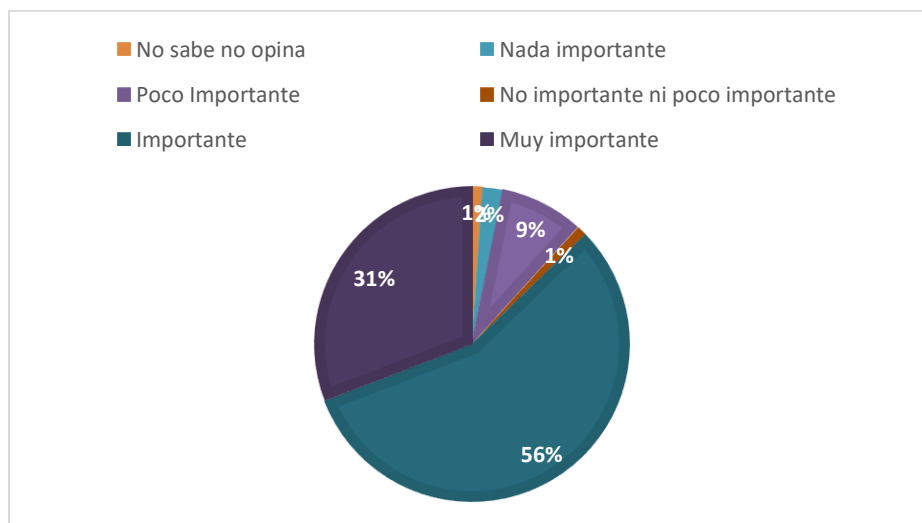
22. Participar en acciones relacionadas con la rendición de cuentas de la Municipalidad



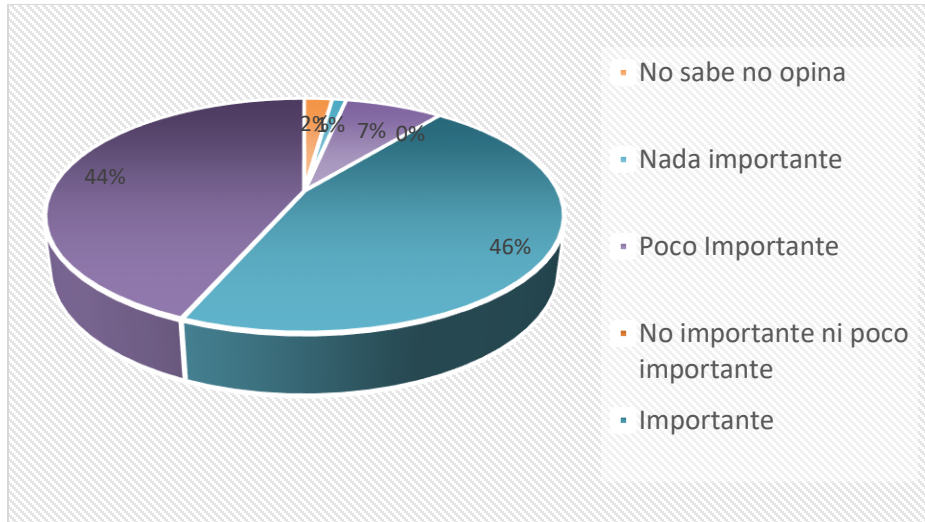
23. Tener información actualizada sobre cumplimiento de metas y objetivos de la municipalidad



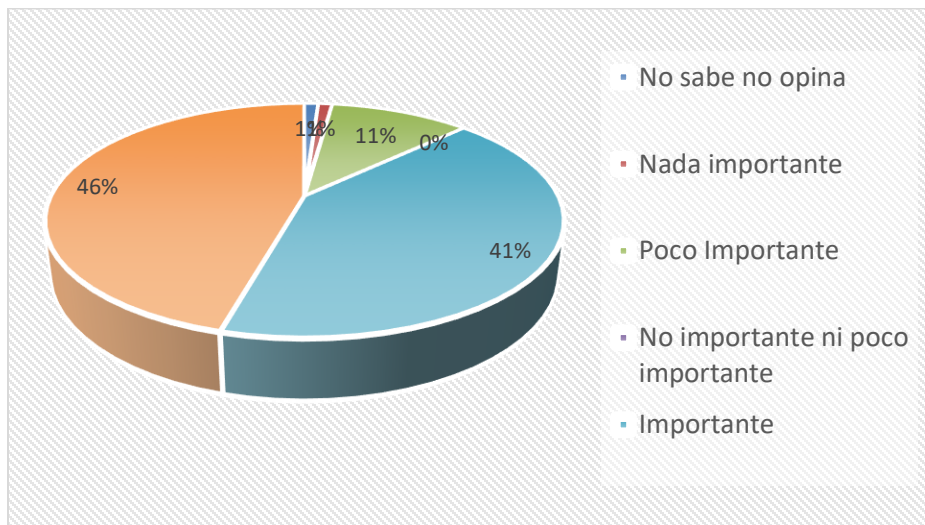
24. Tener información actualizada relacionada con la rendición de cuentas de la municipalidad



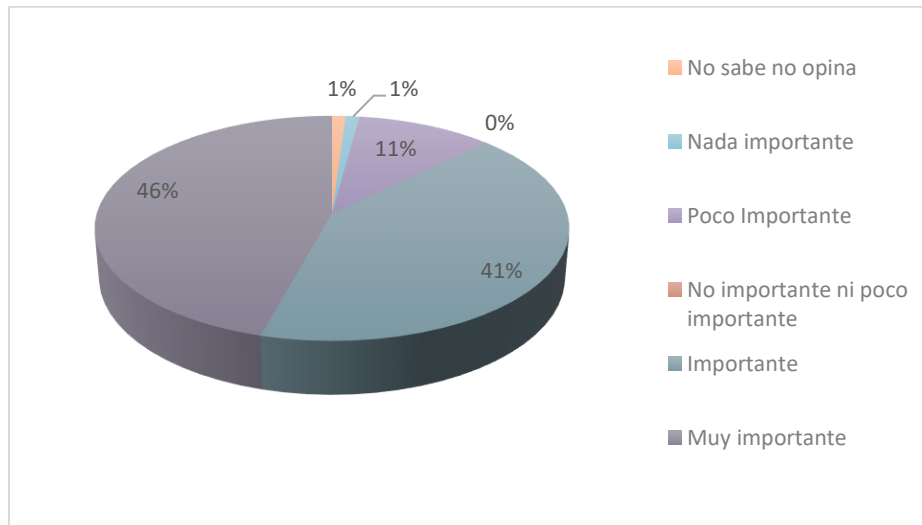
25. Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por redes sociales



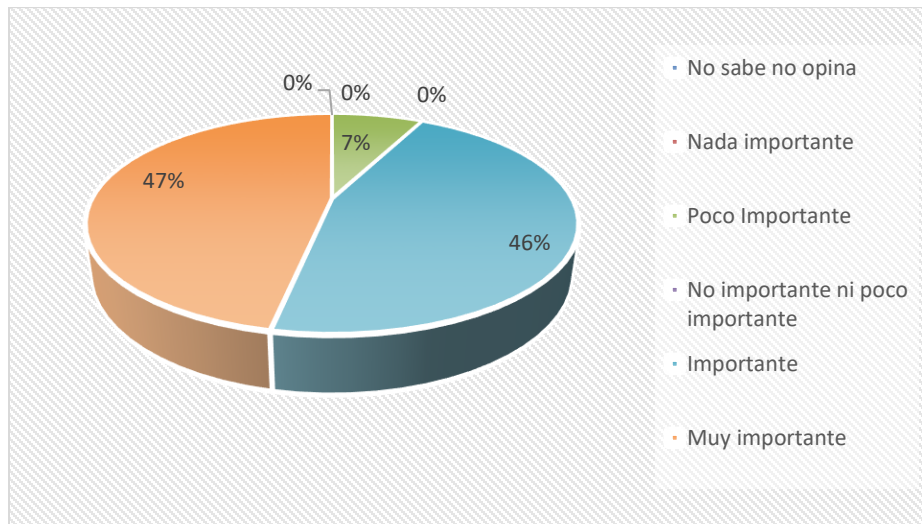
26. Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por página web o portal de transparencia.



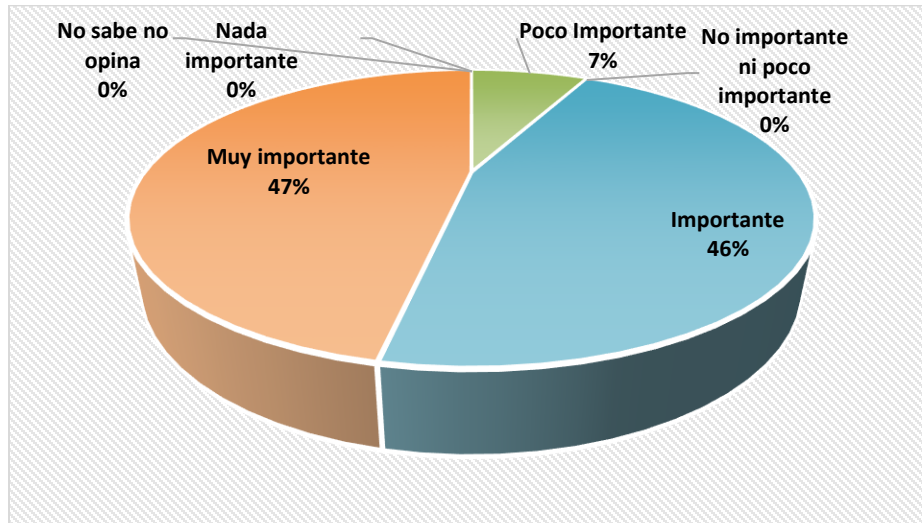
27. Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por correo electrónico o intranet



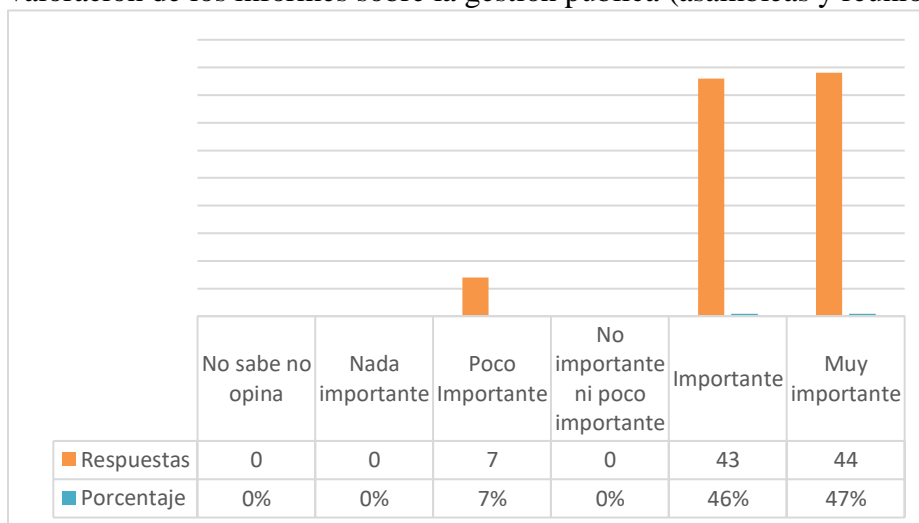
28. Recibir información relacionada con la rendición de cuentas por documentos (memorándum e informes) o medios interpersonales (reuniones)



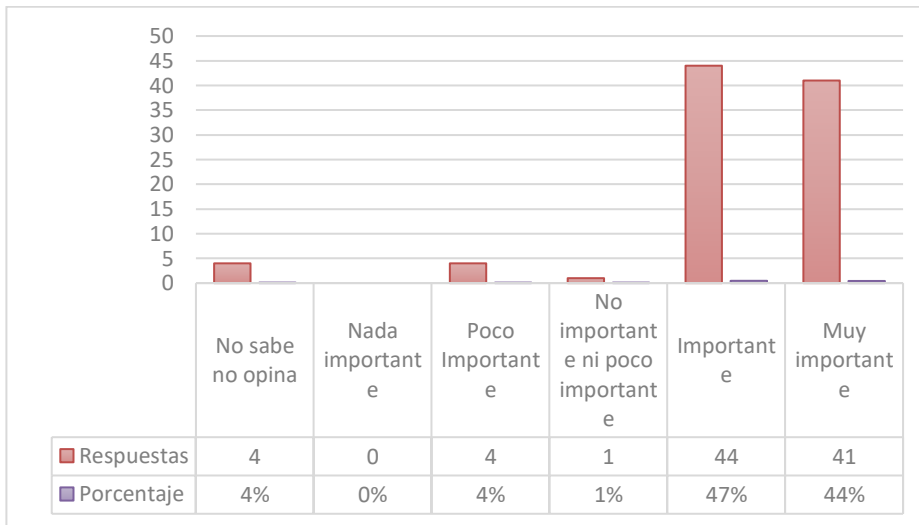
29. Que la municipalidad de Morropón Chulucanas brinde informes y reportes sobre la gestión pública



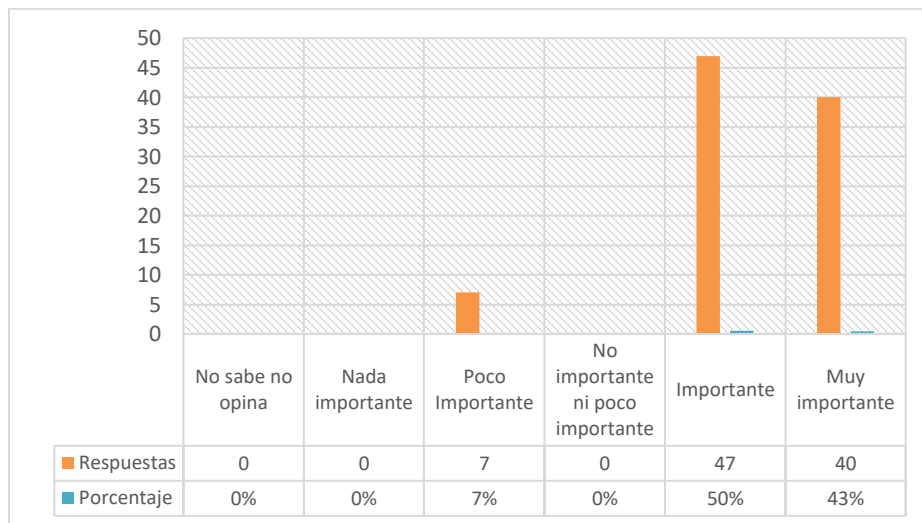
30. Que la municipalidad de Morropón Chulucanas organice espacios para el debate y valoración de los informes sobre la gestión pública (asambleas y reuniones)



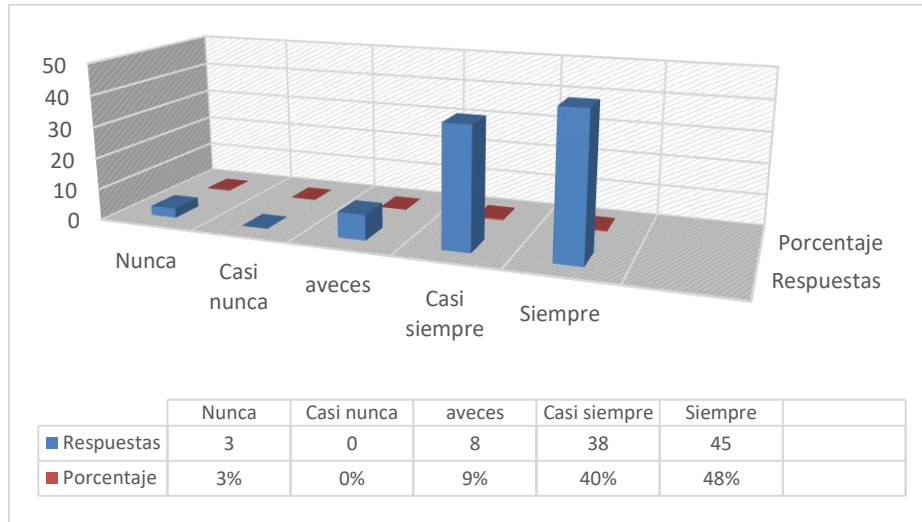
31. Que la municipalidad de Morropón Chulucanas establezca reconocimientos sobre el logro de objetivos y metas institucionales



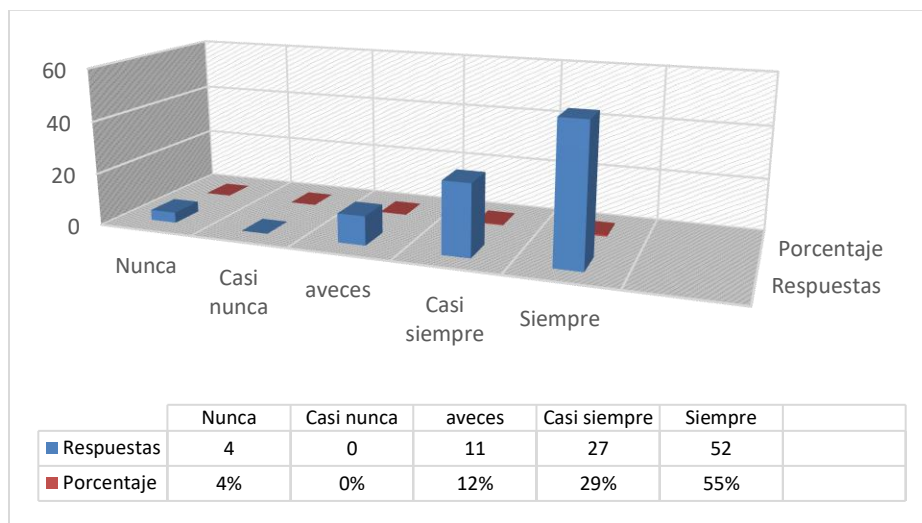
32. Que la municipalidad de Morropón Chulucanas establezca sanciones por el incumplimiento de objetivos y metas institucionales o mal manejo de recursos



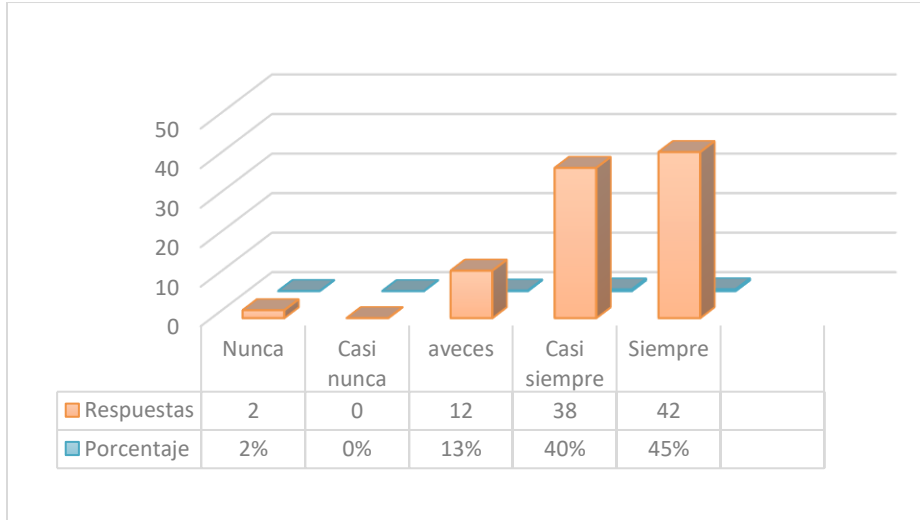
33. Con qué frecuencia la municipalidad de Morropón Chulucanas realiza las siguientes acciones, Publica información sobre la rendición de cuentas en página web de la municipalidad



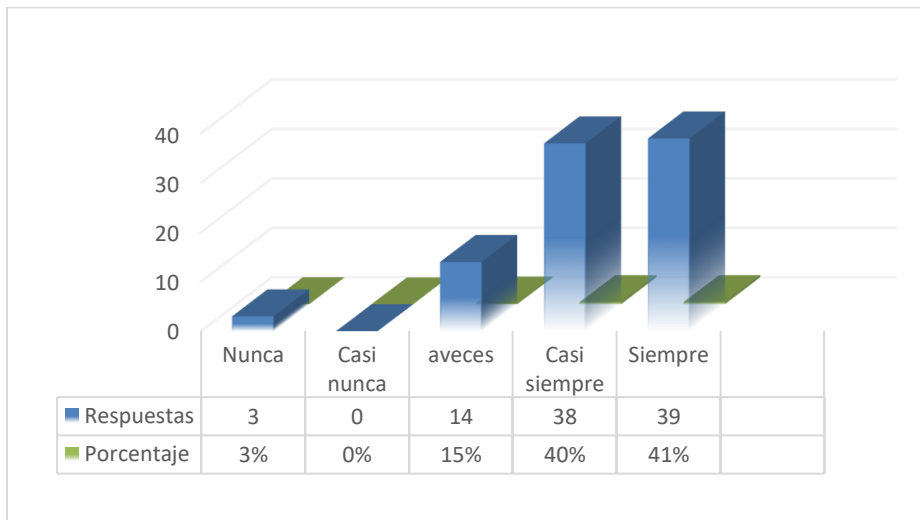
34. Se mantiene la información actualizada sobre rendición de cuentas en portal de transparencia



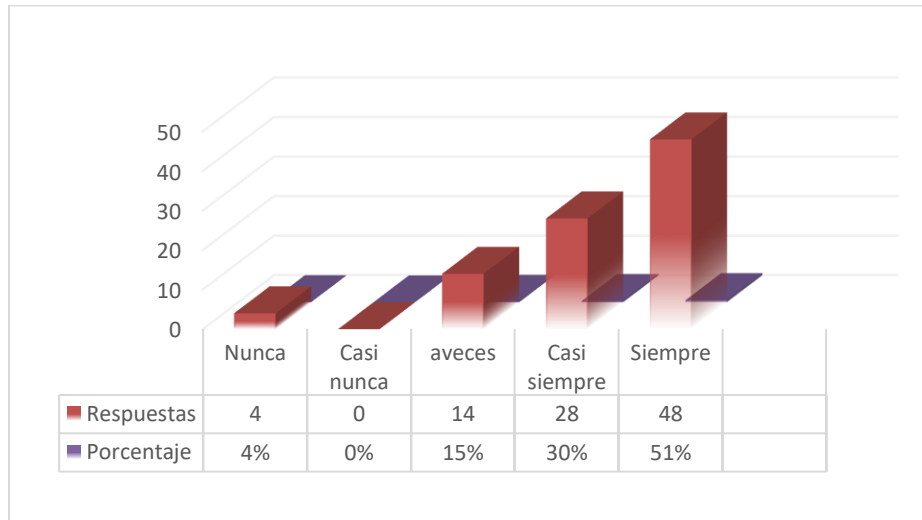
35. Se brinda información sobre rendición de cuentas en correo electrónico



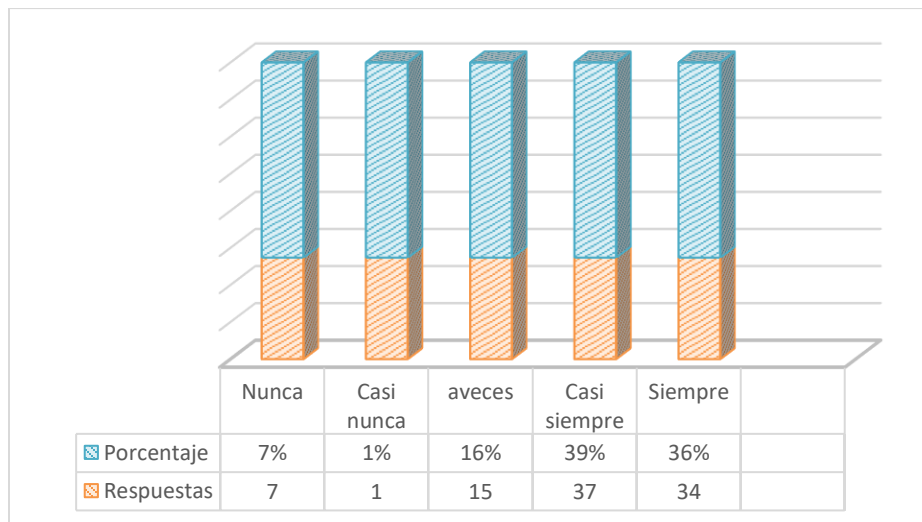
36. Se brinda información sobre rendición de cuentas en intranet



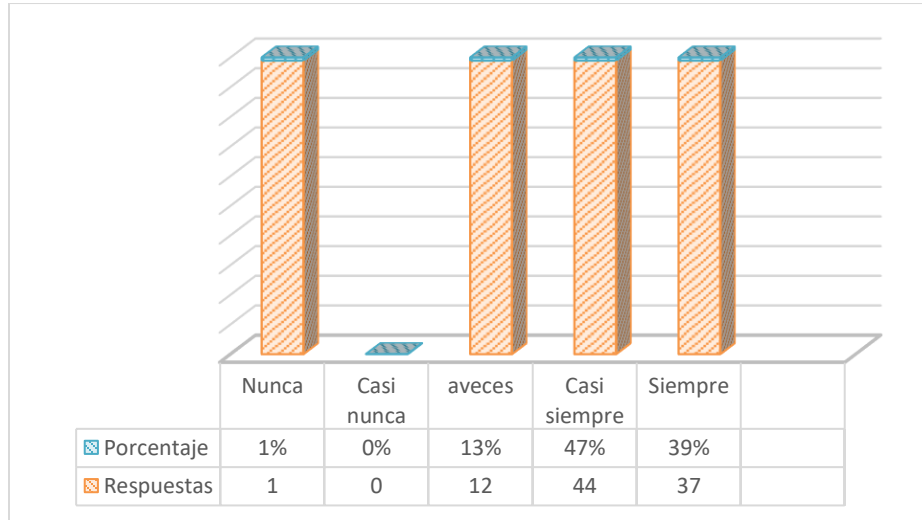
37. Se brinda información sobre rendición de cuentas a través de periódicos murales



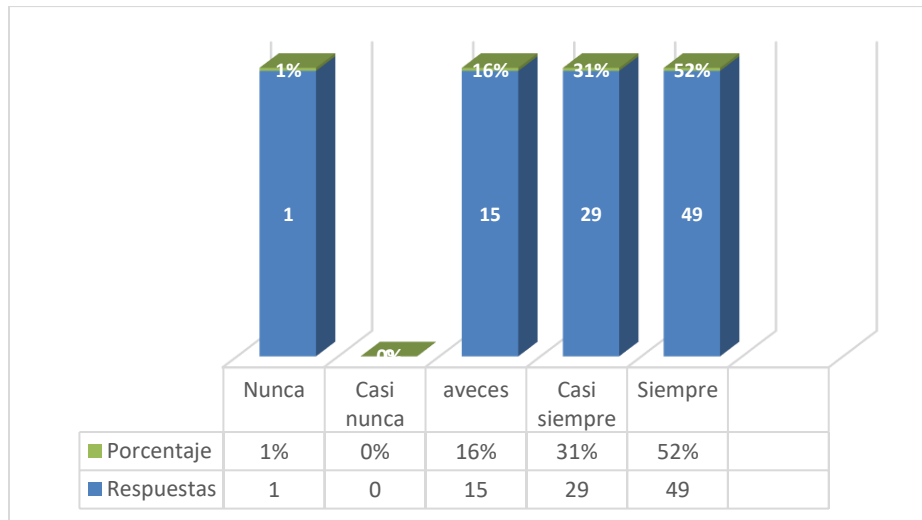
38. Se brinda información sobre rendición de cuentas a través de cartas, memorandún o comunicados.



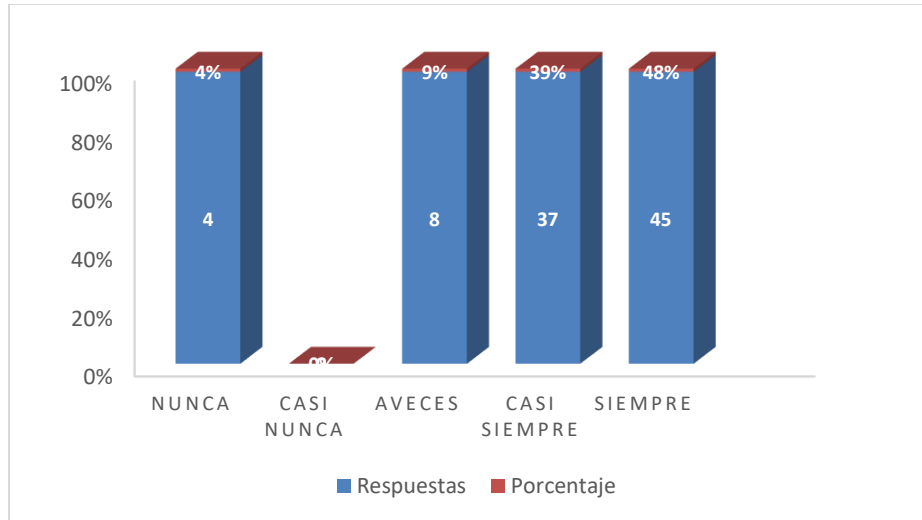
39. Se brinda información sobre rendición de cuentas a través de boletines informativos u otros similares.



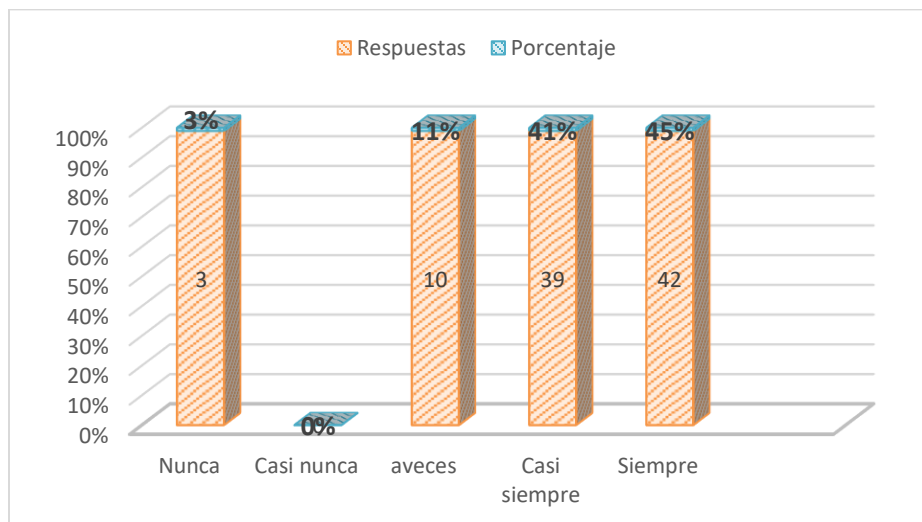
40. Se brinda informes sobre rendición de cuentas.



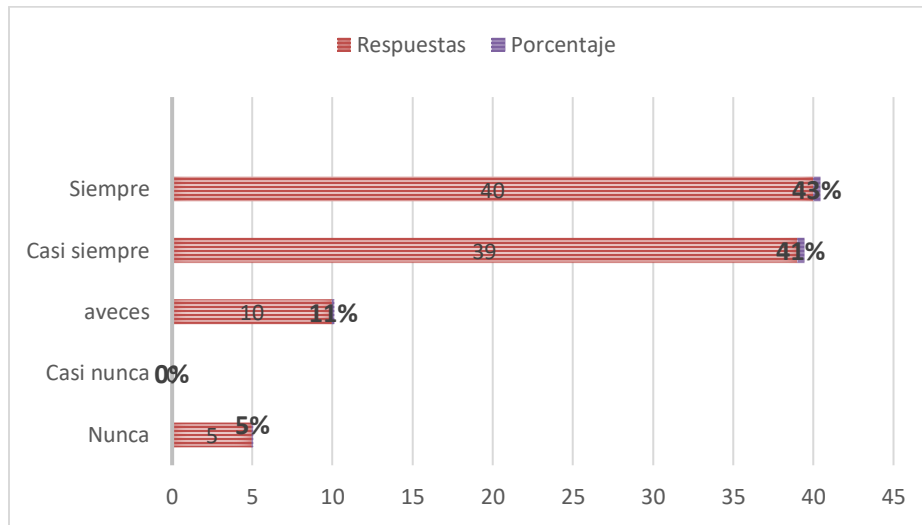
41. Se brinda información sobre rendición de cuentas a través de videoconferencias.



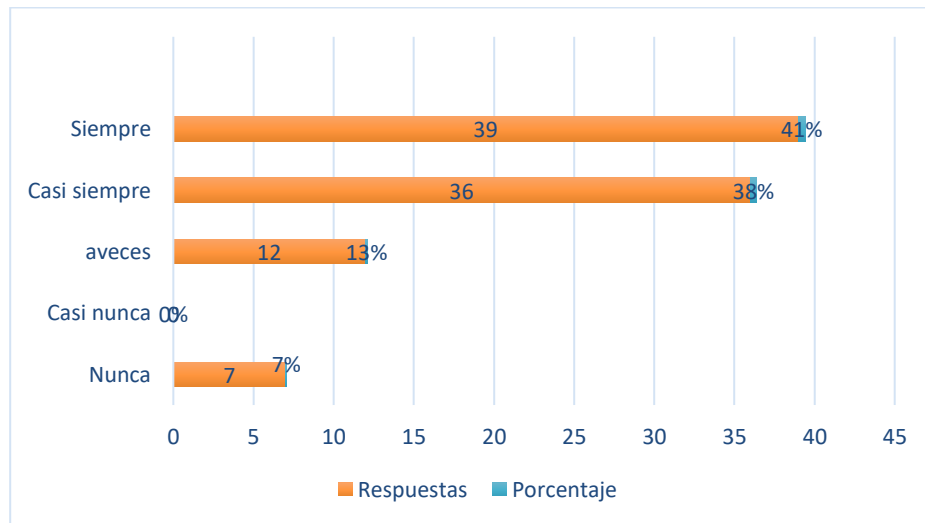
42. Se convoca a reuniones para brindar informes sobre rendición de cuentas



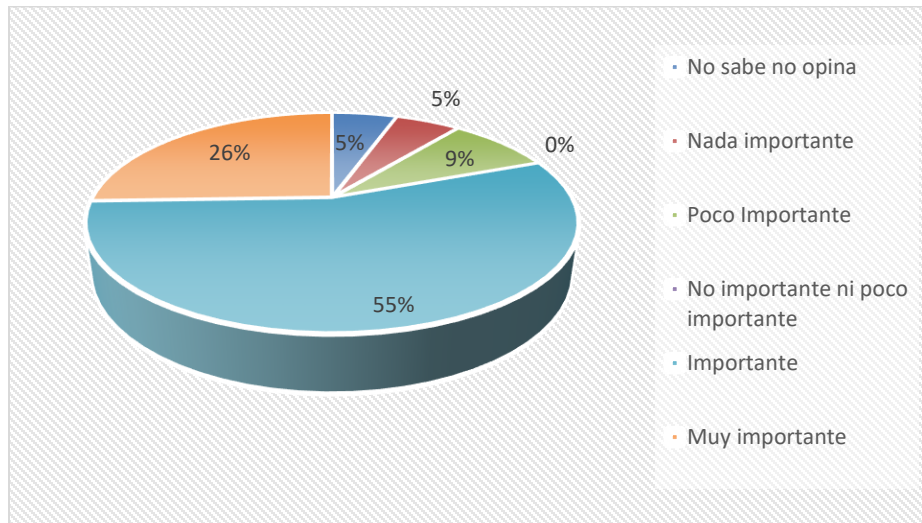
43. Se informa sobre actividades programadas para la rendición de cuentas a través de llamadas telefónicas.



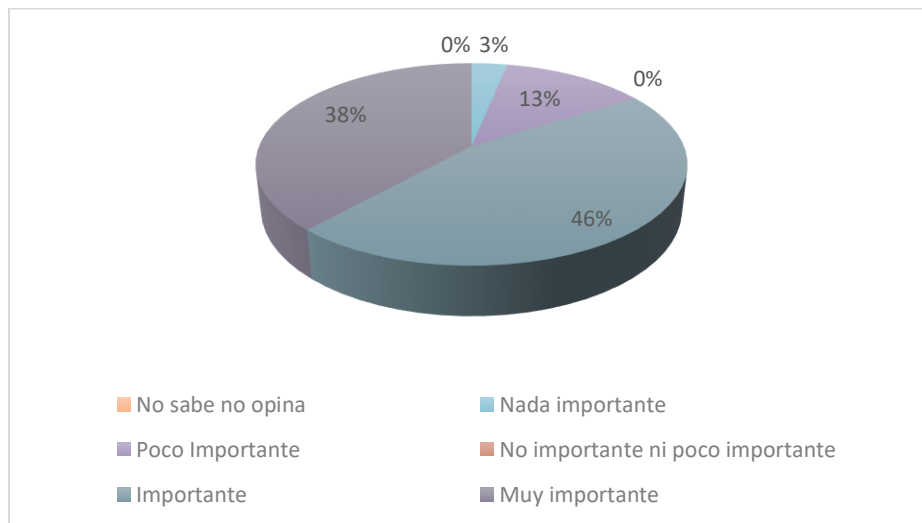
44. Se informa sobre las actividades programadas sobre rendición de cuentas mediante cartas y memorándum.



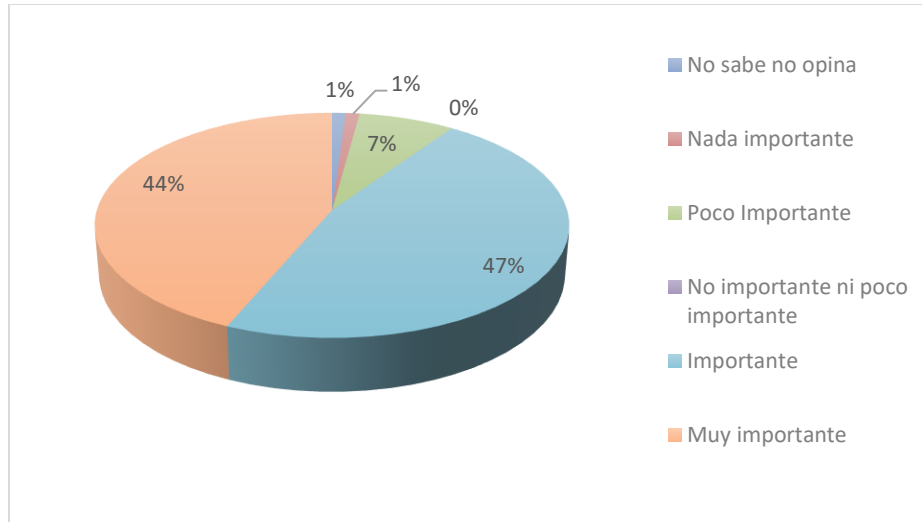
45. Califica la importancia de que la Municipalidad de Morropón Chulucanas realice las siguientes acciones , Brindar información a los colaboradores sobre procesos de rendición de cuentas



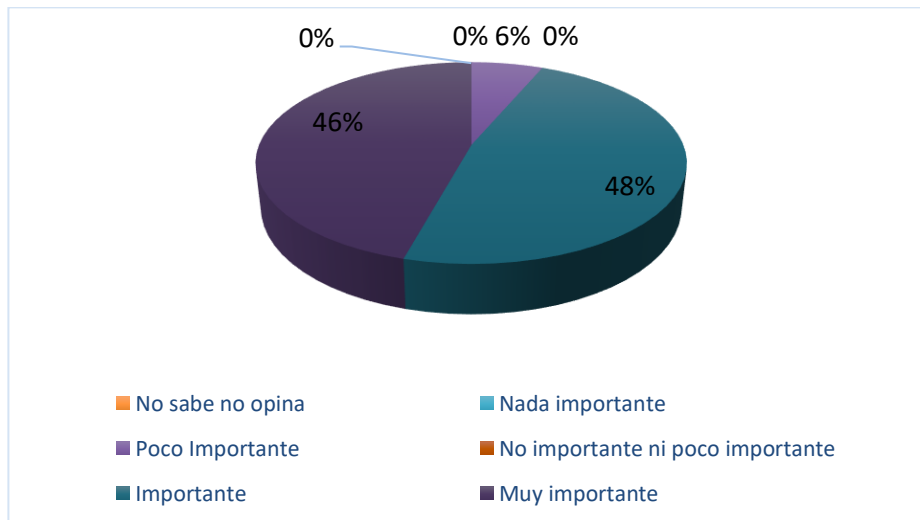
46. Brindar información a la población y sociedad civil sobre procesos de rendición de cuentas



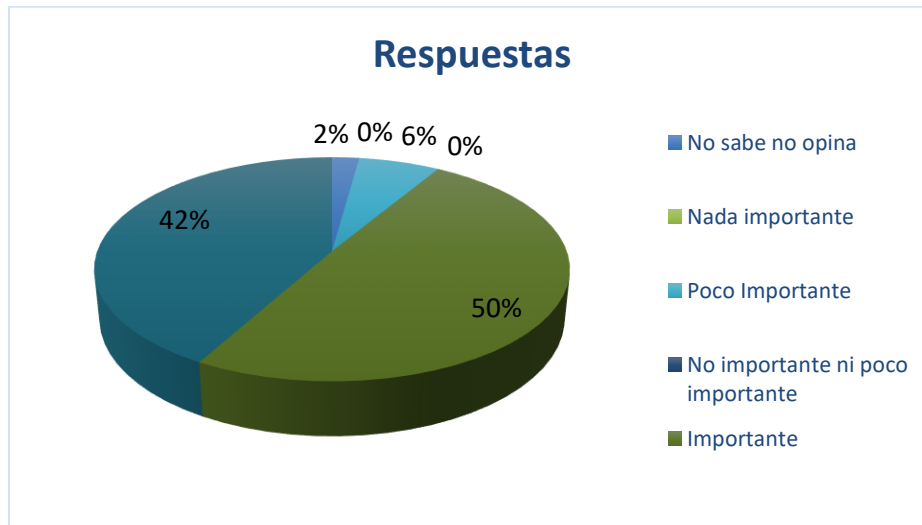
47. Implementar mecanismos para organizar información para la rendición de cuentas



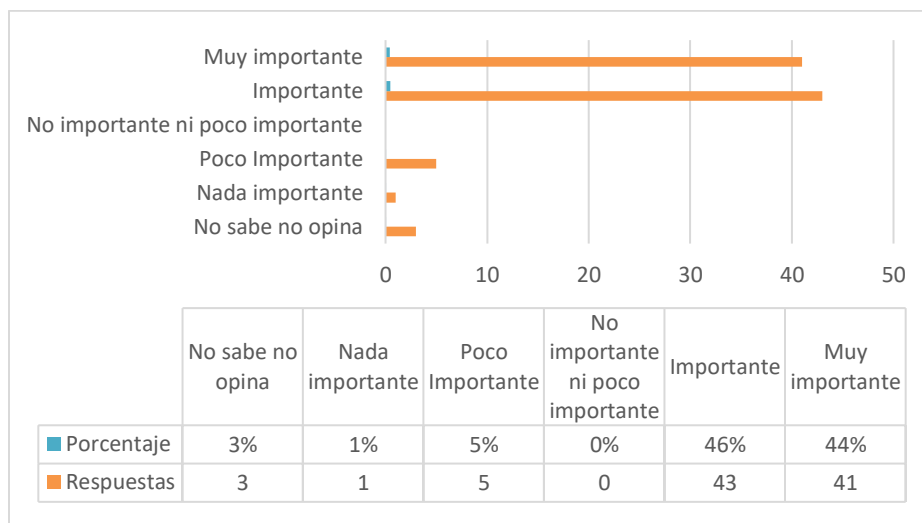
48. Involucrar diferentes áreas para la rendición de cuentas



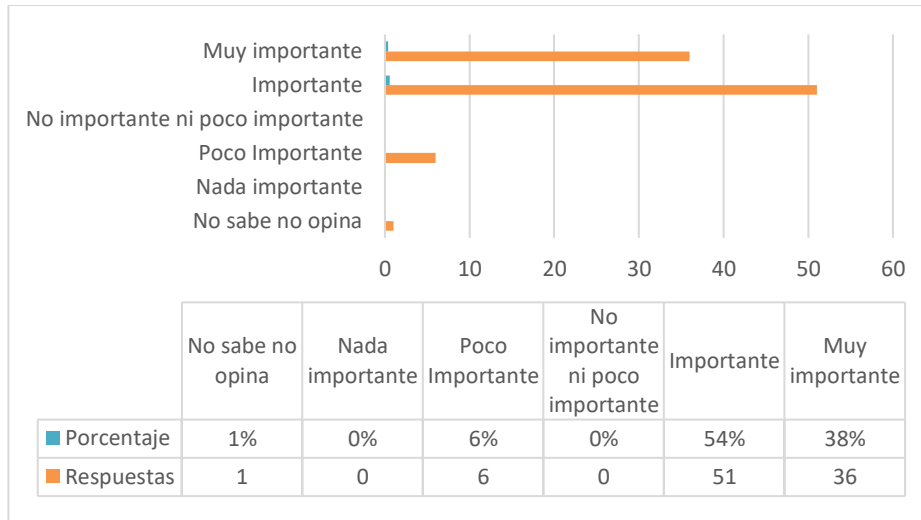
49. Dar a conocer la función que tiene cada área de trabajo en el proceso de rendición de cuentas



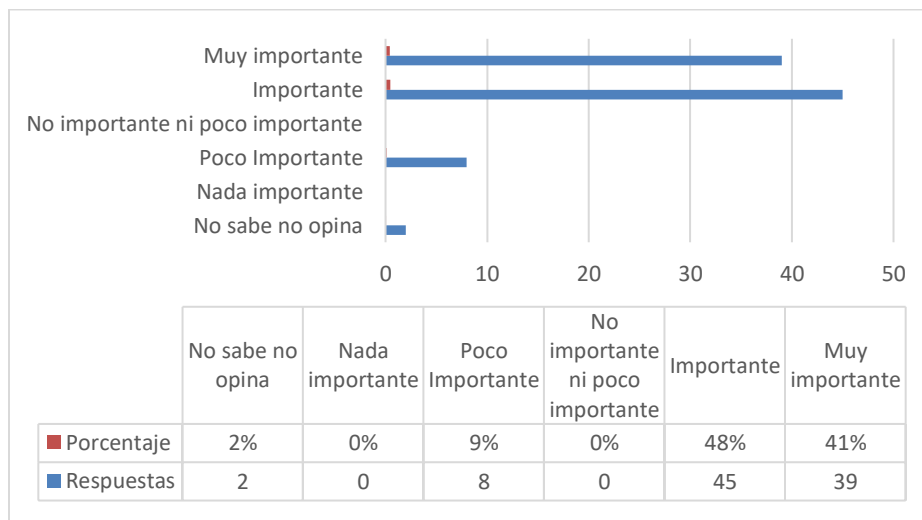
50. Utilizar redes sociales (Facebook, twitter y WhatsApp) para informar a los colaboradores sobre la rendición de cuentas



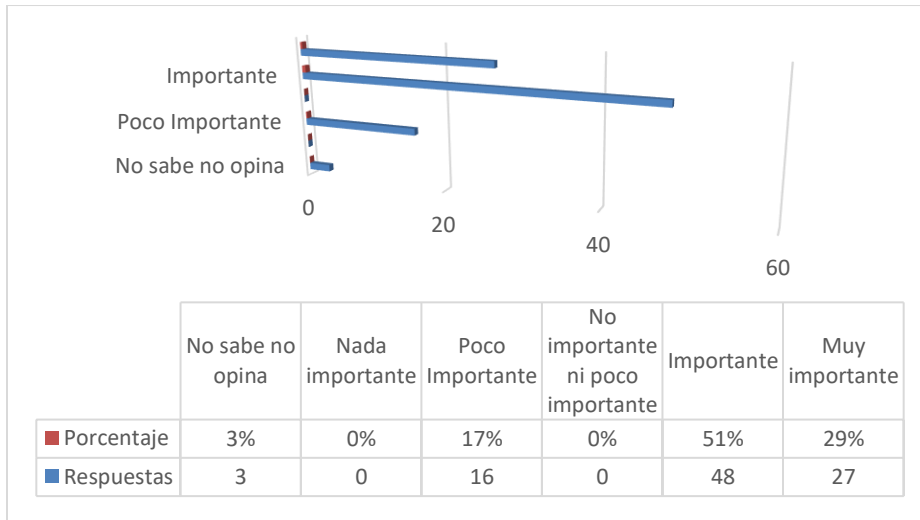
51. Utilizar redes sociales (Facebook, twitter y WhatsApp) para informar a la población sobre la rendición de cuentas



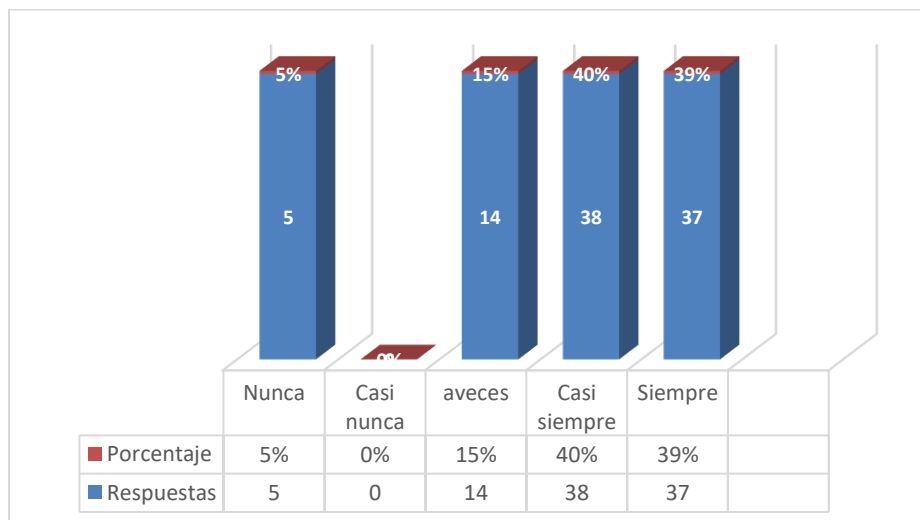
52. Utilizar medios de comunicación masivos (radio y televisión) para informar sobre espacios para rendir cuentas



53. Utilizar medios de comunicación comunitarios (periódico , mural , emisoras comunitarias o perifoneo) para informar sobre espacios para rendir cuentas



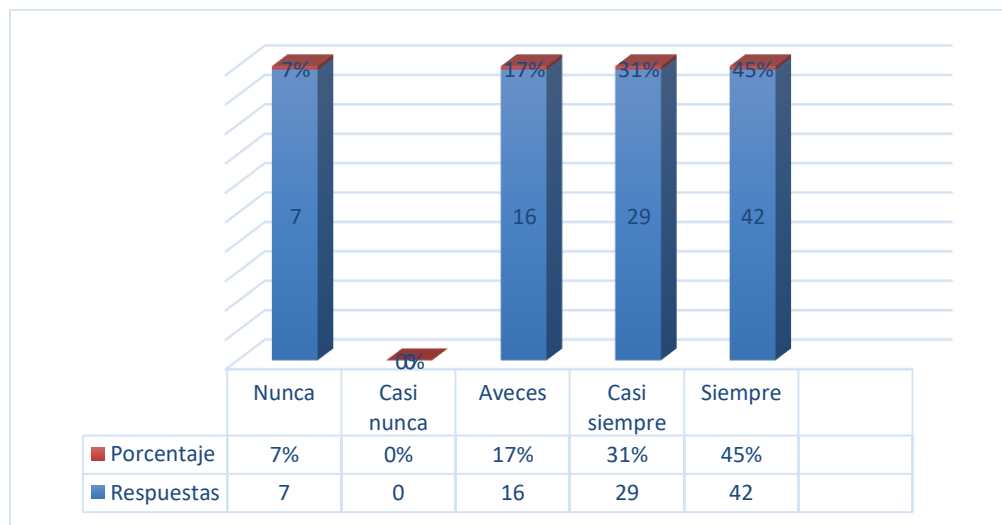
54. Con qué frecuencia la Municipalidad de Morropón Chulucanas realiza las siguientes acciones ,Presenta informes de rendición de cuentas a la sociedad civil



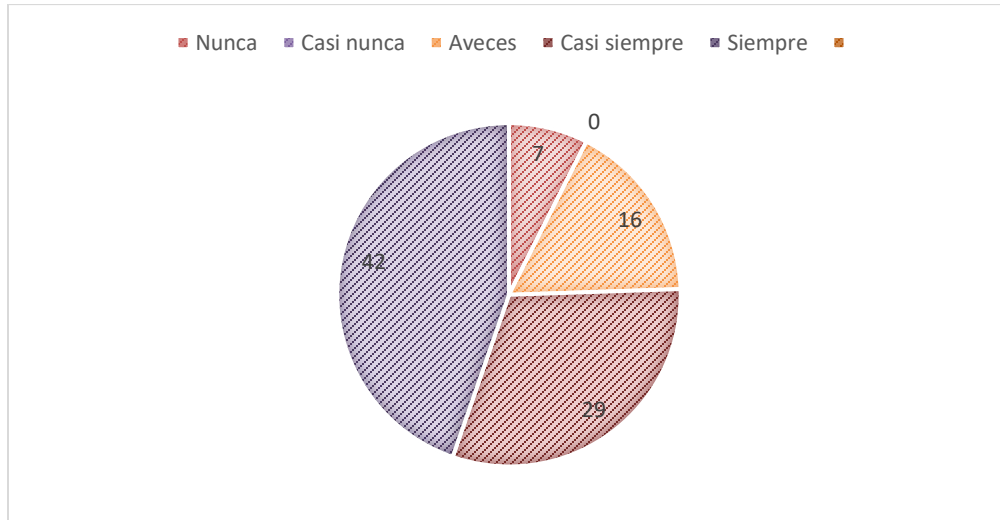
55. Transmite información sobre rendición de cuentas de manera clara y precisa



56. Establece mecanismos que promueven el acceso a la información pública y rendición de cuentas

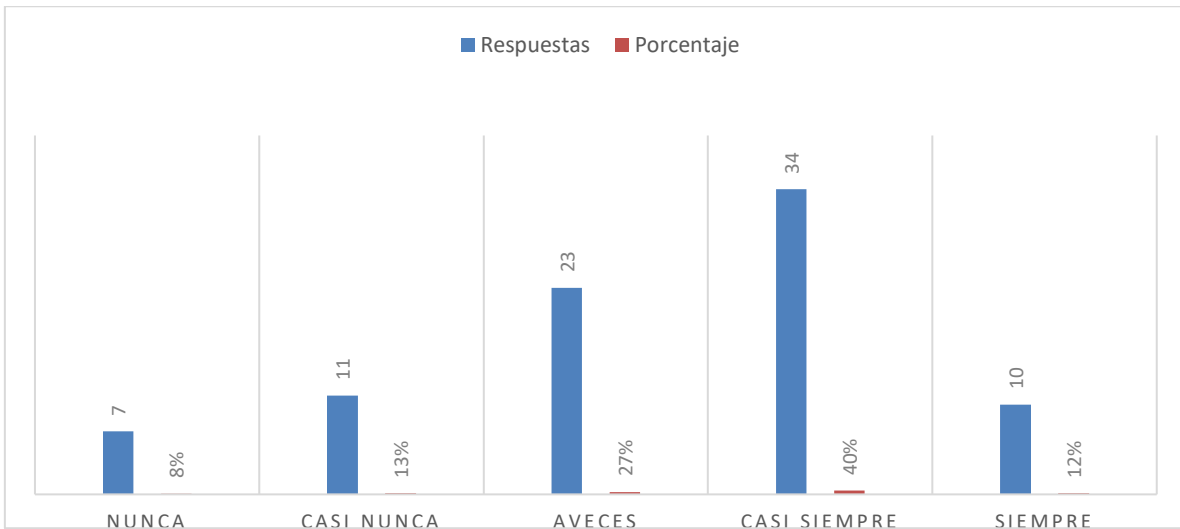


57. Implementa mecanismos de reconocimientos y sanciones a los funcionarios o responsables del cumplimiento de los objetivos y metas institucionales y gestión municipal

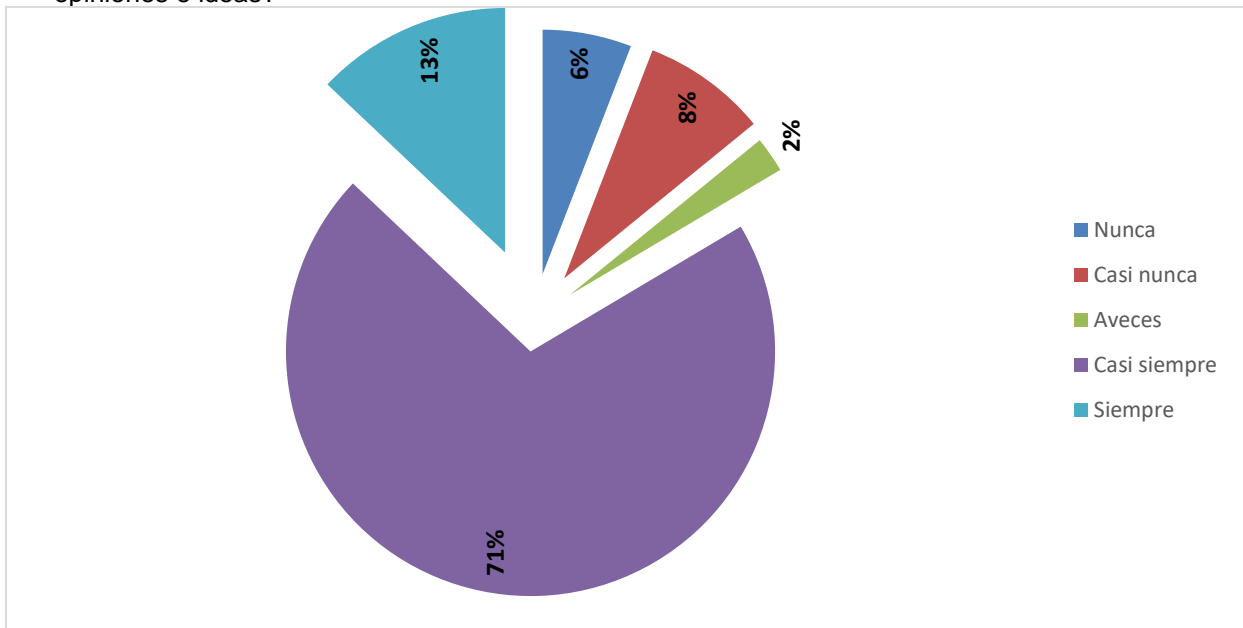


GRÁFICOS ENCUESTA REALIZADA A LOS COLECTIVOS SOCIALES:

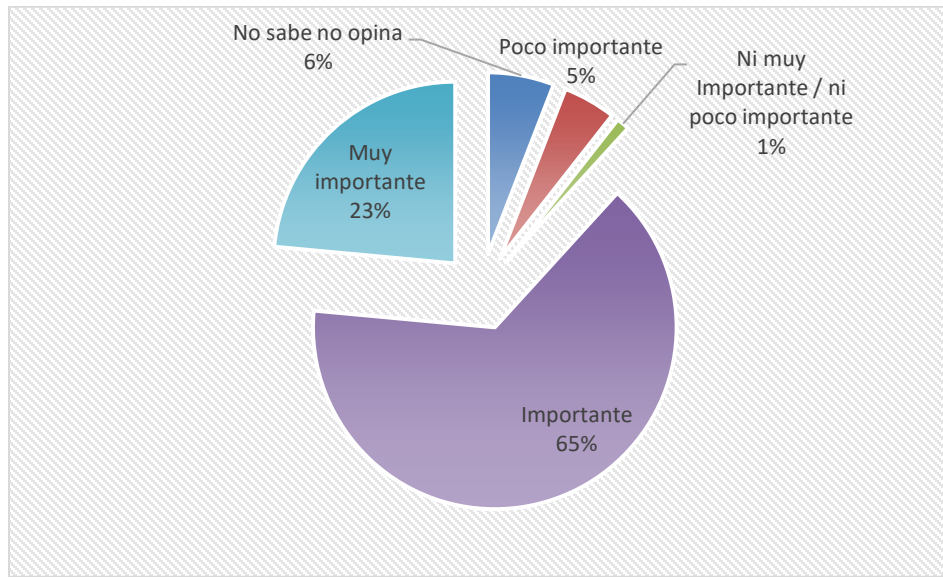
1. Recibe información relacionada a la rendición de cuentas de la Municipalidad de Morropón Chulucanas.



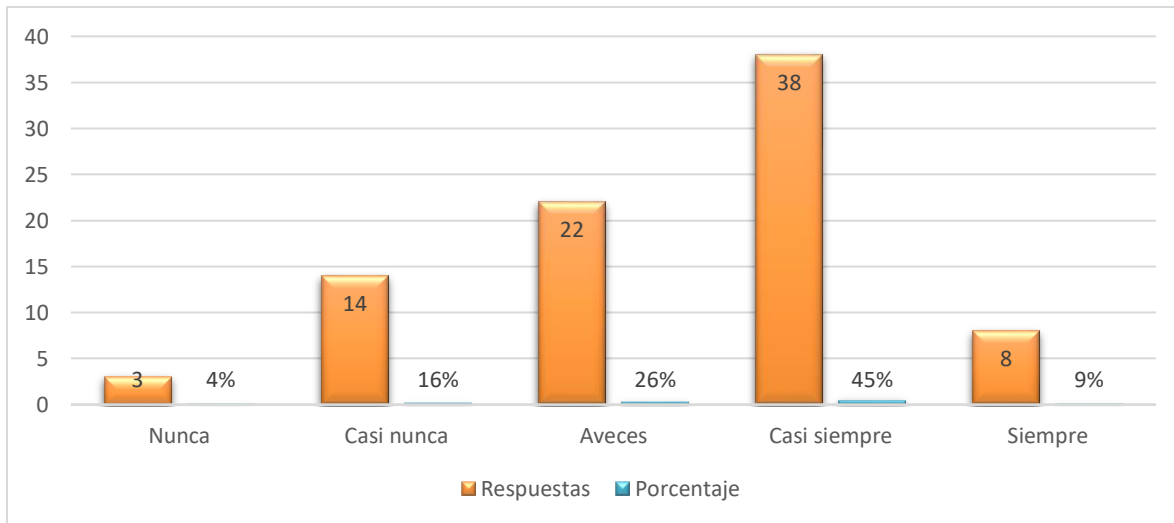
2. ¿Cuán importante es que la Municipalidad de Morropón Chulucanas tome en cuenta tus opiniones e ideas?



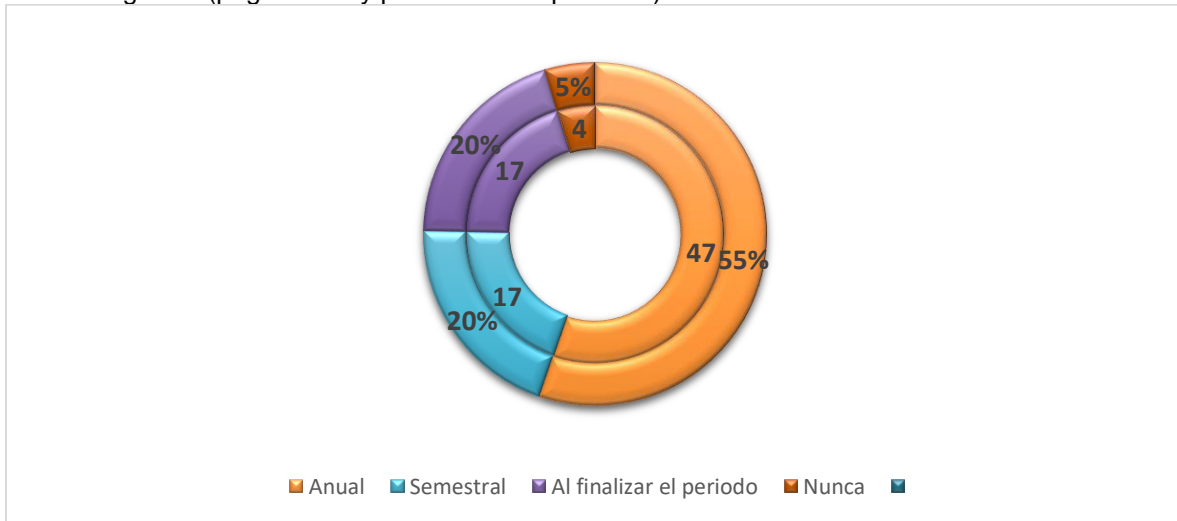
3. Participar en acciones relacionadas con la rendición de cuentas de la Municipalidad de Morropón Chulucanas



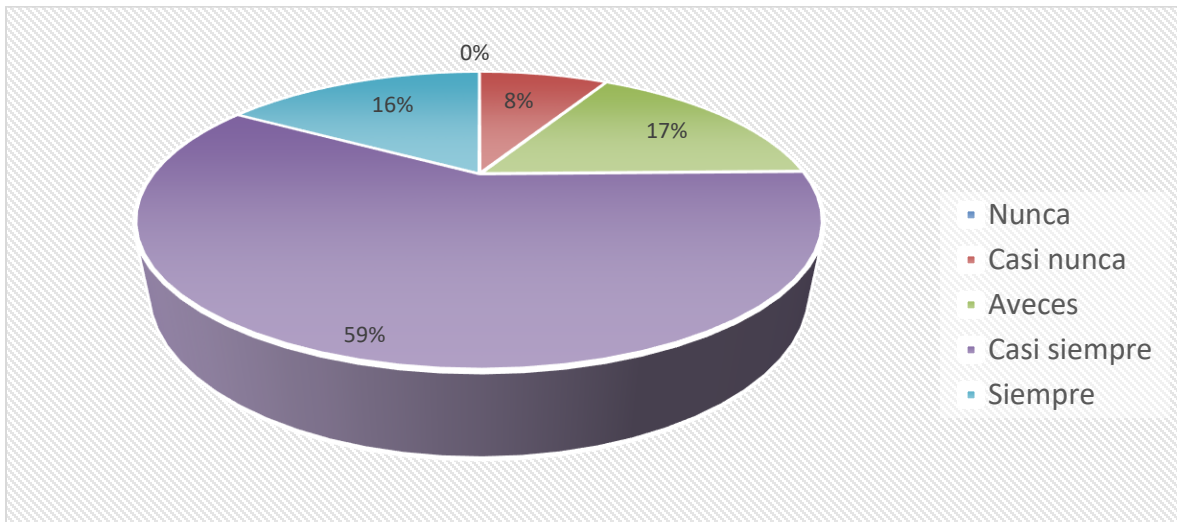
4. Recibe información sobre rendición de cuentas de la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas en talleres, seminarios y foros públicos



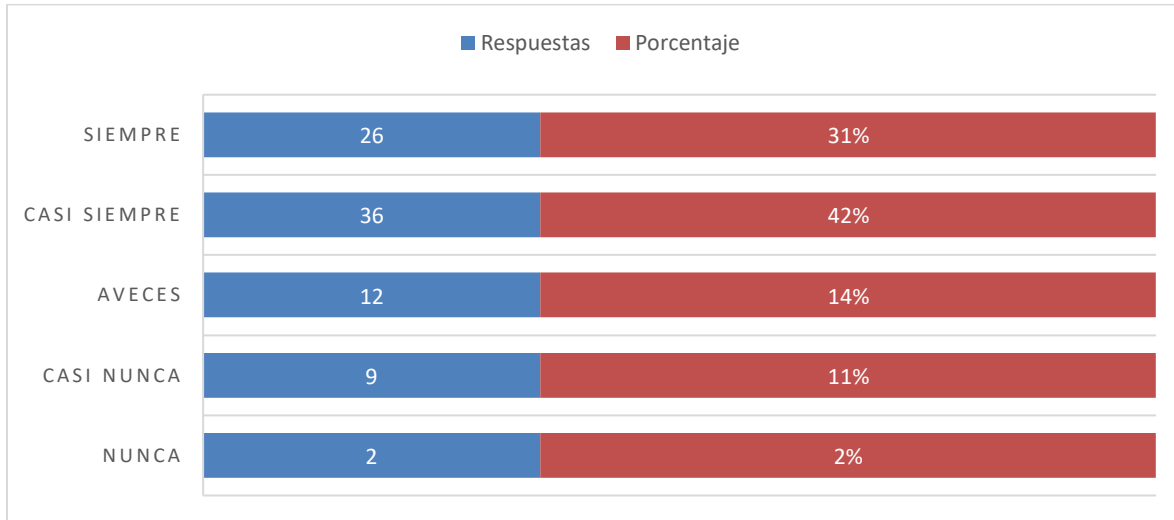
5. Se ha informado sobre procesos de rendición de cuentas de la municipalidad a través de canales digitales (página web y portal de transparencia)



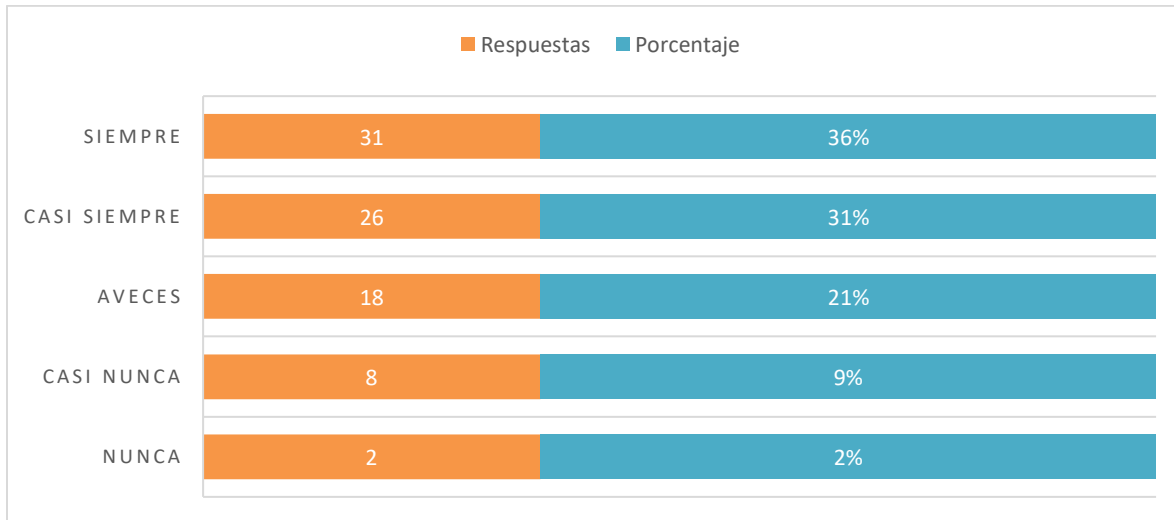
6. Ha recibido información sobre rendición de cuentas de la municipalidad a través de correo electrónico



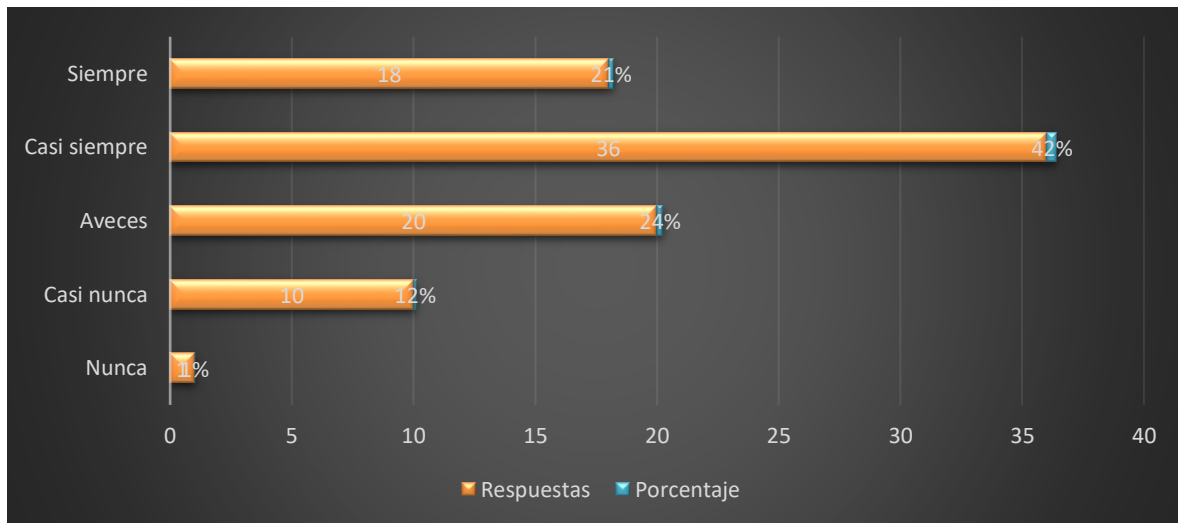
7. Ha participado en encuestas sobre rendición de cuentas de la Municipalidad de Morropón Chulucanas



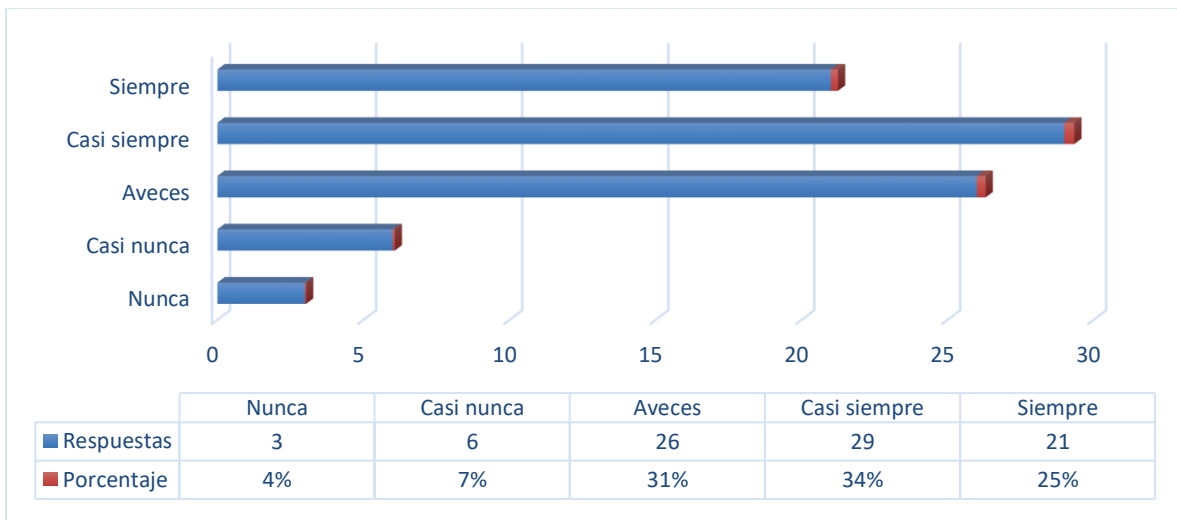
8. Ha participado en espacios de consultas ciudadanas relacionadas a rendición de cuentas de la Municipalidad de Morropón Chulucanas



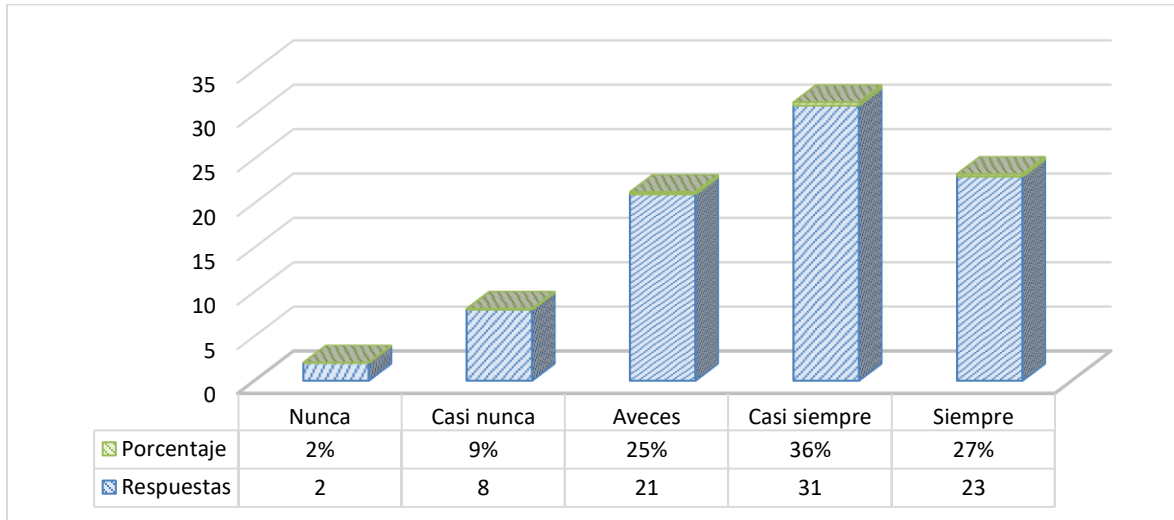
9. Ha recibido información sobre rendición de cuentas de la municipalidad a través de correo electrónico



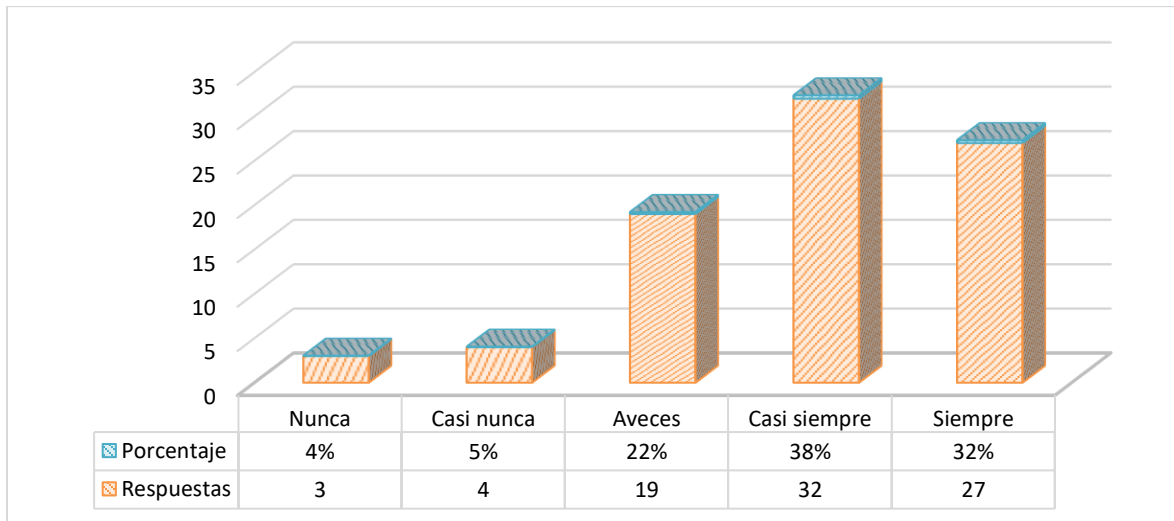
10. Usualmente la información de los mensajes sobre rendición de cuentas son eficientes (claras y precisas)



11. La Municipalidad de Morropón Chulucanas difunde información sobre las medidas que promueve la transparencia y rendición de cuentas



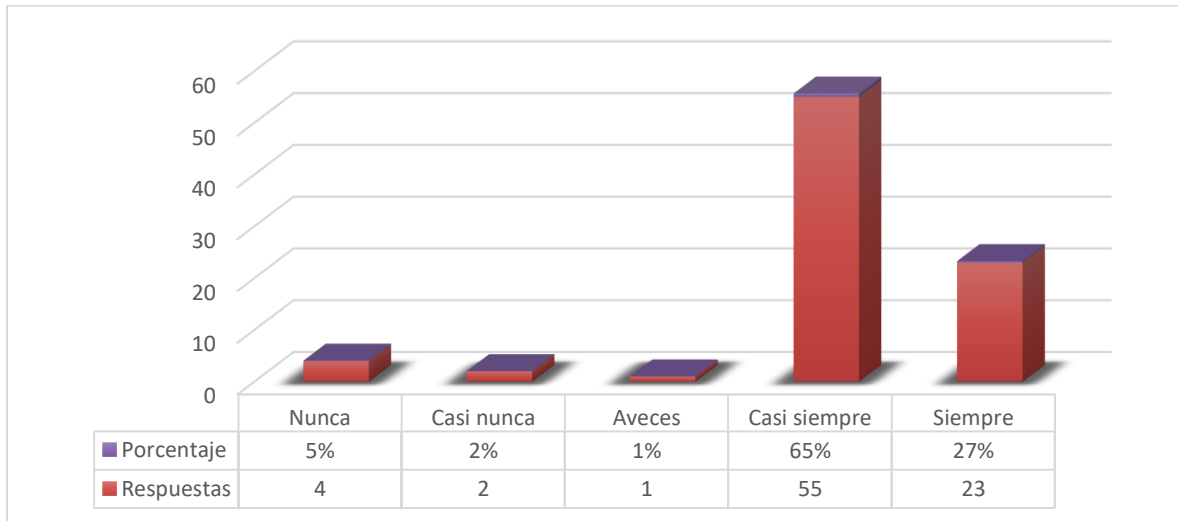
12. Recibe información sobre rendición de cuentas a través de radio, televisión o canales por cable.



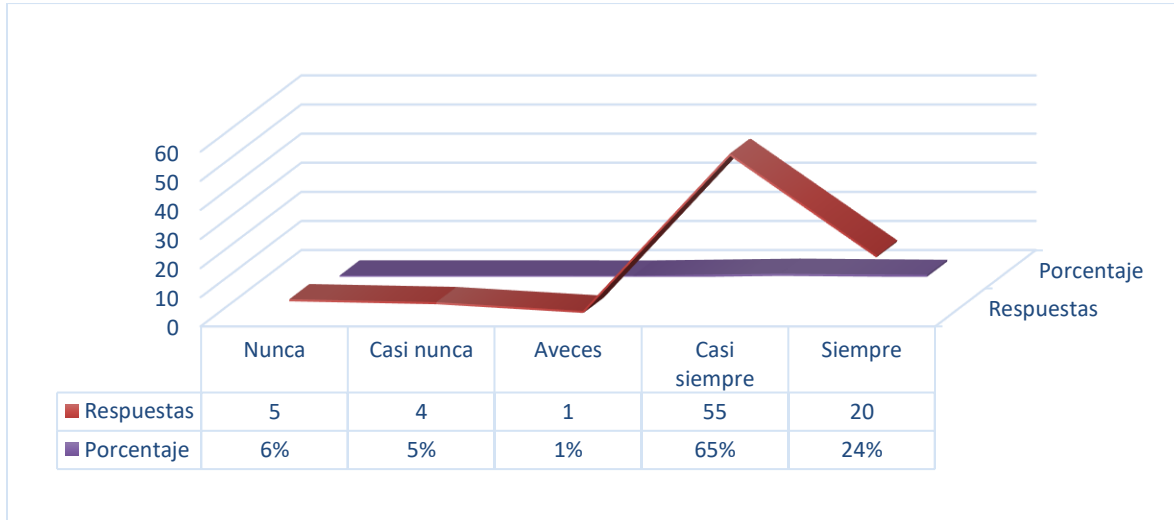
13. Recibe información sobre rendición de cuentas a través de spots publicitarios



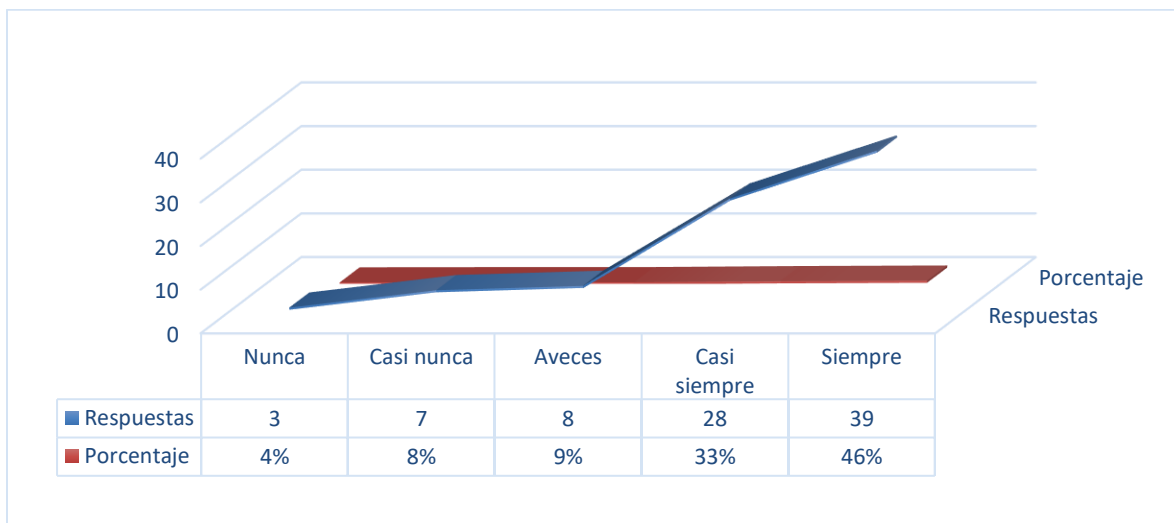
14. Se informa mediante medios de comunicación masivos (radio y televisión) sobre espacios de rendición de cuentas



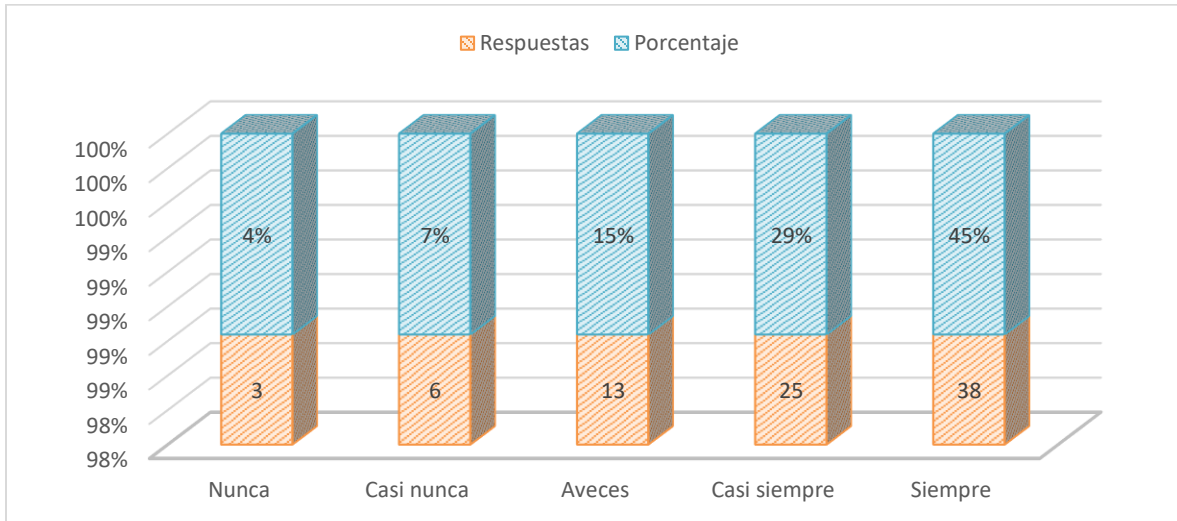
15. Utiliza medios de comunicación comunitarios (periódico mural, emisoras comunitarias o perifoneo) para informarse sobre espacios de rendición de cuentas.



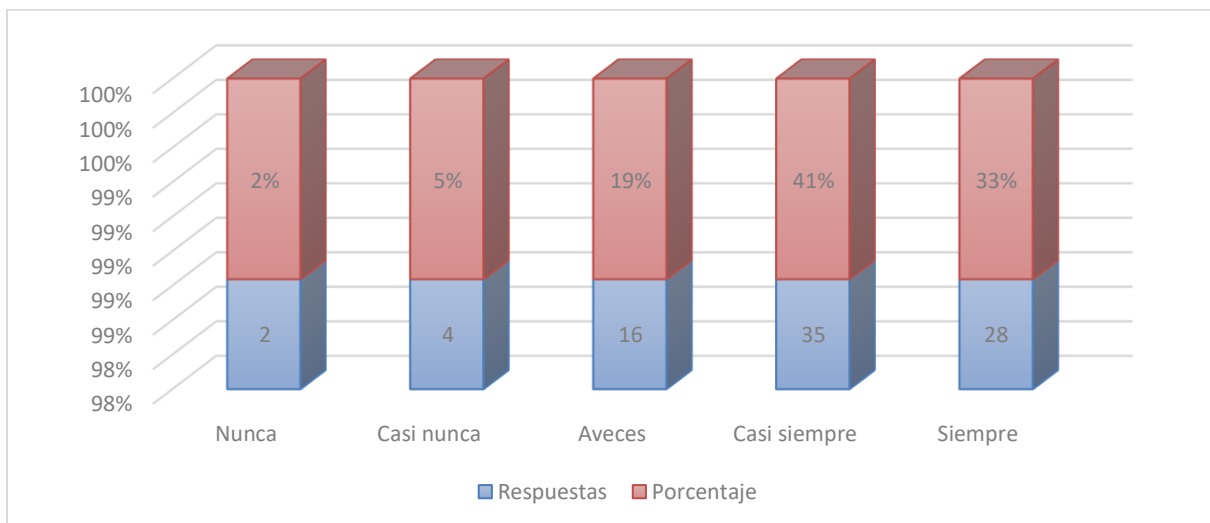
16. Presenta informes de rendición de cuentas a la sociedad civil



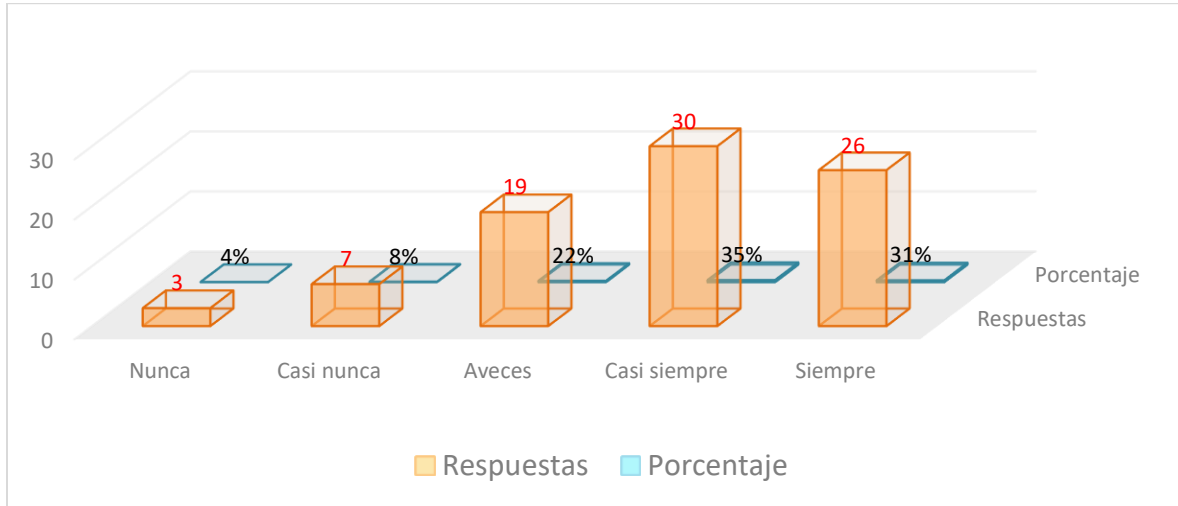
17. Transmite información sobre rendición de cuentas de manera clara y precisa



18. Establece mecanismos que promueven el acceso a la información pública y rendición de cuentas



19. Aplica reconocimientos y sanciones a los funcionarios responsables del cumplimiento de los objetivos y metas institucionales y gestión municipal



ANEXO 3: Matriz de Consistencia

Figura 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuál es la relación existente entre las Estrategias de Comunicación y la rendición de cuentas en la Municipalidad Provincial de Morropón – Chulucanas en el periodo 2019-2020?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la relación existente entre las estrategias de comunicación utilizadas por la Municipalidad Provincial de Morropón y la rendición de cuentas en el periodo 2019-2020.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Las estrategias de comunicación que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón Chulucanas se relacionan de manera positiva con la rendición de cuentas 2019-2020.</p>	<p>Estrategias de comunicación</p>	<p>Interna</p>	<p>Conocimiento de objetivos y estrategias institucionales (Castañeda, 2018)</p>
					<p>Acceso y uso de canales de comunicación interna (Castañeda, 2018)</p>
					<p>Grado de satisfacción de demandas y necesidades de comunicación de colaboradores hacia jefes (Castañeda, 2018)</p>
				<p>Externa</p>	<p>Uso de estrategias de comunicación interpersonal para la deliberación técnica y política. (Castañeda, 2018)</p>
					<p>Percepción de estrategias de escucha al ciudadano (para motivar opinión y debate). (Castañeda, 2018)</p>
					<p>Uso de la comunicación digital (Castañeda, 2018)</p>
<p>Uso de publicidad social (Castañeda, 2018)</p>					
<p>Problemas específicos</p> <p>¿Qué relación existe entre las estrategias de comunicación interna y la rendición de cuentas en la Municipalidad Provincial de Morropón-Chulucanas en el periodo 2019-2020?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar la relación que existe entre las estrategias de comunicación interna utilizadas por la Municipalidad Provincial de Morropón - Chulucanas y la rendición de cuentas en el periodo 2019-2020.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>Las estrategias de comunicación interna que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón-Chulucanas se relaciona de manera positiva con la rendición de cuentas 2019-2020.</p>	<p>Rendición de cuentas</p>	<p>Dar cuentas (Velasco Sánchez, 2011)</p>	<p>Percepción sobre contenidos de reportes e informes (Velasco Sánchez, 2011)</p>
				<p>Debate y valoración (Velasco Sánchez, 2011)</p>	<p>Percepción sobre contrastación y valoración de la información (Velasco Sánchez, 2011)</p>

<p>¿Qué relación existe entre las estrategias de comunicación externa y la rendición de cuentas en la Municipalidad Provincial de Morropón-Chulucanas en el periodo 2019-2020?</p>	<p>Determinar qué relación existe entre las estrategias de comunicación externa utilizadas por la Municipalidad Provincial de Morropón - Chulucanas y la rendición de cuentas en el periodo 2019-2020.</p>	<p>Las estrategias de comunicación externa que utiliza la Municipalidad Provincial de Morropón-Chulucanas se relacionan de manera positiva con la rendición de cuentas 2019-2020.</p>			
				<p>Consecuencias y sanciones</p>	<p>Percepción sobre reconocimientos y sanciones (Velasco Sánchez, 2011)</p>

ANEXO 4: Evidencias fotográficas

Personal de la Municipalidad Provincial de Morropón- Chulucanas respondiendo encuestas a través del formulario de Google.

Periódico mural como medio utilizado para informar a los colaboradores.

