



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO”**

ESCUELA DE POSTGRADO

**COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y PARTICIPACIÓN
CIUDADANA EN EL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO
DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUARAZ
ANCASH-2018**

Tesis para optar el grado de maestro
en Comunicación y Desarrollo
Mención en Comunicación Organizacional y Desarrollo Social

EDGAR ALBERTO HERRERA TUYA

Asesor: **DR. EDWIN ASNATE SALAZAR**

Huaraz - Ancash - Perú

2021

FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, CONDUCENTES A OPTAR TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

1. Datos del autor:

Apellidos y Nombres: _____

Código de alumno: _____ Teléfono: _____

E-mail: _____ D.N.I. n°: _____

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Tipo de trabajo de Investigación:

Tesis

Trabajo Académico

Trabajo de Investigación

3. Trabajo de Investigación para optar el grado de:

4. Título del trabajo de Investigación:

5. Escuela: _____

6. Programas: _____

7. Asesor:

Apellidos y nombres _____ D.N.I n°: _____

E-mail: _____ ID ORCID: _____

8. Referencia bibliográfica: _____

9. Tipo de acceso al Documento:

Acceso público* al contenido completo. Acceso

restringido** al contenido completo

Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundirlo en el Repositorio Institucional, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso de que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

10. Originalidad del archivo digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.



Firma del autor

11. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para las investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica.



El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Recolector Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

12. Para ser verificado por la Dirección del Repositorio Institucional

Fecha de Acto de sustentación:

Huaraz,

Firma:



Varillas William Eduardo
Asistente en Informática y Sistemas
- UNASAM -

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO”**

ESCUELA DE POSTGRADO

**COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y PARTICIPACIÓN
CIUDADANA EN EL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO
DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUARAZ
ANCASH-2018**

Tesis para optar el grado de maestro
en Comunicación y Desarrollo
Mención en Comunicación Organizacional y Desarrollo Social

EDGAR ALBERTO HERRERA TUYA

Asesor: **DR. EDWIN ASNATE SALAZAR**

Huaraz - Ancash - Perú

2021

N° de Registro: **T0783**

MIEMBROS DEL JURADO

Doctor Rudecindo Penadillo Lirio

Presidente

Magíster Francisco Neyra Rojas

Secretario

Magíster María Angélica Méndez Espinoza

Vocal

ASESOR

Doctor Edwin Asnate Salazar

AGRADECIMIENTO

- A mi alma mater, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo por apoyarme en mi perfeccionamiento permanente para fortalecer mis conocimientos en la comunicación para el desarrollo social que es una de las disciplinas que me apasiona.
- A los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Comunicación- Unasam por sus valiosos apoyos en el fortalecimiento de mis conocimientos.
- Al proyecto MIM y al Instituto de Estudios Peruanos por haberme dado la experiencia en temas de gestión pública y comunicación para el desarrollo.

DEDICATORIA

A mi familia por su apoyo incansable para el logro de mis objetivos. Nina, Christopher y Sofía pilares principales que me soportan en este camino llamado vida.

INDICE

	Página
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii
I. INTRODUCCIÓN.....	1-17
Objetivos	11
Hipótesis.....	12
Variables.....	14
II. MARCO TEORICO.....	18-87
2.1 Antecedentes.....	18
2.2 Bases Teóricas.....	30
2.3. Definición de Términos.....	85
III. METODOLOGÍA.....	88-94
3.1 Tipo y diseño de Investigación.....	88
3.2 Plan de recolección de la información y/o diseño estadístico	89
- Población.....	89
- Muestra.....	90
3.3. Instrumentos de recolección de la información.....	91
3.4. Plan de procesamiento y análisis estadístico de la información.....	94
IV. RESULTADOS.....	95-132
V. DISCUSIÓN.....	133
VI. CONCLUSIONES.....	139
VII. RECOMENDACIONES.....	141

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	142
ANEXOS.....	150

- Anexo 01: Matriz de consistencia lógica
- Anexo 02: Validación del instrumento a juicio de expertos (especialista en gestión pública)
- Anexo 03: Validación del instrumento a juicio de expertos (especialista en comunicación)
- Anexo 04: Instrumento de recolección de datos
- Anexo 05: Link de envío para encuestas en forma virtual
- Anexo 06: Integrantes del Comité de Vigilancia del Presupuesto Participativo del 2018 de la Municipalidad provincial de Huaraz
- Anexo 07: Normatividad de la participación ciudadana en el Perú
- Anexo 08: Cronograma del proceso del Presupuesto Participativo 2018
- Anexo 09: Objetivos del Plan de Desarrollo Concertado
- Anexo 10: Oficio múltiple de invitación para la participación en el Presupuesto Participativo 2018 de la MP de Huaraz
- Anexo 11: Plan de Desarrollo Concertado de la Municipalidad

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Componentes de la Identidad corporativa.
- Figura 2: Componentes de la Imagen Corporativa
- Figura 3: Componentes de la Reputación
- Figura 4: Agentes participantes por edad
- Figura 4: Agentes participantes por edad
- Figura 5: Agentes participantes por género
- Figura 6: Agentes participantes por grado de instrucción
- Figura 7: Agentes participantes por tipo de organización
- Figura 8: Retroalimentación de la comunicación al grupo de interés
- Figura 9: Informaciones de manera clara y entendible para el grupo de interés
- Figura 10: Sistema de comunicación que involucra a todo el personal
- Figura 11: Servicios óptimos a su grupo de interés (stakeholders)
- Figura 12: Calidad y calidez de atención a su grupo de interés ((stakeholders)
- Figura 13: Trabajo colaborativo para el logro de objetivos institucionales
- Figura 14: Toma de decisiones consensuadas respecto a la misión y visión institucional
- Figura 15: Cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones
- Figura 16: Respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales.
- Figura 17: Desarrollo en su accionar la ética y la transparencia institucional.

- Figura 18: Respaldo de su grupo de interés en actividades institucionales
- Figura 19: Duración del Presupuesto Participativo
- Figura 20: Planificación del Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz
- Figura 21: Difusión de la convocatoria del Presupuesto Participativo- MP de Huaraz
- Figura 22: Nuevas organizaciones sociales en el presupuesto participativo de la MPde Huaraz
- Figura 23: Orientación personalizada a los agentes participantes del presupuestoparticipativo.
- Figura 24: Calidad de información en el presupuesto participativo de la MP de Huaraz
- Figura 25: Trabajo concertado para la priorización de proyectos en el presupuestoparticipativo
- Figura 26: Integración entre el Estado y sociedad civil en el presupuesto participativo
- Figura 27: Capacitaciones descentralizadas en el presupuesto participativo
- Figura 28: Disponibilidad de tiempo al de los agentes participantes para lascapacitaciones en el presupuesto participativo
- Figura 29: Respeto a las opiniones y/o sugerencias de los Agentes Participantes en elPresupuesto Participativo.
- Figura 30: Consideración de la diversidad lingüística en el Presupuesto Participativo

- Figura 31: Reunión de trabajo para la ejecución de los proyectos del Presupuesto Participativo
- Figura 32: Reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos del Presupuesto Participativo.
- Figura 33: Reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos del Presupuesto Participativo.
- Figura 34: Aprobación de los proyectos priorizados en el Presupuesto Participativo

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Agentes participantes en el Presupuesto Participativo 2018
- Tabla 2: Confiabilidad del instrumento de la variable comunicación corporativa
- Tabla 3: Confiabilidad del instrumento de la variable participación ciudadana en el presupuesto participativo
- Tabla 4: Agentes participantes por edad
- Tabla 5: Agentes participantes por género
- Tabla 6: Agentes participantes por grado de instrucción
- Tabla 7: Agentes participantes por tipo de organización
- Tabla 8: Retroalimentación de la comunicación al grupo de interés
- Tabla 9: Informaciones de manera clara y entendible para el grupo de Interés
- Tabla 10: Sistema de comunicación que involucra a todo el personal
- Tabla 11: Servicios óptimos a su grupo de interés (stakeholders)
- Tabla 12: Calidad y calidez de atención a su grupo de interés ((stakeholders)
- Tabla 13: Trabajo colaborativo para el logro de objetivos institucionales
- Tabla 14: Toma de decisiones consensuadas respecto a la misión y visión institucional
- Tabla 15: Cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones
- Tabla 16: Respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales
- Tabla 17: Desarrollo en su accionar la ética y la transparencia institucional

- Tabla 18: Respaldo de su grupo de interés en actividades institucionales
- Tabla 19: Duración del Presupuesto Participativo
- Tabla 20: Planificación del Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz
- Tabla 21: Difusión de la convocatoria del Presupuesto Participativo- MP de Huaraz
- Tabla 22: Nuevas organizaciones sociales en el Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz
- Tabla 23: Orientación personalizada a los Agentes Participantes del Presupuesto Participativo
- Tabla 24: Calidad de información en el Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz
- Tabla 25: Trabajo concertado para la priorización de proyectos en el Presupuesto Participativo
- Tabla 26: Integración entre el Estado y sociedad civil en el Presupuesto Participativo
- Tabla 27: Capacitaciones descentralizadas en el Presupuesto Participativo
- Tabla 28: Disponibilidad de tiempo al de los Agentes Participantes para las capacitaciones en el Presupuesto Participativo
- Tabla 29: Respeto a las opiniones y/o sugerencias de los Agentes Participantes en el Presupuesto Participativo
- Tabla 30: Consideración de la diversidad lingüística en el Presupuesto Participativo

- Tabla 31: Reunión de trabajo para la ejecución de los proyectos del Presupuesto Participativo
- Tabla 32: Reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos del Presupuesto Participativo
- Tabla 33: Inclusión en el Presupuesto Institucional los proyectos del Presupuesto Participativo
- Tabla 34: Aprobación de los proyectos priorizados en el presupuesto participativo
- Tabla 35: correlación entre comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo
- Tabla 36: correlación entre comunicación corporativa con la participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo
- Tabla 37: Correlación entre comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo
- Tabla 38: Correlación entre comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo
- Tabla 39: Correlación entre comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo

RESUMEN

Se realizó una investigación cuyo propósito fue determinar que la comunicación corporativa se relaciona con la participación ciudadana en el presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz en el año 2018. Se aplicó un diseño de carácter descriptivo correlacional, en el que participaron 95 agentes participantes del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, las que luego se procedieron a ordenar, tabular, procesar e interpretar y discutir los resultados. Se utilizó como instrumento la encuesta y los resultados evidencian que existe relación significativa alta entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz habiéndose obtenido un coeficiente de correlación de Pearson de $r = 0.962$, que porcentualmente alcanza el 96%.

Por lo tanto, se concluye que a mayor comunicación corporativa mayor será la participación ciudadana de los agentes participantes en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, permitiendo fortalecer este espacio de participación y con ello la gobernabilidad y la democracia a nivel del gobierno local.

Palabras clave: Comunicación Corporativa, Participación Ciudadana, Presupuesto Participativo.

ABSTRACT

An investigation was carried out whose purpose was to determine that corporate communication is related to citizen participation in the Participatory budget of the Provincial Municipality of Huaraz in 2018. A correlational descriptive design was applied, in which 95 participating agents of the Participatory Budget of the Provincial Municipality of Huaraz, which then proceeded to order, tabulate, process and interpret and discuss the results. The survey was used as an instrument and the results show that there is a high significant relationship between corporate communication and citizen participation in the Participatory Budget of the Provincial Municipality of Huaraz, having obtained a Pearson correlation coefficient of $r = 0.962$, which in percentage terms reaches the 96%.

Therefore, it is concluded that the greater the corporate communication, the greater the citizen participation of the participating agents in the Participatory Budget of the Provincial Municipality of Huaraz, allowing to strengthen this space for participation and with it governance and democracy at the local government level.

Key Words: Corporate Communication, Citizen Participation, Participatory Budgeting.

I.- INTRODUCCIÓN

Uno de los activos intangibles que cuenta hoy en día las empresas, organizaciones, instituciones es su imagen, reputación e identidad corporativa; todos ellos pilares de la comunicación corporativa en ese sentido, es importantes gestionarla para generar confianza en su público objetivo y con ello lograr una acción relacional y dialógica en las acciones de la política del Estado o Política de Gobierno como son los espacios de participación ciudadana como el presupuesto participativo.

En ese sentido, la presente investigación abordó el tema de la comunicación corporativa en la participación ciudadana del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz analizando en qué medida la comunicación está impulsando la participación ciudadana en una política pública gestionada a nivel local. Este espacio de participación ciudadana institucionalizada en los gobiernos locales y regionales tiene como objetivo la participación directa de la ciudadanía para una toma de decisiones sobre una parte de los recursos públicos. El principal aporte es promover una ciudadanía activa, haciendo partícipe al vecino y vecina de la marcha del distrito, provincia o región.

Consideramos que la presente investigación radica en que se debe entender que las políticas públicas tienen que ver con nuestras vidas, y que podemos no sólo participar, sino también decidir sobre estos asuntos públicos, y como tal el presupuesto participativo nació como una forma novedosa de construcción del poder a partir de la creación de nuevos espacios de participación, de profundización democrática en la vida local, de participar para decidir. Hablar en

definitiva de apropiación de los asuntos públicos por parte de la ciudadanía, lo que en el fondo constituye la esencia de la democracia y que la comunicación se convierte en un aliado estratégico para solidificarla.

Sin embargo, los ciudadanos y ciudadanas no participan en estos procesos como realmente se espera, notando un ausentismo en cada proceso. En ese sentido se investiga si la comunicación corporativa tiene alguna relación con la participación ciudadana en el presupuesto participativo, incidiendo principalmente en el aspecto comunicacional. Para este estudio se ha considerado el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, por estar ubicado en la capital de la Región Ancash.

En ese sentido, en el **capítulo I**, se presenta planteamiento del problema, los objetivos, las hipótesis y las variables que son el hilo conductor de la investigación, y que son producto de la revisión minuciosa de informes emitidos por el proyecto Mejorando la Inversión Municipal (MIM) de Ancash, por la misma municipalidad y otras instituciones que tienen que ver con el tema.

Capítulo II, se presenta los antecedentes, bases teóricas conceptuales que han sido de gran ayuda para poder definir conceptos claves como el de Comunicación Corporativa, participación ciudadana y Presupuesto Participativo; así como para reconocer la presente investigación en la disciplina de la Comunicación Corporativa.

Capítulo III, se explica el tipo y diseño de investigación, plan de recolección de la información y/o diseño estadístico, así como los instrumentos de recolección de la información y el plan de procesamiento y análisis estadístico de la información.

Capítulo IV, se presentan los resultados de la investigación con datos tanto cualitativos como cuantitativos y el nivel de correlación de las variables teniendo en cuenta el coeficiente de correlación de Pearson

Capítulo V, se presentan la discusión de los resultados teniendo como referencia los antecedentes y las bases teóricas.

Capítulo VI, se muestran las conclusiones a las que arribó la presente investigación con relación a la comunicación corporativa y a la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz

Capítulo VII, se presenta las recomendaciones para mejorar estos espacios de participación ciudadana institucionalizada en los gobiernos locales de Ancash y del Perú y cuyo proceso se repite año tras años.

Finalmente, en el **Capítulo VIII**, se presenta las referencias bibliográficas, detallando la identificación de la fuente que apoyo la investigación.

Planteamiento y formulación del problema

La Ley Orgánica de Municipalidades, Ley No 27972 (Perú) señala que los gobiernos locales son entidades básicas de la organización territorial del Estado y canales inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos, que institucionalizan y gestionan con autonomía; siendo elementos esenciales del gobierno local, el territorio, la población y la organización. El presente dispositivo legal, también indica que los gobiernos locales se rigen por presupuestos participativos anuales como instrumentos de administración, y en concordancia con los planes de desarrollo concertados. Por consiguiente, El presupuesto participativo forma parte del sistema de planificación de los gobiernos locales del Perú.

En ese orden de ideas el Proceso de Descentralización emitió la norma que rige el proceso del presupuesto participativo, en cuyo texto indica que su finalidad es recoger las aspiraciones y necesidades de la sociedad, para considerarlos en los presupuestos y promover su ejecución a través de programas y proyectos prioritarios, de modo que les permita alcanzar los objetivos estratégicos de desarrollo humano, integral y sostenible.

Así mismo, la Ley Marco del Presupuesto Participativo, Ley 28056, señala que el presente ordenamiento jurídico tiene por finalidad recoger las aspiraciones y necesidades de la sociedad para considerarlos en los presupuestos y promover su ejecución a través de programas y proyectos prioritarios de modo que permita cumplir los objetivos estratégicos de desarrollo humano, integral y sostenible (...)

En ese marco jurídico, hoy en día se puede señalar que uno de los espacios públicos institucionalizados para promover la participación ciudadana a nivel de los

gobiernos locales es el presupuesto participativo, permitiendo a las organizaciones de la sociedad civil organizada y a los ciudadanos en general a participar en la toma de decisiones a nivel de los gobiernos locales en todo el territorio nacional.

Hoy podemos indicar que los presupuestos participativos han cobrado importancia en la gestión pública al ser procesos innovadores que acercan a la ciudadanía a la toma de decisiones, con respecto al desarrollo local y la gestión de los recursos económicos, involucrando a la comunidad en sus diferentes etapas de implementación, es decir, desde la discusión a la priorización-selección, ejecución y seguimiento y monitoreo.

En ese sentido en Ancash específicamente en la provincia de Huaraz, la Municipalidad Provincial diseña, organiza y ejecuta su Presupuesto Participativo desde el año 2004, involucrando a la sociedad civil organizada del distrito y de la provincia de Huaraz. Esta experiencia de participación ciudadana se viene ejecutando en esta institución del Estado por más de 15 años, y por más de cuatro gestiones de concejo municipal, sin embargo, no se ha demostrado que los objetivos que persigue hayan logrado a plenitud, siendo recomendable investigar e identificar las diversas fallas en la implementación de las diferentes fases del proceso participativo.

Ante la situación planteada, en el 2018, la Municipalidad Provincial de Huaraz estuvo presidido por el señor Alberto Espinoza Cerrón, iniciando su gestión como alcalde provincial 1ro de enero de 2015, al 31 de diciembre de 2018. En este periodo se ha convocado y desarrollado a cuatro procesos del presupuesto participativo, administrando los recursos y fomentando la participación ciudadana en el

presupuesto participativo y que de acuerdo al Portal de Transparencia Económica Seguimiento de la ejecución presupuestal - Consulta Amigable del Ministerio de Economía y Finanzas en el 2018, invirtió en planeamiento y reserva de contingencias la suma de S/. 15,035,937, cuyo sector no tiene una repercusión con los objetivos del Plan de Desarrollo Concertado local, evidenciando que no se cumplieron a cabalidad los proyectos del presupuesto participativo.

A pesar de su implementación anual, los niveles de participación de las organizaciones sociales de base fueron disminuyendo, tal como se puede evidenciar en el Aplicativo para el Seguimiento al Desarrollo del Proceso del Presupuesto Participativo de la Dirección General de Presupuesto Público del Ministerio de Economía y Finanzas, que en el año 2014 participaron 99 organizaciones de base, en el año 2015, disminuyó a 66, 2016 se mostró un ligero incremento a 79 organizaciones, mientras que en el 2017 nuevamente disminuye a 59.

Tal como se puede apreciar, en los últimos cuatro años (2014-2017) no hay un incremento considerable de participación ciudadana en el presupuesto participativo que desarrolla la Municipalidad Provincial de Huaraz logrando que pocos ciudadanos o sus representantes participen en este proceso de concertación ciudadana para invertir parte de los recursos transferidos al municipio. Esto indudablemente no solo genera que muchos ciudadanos no se involucren en la gestión pública si no contribuye a la poca representatividad social que puede tener la gestión del alcalde Cerrón.

Cada año se desarrolla el presupuesto participativo, sin embargo, no se puede evidenciar la información en el Portal de Transparencia Estándar de la

Municipalidad Provincial de Huaraz (última búsqueda 08/04/2021) información del Presupuesto Participativo, en ese sentido, recurriendo a otras fuentes como el Ministerio de Economía y Finanzas y el Proyecto Mejorando la Inversión Municipal MIM Ancash, se evidencia la falta de transparencia sobre el Presupuesto Participativo en la presente gestión edil.

Tal es así, que de acuerdo a la información del MIM Ancash la participación en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz ha ido decreciendo por la poca capacidad de la gestión para la ejecución de los proyectos consensuados en este espacio democrático, es decir, se priorizaban proyectos, sin embargo, al cierre del año, el porcentaje de ejecución no alcanzaba ni el 10% de proyectos ejecutados. Convirtiéndose así de acuerdo a la información de este proyecto en una de las causantes para la poca participación de las organizaciones de base en el Presupuesto Participativo.

Así mismo de acuerdo al Boletín Informativo del MIM Ancash, “MIM Informa” se evidencia que la poca capacidad en la organización y en la difusión, son otros de los elementos que causan que las organizaciones sociales no participen en el presupuesto participativo, teniendo mayo incidencia en la zona urbana.

A todo ello se suma que la comunicación corporativa en la Municipalidad se reduce solo a un tema de información, y se ubica en su estructura organizacional como unidad de imagen institucional, dependiendo de secretaria general, en ese sentido no está ubicado en una estructura de dirección para el establecimiento de las políticas comunicacionales en toda la institución.

De acuerdo a la hoja de especificación de funciones del Manual de Organizaciones y Funciones de la Municipalidad Provincial de Huaraz (http://www.munihuaraz.gob.pe/docgest/mof_vigente.pdf), señala entre otras funciones de la Oficina de Imagen Institucional “*Organizar y coordinar la asistencia del alcalde o sus representantes a los actos oficiales o actividades en las que corresponde participar a la Municipalidad*”, así como “*Centralizar, organizar, dirigir y procesar actividades de prensa, relaciones públicas y protocolo de la municipalidad*”, en ningún acápite habla de imagen, reputación e identidad corporativa, que son componentes fundamentales de la comunicación corporativa.

De acuerdo a las experiencias del presupuesto participativo, el aspecto comunicacional involucró solo la parte informativa, generando spots publicitarios que eran transmitidos en los diferentes medios de comunicación local invitando a la sociedad civil organizada a participar del proceso. A ello se sumaba algunas gigantografías pegadas en la misma municipalidad y en otros espacios públicos como la Av. Luzuriaga.

En ese sentido el responsable de la unidad de imagen institucional no elaboró (información recogida del equipo técnico) el Plan Estratégico de Comunicación para el proceso del presupuesto participativo 2018, cuya ejecución permitiría su contribución a la comunicación corporativa. Su accionar comunicativo fue direccionado a un trabajo como agente de prensa y a la realización y publicación de spot en los diferentes medios de comunicación local.

En ese sentido se observa que no hay un trabajo comunicativo en este espacio de participación ciudadana referido a comunicación corporativa, sin identificar lo que

el público (agentes participantes) necesita, tal y cual como lo señala Capriotti (1999) que la comunicación corporativa debe estar integrada. Identificando con claridad lo que el público necesita, para luego establecer los objetivos, el tipo de mensaje y las acciones que son necesarias para cada caso. Todo este aspecto permitirá mayor coherencia entre la variedad de aspectos que intervienen en la comunicación.

Enlazando la idea la comunicación corporativa, es importante en este espacio de participación ciudadana y en todo el accionar de la Municipalidad Provincial de Huaraz considerando que gestionarla permitiría un prestigio y una buena reputación, convirtiéndose en un importante activo intangible de carácter estratégico para cualquier organización. Por lo tanto, debe ser implementado con cuidado, convirtiéndose todos esos elementos intangibles que proporcionan valor añadido a la organización y en el caso de las instituciones públicas logrando la legitimidad social.

En este orden de ideas se puede citar a Fajardo (2005) que sustenta la idea que, al utilizarse correctamente todas las herramientas de comunicación disponibles, la organización obtendría grandes ventajas competitivas y la política de comunicación externa estaría garantizada.

Dadas las condiciones que anteceden la comunicación corporativa juega un papel central e indiscutible para el desarrollo de la identidad corporativa impactando en la imagen que genera el público objetivo y contribuyendo a la identidad corporativa de la institución pública. Concluyendo que la identidad corporativa de una organización no es un concepto abstracto ni una moda, es un elemento estratégico

de primer orden y un valor diferenciador y duradero que se acumula en la memoria social de los stakeholders. La imagen corporativa es lo único que diferencia globalmente una empresa de todas las demás. La gente no los compra por ellos mismos ni por la marca, sino por su imagen, que les confiere significación y valores. (Costa, 2001 p67)

Significa entonces que es en este espacio de involucramiento de actores sociales con el Estado que la comunicación se convierte en un componente esencial a los procesos de participación a través del uso de sus mismos recursos, generando espacios de debate, donde los ciudadanos tengan la posibilidad de exponer sus puntos de vista y compartir los problemas que aquejan a un determinado territorio.

De esta manera, podemos ver que este mecanismo de participación incluye la comunicación corporativa, con el fin de lograr un impacto en el fortalecimiento del proceso, que es netamente participativo.

Esta nueva forma de conjugar entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en el presupuesto participativo presupone un acercamiento directo entre el Estado representado por la Municipalidad Provincial de Huaraz, los ciudadanos, y la sociedad civil organizada, en esa mira se señala que el fin de esta investigación es determinar si la comunicación corporativa se relaciona a la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Formulación del problema

Problema general

- ¿Cómo se relaciona la comunicación corporativa con la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018?

Problemas específicos:

- ¿Qué relación existe entre la comunicación corporativa con la participación ciudadana para la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz?
- ¿Cómo se relaciona la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz?
- ¿Qué relación existe entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación de presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz?
- ¿Qué relación existe entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización de presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz?

Objetivos

Objetivo general

- Determinar cómo se relaciona la comunicación corporativa con la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018.

Objetivos específicos:

- Establecer la relación entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- Identificar la relación entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz
- Demostrar la relación entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- Conocer la relación entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz

Hipótesis

Hipótesis general

- **Ho: $r_{xy}=0$**
No existe relación significativa entre comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018
- **Ha: $r_{xy}\neq 0$**
Existe relación significativa entre comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018.

Hipótesis específicas:

Hipótesis específica 01

- **Ho: $r_{xy}=0$**

No Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo.

- **Ha: $r_{xy}\neq 0$**

Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Hipótesis específica 02

- **Ho: $r_{xy}=0$**

No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz

- **Ha: $r_{xy}\neq 0$**

Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Hipótesis específica 03

- **Ho: $r_{xy}=0$**

No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz

- **Ha: $r_{xy} \neq 0$**

Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Hipótesis específica 04

- **Ho: $r_{xy} = 0$**

No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz

- **Ha: $r_{xy} \neq 0$**

Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

1.1 Variables

a) A Variable 01: Comunicación Corporativa

Para Costa (1995) la comunicación corporativa se encuentra ligada a la acción y la conducta global de la organización es holista e integradora, es decir que en ella se coordinan, se integran y gestionan las distintas formas de comunicación como un todo orgánico en el sentido corporativo.

Definición operacional

La comunicación corporativa fue medido a través de un cuestionario tipo escala de Likert, con 11 ítems en sus dos dimensiones: conducta corporativa y acción comunicativa

b) Variables 02: Participación Ciudadana en el Presupuesto Participativo Para Herrera (2010) la participación ciudadana en el presupuesto participativo es un proceso que permite que las autoridades y los representantes de las organizaciones sociales; acuerdan en qué y cómo se invertirán los recursos del gobierno local o regional, visionado el desarrollo de la localidad.

Definición operacional

La comunicación corporativa fue medida a través de un cuestionario tipo escala de Likert, con 16 ítems en sus cuatro dimensiones: preparación, concertación, coordinación entre niveles de gobierno y coordinación y formalización.

Operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica e Instrumento
Comunicación Corporativa	Costa (1995) la comunicación corporativa es un proceso sistemático a partir del cual se integran y se complementan personas, procesos estructura organizacional en el ánimo de desarrollar una impronta organizacional a partir del componente de identidad conceptual, visual y comportamental”	Conducta Corporativa	• Comunicación Interna	Encuesta Cuestionario
			• Comunicación Institucional	
		Acción Comunicativa	• Conducta Interna	
			• Conducta Institucional	
Participación Ciudadana en el Presupuesto Participativo	Moráis (2011) el presupuesto participativo, es la innovación democrática que alcanzó mayor notoriedad mundial. Sin embargo, está lejos de ser la única vía para una intervención más participativa en la esfera pública	Preparación del PP	<ul style="list-style-type: none"> • Duración del PP • Planificación del PP • Difusión • Coordinación • Creación de nuevas organizaciones sociales • Orientación personalizada a los Agentes Participantes. • Calidad de Información en el PP 	Encuesta Cuestionario

		<p>Concertación del PP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de trabajo • Integración de organizaciones • Capacitaciones • Disponibilidad de tiempo • Opiniones/sugerencias • Diversidad lingüística. 	
		<p>Coordinación entre los Niveles de Gobierno</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión de trabajo para la ejecución de proyectos. • Reunión de trabajo para sostenibilidad del proyecto. 	
		<p>Formalización de los Acuerdos del Presupuesto Participativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión en el Presupuesto los proyectos • Aprobación de proyectos del PP 	

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.

A nivel internacional

En primer término, tenemos la investigación de Garrido y Montecinos (2018), titulado, “*El Presupuesto Participativo en Chile y República Dominicana: ¿Es determinante una Ley para el fortalecimiento de la democracia participativa?*”. En este artículo se compara el presupuesto participativo en contextos de alta y baja formalización legal, como es el caso de República Dominicana y Chile. Se aporta evidencia empírica a la tesis sostenida por algunos autores, que señala que los factores determinantes para el desarrollo del presupuesto participativo no tienen que ver necesariamente con aspectos legales, sino que sigue predominando la voluntad política de alcaldes y el rol activo que juegan organizaciones de la sociedad civil y entre las conclusiones están: 1) Para provocar procesos de participación ciudadana complementarios a las instituciones de la democracia representativa, los diseños institucionales no son tan determinantes como lo es la voluntad política de los alcaldes y el rol dinámico de la sociedad civil. De acuerdo a las experiencias estudiadas podemos deducir que los distintos actores que participan del proceso de los presupuestos participativos reconocen a los alcaldes como los impulsores de esta iniciativa en cada caso de estudio, resaltando su figura como el promotor principal de esta iniciativa. Igual intensidad y reconocimiento reciben los alcaldes en aquellos casos excepcionales donde la participación ciudadana provocada en los presupuestos participativos logra incidir en las definiciones estratégicas de la gestión municipal. 2) Como acá se ha demostrado, la

democracia participativa no tiene solamente un alcance político, también tiene un componente social y territorial, ya que se construye en base a relaciones de confianza, de reciprocidad, construyendo un lazo social que puede permitir fortalecer un tejido social disgregado por el advenimiento del individualismo y la promoción de la competencia y el interés individual. En tanto su principal fortaleza de la democracia participativa va a la par del renacimiento de las comunidades vivas, de la recreación de la vecindad, del barrio, de los lugares de trabajo, eso mismo se ha transformado en su principal debilidad a la hora de ponerla a la par de la discusión de las políticas públicas de mayor alcance que se asocian con las instituciones representativas.

Un segundo trabajo corresponde a **Díaz (2015)** en su tesis Doctoral la *“Comunicación para la democracia participativa los presupuestos participativos en la Provincia de Málaga”*, quien enmarcó su investigación profundiza en los modelos y estrategias de comunicación para el fomento de la democracia participativa, centrando el interés en la interacción comunicativa entre los gobiernos y la ciudadanía, en aras a propiciar una construcción colectiva de un nuevo esquema de comunicación pública que favorezca el empoderamiento ciudadano y la transformación social.

En la investigación citada se aplicó la metodología cualitativa como la observación participante, las entrevistas en profundidad o los grupos de discusión, el desarrollo de la investigación analiza y reflexiona en torno a la activación democrática experimentada por el impulso de las experiencias de presupuestos participativos que, no sólo revitalizan el ámbito institucional,

también dinamizan la esfera social, superando la institucionalización que se percibe en muchos colectivos organizados, gracias a la aparición de nuevos actores y a la irrupción de un nuevo espacio de comunicación pública.

Entre sus conclusiones figuran: 1) Los presupuestos participativos favorecen la horizontalidad y la multidireccionalidad en la comunicación entre la ciudadanía y los gobernantes, 2) Los presupuestos participativos contribuyen al acercamiento entre la ciudadanía y la administración, 3) Es preciso avanzar en la transparencia, el seguimiento y el control de los presupuestos participativos, 7) Implementar canales de comunicación propios de los procesos impulsados por la vecindad para avanzar en el empoderamiento comunicativo de la ciudadanía y el avance social de los presupuestos participativos, 8) Potenciar la comunicación interpersonal, 9) Avanzar en la transversalidad de los presupuestos participativos en el esquema de organización y acción de los ayuntamientos, 10) Conectar los presupuestos participativos con los programas de intervención social comunitaria para avanzar en la inclusión social.

En esa misma línea encontramos la investigación de **Jaramillo (2014)** para la obtención de su maestría, *“Presupuesto participativo: Aplicación en el marco de las finanzas públicas y la participación ciudadana”*. En esta investigación el punto de partida fue entender la lógica de la actividad financiera del Estado, la importancia de la política económica en la vida de los ciudadanos y ciudadanas; y, la responsabilidad sobre la administración de lo público. Todo esto para conocer una herramienta fundamental en la

economía de un Estado, el presupuesto público, cuya utilización pretende ir más allá de la lógica financiera o puramente contable, sino que desde una óptica política se pretende democratizarlo y arriba a las siguientes conclusiones, entre las que podemos enunciar: 1) presupuestos participativo es una herramienta para la gestión pública que sin ser una fórmula mágica coadyuva al desarrollo de las localidades, en sus distintos niveles de gobierno, transformando la realidad priorizando el gasto en las necesidades básicas de la población determinadas por sí misma en pleno conocimiento de su realidad, aprovechando los niveles de organización y cohesión social en el territorio. Los principales aliados de este proceso son la organización de barrios, comités pro-mejoras, ligas deportivas, organizaciones de mujeres, asociaciones y juntas parroquiales, entre otras. Todo esto para fortalecer la actividad del gobierno con un gasto público más eficiente que reduzca los índices de pobreza, inequidad, redistribuya y transparente el gasto. 2) la herramienta de presupuesto participativo puede mejorar también la calidad de nuestra democracia y bien implementada puede constituir un instrumento político que permita la gobernabilidad anclada en la ciudadanía y no en el pacto de poderes, generando a su vez recambios políticos generacionales que pueden salir de estos procesos participativos con contenido altamente político.

A nivel nacionales

De la misma forma tenemos a **Moreno (2017)** en su Tesis Doctoral, titulado *“Participación ciudadana y presupuesto participativo en las municipalidades distritales de la provincia de Huánuco, 2016”*, que tuvo como objetivo general determinar la relación entre participación ciudadana y presupuesto

participativo en las municipalidades distritales de la provincia de Huánuco. El diseño fue no experimental con corte transversal y la técnica empleada fue la encuesta, que fue validado a través de juicios de expertos y determinado su confiabilidad por Alfa de Cronbach, entre sus conclusiones figuran: 1) Que a mayor participación ciudadana mejor se desarrollan los procesos del presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de ejecución del presupuesto participativo, mecanismos de rendición de cuentas, mecanismos de planificación y concertación y resultados de la ejecución del presupuesto participativo, 2) lo cual indica que a mayor participación ciudadana mejor es la ejecución del presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de principios rectores, formulación política y beneficio de distribución en las municipalidades distritales de la provincia de Huánuco, 3) Que a mayor participación ciudadana mejor funcionan los mecanismos de rendición de cuentas del presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de capacitación de agentes participantes, ciudadanía activa, vigilancia ciudadana y la transparencia en acceso a la información en las municipalidades distritales de la provincia de Huánuco. 4) Que a mayor participación ciudadana mejor funcionan los mecanismos de planificación y concertación del presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de la voluntad política, convocatoria, una asignación equitativa de los recursos, respeto de los acuerdos y acciones a tomar en las municipalidades distritales de la provincia de Huánuco, 5) Que a mayor participación ciudadana mejores

son los resultados de ejecución del presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de Excelencia, competitividad, cumplimientos de los objetivos y metas del presupuesto y la gobernanza participativa en las municipalidades distritales de la provincia de Huánuco.

Fernández (2017) en su tesis de Maestría *“el presupuesto participativo para la mejora de la eficiencia y la eficacia de la gestión pública en el Municipio de Santa Eulalia 2015”*, que tuvo como objetivo demostrar cómo influye la gestión del presupuesto participativo como instrumento para la mejora de la eficiencia y eficacia de la gestión pública logrando avances en la calidad de vida de la población, incrementando el desarrollo humano del municipio de Santa Eulalia 2015. La investigación fue básica, con un nivel descriptivo y correlacional, y entre las conclusiones figura que: existe relación significativa entre el presupuesto participativo como instrumento para la mejora de la eficiencia y eficacia y la gestión pública logrando avances en la calidad de vida de la población, incrementando el desarrollo humano del municipio de Santa Eulalia 2015, porque los datos de la estadística descriptiva muestran porcentajes altos y la estadística inferencial, mediante la prueba chi-cuadrada, confirma la correlación

Por su parte **Ramos (2016)** en su tesis de Maestría *“la participación ciudadana en la elaboración del presupuesto participativo en la municipalidad del distrito de longuita, provincia de luya, región amazonas – 2016”*, cuyo objetivo fue conocer el nivel de participación ciudadana en el

presupuesto participativo en la Municipalidad distrital de Longuita, provincia de Luya, Región Amazonas, dentro de este postulado interactivo, existe el compromiso de mejorar el capital local que permita el desarrollo humano sostenible a través de sus tres dimensiones: “Ser parte”, dimensión “El tener parte” y “El tomar parte”. El diseño que se utilizó fue Mixta de tipo no experimental, propositiva y descriptiva y arribo a las conclusiones siguientes: En el proceso de Identificar la participación ciudadana en la elaboración del presupuesto participativo según su dimensión “Ser parte” en la Municipalidad distrital de Longuita, el 42.50 % de la ciudadanía considera que el presupuesto participativo es una herramienta muy importante, el 58.33% de los ciudadanos está organizada. El 63.33% de los ciudadanos del distrito de Longuita se siente comprometido con las actividades. En ese sentido se puede mencionar que una buena delineación de las principales actividades relacionadas al Presupuesto Participativo, merecen el involucramiento directo y poder conocer de esta manera las perspectivas del vecindario sobre las posibles medidas frente a las acciones comunitarias, que permita fortalecer la democracia y la participación colectiva. Con respecto al conocimiento expresado por la ciudadanía en la elaboración del PP según su dimensión “El tener parte” en la Municipalidad. Se tiene que el 42.50% considera que ha tenido una participación activa dentro del presupuesto participativo, el 32.50% indican recibir charlas, el 79.17% piensa que no se ha proporcionado la correspondiente información a la comunidad, el 85% indica que desconoce las normas legales que rigen el presupuesto participativo, y el 61,17 % opina que la participación ciudadana no ha

permitido un acercamiento del alcalde con la comunidad por no presentar propuestas de mejora. Teniendo en cuenta que el sistema de información y preparación son parte de un intervalo de mejora continua que posibilita el empoderamiento del vecindario se puede concluir que muchas de las falencias encontradas radican en estos puntos, limitando de esta manera su participación ciudadana. Respecto al nivel de participación en la elaboración del PP según su dimensión “El tomar parte” el 64.17 de los encuestados afirma que no es la ciudadanía la que decide la priorización de obras , el 79,17 % indica que las propuestas de proyectos para la comunidad donde vive no son considerados dentro de la asignación de los recursos del presupuesto municipal y el 56.67% de los ciudadanos del distrito de Longuita considera que la gestión municipal y el trabajo con la participación ciudadana es completamente nulo dentro de las principales actividades. Teniendo en cuenta que la comunicación y la confianza son dos pilares fundamentales para el buen funcionamiento y desarrollo de una sociedad, podemos concluir que en el distrito de Longuita no existe una buena relación entre gobierno y sociedad lo que dificulta la participación ciudadana. Cabe resaltar que el logro de la participación se va ver reflejados a través de la cobertura de metas y objetivos en cada una de las actividades propuestas por el municipio.

Por otro lado, **Mena (2014)** en su tesis Doctoral denominado “*modelo de gestión presupuestal participativa como herramienta estratégica en el desarrollo de las regiones del Perú, 2008 – 2012*”, que tuvo por finalidad dar a conocer acerca de la gestión presupuestal participativa como herramienta estratégica en el desarrollo de las regiones del Perú. En la presente

investigación se empleó el método descriptivo; el mismo que se completó con el apoyo estadístico, analítico, deductivo e inductivo y entre las conclusiones figuran: 1) Con el presupuesto participativo se apuesta por una forma pública y transparente de distribución de los recursos públicos, lo cual significa que la gestión presupuestal participativa debe permitir en término de resultados un mejoramiento en la calidad de vida de la población, 2) La gestión presupuestal participativa impulsa la participación ciudadana para la toma de decisiones y el control del uso de los recursos públicos. Por lo tanto, la vigilancia ciudadana es importante en la fiscalización y manejo transparente de los recursos del Estado, así como lo precisó el 79.8 % de los encuestados.

Strauck y Guillén (2014) en su investigación, *“la gestión de la comunicación en los gobiernos locales, una mirada desde la perspectiva estratégica: análisis del caso peruano”*, la presente investigación describió la gestión de la comunicación de 49 gobiernos locales de la Provincia de Lima y de la Provincia Constitucional del Callao en Perú, analizada desde la perspectiva estratégica, a partir de la revisión de los documentos oficiales que establecen las políticas institucionales de estos gobiernos y de las apreciaciones de fuentes directas. Uno de los hallazgos más destacados es que la gran mayoría de las municipalidades de Lima y Callao indican en los documentos oficiales que establecen sus políticas y lineamientos, que los responsables de las áreas de comunicación deben ser los encargados de diseñar las políticas y el plan estratégico; lo cual nos lleva a considerar que estas instituciones otorgan un rol trascendental a este especialista en el marco del logro de los objetivos de la organización. Esta característica se ve reforzada

por el hecho de que, en el organigrama de estos gobiernos locales, las unidades de gestión y los comunicadores que dirigen las mismas, dependen y reportan generalmente (y en su mayoría) a la alta dirección municipal (Alcaldía y Gerencia municipal). Otros hallazgos importantes son: Que, según los documentos analizados, las instituciones requieren que el principal encargado de la gestión de la comunicación sea un profesional con estudios superiores; así mismo, se aprecia que existe un porcentaje importante (38,1 %) de municipios que no especifican que esta formación superior requerida debería ser especializada en comunicaciones. Esto se podría relacionar con el hecho de que no se tenga en claro cuáles son los perfiles profesionales que se adaptan a las funciones y actividades de estas unidades de gestión, o en último caso a las prioridades o limitaciones en lo que respecta a la capacidad de inversión y al presupuesto que manejan estas instituciones. Teniendo en cuenta lo anterior se puede concluir que la concepción estratégica de la gestión de la comunicación en los gobiernos locales de las Provincias de Lima y de la Provincia Constitucional del Callao estaría en pleno desarrollo, este condicionamiento se evidencia a partir de la consideración de que todavía se requiere profundizar en la definición de roles y tareas que deben asumir tanto las áreas de gestión como los comunicadores que dirigen las mismas. Y finalmente en este contexto es importante considerar que lo planteado en los lineamientos organizacionales de estos municipios deben estar en coherencia con lo que realmente el comunicador y su área de gestión realiza en la práctica, entendiéndose que el enfoque debe seguir evolucionando en el sentido que lo hace hasta el momento, ya que el principal responsable de comunicación, así

como el área que dirige, deberían dedicar gran parte de sus esfuerzos al diseño y evaluación de las políticas de acción que faciliten las relaciones que estas entidades establecen con sus diversos públicos, lo que facilitaría la implementación de tácticas que repercutan directamente en el logro de los objetivos institucionales.

A nivel regional

A nivel regional se pudo ubicar la investigación de **Rodríguez (2018)** para su tesis de Maestría, titulado “*presupuesto participativo y su impacto en la gerencia del desarrollo local del distrito de Shupluy – 2008*”. La presente investigación analizó la problemática de la gestión del presupuesto participativo y la gestión de la gerencia de desarrollo local de la localidad de Shupluy. El tipo de investigación fue de tipo aplicada y de acuerdo a su profundidad es explicativa, y entre las conclusiones figuran: Es de carácter fundamental el cumplimiento de las fases del ciclo preparatorio del presupuesto participativo, su mejor Gestión, está asociada a una mayor contribución de la Gerencia del desarrollo local del distrito de Shupluy. En el proceso del presupuesto participativo, el cumplimiento de las fases de los Talleres de Trabajo y la formalización de los acuerdos que se tomen, incide en una mayor contribución en la Gerencia del desarrollo local del distrito de Shupluy.

Así mismo tenemos la tesis de Maestría de **Príncipe (2016)** “*Participación ciudadana y presupuesto participativo en las municipalidades distritales de la provincia Huari Ancash, 2016*”, que tuvo como objetivo determinar la

relación entre participación ciudadana y presupuesto participativo en las municipalidades distritales de la provincia Huari - Ancash 2016. El tipo de investigación fue: según su finalidad aplicada, de nivel descriptiva correlacional, de enfoque cuantitativo. El diseño fue no experimental con corte transversal. Se llegaron a la siguiente conclusión general que existe relación entre las variables participación ciudadana y presupuesto participativo. De acuerdo a los resultados se obtuvo un coeficiente de correlación moderada de Rho de Spearman = 0.517 y $p = 0.000 < 0.01$ entre las variables, lo cual indica que a mayor participación ciudadana mejor se desarrollan los procesos del presupuesto participativo. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una relación positiva y significativa entre la participación ciudadana y presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de ejecución del presupuesto participativo, mecanismos de rendición de cuentas, mecanismos de planificación y concertación y resultados de la ejecución del presupuesto participativo.

También se pudo ubicar a **Rodríguez (2016)** en su tesis de maestría *“la participación ciudadana en el presupuesto participativo y la reducción de los índices de pobreza en el distrito de Independencia en el periodo 2013-2015”*.

El propósito de la investigación fue determinar si la participación ciudadana y el presupuesto participativo ayudan a reducir los índices de pobreza en el distrito de Independencia en el periodo del 2013 al 2015. El diseño de investigación fue de tipo aplicada cuyo diseño no experimental transaccional buscó obtener los datos en un momento determinado y en correlación causal, llegando a las siguientes conclusiones, entre las que mencionamos: 1) El limitado ejercicio

de la participación en los asuntos de su comunidad, sumado a un frágil proceso participativo que mantiene postergadas las demandas sociales y económicas de la población, están profundizando las brechas sociales y económicas, manteniendo invariables los índices de pobreza del distrito de Independencia. 2) El presupuesto participativo de la Municipalidad de Independencia es un proceso formal y de mero cumplimiento de la norma, no garantiza el eficiente uso de los recursos del Estado ni menos empodera la participación ciudadana de los vecinos del distrito de Independencia, trayendo como consecuencia la poca participación comunal año tras año, 3) La participación de la población en organizaciones sociales representativas ha devenido en desesperanza y desilusión en base a las conclusiones que anteceden es por eso que no se ve un involucramiento de la población en su relevancia para la participación en la cogestión municipal, por un lado y por otro, la municipalidad de Independencia no aprovecha ese espacio para consolidar y fortalecer organizaciones sociales e invertir en sus verdaderas necesidades.

2.2 Bases teóricas

Comunicación Corporativa

Capriotti (2010) define a la comunicación corporativa (CC) como un sistema de comunicación global entre una empresa y sus stakeholders. Este sistema de comunicación global no se refiere a una técnica de comunicación, sino a la estructura compleja, específica y especial de la relación entre una empresa y sus diferentes públicos.

Teniendo en cuenta lo indicado por Capriotti la comunicación corporativa se ve

como un fenómeno más amplio, complejo y global, y se opone a ver a la comunicación corporativa como un método más limitado de publicidad o relaciones públicas, considerando muchos factores como el comportamiento corporativo que tiene un gran impacto en la configuración de la imagen de la audiencia.

Según Andrade (2010) el surgimiento y consolidación de la comunicación corporativa, en las últimas tres décadas como campo de estudio y área funcional de la organización, es la mejor prueba de que la comunicación es de inmensa importancia para las organizaciones. No podemos decir comunicación es, pero comunicación se llama a. Esta precisión es importante porque la definición que se utilizará dependerá del enfoque desde el que se muestre el concepto; quien lo entienda y por tanto lo definirá diferente.

El mismo autor manifiesta que podemos entender la comunicación corporativa de tres formas distintas:

- **Primero, como un proceso social:** Desde esta línea, la comunicación corporativa es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y sus diferentes públicos externos.
- **Segundo, como una disciplina:** La comunicación corporativa es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación en el interior de las organizaciones y su medio.
- **Tercero, como un conjunto de técnicas y actividades:** Los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia

encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se entrega entre sus miembros y su entorno: inversionistas, clientes, proveedores, gobierno, medios de comunicación, competidores, distribuidores, asociaciones y cámaras, organismos diversos entre otros.

Para Castro (2012) La comunicación corporativa es uno de los elementos fundamentales en las operaciones de una empresa, y juega un papel fundamental en el mantenimiento de la organización, convirtiéndose en uno de los ejes centrales de las empresas, porque a través de ella se mejoran las relaciones de comunicación entre los actores internos y esto se refleja en la audiencia externa; crear una imagen identidad únicas.

En esa misma línea Rebeil (2010) considera a la Comunicación Corporativa como un proceso mediante el cual un individuo o una de las unidades de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra unidad. La comunicación corporativa ayuda a los miembros de la compañía, pues les permite discutir sus experiencias críticas y desarrollar información relevante, la cual desmitifica actividades; facilita los intentos de alcanzar tanto sus metas individuales como las de la organización, al permitirles interpretar los cambios y, en último lugar, animándoles a coordinar la satisfacción de sus necesidades personales con el cumplimiento de sus responsabilidades específicas con la organización, siempre cambiantes. Finalmente, asegura que la comunicación sirve como un mecanismo para que los empleados se adapten a la empresa, además de que ayuda a ésta a integrarse en su propio entorno concebido en nuestra sociedad global.

Gees. (1997) afirma que la comunicación corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa consistentemente utilizada, esta armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible. Para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende.

Hernández (1998) dice que la comunicación corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollamos constituye la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente. Cabe señalar que la imagen es el efecto o resultado de la comunicación, voluntaria o involuntaria de una identidad.

Para Van Riel (1992) la comunicación corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual todas las formas de comunicación interna y externa usadas deliberadamente se armonizan de la forma más eficaz y eficiente posible, con el objetivo de crear una base favorable para las relaciones con grupos de los que depende la compañía y que incluye actividades de gestión, como la planificación, coordinación y asesoramiento en la organización, así como habilidades, tácticas necesarias para la producción y difusión de mensajes a grupos de actores relevantes.

Este mismo autor también indica que todo ello nos lleva a considerar la Comunicación Corporativa como un área estratégica que gestiona la comunicación y las relaciones de cualquier organización con sus grupos de interés.

Costa (1995) refiere que la comunicación corporativa es la acción y la conducta general de la organización holística e inclusiva, es decir, las diferentes formas están coordinadas, integradas y gestionadas como un todo en el sentido de empresa.

Desde los aportes de Rincón (2014) las comunicaciones corporativas se establecen como un proceso sistemático a partir del cual las personas, los procesos de la estructura organizacional se integran y completan en la mente desarrollando una huella organizacional a partir de los componentes conceptual, visual y conductual.

Teorías y evolución de la comunicación corporativa en su historia

A partir de 1930, como resultado de los cambios en los mercados menos estables y más competitivos y las circunstancias económicas, se redefinieron el alcance y los principios de la comunicación en muchas organizaciones occidentales, dando lugar al nacimiento de las relaciones públicas.

Al respecto Castillo (2010) indica que la teoría de las relaciones públicas se puede observar desde dos perspectivas:

- **Acontecida en Estados Unidos**, se enfoca como una mejora de las estrategias de relaciones públicas, adoptando determinadas acciones encaminadas a incrementar el proceso productivo y la eficiencia y eficacia de las organizaciones. Por tanto, el núcleo central de estas teorías es la organización.
- **Realizada desde Europa**, principalmente en Francia, que postula las relaciones públicas basadas en la necesidad ética de que el hombre debe

estar por encima y que las organizaciones deben satisfacer sus necesidades. Además, este enfoque antropocéntrico se extiende al concepto de bienestar social y de convivencia armónica entre el individuo y las organizaciones sociales, ya sean públicas o privadas.

En esa misma línea Cornelissen (2011) sostiene que las grandes empresas industriales necesitaban especialistas capaces de manejar la publicidad y las promociones de una manera más ordenada. Hasta la década de 1970, estos profesionales fueron las relaciones públicas, y su papel era estratégico para los accionistas en muchas empresas porque consistía principalmente en comunicarse con la prensa.

Por su parte Capriotti (2009) defiende que es con este proceso de que las grandes empresas necesitaban especialistas en publicidad comienza la comunicación corporativa.

Capriotti (2009) También agrega que hoy todo es muy diferente ya que nuevas oportunidades como marketing directo, marketing fair marketing, colocación publicitaria y, sobre todo, Internet, dieron lugar a la interactividad y personalización.

Este mismo autor puntualiza frente a la creciente disciplina de la Comunicación Corporativa que estamos en la era de la comunicación, y que es fácil que la comunicación falle si no se cuenta con profesionales capaces de gestionar y planificar la nueva Comunicación Corporativa.

Premisas básicas de la comunicación corporativa

Capriotti (1999) indica la Comunicación Corporativa tiene una serie de premisas fundamentales, que son la base sobre las que se sustenta y organiza:

- **Todo comunica en una organización:** en una empresa no sólo comunican los anuncios publicitarios o las campañas de relaciones públicas, toda actividad cotidiana de la empresa, desde sus productos y servicios hasta el comportamiento de sus miembros comunican, son aspectos que “dicen” cosas sobre la organización, y por lo tanto, todos esos aspectos deben ser cuidados y planificados, para que sean coherentes con todos los mensajes promocionales de la compañía.

- **La Comunicación Corporativa es generadora de expectativas:** Todas las actividades de comunicación que haga una organización estarán manifestando lo que se puede esperar de los productos o servicios, al hablar de sus características, funcionamiento o de las soluciones o beneficios que otorga. Esto es un aspecto fundamental, puesto que esta acción comunicativa actuará como generadora de expectativas, lo cual influirá, de forma determinante, en el grado de satisfacción final que tendrán los públicos con respecto a la organización. Esta satisfacción estará en función de la correlación entre los siguientes aspectos:
 - a) la Conducta de la organización.
 - b) las expectativas generadas por la Comunicación.
 - c) las Necesidades y Deseos reales de los públicos

- **La Comunicación Corporativa debe estar integrada:** si reconocemos que hay una variedad de puntos que comunican en la organización,

deberemos cuidarnos de planear correctamente todos ellos, para que exista una coherencia y un apoyo y reafirmación recíproca entre las diversas alternativas comunicativas. En muchas situaciones, ya que hay “especialistas” en publicidad, colaboraciones públicas, marketing directo, sponsoring, etcétera. (cada uno con su “manual”), la comunicación de una organización se finaliza fragmentando para ofrecer cabida a las diversas disciplinas con sus que corresponden especialistas. En dichos casos, la comunicación finaliza convirtiéndose en un grupo de actividades diferentes, con fines diferentes y mensajes diferentes, centrándose cada uno en su parcela. Esto, en muchas situaciones, frecuente producir inconvenientes de coherencia comunicativa. Lo correcto podría ser que se identificaran las necesidades comunicativas de todos los públicos con los que deseamos comunicar, y en funcionalidad de eso, entablar las metas, el mensaje a comunicar y las actividades correctas (sean éstas de publicidad, de interacciones públicas, etcétera.). Con ello lograremos ofrecer una más grande coherencia a la comunicación de la organización y obtendremos un impacto sinérgico entre las diversas actividades. De esta forma, la Comunicación Corporativa debería plantearse como una "Acción Incorporada de Comunicación" de la organización.

Categorías, componentes y elementos para la gestión de comunicación corporativa

La Revista Latina de Comunicación Social (2017) sugiere que se debería detectar diferentes postulados que permitan entender las categorías que se

deberán tomar en consideración para gestionar la comunicación corporativa, como son:

1. Identidad corporativa, se muestra una aproximación que va más allá del sentido que se le ha adjudicado al término a partir del diseño gráfico. Por esto se entiende a esta como el grupo de rasgos y atributos que definen su esencia, ciertos de los cuales son visibles y otros no. O sea, toda organización, se constituye en sí misma como un sistema de convivencia entre lo cual ella dice de sí y las características de su grupo de interés.

Para Scheinsohn (2009) la Identidad Corporativa es la función de reconocimiento que tiene una marca, vinculada con una cierta promesa al total de las maneras en que una compañía ha decidido ser evaluada por sus públicos.

Involucrando a Villafañe (2008) y Scheinsohn (2009), se puede señalar, la identidad corporativa incluye el historial de la organización, sus creencias y filosofía, el tipo de tecnología que usa, sus propietarios, la población que en ella labora, la personalidad de sus líderes, sus valores éticos y culturales y sus tácticas.

Por su parte Capriotti (1999) identifica dos componentes para la comprensión de la identidad corporativa:

- **La cultura:** Aquello que la organización realmente es, en estemomento
- **La filosofía corporativa:** representa lo que la organización quiere ser.

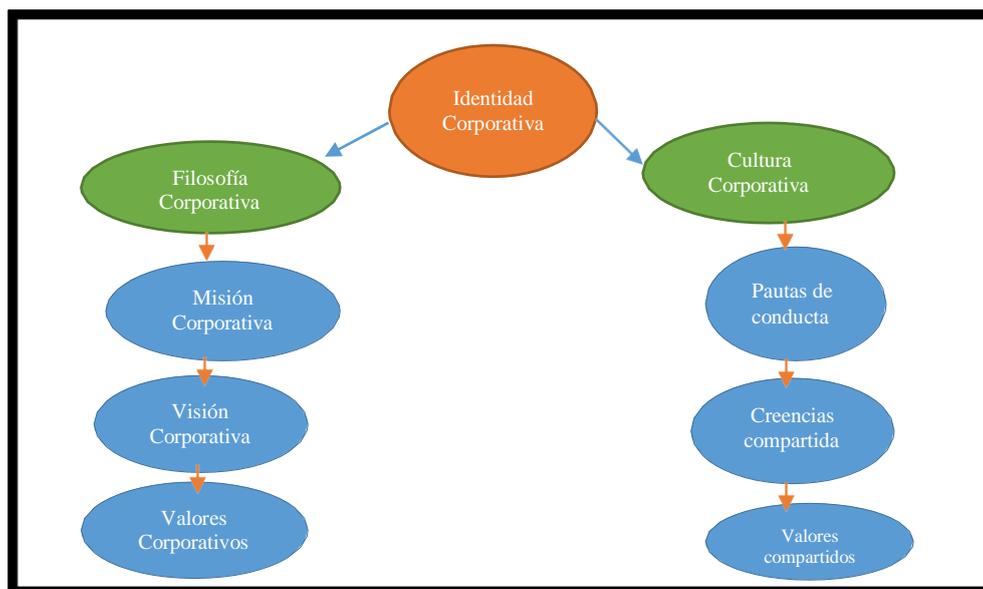


Figura 1. Componentes de la Identidad corporativa

Fuente: Elaboración propia a partir de Capriotti (2019)

- a) **Cultura corporativa:** es el grupo de creencias, valores y modelos de comportamiento, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización, y que se reflejan en sus comportamientos. Es así como cada stakeholders asigna un sentido a la organización a partir de su vivencia y le da relevancia a partir de su propio accionar.

- b) **Filosofía corporativa,** es la concepción universal de la organización fundada por la alta dirección para conseguir las metas y fines de la misma. Es eso que la alta dirección estima que es central, perdurable y distintivo de la organización. Al entablar la interacción directa entre esta y la cultura corporativa, se identifican aspectos clave que contribuyen a producir sentimientos y emociones favorables en los stakeholders, intentando encontrar que la tarea, perspectiva y valores corporativos se vinculen en su actuar.

Para la gestión de la identidad corporativa, tomando en cuenta que siempre se debe vincular lo que dice de sí la organización y la significancia que le dan los stakeholders a estos enunciados. Es allí, donde la Comunicación Corporativa, luego de identificar estas relaciones, podrá reflexionar en la manera en cómo fortalecer los elementos claves y, por ende, contribuyan a través de la comunicación al logro de objetivos.

2. Imagen corporativa. De acuerdo a los diversos autores la imagen corporativa es la estructura mental. Al respecto Capriotti, (1999), indica que es la representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos.

En el mismo horizonte Costa (1977) explica que es la identificación de cómo se percibe a la empresa o a sus productos.

Kotler y Keller (2006) señalan que es la manera en cómo un concepto construido en la mente del público.

Desde los aportes de Capriotti (2013) la imagen corporativa ha sido abordada desde tres grandes concepciones o nociones predominantes:

- a. La Imagen-Ficción.
- b. La Imagen-Icono
- c. La Imagen-Actitud.

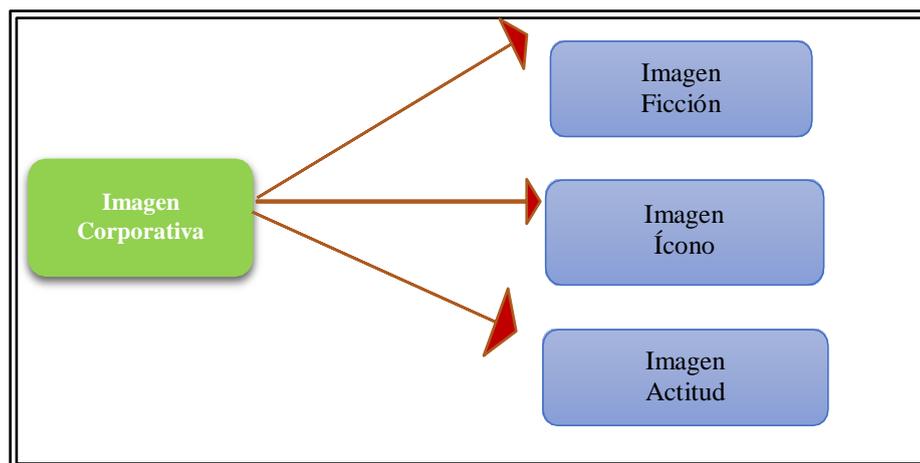


Figura 2. Componentes de la Imagen Corporativa

Fuente: elaboración propia a partir de Capriotti (2013)

- a) **Imagen ficción:** Se entiende como una evaluación positiva o negativa de la organización por parte de los grupos de interés. Cabe mencionar que estos comportamientos son guiados por el imaginario y las representaciones sociales, estas representaciones brindan un marco de referencia para establecer el marco del sistema de conexión y están vinculadas a la interacción de actores que han pasado por un proceso multidireccional.

Desde la óptica de Capriotti (2013), las imágenes pueden entenderse como la aparición de objetos o hechos, hechos ficticios, nada más que reflejos de la realidad. Por tanto, es necesario establecer este tipo de análisis para la gestión de la comunicación corporativa. Porque el nivel de coherencia entre lo que se percibe y lo que se experimenta puede crear discordia y causar problemas para el establecimiento de la reputación corporativa.

- b) **Imagen ícono:** En esta propuesta, la imagen del ícono se entenderá como una representación visual de la imagen de la empresa. Contenido que se puede construir mediante símbolos o gráficos de íconos que representan las características básicas del reconocimiento, y luego describen su prototipo en detalle. Esta evaluación significa una evaluación, la posición de la institución y la forma de acción tomada como resultado. Estas características consistirán en una acumulación de atributos relacionados con la empresa; cada uno de estos atributos puede ser diferente y puede que no coincida con la combinación ideal de los atributos del individuo. (Sánchez y Pintado, 2013, p.18).
- c) Son relevante entonces está en conocer dichos atributos en relación a la competencia permitiendo identificar los propios y los de otros, con el fin de desarrollar estrategias, actividades y acciones que desde la gestión de imagen corporativa contribuyan mediante la comunicación a la notoriedad entendida como el grado de conocimiento que tienen los públicos acerca de una organización (Capriotti, 2013: 181), en ese contexto la empresa; el logotipo y tipografía corporativa, o sea el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de una manera especial; y los colores corporativos o gama cromática.
- d) **Imagen actitud:** Desde la perspectiva de Capriotti (2013: 22), se puede considerar que la imagen actitud es el nivel de notoriedad que tienen los stakeholders sobre la institución en referencia a otras del rubro

3). **Reputación corporativa**, Puede verse que el clímax de la gestión de la comunicación corporativa es la reputación. Para Villafañe (2004) la reputación es el reconocimiento que los grupos de interés hacen del comportamiento corporativo de esa compañía a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos con relación a sus clientes, empleados, accionistas si los hubiere y con la comunidad en general. Sobresale ya el vínculo con los stakeholders desde la experiencia como resultado de una relación eficaz con ellos.



Figura 3. Componentes de la Reputación

Fuente: elaboración propia a partir de Costa (2014)

Componentes de la comunicación corporativa

Para Castro (2007), los componentes de la Comunicación Corporativa son la comunicación interna y comunicación externa. La primera estudia el concepto y desarrollo de la cultura corporativa, es decir, define las ideas y conceptos cualitativos de la organización. El segundo, se encarga de gestionar la imagen que la organización quiere aportar al mercado o

la sociedad. En ambos casos, tiene como objetivo colaborar para lograr el objetivo de rentabilidad deseado.

Pathis (s/f) Considerando que tanto las formas de comunicación interna como externa se realizan en paralelo, se debe desarrollar una plataforma estratégica única para promover la relación entre todos sus miembros. Una comunicación correcta ayudará a todos los empleados a participar en la construcción de la reputación de la empresa, lo que favorece la adaptación a los cambios en la situación y los entornos internos y externos.

a) Comunicación corporativa interna

Según Andrade (2010) la comunicación interna de la empresa es el eje básico de la empresa, tiene como finalidad principal contribuir a la realización de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los socios de la empresa, les brinda información relevante, suficiente y oportuna, y fortalece su integración, por lo tanto, produce una buena impresión de la organización y sus productos y servicios.

En esa misma línea Andrade también indica que en una organización donde los miembros no comparten información con personas que dependen de ella para lograr sus objetivos; no hay un canal de comunicación formal y las noticias se difunden de boca en boca a través de redes informales; el jefe nunca les dice a los socios qué esperar de ellos, cómo evaluarlos, y cómo darles su

retroalimentación, o cualquier cosa que pueda ayudarlos a hacer su trabajo correctamente; en definitiva la organización inevitablemente desaparecerá en el corto plazo..

Para Chiang (2012) El propósito de la comunicación interna dentro de la empresa es alinear los esfuerzos de todos los miembros. La comunicación interna es uno de los elementos centrales que aclara la relación entre los diferentes departamentos de una organización empresarial. Por tanto, no puede haber organización sin comunicación. Si no existe, los empleados no sabrán lo que están haciendo sus compañeros, los gerentes no podrán recibir información, los supervisores no podrán dar instrucciones y no será posible la coordinación del trabajo.

En ese mismo contexto Chiang, manifiesta que se vuelve imposible sin comunicación y la cooperación. Cuando la comunicación es eficaz, tiende a fomentar un mejor desempeño y aumentar la satisfacción laboral. Los empleados son más conscientes de sus funciones y se sienten más comprometidos. En caso contrario, este efecto es muy dañino, dando como resultado un cuadro típico de comunicación interna ineficaz o insuficiente.

Por su parte García, (2011) Señalar que la comunicación interna de la empresa está dirigida a las personas que forman la organización y se comunican directamente con ella. Si es una empresa, está compuesta por accionistas, gerentes, empleados, contratistas, etc. La comunicación interna puede suceder de dos formas:

- **Formal:** Donde se menciona el contenido, solo se involucra el aspecto laboral. Por lo general, la escritura es el medio. La velocidad es lenta porque hay que seguir todos los trámites burocráticos.
- **Informal:** En el contenido de la comunicación, aunque se menciona el aspecto laboral, se siguen utilizando canales no oficiales (reunirse en una sala fuera del lugar de trabajo específico, reunirse en el pasillo, tomar café o la hora del almuerzo, etc.).

Es así como García, indica que el desequilibrio entre ambas comunicaciones (externa e interna) es tal que los empleados acaban conociendo lo que ocurre en la empresa a través de las acciones exteriores: prensa, proveedores e incluso por la competencia. Esto evidencia la necesidad de una armonía entre las comunicaciones externa e interna, tanto más cuanto que la externa no se puede acallar. Dicha armonización ha de darse en los contenidos (por supuesto), en los procesos, en la cantidad y en el estilo.

Hay que destacar que Andrade, Chiang y García afirman que la comunicación interna de la empresa constituye uno de los principales elementos que clarifican la relación entre los diferentes departamentos de una organización empresarial, tiene como finalidad principal promover el logro de resultados organizacionales y fortalecer la identificación de socios con la empresa.

Por último, Del Pugar (2010) centra a la comunicación interna como un proceso en el que intervienen varios elementos básicos para que sea eficaz.

En esa misma línea Lacasa (2011) afirma que los tipos de comunicación dentro de una empresa básicamente son dos: la comunicación formal y la comunicación informal:

- **Comunicación formal.** - En comunicación, los mensajes se originan desde miembros de cierto nivel y luego se envían a miembros de niveles superiores, niveles inferiores o del mismo nivel. Esta comunicación suele utilizar murales, walkie-talkies, teléfonos, Internet, circulares, memorandos, cartas, publicaciones, informes, reuniones, conversaciones, eventos y otros medios.
- **Comunicación informal.** - Es en este tipo de comunicación que se difunde la noticia entre los miembros de la empresa, sin conocer con certeza el origen de la noticia, ni siguiendo los canales formalmente establecidos por la empresa. Un ejemplo de este tipo de rumores son los rumores, que se difunden de persona a persona, y aunque nadie es responsable de su autenticidad, se considera un hecho.

Objetivos y funciones de la comunicación interna

Según Ruiz (2010) la comunicación interna es el intercambio de mensajes planificados dentro de la empresa. El objetivo principal es establecer un

conjunto de procesos de transmisión de información para lograr los objetivos de la empresa y los empleados. A su vez, este objetivo propone lo siguiente:

- El desarrollo y mantenimiento de las relaciones interpersonales.
- La facilitación de las relaciones entre la empresa y las personas que la integran.
- La elaboración de la información que recibirá el personal de la empresa respecto a los objetivos de la organización.
- Y finalmente, la orientación y desarrollo de la información para la motivación del comportamiento de los trabajadores.

En efecto Ruiz también señala que cuando observamos las múltiples ventajas resultantes para la organización y las personas, las necesidades de comunicación en la organización aumentarán. La comunicación interna puede lograr tres funciones, estas funciones se pueden lograr:

- **Implicación del personal.** - Esto significa mantener la relación entre el individuo y la empresa para asegurarse de que cumplen con las expectativas de la empresa u organización para que puedan vincular el progreso de la empresa con su propio progreso. Esto es gracias a la motivación y comenzamos a comunicar planes con los empleados de la empresa. Con ello, se conseguirá:
 - Que el trabajador se sienta motivado.
 - Que se le reconozca un lugar dentro de la empresa.
- **Conseguir un cambio de actitudes.** - En los últimos años, los numerosos cambios que está experimentando la sociedad y la rápida

integración de las nuevas tecnologías en la dinámica de la empresa requieren cambios en sus procesos de comunicación. Para producir este cambio, es necesario eliminar los viejos conceptos y procesos utilizados en la comunicación empresarial.

- **Mejora de la productividad.** - Si entregamos información operativa eficaz, clara y flexible a tiempo, y alineamos a los empleados con los objetivos y la cultura de la organización, estamos logrando ganancias de productividad.

Para Hartline (2011) El objetivo principal de la comunicación interna es cooperar con la dirección de la empresa para lograr los objetivos comerciales que todos los miembros conocen y comprenden. Como todas las áreas de una organización, la comunicación interna debe tener el objetivo principal de facilitar el logro de sus resultados, de lo contrario, su existencia será incomprensible, y mucho menos las razones. Lo que se distingue de otros campos es cómo contribuirá. Es aquí donde radica su misión, razón de ser u objetivo fundamental, que se puede expresar en los siguientes términos: apoyar la realización de las metas organizacionales, fortalecer la identificación de los socios con la empresa, brindarles información relevante, suficiente y oportuna, y Fortalecer su integración, Fomentar su participación y crear una buena imagen de la organización y sus productos y servicios.

Diez (2010) Se dice que la comunicación interna de la empresa es el pilar básico del desarrollo de las actividades de la empresa, y sus principales funciones y objetivos son:

- Favorece o promueve las relaciones eficientes entre las personas.
- Constituye un medio de cohesión interna.
- Coordina adecuada responsablemente los recursos disponibles.
- Orienta a las personas hacia el logro de una misión compartida.
- Integra la convivencia entre lo formal y lo informal.
- Establece una relación abierta con el entorno.

Comunicación Externa

En el estudio de la comunicación externa, podemos pensar en una organización como receptora o emisora de información relacionada con su entorno. Esto plantea la consideración de las dos actividades interrelacionadas que constituyen la comunicación externa: el envío de información y la búsqueda de información.vg

Para Hernández (2002) la comunicación externa consiste en mensajes enviados por la organización a su audiencia. Su objetivo es mantener o mejorar tu relación con ellos estableciendo una buena imagen y promocionando sus productos o servicios. Para una organización la buena comunicación es muy importante, por eso el mecanismo de comunicación externa que utiliza la organización es principalmente las relaciones públicas y la publicidad.

Implicaciones estratégicas para la planificación de comunicación corporativa

Capriotti (2010) la representación es correcta y una determinación completa de la forma de comunicación utilizada por la organización para expresarse

ayudará a identificar y seleccionar la combinación más adecuada de actividades y la forma de comunicar el perfil de identidad de la organización.

Por lo tanto, en el plan de comunicación, se debe determinar:

- Cuáles son las formas comunicativas que más utilizadas en la organización en su contacto con los públicos,
- Cuáles de ellas están comunicando de forma planificada y cuáles comunican de forma espontánea (sin una intervención programada).
- Cuál es el impacto y el potencial comunicativo que tienen cada una de las Formas Comunicativas en los diferentes públicos.
- Cómo pueden utilizarse para comunicar, de forma efectiva, el Perfil de Identidad de la organización.

Este mismo autor indica que será posible llevar a cabo una mejor y más eficaz gestión estratégica de los recursos de comunicación de los que dispone la empresa para informar o influir en su audiencia, lo que hará que todos los aspectos comunicativos de la empresa tengan una mayor continuidad y una fuerte sinergia de todos los aspectos de la comunicación.

Impacto de la comunicación corporativa

Según Enrique (2011), cuando se habla de comunicación en las organizaciones, la relación entre personas y organizaciones se basa en el concepto de que todo el mundo es un sistema abierto, es decir, tiene la posibilidad de un desarrollo permanente. La relación entre personas y organizaciones significa o produce un espacio de sentido común, que se está

estableciendo y creciendo, que a su vez permite que todos se desarrollen. Lo anterior enfatiza la importancia de estas relaciones sociales, pues su claridad, transparencia y firmeza dependen en gran medida de las ventajas y productividad que busca la organización y el desarrollo social de todos los que la constituyen.

Según Domínguez (2011) la comunicación es un factor de poder en una organización porque posibilita la cohesión e identidad de sus miembros, y la comunicación constituye la identificación, selección y combinación de medios efectivos para lograr los objetivos propuestos, y puede coordinar las acciones que se deben realizar. Logre estos objetivos. La comunicación es el intercambio de información y la transmisión de significados, y es una parte importante de la organización, este proceso de comunicación proporciona una forma de desarrollar el entendimiento entre las personas mediante el intercambio de hechos, opiniones, ideas, actitudes y emociones. Domínguez enumera una serie de instrucciones que explican por qué es necesaria la comunicación dentro de la organización:

- Conduce a una mayor efectividad.
- Ayuda a que las personas sean tomadas en cuenta.
- Permite que los miembros sientan que participan en la empresa y aumentan la motivación para tener un buen desempeño.
- Aumenta el compromiso con la organización.
- Logra mejores relaciones y entendimientos entre colegas, jefes y subordinados, así como las personas dentro y fuera de la empresa.

- Ayuda a los empleados a entender la necesidad de cambios, cómo manejarlos. y cómo reducir la resistencia al cambio.

El autor Joan (2012) Se menciona que el proceso de comunicación se ha convertido en parte esencial del éxito de la empresa, si existe un sistema de comunicación que pueda generar confianza, baja incertidumbre, participación y una serie de sentimientos positivos, los colaboradores trabajarán en armonía. Sin comunicación no hay organización, la comunicación interpersonal es la esencia de la organización, porque establece una estructura que influye en quien habla, hace y quien habla. A través de la comunicación, las unidades de producción orientan sus elementos hacia un mismo propósito.

En ese sentido la comunicación Corporativa se ha convertido en uno de los ejes centrales de la organización, pues a través de él se establece una mejor relación de comunicación entre los participantes internos, y esta relación se refleja en las audiencias externas para establecer su propia imagen e identidad.

La gestión de la comunicación corporativa en los gobiernos locales

Según Ignacio (1997) al tratarse de estas instituciones de la administración pública, este proceso se considera desde dos vertientes; una se relaciona con el nivel político-gubernamental, la segunda se enfoca en la difusión en los medios, es decir, información que llega a la opinión pública de manera indirecta, y la otra es a través de la comunicación directa dirigida al nivel administrativo de la ciudadanía, y su fundamento es la lógica de los servicios públicos, y también deben considerarse los medios de comunicación.

Ignacio (199) también considera que el posicionamiento de los servicios públicos es una característica especial de los gobiernos locales como instituciones públicas. A través de la comunicación, este servicio se entiende como un activo generador de valor, que acerca a la ciudadanía a su propio gobierno, y genera confianza y generación. Vinculando comentarios, conforme a las necesidades del público, para unas buenas tomas de decisiones.

John Brown, Pat Gaudin y Wendy Moran, en su análisis sobre la comunicación de los gobiernos locales en el Reino Unido (2013) explican que gestionar la comunicación de este tipo de organizaciones a través de la relación con el público se basa en la búsqueda del bienestar de los ciudadanos y la generación de confianza en la organización, y es muy importante entender el compromiso en el ámbito de la comunicación. En este caso, es muy importante porque la gestión involucra diversas actividades frente a públicos muy diferentes y, por lo tanto, es un desafío

Por su parte, Campillo (2011), afirma que la gestión de la comunicación del gobierno local debe permitir a las entidades municipales comprender las diferentes partes de la ciudadanía, como organizaciones que brindan servicios y realizan actividades de diferente naturaleza; por otro lado, promover políticas de proximidad y participación ciudadana a través de un proceso de comunicación bidireccional "

La comunicación en los procesos de participación ciudadana

Alfaro (2012) hace una propuesta clara cuando presentó la comunicación

como una relación, hizo una clara sugerencia de anteponer la comunicación a la comunicación y el efecto, y señaló que la comunicación no ignoraba la existencia del poder, sino que interpretaba la existencia del poder como un tipo social de existencia. interrelaciones interactivas. La forma en que se utiliza y la relación entre los temas que lo componen. Por tanto, establece una conexión entre las actividades comunicativas fundamentales de la cultura y el establecimiento de la interacción política, así como una amplia gama de conexiones entre la organización social y el proceso de producción simbólica.

Esta misma autora indica que la comunicación trata de encontrar las necesidades de la ciudadanía para atender estas necesidades, pero no es suficiente; es necesario entender que las diversas relaciones que se establecen en el transcurso de las acciones y discusiones de desarrollo y sus respectivos diálogos están construyendo consensos, acuerdos, evaluaciones y También se han establecido objeciones y boicots espontáneos, diversos malentendidos, todos los cuales definen la comunicación in situ y justifican importantes intervenciones educativas.

Calandria (2005) señala que, en el instructivo para el presupuesto participativo, implica comunicación y sensibilización (primera fase), con el objetivo de involucrar a la ciudadanía sin siquiera considerar sus puntos de vista, necesidades y expectativas sobre el proceso. La nueva comunicación debe ubicarse en el proceso cultural, social y político, recuperar su educación, sentido de participación, reconsiderar el papel de los medios de comunicación en la sociedad, apostar por la comunicación ciudadana y conectar con el proceso de gestación y desarrollo en la vida cotidiana de las personas.

Al mencionar el papel del comunicador en los procesos de participación ciudadanase debe tener en cuenta que la estrategia de comunicación que utiliza los gobiernos locales se maneja a un nivel unidireccional, generalmente en forma de prensa. Actualmente, la mayoría de las estrategias de comunicación defendidas por los gobiernos locales están impulsadas por intenciones de propaganda y difusión más que por relaciones. Esto significa que la comprensión de la comunicación por parte de las personas es limitada, es una herramienta de imagen institucional y un proceso unidireccional. (Carrasco, 2011, p29).

En ese escenario Carrasco (2011) incide que el rol de la comunicación crea condiciones, pero lo relevante es la visión edil, por lo tanto, el papel facilitador de la comunicación enfatiza que, si bien la comunicación permite la participación de los ciudadanos, son solo una variedad de condiciones las que aseguran el diálogo horizontal entre ciudadanos y gobierno.

En ese sentido, retomando la caracterización de Toni Puig (2003) el comunicador que promueve el proceso de participación debe tener la capacidad de aceptar, saberescuchar, y debe ser como una "esponja" para observar y ser sensible a las motivaciones, vivencias e inquietudes de participantes. Es un comunicador flexible porque se da cuenta de que la promoción no es orientación, al contrario, responde con creatividad y rapidez en aprender a lidiar con cosas que escapan a su control.

Es un equipo que recuerda constantemente a los funcionarios municipales, que la administración de la vida en la ciudad no es solo cuestión de leyes y

departamentos especializados en participación ciudadana. La comunicación fluida, que media, es un elemento clave para la acción ciudadana compartida (Puig 2003, citado en Carrasco, 2011:33).

Puig, (2003) también reconoce el papel de la comunicación en la promoción de la participación ciudadana que permite ver la tensión entre las normas institucionales y las necesidades ciudadanas como oportunidades de aprendizaje mutuo. A diferencia del espacio participativo que se pierde en el campo administrativo, que está institucionalizado por ley, el espacio participativo alternativo tiene más probabilidades de aceptar nuevas ideas y proceder de manera espontánea, por lo que es más fácil atraer la atención y la persistencia de las personas. Sin embargo, así como las instituciones deben ajustarse de manera que satisfagan las necesidades de la ciudadanía, los espacios alternativos de participación también deben entender que la institucionalidad es fundamental para hacer sustentable la motivación inicial de participación, por lo tanto, se busca una participación emocional (participativa) pero efectiva (es decir, responsable).

Freitas (2005) sentencia que, para llevar a cabo una comunicación participativa, es necesario realizar una comunicación educativa a fin que los comunicadores puedan ver sus logros en las metas de comunicación durante la etapa de planificación. Por tanto, intentar recordar el concepto de presupuesto participativo, su funcionamiento y la importancia de este proceso, sin duda buscar la participación de la población para promover la acción comunicativa desde los medios de comunicación masiva hacia los medios alternativos como las redes sociales.

Finalmente, la propuesta planteada por Orizondo (s.f.) que, para la aplicación de las estrategias de comunicación en el modelo participativo, se requiere la incorporación de estrategias educativas en las cuales la comunicación incide en:

- a) La motivación la formación, y
- b) La organización participativa.

Dimensiones de la comunicación corporativa

Capriotti (1999) separa dos grandes manifestaciones o formas comunicativas en una organización, que constituyen la Comunicación Corporativa:

- a) La Acción Comunicativa,
- b) La Conducta Corporativa.

El autor señala que este tipo de comportamiento comunicativo de la organización es la evaluación que la empresa tiene de sí misma. Esto es conocido. Se entregará al público de la organización un conjunto de mensajes y operaciones de comunicación elaborados voluntariamente para informarles de las características de la empresa y afectar la imagen corporativa pública de la empresa. En la acción de comunicación podemos incluir:

• **La Comunicación Interna** (con los empleados), con instrumentos como la revista de la empresa, el tablón de anuncios, el buzón de sugerencias, etc. Busca obtener la adhesión y la integración de las personas que trabajan en la empresa a los fines y metas globales de la organización.

- **La Comunicación Institucional** con los públicos del entorno social de la organización: medios de comunicación, comunidad local, opinión pública, etc.) conactividades como las relaciones públicas, etc. Destinada a lograr la aceptación, credibilidad y confianza de la organización como un miembro más de la sociedad en la que se encuentra. Pero, además de todas estas actividades de comunicación propiamente dichas, una organización también comunica por medio de su Conducta Corporativa, es decir, a través de su actividad y comportamiento cotidiano.

En este sentido, se puede entender que el comportamiento corporativo está compuesto por todos los comportamientos que realiza la organización en la vida diaria. Ésta es tecnología patentada. El comportamiento de la organización actúa como un canal de comunicación, `` contando " cosas sobre la empresa y ``comunicando " sus valores y principios determinados. Esta forma de comunicación se prueba por "evidencias", es decir, la demostración en las actividades diarias permite a la organización tener un desempeño sobresaliente en relación con sus competidores en diferentes niveles de acción. Por lo tanto, el público considera el comportamiento de la empresa como una "verdadera expresión" de la forma de existencia de la empresa. Por tanto, constituye la base básica para que el público establezca la imagen corporativa de la organización. Podemos incluir:

- **La Conducta Interna**, Así es como actúa la propia empresa y sus miembros. En esta forma de comunicación, incluimos el comportamiento simbólico de los gerentes hacia sus subordinados (nivel de comportamiento

directo), el sistema formal establecido en la organización (nivel de comportamiento organizacional) y la cultura y valores corporativos profundos (nivel de comportamiento) apoyados por la organización.).

- **La Conducta Institucional**, Esto está relacionado con el comportamiento social de la organización, el sujeto social como miembro de la sociedad. En este sentido, la empresa tiene ética corporativa y asume la condición de organización, lo que se refleja a través del apoyo y realización de actividades sociales, económicas o culturales en la comunidad en la que se ubica.

Participación ciudadana en el Presupuesto Participativo

Para definir y entender, acertadamente, presupuesto participativo; nos fijaremos antes, en lo que es la participación ciudadana.

De acuerdo a Álvarez (2004) la participación ciudadana es una acción colectiva a través del cual los ciudadanos y ciudadanas toma parte en la construcción, evaluación, gestión y desarrollo de los asuntos públicos, independientemente de las modalidades que pueden ser institucional o autónoma.

Para Merino (1995) participar en principio significa tomar parte; luego pasar a formar parte de su propia organización, que reúne a más de una persona. Participa en diferentes partes: administración y administradores, entonces la relación entre ellas dependerá del poder de las partes. Pero también significa "compartir" algo con alguien. Por tanto, la participación es siempre un evento social: nadie puede participar de manera exclusiva o para sí mismo.

Por su parte Pérez (1999), señala que en la sociedad moderna la participación no se limita al proceso electoral, sino que también representa una forma de participar, controlar y regular el poder otorgado a los representantes políticos a través del mecanismo de participación ciudadana, que puede cultivar la vida democrática de la comunidad. La participación y la deliberación parecen haberse convertido en una de las principales prioridades de las políticas públicas, especialmente las políticas locales

En términos generales, la participación para Cunill (1991) es la intervención de la sociedad civil en la esfera pública. La Participación ciudadana, esta es la clave para transformar el espacio local entre ciudadanía y autoridad en un espacio público y ayudar a crear las condiciones para consolidar la gobernabilidad democrática

Cunill también señala que el término de participación se utiliza para explicar la incidencia de individuos y grupos sociales en diferentes etapas de la solución de temas de interés público, tales como consultas, discusiones, propuestas y diversas actividades que realizan el Estado y la ciudadanía se interrelacionan.

Cunill (1991), plantea dos dimensiones:

- Como medio de socialización política.
- Como forma de ampliar el campo de lo público hacia la esfera de la sociedad civil y, por lo tanto, favorecer a esta.

El autor enfatiza que la posible base para la participación ciudadana se puede encontrar en una crisis de representación, especialmente en una crisis de eficiencia nacional.

Molina (1998) señala que la participación está influyendo y controlando la toma de decisiones públicas basadas en derechos y poderes, y la mayoría de estos derechos y poderes se encuentran fuera del sistema de partidos y se encuentran en un proceso más cercano a la expansión de la ciudadanía

Peschard (1994) comentó que, en el proceso de participación, los ciudadanos necesitan convertirse en sujetos políticos activos al igual que los votantes. Personas que sean capaces de designar miembros de la sociedad que los representen, pero que quieran organizarse para defender sus derechos.

Peschard también refiere, que la participación de la sociedad civil en los asuntos públicos de nuestro país es un derecho básico y está reconocido por los tratados y pactos internacionales firmados por el país. Según las observaciones, desde la década de los ochenta, la participación colectiva se ha guiado por un conjunto de ideas, cuyo principal objetivo es promover el proceso de democratización. En una sociedad que busca consolidar regímenes democráticos, el desempeño de la participación ciudadana es muy alto, este fenómeno se da simultáneamente en diferentes espacios y tiene culturas muy diferentes, pero el propósito central de todos ellos es resolver el problema de los intereses sociales.

Merino (1996) explicó que la participación ciudadana es una intervención en los centros de gobierno comunitario, la toma de decisiones de la vida colectiva comunitaria, el manejo de recursos y la distribución de costos y beneficios. El propósito es lograr que la población influya en las políticas y decisiones públicas, para ello es necesario institucionalizar mecanismos e instituciones a través de leyes y reglamentos.

Ziccardi (1997) sabemos que, a partir de la participación ciudadana, es más probable que ésta juegue un papel en el espacio de decisión local, porque es allí donde los individuos obtienen bienes y servicios en diferentes condiciones, conformando así la dimensión social y política de los ciudadanos

Mecanismos de participación ciudadana en el Perú

Chavarría (2010), explica los tipos de mecanismos de participación ciudadana según el Plan de Acción de la Participación Ciudadana.

- a) **Los mecanismos para el acceso a la información:** Esfuerzos para fortalecer el mecanismo de acceso a la información pública.
- b) **Los mecanismos de consulta:** Complementa el mecanismo de consulta existente y establece procedimientos donde sea apropiado para brindar al público la oportunidad de realizar consultas públicas antes de formular políticas públicas y finalmente aprobar disposiciones legales.
- c) **Los mecanismos para estimular la participación en la gestión pública:** Fortalecer y continuar implementando mecanismos que alienten a la sociedad civil y las organizaciones no gubernamentales a participar en la gestión pública, y avanzar en la derogación de las normativas que obstaculicen dicha participación.
- d) **Los mecanismos de participación en el seguimiento de la gestión pública:** Promover el seguimiento de la gestión pública a través del mecanismo de participación de la sociedad civil y organizaciones no gubernamentales.

Para Carpio (2013) La democracia se fortalece a través de los mecanismos de participación ciudadana porque puede gestionar de manera conjunta el desarrollo sostenible y la calidad de vida de las personas. Definir la participación ciudadana, que es una serie de mecanismos a través de los cuales los ciudadanos (es decir, toda la sociedad civil) pueden participar o influir en la toma de decisiones públicas y luchar para que las decisiones mencionadas representen sus intereses.

Nuestra legislación establece un mecanismo de participación ciudadana en los asuntos públicos del Estado peruano a través de la Constitución de 1993 y la "Ley de Participación y Control Ciudadano" (No. 26300). Establece que los ciudadanos tienen derecho a participar en los asuntos públicos a través de referendos, iniciativas legislativas, la remoción o destitución de órganos y la búsqueda de la rendición de cuentas.

A continuación, detallamos los mecanismos de participación ciudadana:

- **Revocatoria de Autoridades:**
 - Artículo 31°: Todos los ciudadanos tienen derecho a participar en los asuntos públicos mediante la revocación de autoridades.
 - “Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadano”, estipula en su Artículo 3° que un derecho de control ciudadano es la revocatoria de autoridades.
 - Se define, como una forma de control y cambio, cuando las autoridades no respetan los acuerdos básicos delegados por la voluntad popular; pueden ser por una deficiencia en el ejercicio de sus funciones hasta cuestionamientos de carácter ético.

No pueden ser revocados el presidente de la República ni los Congresistas de la República. Pero sí; los alcaldes, los regidores, así como las autoridades regionales que provengan de elección popular.

- **Rendición de cuentas:**

Artículo 31º: -Todos los ciudadanos tienen derecho a participar en los asuntos públicos y exigir responsabilidades. Se define como el derecho a preguntar a las autoridades pertinentes sobre la ejecución presupuestaria y el uso de sus propios recursos.

- **Presupuestos Participativos:**

Ley Marco del Presupuesto Participativo (No. 28056). Los gobiernos regionales y locales son responsables de convocar a las organizaciones sociales a participar en el presupuesto, y deben brindar medidas para identificar y reconocer a las agencias participantes.

Ley de Bases de la Descentralización”. (Nº27783).

Establece que los gobiernos regionales y locales deben incorporar los presupuestos participativos en las herramientas de gestión pública. Se define como un mecanismo de asignación de recursos públicos justo, razonable, efectivo y transparente. Fortalece la relación entre el Estado y la sociedad civil; a través de la participación en el proceso de planificación presupuestaria, debe coordinarse con el plan de desarrollo coordinado del gobierno descentralizado

- **Consulta Previa:**

"Ley de Consulta Prioritaria a Pueblos Indígenas o Indígenas" (No. 29785). Requerirá que toda la administración pública tome acciones esenciales. Algunos permanecerán dentro de su jurisdicción interna, mientras que otros requerirán interacción con las entidades que administran. Los elementos hipotéticos que constituyen este procedimiento de consulta previa pública son los siguientes: Desde un punto de vista subjetivo, la norma involucra a dos participantes, por un lado: la entidad que identifica iniciativas potencialmente dañinas y negocia, denominada entidad iniciadora; por otro lado, el pueblo indígena o indígena, beneficiario del derecho a ser consultado, y el inversor.

Desde un punto de vista sustantivo, el objetivo directo de esta acción será el proyecto de decisión del país. La característica obligatoria del proyecto de decisión es tener un impacto directo en los derechos colectivos, la existencia natural, las características culturales y la vida o desarrollo de los pueblos indígenas.

Otro tipo de mecanismos:

- Iniciativa de reforma constitucional.
- Iniciativa en la formación de las leyes.
- Iniciativa en la formación de dispositivos municipales y regionales.
- Remoción de autoridades.
- Consejos de Coordinación Regional.

Participación ciudadana en la gestión pública.

La Carta Iberoamericana de Participación Ciudadana en la Gestión Pública del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD) (2010), donde se establecen principios y orientaciones para que los ciudadanos de los Estados Iberoamericanos participen en la construcción social de políticas públicas, potenciándose así la democracia, la inclusión social y el bien común. CLAD (2009) señala que la participación ciudadana en la gestión pública se entiende como el proceso de construcción social de las políticas públicas que, conforme al interés general de la sociedad democrática, canaliza, da respuesta o amplía los derechos económicos, sociales, culturales, políticos y civiles de las personas, y los derechos de las organizaciones o grupos en que se integran, así como los de las comunidades y pueblos indígenas.

Por otra parte, uno de los aportes de la carta del CLAD es el establecimiento de principios en que se basa la participación ciudadana en la gestión pública.

A saber:

- Constitucionalización
- Igualdad
- Autonomía
- Gratuidad
- Institucionalización
- Corresponsabilidad social
- Respeto a la diversidad,
- No discriminación, y,
- Adecuación tecnológica

En definitiva, el papel de la ciudadanía no se limita a recibir y utilizar los servicios, sino que también incluye el control de la gestión, la elaboración de requisitos, el establecimiento de estándares de calidad, la ayuda a la toma de decisiones y la cooperación para mejorar la gestión en su conjunto, por lo tanto, la participación ciudadana "ideal" es aquella en la que los sujetos de la política social se sienten parte y colaboran en el diseño, gestión y control de los programas y en la cual, este proceso les genera habilitación, experiencia y capacidad para desarrollar otros procesos sociales relevantes

Ventajas de la participación ciudadana.

Perero (2002) considera que las ventajas de participación ciudadana son:

- **Cambio de actitudes cotidianas (mentalidad):** La participación ciudadana puede orientar a los ciudadanos a participar en los asuntos públicos y aumentar la conciencia y el compromiso social con los problemas públicos del país.
- **Comprensión de lo global mediante la implicación local:** A nivel local, existe una relación más directa entre los individuos y el gobierno, esta es una experiencia valiosa que ayuda a establecer una forma de lidiar con diversas dinámicas públicas globales.
- **Obtención de información precisa:** La participación también puede garantizar la existencia de información de calidad en un doble sentido. Por un lado, los ciudadanos manejarán información clara sobre los asuntos públicos. Por otro lado, las autoridades obtendrán información específica sobre las necesidades y problemas de la población.

- **Mantenimiento y vigilancia:** El control social es uno de los mayores beneficios de la participación ciudadana, plasmado en un sistema que efectivamente mantiene y monitorea el desempeño de las instituciones públicas en diferentes temas de interés general.

En esa misma perspectiva Sanhueza (2004) indica un segundo grupo de ventajas podría ser:

- **Integralidad de iniciativas públicas:** Los participantes o grupos aportan ideas para mejorar o complementar las iniciativas de las instituciones públicas. Como resultado, ayuda a dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos de forma integral y eficaz.
- **Mayor transparencia:** A medida que más y más personas participan y obtienen información pública, el proceso de toma de decisiones se vuelve más transparente.
- **Mayor responsabilidad:** La participación ciudadana en los asuntos públicos permite a las personas ser responsables de sus derechos, deberes y acciones.

Origen del Presupuesto Participativo (PP)

Autores como Llamas (2004), Goldfrank (2006), Colina y Hoffmann (2009) coincidieron en que el origen del PP se puede ubicar en Porto Alegre, Brasil, y ha evolucionado desde su aparición hasta la actualidad. En cuanto a la participación ciudadana en los presupuestos locales o municipales, Benjamín Goldfrank ha sido pionero en investigar mecanismos que permitan dicha participación en América Latina. En su investigación (2007), cree que el PP

puede lograr muchos objetivos de profundización de la democracia, especialmente en la reasignación de recursos públicos a las comunidades más pobres, ampliar el alcance de los servicios y democratizar la sociedad civil. Puede aumentar la transparencia, reducir el clientelismo y aumentar la representación democrática que tradicionalmente ha estado excluida.

Para Llamas (2004) el Presupuesto Participativo es establecer reglas de juego y regular reuniones con líderes para consensuar decisiones de gestión pública. Lo vemos como un mecanismo mediante el cual la población puede definir el destino de toda parte de los recursos públicos a partir de la formulación conjunta de un presupuesto público.

Orígenes del presupuesto participativo en el Perú.

En nuestro país, los primeros indicios de ejecución presupuestaria participativa se remontan a 2001, cuando se lanzaron proyectos piloto de presupuesto participativo en 9 regiones y la Dirección de Presupuesto de Participación Pública del Estado invirtió 433 millones de nuevos soles. Coordinar con la Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza. Sin embargo, no fue hasta agosto de 2003 que se aprobó la Ley N° 28056 (Ley Marco de Presupuesto Participativo) y el Decreto Supremo N° 171-2003-EF y sus normas de implementación, y se formuló el presupuesto participativo como herramienta de planificación; El proceso que ha estado impulsando desde 2002 tiene mayor legitimidad. (Delgado, 2014, pág. 13).

Yalta (2005) Se señala que, desde la aprobación y promulgación de la ley, el presupuesto anual de participación es obligatorio para los gobiernos

distritales, provinciales y regionales, debido a que el reglamento está sujeto a la Ley Marco del Presupuesto de Participación claramente promulgada (No. 28056, 2003). Un año después de la promulgación de la ley, estas 24 regiones formularon el Plan de Desarrollo Concertado y el Presupuesto Participativo. Al mismo tiempo, 873 ciudades informaron sobre sus procesos de presupuesto participativo, en los que se priorizaron más de 6.000 proyectos. De acuerdo con esta norma, a partir de la intervención de las poblaciones, es posible asegurar formalmente que la ciudadanía participe en la toma de decisiones del destino y la gestión de los recursos públicos, lo que puede hacerse a través del presupuesto.

Actualmente, los Presupuestos Participativos siguen siendo aplicables. Los agentes que participan cada año representan a diversas organizaciones de la sociedad civil (sindicatos de productores y agrícolas, sindicatos profesionales, sindicatos comerciales, comités vecinales y organizaciones regionales, organizaciones de base, comunidades rurales y aborígenes, organizaciones de mujeres, municipios escolares, etc.) como autoridades públicas y funcionarios se movilizaron para revisar sus presupuestos locales y regionales, aprobando así las futuras prioridades de inversión y poniendo en práctica la democracia participativa. (Delgado, 2014, pág. 14).

A pesar de obtenerse resultados favorables con este proceso, aún existen diferencias entre lo que es prioridad para ambas partes, llegando muchas veces a no establecerse un acuerdo que los satisfaga.

Según Grey (2002), señala que en nuestro país existe un modelo de gestión tradicional, que mantendrá la estructura administrativa y burocrática con el paso del tiempo, y hay demasiadas leyes y normativas, sin tener en cuenta los consensos necesarios para gestionar la ciudad. La falta de estos consensos entre las autoridades y la sociedad civil ha traído una serie de problemas a la gobernanza urbana.

Definición del Presupuesto Participativo

La Ley Marco del Presupuesto Participativo (No. 28056), lo define como mecanismo para la asignación justa, razonable, efectiva, y transparente de los recursos públicos, fortalece la relación entre el Estado y la sociedad civil; para ello, los gobiernos regionales y locales promueven el establecimiento de mecanismos y estrategias de participación en el presupuesto, y la gestión de los recursos públicos. El Presupuesto Participativo es una reflexión importante sobre cuestiones políticas y afecta directamente el núcleo de la teoría democrática.

Moráis (2011) afirma el presupuesto participativo es la innovación democrática más notoria del mundo. Sin embargo, no es la única vía para intervenciones más participativas en la esfera pública, paralelo al presupuesto participativo está en funcionamiento:

- Reuniones locales, regionales y nacionales, que están trayendo una nueva agenda al gobierno.
- Consejos de Política Pública; Salud, Educación y Medio Ambiente trabajan arduamente para consolidarse como un nuevo espacio de deliberación política.

- Un consejo o foro del sector social; jóvenes, discapacitados, ancianos, igualdad racial, mujeres, niños y adolescentes están brindando perspectivas políticas a actores sociales históricamente discriminados.
- Los planes directores de desarrollo urbano participativo o estratégico para el desarrollo sostenible intentan ir más allá de la "planificación de oficinas". Sostiene que los procesos participativos, representan conquistas sociales importantes y revelan la intensificación de los procesos democráticos.

El autor, recomienda que para mejorar la integración del Presupuesto Participativo con otros mecanismos de planeación debe haber:

- a) Clarificar los objetivos y alcances de la negociación y discusión: todo el personal involucrado en el proceso, representantes del gobierno y de la sociedad civil deben conocer las posibilidades y limitaciones del presupuesto participativo.
- b) Información sobre la conclusión del proceso anterior: Si la prioridad se determina en otro proceso participante, es necesario que el participante tenga información previa.
- c) Observar la dinámica del concejo y otras instituciones permanentes de democracia participativa: algunas instituciones participativas tienen el rol de diseñar la ruta general de la política pública, por lo que es posible brindar información.
- d) Compromiso del gobierno: En la estructura administrativa, la participación no puede ser tarea de un departamento, es necesario

involucrar a varios departamentos del gobierno, de lo contrario será imposible hablar completamente. Se debe hacer un gran esfuerzo para sensibilizar, capacitar, planificar, operar y monitorear internamente.

- e) Alto nivel de ejecución de la toma de decisiones: -Si la decisión acordada no se concreta, todo el proceso estará en riesgo, perderá su credibilidad y su efectividad será cuestionada. Considerando las innumerables dificultades administrativas y financieras de las instituciones públicas, en el sentido de evitar promesas que están mucho más allá de la capacidad de ejecución del gobierno, el proceso debe ser evaluado estrictamente antes de llegar a un acuerdo.
- f) Múltiples participantes involucrados en el proceso: -Cuanto más diversificado, más rico es el proceso y los resultados.
- g) Buscar procedimientos y acciones para promover el diálogo: -La reflexión y evaluación a largo plazo de los métodos utilizados en el proceso participativo son importantes.

Objetivos del Presupuesto Participativo.

Según Boza (2010) el propósito del presupuesto participativo es asegurar la participación efectiva de la sociedad civil en el proceso de programación participativa del presupuesto, el cual se formula de acuerdo con el plan de desarrollo acordado por los gobiernos regionales y locales y la supervisión de la gestión.

Boza (2020) también señala que el presupuesto participativo debe optimizar el uso de los recursos mediante un adecuado control social en las acciones

públicas. Según el mismo autor, de acuerdo con la "Constitución Política" y la "Ley de Organización de Gobiernos Regionales y Municipales" del Perú, las entidades nacionales que realizan presupuestos participativos, los gobiernos regionales y los gobiernos locales formulan los presupuestos de manera participativa.

Borja (2002) señala que objetivos del Proceso del Presupuesto Participativo, son:

- a) Mejorar la eficiencia en la asignación y ejecución de los recursos públicos de acuerdo con las metas del plan de desarrollo coordinado y las prioridades consideradas en el plan estratégico para el presupuesto de resultados.
- b) Fortalecer la relación entre el Estado y la sociedad civil, e introducir formalmente diversos mecanismos en el ámbito de la gestión pública, para que sea posible mejorar la focalización de la inversión pública hacia quienes carecen de servicios básicos.
- c) Involucrar a la sociedad civil en las acciones que se formulan para alcanzar los objetivos estratégicos del Plan de Desarrollo Coordinado (PDC), y sensibilizar a las personas sobre los derechos y obligaciones de los ciudadanos como contribuyentes y actores en la implementación del Plan de Desarrollo de Naciones Unidas. Conocer el país y la sociedad en su conjunto.
- d) Fortalecer el sistema de seguimiento, control, supervisión y rendición de cuentas de la ejecución presupuestaria para mejorar la efectividad de las acciones realizadas por el país para lograr resultados.

En cuanto a la Ley Marco del Presupuesto Participativo establece los parámetros mínimos para el desarrollo de esta instancia de participación ciudadana. Su reglamento y el instructivo establecen los procedimientos y mecanismos específicos para su desarrollo, y que las instancias constituyen instancias de participación en el proceso de programación participativa del presupuesto, en concordancia con las disposiciones legales vigentes:

- El Consejo de Coordinación Regional.
- El Consejo de Coordinación Local Provincial.
- El Consejo de Coordinación Local Distrital.

Para llevar a cabo el desarrollo del proceso, los consejos de coordinación regional y local se constituyen, conforman su directiva, elaboran y aprueban sus estatutos y sus planes de trabajo, dentro del marco de sus respectivas leyes y las normas que para regular este proceso se expidan.

Principios del Presupuesto Participativo

Según Herrera (2010) los Principios del Presupuesto Participativo son:

- **Principio de Participación:** Los gobiernos regionales y locales promueven la formulación de mecanismos y estrategias para la participación de la sociedad civil en sus planes presupuestarios de acuerdo con el plan de desarrollo acordado; y la supervisión de fiscalización de la gestión de los recursos públicos.
- **Principio de Transparencia:** Los presupuestos de los gobiernos regionales y locales son objeto de difusión por medios de información, la población pueda tener conocimiento de ellos.

- **Principio de Igualdad:** Las organizaciones de la sociedad tienen las mismas oportunidades para intervenir y participar sin discriminaciones de carácter político, ideológico, religioso, racial, en procesos de Presupuesto Participativo.
- **Principio de Tolerancia:** Es la garantía de reconocimiento y respeto a la diversidad de opiniones, visiones y posturas de quienes conforman la sociedad, como un elemento esencial para la construcción de consensos.
- **Principio de Eficacia y eficiencia:** Los gobiernos regionales y gobiernos locales organizan su gestión en torno a objetivos y metas establecidos en los planes concertados y presupuestos participativos, desarrollando estrategias para la consecución de los objetivos trazados y con una óptima utilización de los recursos. La medición de los logros se basa en indicadores de impacto y de resultados.
- **Principio de Equidad:** Las consideraciones de equidad son un componente constitutivo y orientador de la gestión regional y local, sin discriminación, igual acceso a las oportunidades e inclusión de grupos y sectores sociales que requieran ser atendidos de manera especial.
- **Principio de Competitividad:** Los gobiernos regionales y locales tienen como objetivo la gestión estratégica de la competitividad. Para ello promueven la producción y su articulación a los ejes de desarrollo, así como la ampliación de mercados interno y externo, en un entorno de innovación, de calidad, de alianzas y acuerdos entre los sectores público y privado.

- **Principio de Respeto a los Acuerdos:** La participación de la sociedad civil en los presupuestos de los gobiernos regionales y gobiernos locales se fundamenta en el compromiso de cumplimiento de los acuerdos o compromisos concertados. Rol de los actores en el proceso del Presupuesto Participativo.

Cohaila (2009) Señalar que lo primero que se debe hacer es determinar los principales participantes del presupuesto participativo, y sobre esta base, determinar el rol que le corresponde a cada participante.

- **Los Agentes participantes (Actores Sociales):** Son participantes sociales locales que hablan y votan durante la discusión y el proceso de toma de decisiones del proceso de presupuesto participativo. Son miembros del Consejo Coordinador Regional y Consejo Coordinador Local; comités regionales; representantes de la sociedad civil y entidades del gobierno nacional que actúan dentro de la región, provincia o región y son designados para tal fin; y equipos técnicos, que actúan con voz, pero sin derecho a voto.
- **La Sociedad civil (Actores sociales):** Son organizaciones sociales e instituciones privadas dentro de los límites regionales o locales apropiados.
- **El Equipo Técnico:** Está compuesto por profesionales y técnicos de la oficina de planificación y presupuesto, del gobierno regional; gobierno local; la oficina de la oficina de Programaciones e inversiones del gobierno local o local que brindan apoyo técnico en el proceso de elaboración de presupuestos participativos y realizan evaluaciones técnicas de prioridades.

- **Los presidentes regionales y alcaldes:** Son responsables de organizar las actividades del proceso participativo en cada año fiscal; determinar la asignación presupuestaria máxima que se destinará al presupuesto participativo; proponen una cartera de proyectos para ser sometidos al presupuesto participativo; ordenan a sus funcionarios que brinden toda la información para asegurar la transparencia del proceso Y el adecuado desarrollo y actualización permanente de la información contenida en la aplicación interactiva para el proceso participativo "Participan activamente en las diferentes etapas del proceso y talleres, e informan a los agentes participantes y comités supervisores y los presentan en todo el Proceso Acuerdos aprobados; aseguran el cumplimiento de los acuerdos aprobados; y formulan las acciones necesarias para implementar el acuerdo.
- **Los consejos de coordinación regional, local provincial y local distrital:** Verifican que el Presupuesto Participativo se rige por el PDC y su visión general y orientación estratégica; participan activamente, promueven y responden a los requerimientos de cumplimiento, y promueven la inclusión de proyectos de inversión participativa prioritaria en el presupuesto institucional; y coordinan con el Comité de Vigilancia el cumplimiento de las acciones acordadas en el presupuesto participativo.
- **El consejo regional y el concejo municipal:** Aprueban las políticas, herramientas y estándares requeridos para el proceso; consideran las prioridades de inversión determinadas en el proceso de Presupuesto Participativo al aprobar y revisar el presupuesto institucional; monitorean el desarrollo oportuno de cada etapa del proceso, la implementación del

convenio, y brindar información para el desarrollo del comité de vigilancia; y confirmar que el presidente regional o alcalde reportará al comité de coordinación y al comité según corresponda sobre el avance del acuerdo y los cambios que se puedan introducir en la implementación de proyectos prioritarios.

Dimensiones del presupuesto participativo

Díaz (2002) Dijo que estos mecanismos se realizaron en la misma etapa preparatoria y de concertación como un entendimiento directo, claro y hacia la población, para lo cual se debe de considerar:

- **Fase de Preparación:** De acuerdo a Díaz (2002) en esta etapa se realizan las operaciones de comunicación, sensibilización, convocatoria, identificación y formación de los agentes participantes, en la que se concreta el cronograma, la composición del equipo técnico y el mecanismo de registro de los agentes participantes, encontrándose las siguientes acciones:
- **Comunicación:** Los gobiernos locales y los gobiernos locales deben establecer un mecanismo de comunicación para el proceso de presupuestación participativa para que la ciudadanía pueda estar al tanto de los avances y resultados del proceso lo cual pueda utilizar diversos medios de comunicación, incluidos los portales electrónicos.
- **Sensibilización:** La importancia de esta acción radica en la necesidad de promover la participación responsable de la sociedad civil organizada en la gestión del desarrollo local y el compromiso que debe asumir en las decisiones que toma. Por otro lado, debe promover el establecimiento de una organización estratégica que pueda mejorar la calidad del proceso de participación.

- **Convocatoria:** En esta etapa, el gobierno regional o el gobierno local en coordinación con el Consejo de Coordinación, convoca a la población organizada a participar en el proceso de presupuesto participativo y utilizar los métodos de comunicación adecuados dentro de su jurisdicción a fin de garantizar una correcta y eficiente comunicación con los agentes participantes.
- **Identificación y registro de agentes participantes:** En esta sub fase, el gobierno regional o gobierno local dispone de registro de los agentes participantes de agente los que deben ser designados o elegidos para cada proceso participativo por las organizaciones a las cuales pertenecen.
- **Capacitación de agentes participantes:** Los gobiernos locales o gobiernos locales implementan mecanismos de capacitación y planes de desarrollo de capacidades para el personal participante, especialmente para los consejeros regionales, regidores y agentes de la sociedad civil.
- **Fase de concertación:** En esta etapa, funcionarios del Estado y de la sociedad civil se reúnen para formular de manera conjunta un diagnóstico, determinar los resultados y priorizar proyectos de inversión e inversión para promover resultados amigables con la población, especialmente en los sectores con mayor demanda de servicios básicos.
- **Desarrollo de talleres de trabajo:** Constituyen reuniones de trabajo convocadas por presidentes regionales o alcaldes, a través de las cuales se pueden formular diferentes acciones para priorizar resultados, proyectos de inversión y compromisos del Estado y la sociedad civil.

- **Coordinación entre niveles de gobierno:** Los gobiernos regionales tienen la responsabilidad de organizar los mecanismos de coordinación y consistencia presupuestaria con los gobiernos locales en sus jurisdicciones entre los costos de inversión y los niveles de gobierno, respetar la autoridad y buscar economías de escala y trabajar en conjunto. Para ello, deben considerar los siguientes factores:

- A nivel regional, la coordinación es dirigida por el presidente del gobierno regional y a nivel provincial por el alcalde provincial.
- La cofinanciación debe seguir el principio de subsidiariedad, es decir, la transferencia de fondos de los activos de cofinanciación debe adaptarse al nivel de gobierno competente, para que pueda brindar el mejor servicio nacional a la comunidad.
- Los proyectos financiados por el gobierno regional ajo el principio de subsidiariedad y que beneficien a los niveles provincial y / o regional deben ser cofinanciados por el gobierno local de la provincia o región beneficiaria. Del mismo modo, los proyectos financiados por los gobiernos provinciales locales también deben ser cofinanciados por los gobiernos locales en las áreas beneficiarias.

- **Formalización en el PIA de los Acuerdos y Compromisos**

Al respecto, se debe considerar que el proyecto debe estar incluido en el presupuesto Institucional del gobierno correspondiente para ser aprobado por el Consejo Regional y Concejo Municipal, según corresponda.

Municipalidad Provincial de Huaraz

De acuerdo a la información publicada en su web institucional (<http://www.munihuaraz.gob.pe/>) la Municipalidad Provincial de Huaraz es una institución líder y modelo en gestión pública municipal, orientada a brindar servicios integralmente a la comunidad huaracina, mejorando su calidad de vida y satisfaciendo sus necesidades básicas; con un equipo humano competitivo y comprometido con el desarrollo

En su portal institucional también se puede apreciar que la Municipalidad Provincial de Huaraz define su política institucional en el aporte a la mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos, centrando su accionar en la adecuada prestación de bienes y servicios, con acciones orientadas a un manejo eficaz y eficiente de los recursos públicos. Así mismo se busca desarrollar una gestión municipal centrada en el respeto a valores, en la fiscalización ciudadana y en la transparencia, se busca consolidar una provincia tradicional, moderna e integrada, en el que la modernización urbana respete el valor histórico de la ciudad y revalore los espacios culturales. Ser una provincia concertadora, inclusiva, articulada, ordenada, segura, sostenible, atractiva y competitiva a través de una gestión eficiente y eficaz, con servidores públicos comprometidos con los principios y valores del código de ética de la función pública y la Ley del empleado público. La Municipalidad Provincial de Huaraz cuenta con lineamientos que definen lo que como entidad espera lograr a nivel externo, es decir en su población, y en sus condiciones internas.

Lineamientos:

- Contribuir a mejorar la prestación de los servicios básicos para el desarrollo integral.
- Brindar los servicios de salud y educación de calidad, oportuno y con enfoque territorial en los grupos con mayores brechas.
- Promover la gestión ambiental asegurando el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.
- Fortalecer mejorar el Sistema de Seguridad Ciudadana
- Impulsar la competitividad económica y oferta turística con enfoque cultural. Incrementar la capacidad preventiva y de respuesta de la población, ante desastres naturales
- Mejorar los servicios sociales y programas sociales considerando las condiciones de vulnerabilidad y diversidad cultural de la población.
- Implementación de una gestión municipal participativa, orientada al logro de resultados y satisfacción de los usuarios y usuarias
- Modernizar la institución municipal ampliando la recaudación y optimizando procesos de producción de servicios orientados a la ciudadanía. 10. Potenciar la planificación, monitoreo y evaluación de los procesos de desarrollo territorial de la provincia.

Misión de la provincia de Huaraz

Según información publicada en su Plan estratégico Institucional 2020-2023, la Misión es la principal razón de ser de la Municipalidad Provincial de Huaraz, y representa los esfuerzos que realiza la organización para conseguir los objetivos que se proponen conseguir; en este concepto se sintetizan los fines y las características que persigue la organización, aquellos que la

identifican y diferencian de otras Instituciones. La construcción de la Misión Institucional de la Municipalidad Provincial de Huaraz se desarrolló a través de un trabajo reflexivo y en conjunto, que permitió evaluar las funciones de la institución, analizar que propósito busca alcanzar e identificar las necesidades de sus actuales colaboradores y la población a la cual está orientada su labor. La Misión Institucional de la Municipalidad Provincial de Huaraz, se expresa de la siguiente manera: “impulsar el desarrollo integral de la población de la provincia de Huaraz de manera democrática, concertada y transparente”

2.3 Definición de términos

- **Presupuesto participativo:** El Presupuesto Participativo es un mecanismo (o un proceso) por el cual la población define o contribuye a definir el destino de todo o una parte de los recursos públicos. (Un – Hábitat, 2004, p.20).
- **Ley marco del presupuesto participativo:** Establece que el proceso de programación participativa del presupuesto debe desarrollarse en armonía con los planes de desarrollo concertados de los gobiernos regionales y gobiernos locales. (Ceplan, 2013 P.15)
- **Talleres:** Espacios con participación amplia de los tres tipos de actores (clave, primario y secundario). (Ceplan, 2013 P.26)
- **Actores clave o centrales:** Es indispensable su apoyo y participación para alcanzar los resultados esperados o por su grado de influencia pueden

bloquear el proceso en determinado momento. Pueden influir significativamente debido a sus capacidades, conocimientos y posición de conocimientos y posición de poder. (Ceplan, 2013 P.61)

- **Actores primarios:** Actores directamente afectados como beneficiarios, los que aspiran a incrementar su poder, o los que podrían resultar perjudicados de alguna manera. Pueden influir significativamente. (Ceplan, 2013 P.61).
- **Actores secundarios:** Son aquellos que sólo participan en forma indirecta o temporal (Ceplan, 2013 P.61)
- **Agentes participantes:** Son quienes participan con voz y voto en el diálogo y/o toma de decisiones en el proceso del presupuesto participativo. Está integrado por miembros del Consejo de Coordinación Local Distrital, los representantes de la sociedad civil debidamente identificados y acreditados. Asimismo, los representantes del Gobierno Nacional que desarrollan acciones en el ámbito del distrito de Jesús María designados para estos fines; además de los integrantes del Equipo Técnico; quienes participan con voz, pero sin voto. (Red Anticorrupción, 2004, p. 11)
- **Plan de desarrollo concertado:** El Plan de Desarrollo Concertado (PDC), representa la propuesta acordada por los actores claves de la región, provincia o distrito, para orientar el proceso de desarrollo de dicho ámbito territorial. (Ceplan, 2013 P.15)

- **Equipo técnico:** El equipo técnico Tiene la misión de brindar soporte técnico en el proceso del presupuesto participativo y desarrollar el trabajo de evaluación técnica; asimismo, armoniza la realización de capacitación a los Agentes Participantes. (Red Anticorrupción, 2020, p. 12)

- **Comités de vigilancia** El comité de vigilancia realiza acciones de vigilancia ciudadana del proceso participativo. Es elegido por los agentes participantes como parte del Taller de Priorización y Formalización de Acuerdos y será conformado por los agentes participantes que representan a la sociedad civil y debe ser reconocido formalmente por el Consejo Regional o Concejo Local. (Red Anticorrupción, 2020, p. 12)

- **Ética:** Definimos aquí a la ética como el desempeño de los agentes participantes basado en la observancia de valores, principios y deberes que garantizan el profesionalismo y la eficacia en el ejercicio de sus funciones dentro del presupuesto participativo. (Red Anticorrupción, 2020, p. 12)

III. METODOLOGIA

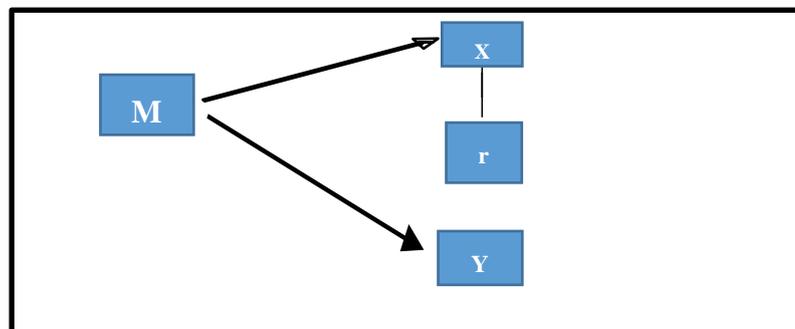
3.1. Tipo y diseño de la investigación.

Tipo de investigación

Dada la naturaleza del tema de investigación es una investigación de tipo aplicada; porque tiene el propósito de conocer la relación que existe la comunicación corporativa con los niveles de participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz; es decir, resolver el problema de escasa participación de ciudadanía. Va le decir que a este tipo de investigación le preocupa la aplicación inmediata (resolver el problema) sobre una realidad concreta.

Diseño de investigación

El diseño que se usó en esta investigación es un diseño no experimental debido a que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, lo que se hizo es observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos. Además, fue de tipo transaccional correlacional; ya que se describió las relaciones entre dos variables en un momento determinado.



Donde:

M= Muestra de agentes participantes en el proceso del presupuesto participativo 2018

X= Comunicación corporativa

Y= Participación ciudadana en el presupuesto participativo.

3.2. Plan de recolección de la información y/o diseño estadístico

Unidad de análisis: Son los Agentes participantes que asistieron al proceso del Presupuesto Participativo del año 2018 de la Municipalidad Provincial de Huaraz. Los Agentes Participantes que asistieron son representantes de las diferentes organizaciones sociales de la provincia de Huaraz.

Población:

La población estuvo constituida por 104 representantes de la sociedad civil organizada y funcionarios del gobierno local.

Tabla 1:

Agentes participantes en el Presupuesto Participativo 2018

Agentes participantes en el PP 2018 de la MP de Huaraz	
Varones	83
Mujeres	21
Total	104

Información recogida del Aplicativo del Presupuesto Participativo del MEF -2018

Muestra:

De la población descrita, se sacó una muestra, con la fórmula siguiente que considera un nivel de confianza del 97 %

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2pq}}$$

Donde:

n : Tamaño de muestra N : Tamaño de población

e : Error no mayor de 3% = 0.03

Z = 1.96 para un nivel de confianza de 97%

P =0.5

Q =0.5

En ese sentido

- Población = 104
- E = 0.03
- Z = 1.96
- P = 0.5
- Q = 0.5

MUESTRA= 94.84531384

Aplicando la fórmula estadística, se tuvo como tamaño de muestra a 95 representantes de las organizaciones sociales elegidos cada una del total por conveniencia del investigador

3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de la información Procedimiento de investigación dentro del diseño no experimental o de las ciencias sociales, en el cual se buscó recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, validado y confiable, donde se recogió la información para su entrega en forma, gráfica o tabla. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población, objetivo.

- **Técnica:**

Encuesta: Para el logro de los objetivos planteados por esta investigación se usó la técnica de la encuesta dirigida a los 95 agentes participantes que participaron en el proceso del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz en el año 2018.

- **Instrumento**

Cuestionario: Dirigida a todos los agentes participantes (95) que participaron en el Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz en el año 2018.

El cuestionario estuvo estructurado en tres partes:

- I.- Datos generales del Encuestado
- II.- Información sobre comunicación corporativa
- III.- Información sobre participación ciudadana en el Presupuesto Participativo convocado por la Municipalidad Provincial de Huaraz

Ficha técnica 1.

- Nombre: Encuesta sobre comunicación corporativa
- Autor: Caprioti. Adaptado por Edgar Herrera (2020).
- Objetivo: Conocer la comunicación corporativa.
- Administración: Cuestionarios individuales.
- Duración: 15 minutos aproximadamente
- Estructura: el instrumento utilizado es el cuestionario, el cual estuvo graduado en escala de Likert; establecido con 11 ítems en sus dos dimensiones: conducta corporativa y acción comunicativa.

Ficha técnica 2.

- Nombre: encuesta sobre participación ciudadana en el presupuesto participativo 2018
- Autor: Díaz. Adaptado por Edgar Herrera (2020).
- Objetivo: Conocer sobre participación ciudadana en el presupuesto participativo 2018 convocado por la MP de Huaraz
- Administración: Cuestionarios individuales.
- Duración: 25 minutos aproximadamente
- Estructura: el instrumento utilizado es el cuestionario, el cual estuvo graduado en escala de Likert; con 16 ítems en sus cuatro dimensiones: preparación, concertación, coordinación entre niveles de gobierno y coordinación y formalización.

Validez y confiabilidad del instrumento

La validez del instrumento de recolección de datos se realizó a criterio de juicio de dos expertos, Mag. Jaime Dextre Rodríguez y el Dr. Carlos Fernández López así mismo para a establecer la confiabilidad del mismo, se calculó el coeficiente Alfa de Crombach, a través del cual se determinó la consistencia de los instrumentos de recolección de datos.

Los valores obtenidos para los ítems del instrumento sobre Comunicación Corporativa, oscilaron entre 0.90 y 0.92 y para el instrumento en su totalidad 0.91, mientras que el Instrumento de Presupuesto Participativo oscilan entre 0.89 y 0.92 y para el instrumento en su totalidad también de 0.91 lo cual indica, muy alta confiabilidad, consistencia interna y homogeneidad.

Tabla 2

Confiabilidad del instrumento de la variable comunicación corporativa

Variables	Dimensiones	Número De Ítems	Alfa de Crombach
Comunicación Corporativa	Conducta Corporativa	5	0,92
	Acción Corporativa	6	0,90
Total		11	0,91

Tabla 3

Confiabilidad del instrumento de la variable participación ciudadana en el presupuesto participativo

Variables	Dimensiones	Número De Ítems	Alfa de Cronbach
Participación ciudadana en el Presupuesto Participativo	Preparación	6	0,92
	Concertación	6	0,93
	Coordinación	2	0,89
	entreniveles de gobierno	2	0,90
	Formalización		
Total		16	0,91

3.4. Plan de procesamiento e interpretación de la información

Se aplicó el cuestionario a 95 agentes participantes del presupuesto participativo 2018, para luego efectuar el análisis estadístico e interpretación de resultados, empleando tablas y figuras estadísticas mediante el software estadístico SPSS 25 y Excel.

Para la estadística descriptiva, se realizó tablas de distribución de frecuencias, así como los gráficos de barras acerca de las frecuencias. Asimismo, se elaboraron tablas, para determinar la relación existente entre las variables y las dimensiones. Para la prueba de hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, y fueron procesados mediante el SPSS v.25 y el Excel. También cabe precisar que la correlación de Pearson, presenta los siguientes niveles y rangos:

$r = 1$	correlación perfecta.
$0'8 < r < 1$	correlación muy alta
$0'6 < r < 0'8$	correlación alta
$0'4 < r < 0'6$	correlación moderada
$0'2 < r < 0'4$	correlación baja
$0 < r < 0'2$	correlación muy baja
$r = 0$	correlación nula

IV. RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados Datos generales

Tabla 4

Agentes participantes por edad

	Frecuencia	Porcentaje
Edad		
18 – 30 Años	5	5%
31 - 40 Años	14	15%
41- 50 Años	29	30%
51 – 60 años	30	32%
61 años a más	17	18%
Total	95	100%

Nota: Fuente, encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz.

En la tabla 4 se observa que el 32% de los agentes participantes que asistieron al presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz tiene entre 51 y 60 años, un 30% entre 41 a 50 años, un 18% de 61 años a más, un 5% entre 18 y 30 años.

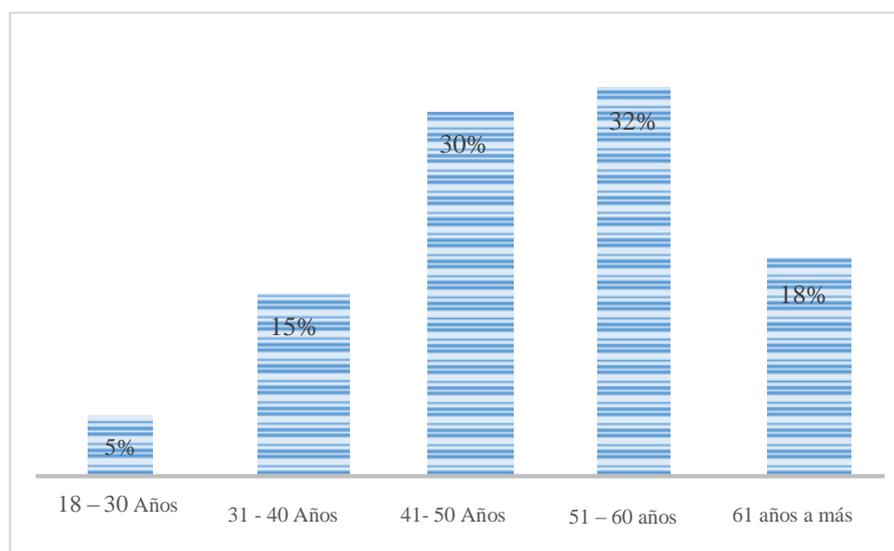


Figura: 04: *Agentes participantes por edad*

Fuente: Encuesta sobre percepción agentes participantes del PP de la MP de Huaraz.

En la figura 4 se observa que el 32% de los agentes participantes que asistieron al presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz tiene entre 51 y 60 años, un 30% entre 41 a 50 años, un 18% de 61 años a más, un 5% entre 18 y 30 años

Tabla 05

Agentes participantes por género

		Frecuencia	Porcentaje
Género	M	76	80%
	F	19	20%
	Tot	95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla 05 se observa que el 80% de los agentes participantes que asistieron al presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz fueron del sexo masculino y lo restante (20%) al género femenino

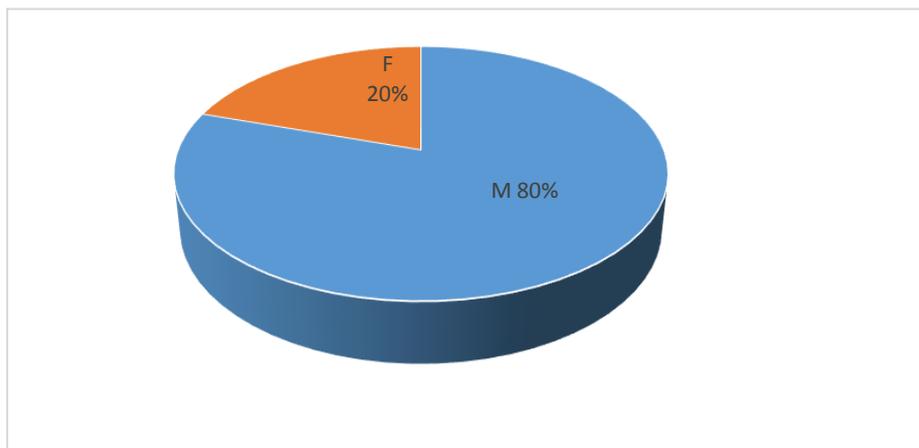


Figura 5: *Agentes participantes por género*

Fuente: Encuesta sobre percepción agentes participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 5 se observa que el 80% de los agentes participantes que asistieron al presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz fueron del sexo masculino y lo restante (20%) al género femenino

Tabla 6
Agentes participantes por grado de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje
Grado de Instrucción	Superior	43	45%
	Secundaria completa	48	51%
	Secundaria incompleta	4	4%
	Primaria completa		
	Primaria incompleta		
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla 06 se observa que el 45% de los agentes participantes que asistieron al presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz tienen grado de instrucción superior, el 51% secundaria completa y el 4% secundaria incompleta.

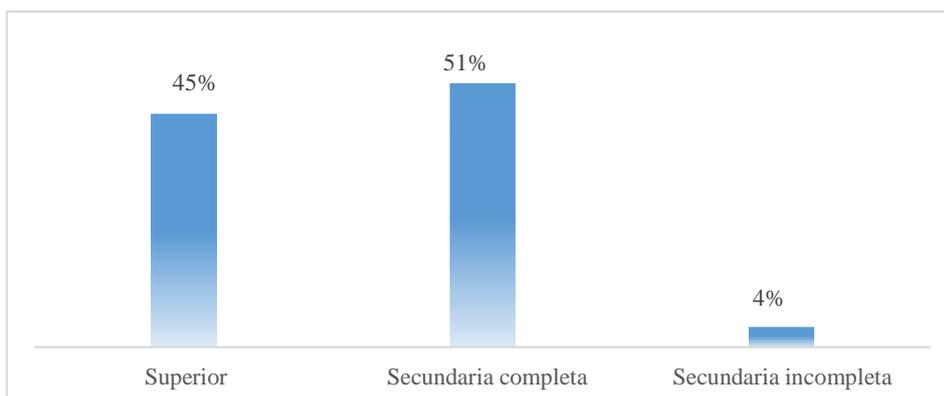


Figura 6: *Agentes participantes por grado de instrucción*

Fuente: Encuesta sobre percepción agentes participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura 6 se observa que el 45% de los agentes participantes que asistieron al presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz tienen grado de instrucción superior, el 51% secundaria completa y el 4% secundaria incompleta.

Tabla 7

Agentes participantes por tipo de organización

		Frecuencia	Porcentaje
Organización	Junta Vecinal	23	24%
	Asociación civil	13	14%
	Gobierno local	10	10%
	Otras organizaciones sociales	14	15%
	Otros	35	37%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla 7 se observa que el 37% de los agentes participantes pertenecían a otros tipos de organización, mientras que el 24% pertenecían a las Juntas Vecinales, el 15% a otras organizaciones sociales, el 14% a Asociaciones Civiles y el 10% al Gobierno Local.

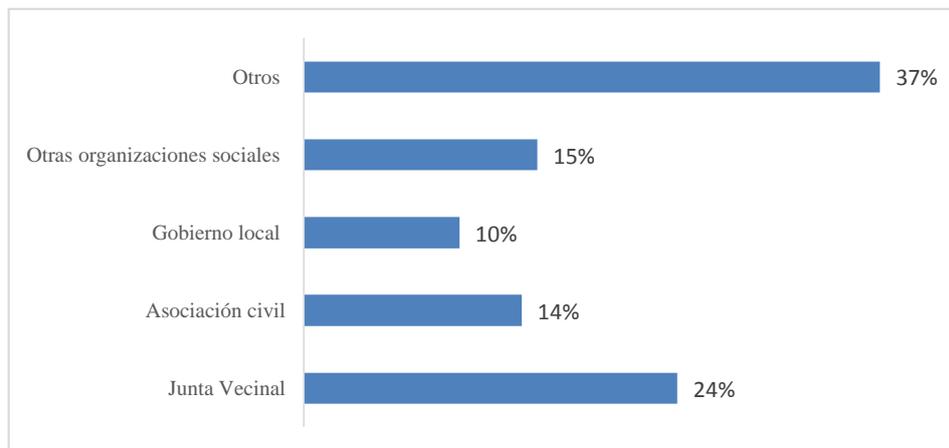


Figura 7: *Agentes participantes por tipo de organización*

Fuente: Encuesta sobre percepción agentes participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura 7 se observa que el 37% de los agentes participantes pertenecían a otros tipos de organización, mientras que el 24% pertenecían a las Juntas Vecinales, el 15% a otras organizaciones sociales, el 14% a Asociaciones Civiles y el 10% al Gobierno Local.

Tabla 8

Retroalimentación de la comunicación al grupo de interés

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	04	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	01	1%
	En desacuerdo	81	85%
	Muy en desacuerdo	09	10%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción agentes participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla 8 se observa que el 85% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo respecto a que la MP de Huaraz normalmente retroalimentó de lo que comunica a su grupo de interés (stakeholders) mientras que un 10% indicó estar muy en desacuerdo, el 4% de acuerdo y el 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

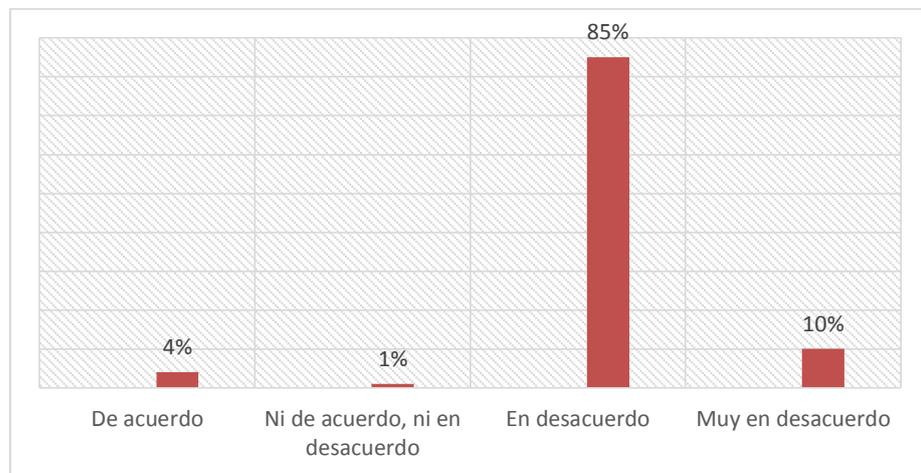


Figura 8: *Retroalimentación de la comunicación al grupo de interés*

Fuente: Encuesta sobre percepción agentes participantes del PP de la MP de Huaraz

En figura N.º 8 se observa que el 85% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo respecto a que la MP de Huaraz normalmente retroalimentó de lo que comunica a su grupo de interés (stakeholders) mientras que un 10% indicó estar muy en desacuerdo, el 4% de acuerdo y el 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo

Tabla 9

Informaciones de manera clara y entendible para el grupo de Interés

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	04	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	04	4%
	En desacuerdo	75	79%
	Muy en desacuerdo	12	13%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla N.º 9 se observa que el 79% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz emitió informaciones de manera clara y entendible para su grupo de interés (stakeholders), el 13% indicó estar en desacuerdo, el 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que en igual porcentaje (4%) manifestaron estar de acuerdo.

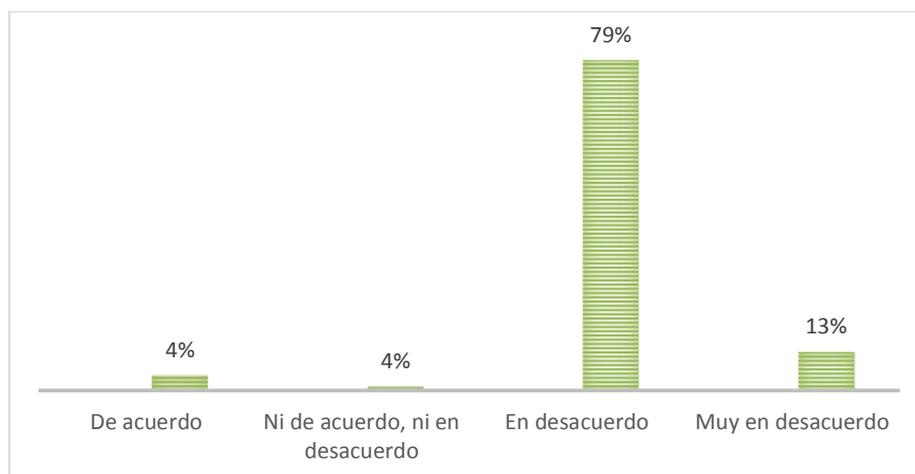


Figura 9: *Informaciones de manera clara y entendible para el grupo de Interés*

Fuente: Encuesta sobre percepción agentes participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 9, se observa que el 79% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz emitió informaciones de manera clara y entendible para su grupo de Interés (stakeholders), el 13% indicó estar en desacuerdo, el 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que en igual porcentaje (4%) manifestaron estar de acuerdo.

Tabla 10

Sistema de comunicación que involucra a todo el personal

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	04	4%
	En desacuerdo	81	85%
	Muy en desacuerdo	10	11%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla No 10 se observa que el 85% de los agentes participantes están en desacuerdo que la MP de Huaraz tuvo un sistema de comunicación que involucra a todo su personal, un 11% muy en desacuerdo, mientras en 4% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo.

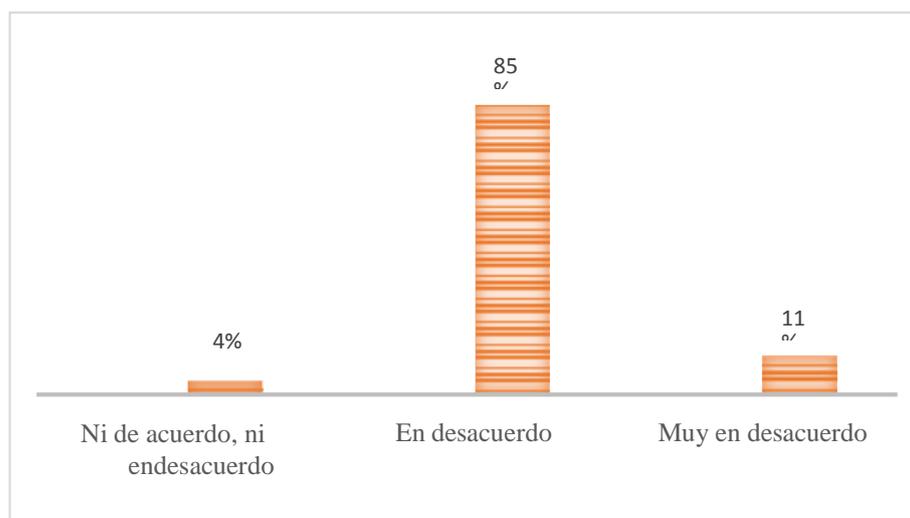


Figura 10: *Sistema de comunicación que involucra a todo el personal*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 10 se observa que el 85% de los agentes participantes están en desacuerdo que la MP de Huaraz tuvo un sistema de comunicación que involucra a todo su personal, un 11% muy en desacuerdo, mientras en 4% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 11

Servicios óptimos a su grupo de interés (stakeholders)

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	07	7%
	En desacuerdo	68	72%
	Muy en desacuerdo	20	21%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 11 se observa que el 72% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo la MP de Huaraz brindó servicios óptimos a su grupo de Interés (stakeholders), un 21% muy en desacuerdo, mientras en 7% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo

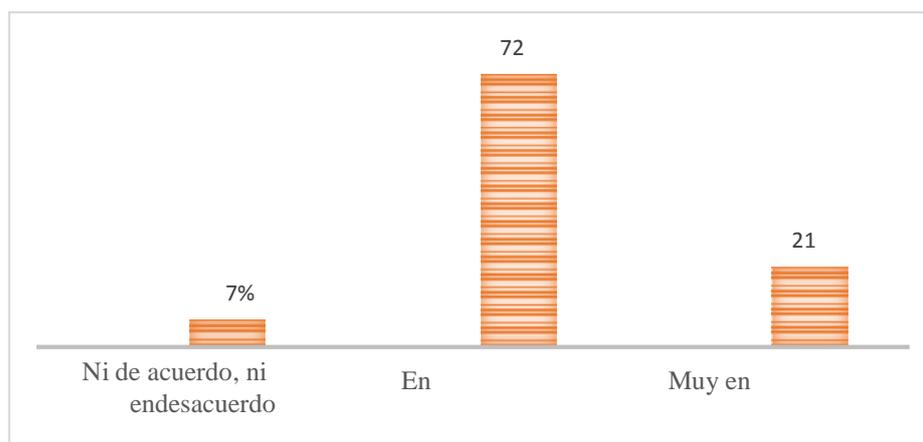


Figura 11: *Servicios óptimos a su grupo de interés (stakeholders)*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 11 se observa que el 72% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz brindó servicios óptimos a su grupo de Interés (stakeholders), un 21% muy en desacuerdo, mientras en 7% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 12

Calidad y calidez de atención a su grupo de interés ((stakeholders)

		Frecuencia	Porcent aje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	02	2%
	En desacuerdo	87	92%
	Muy en desacuerdo	06	6%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 12 se observa que el 92% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz brindó una atención de calidad y calidez a su grupo de interés (stakeholders), un 6% muy en desacuerdo y un 2% de acuerdo.

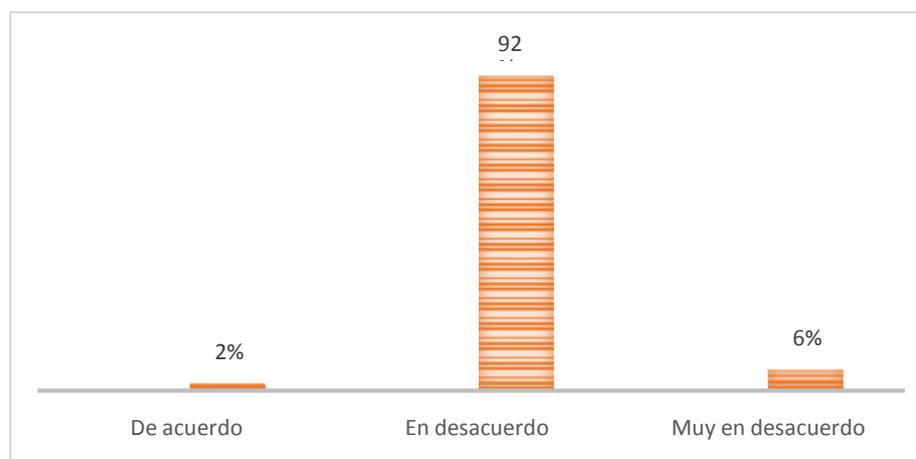


Figura 12: *Calidad y calidez de atención a su grupo de interés (stakeholders)*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 12, se observa que el 92% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz brindó una atención de calidad y calidez a su grupo de interés (stakeholders), un 6% muy en desacuerdo y un 2% de acuerdo.

Tabla 13:

Trabajo colaborativo para el logro de objetivos institucionales

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	07	7%
	En desacuerdo	78	82%
	Muy en desacuerdo	10	11%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 13, se observa que el 82% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz presentó un trabajo colaborativo involucrando a todas las áreas y unidades en objetivos institucionales, por su parte un 11% señala estar muy en desacuerdo, y un 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo.



Figura 13: *Trabajo colaborativo para el logro de objetivos institucionales*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 13, se observa que el 82% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz presentó un trabajo colaborativo involucrando a todas las áreas y unidades en objetivos institucionales, por su parte un 11% señala estar muy en desacuerdo, y un 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 14

Toma de decisiones consensuadas respecto a la misión y visión institucional.

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	86	91%
	Muy en desacuerdo	09	09%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 14, se observa que el 91% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz tomó decisiones consensuadas que repercuten en su misión y visión institucional Participativo2018 y un 9% muy en desacuerdo.

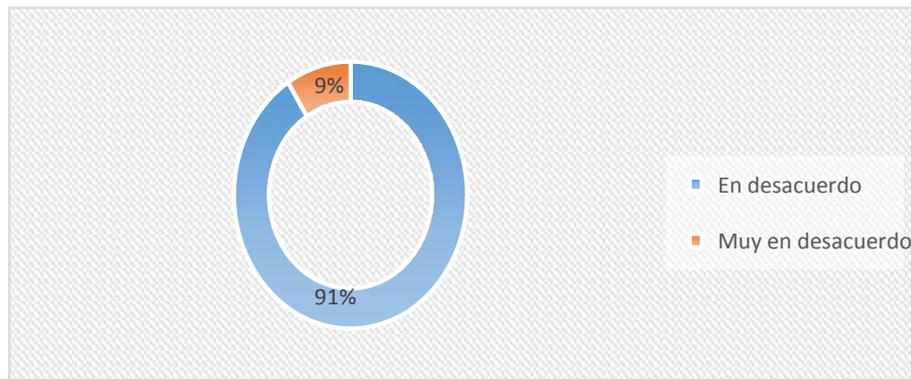


Figura 14: *Toma de decisiones consensuadas respecto a la misión y visión institucional.*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 14 se observa que el 91% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz tomó decisiones consensuadas que repercuten en su misión y visión institucional Participativo2018 y un 9% muy en desacuerdo.

Tabla 15

Cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	08	8%
	En desacuerdo	76	80%
	Muy en desacuerdo	11	12%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 15 se observa que el 80% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo la MP de Huaraz promovió una cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones, un 12% muy en desacuerdo y un 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

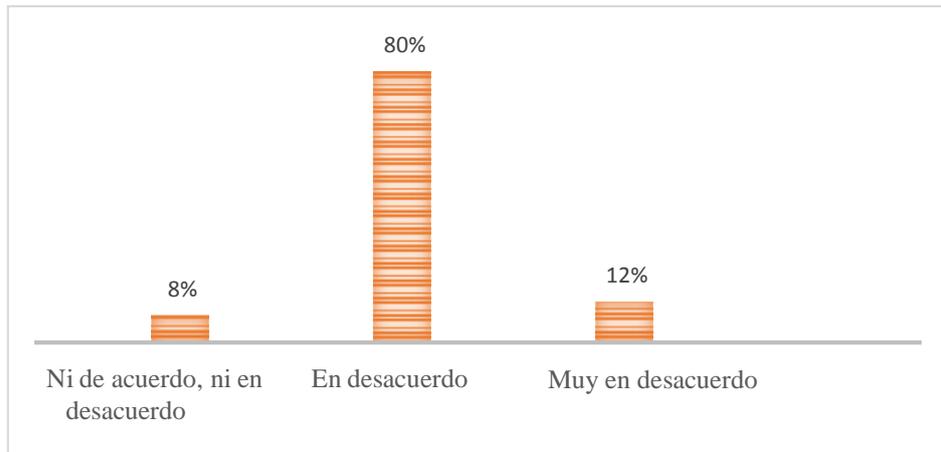


Figura 15: *Cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 15 se observa que el 80% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo la MP de Huaraz promovió una cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones, un 12% muy en desacuerdo y un 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 16:

Respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales.

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	03	3%
	En desacuerdo	81	85%
	Muy en desacuerdo	11	12%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 16 se observa que el 85% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz tuvo el respaldo de su grupo de interés en la toma de decisiones institucionales, el 12% muy en desacuerdo y el 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

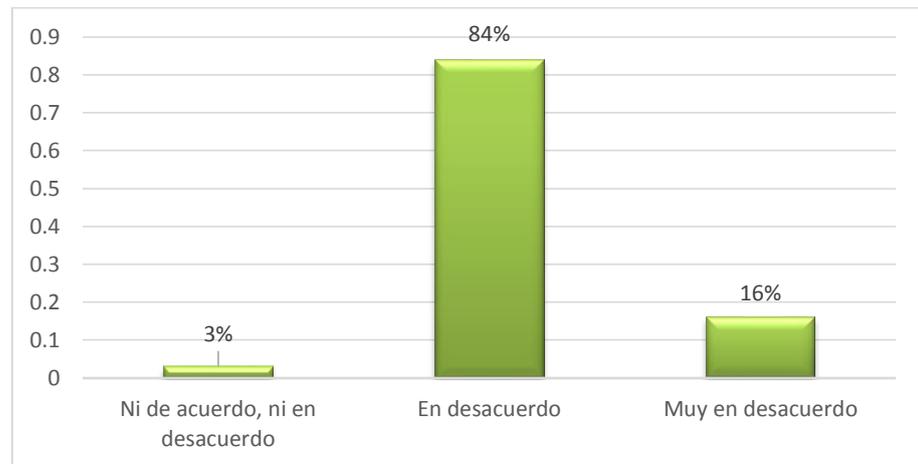


Figura 16: *Respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales.*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 16 se observa que el 85% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz tuvo el respaldo de su grupo de interés en la toma de decisiones institucionales, el 12% muy en desacuerdo y el 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 17

Desarrollo en su accionar la ética y la transparencia institucional.

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	12	13%
	Muy en desacuerdo	83	87%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 17 se observa que el 87% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz promovió en su accionar la ética y la transparencia institucional y un 13% en desacuerdo.

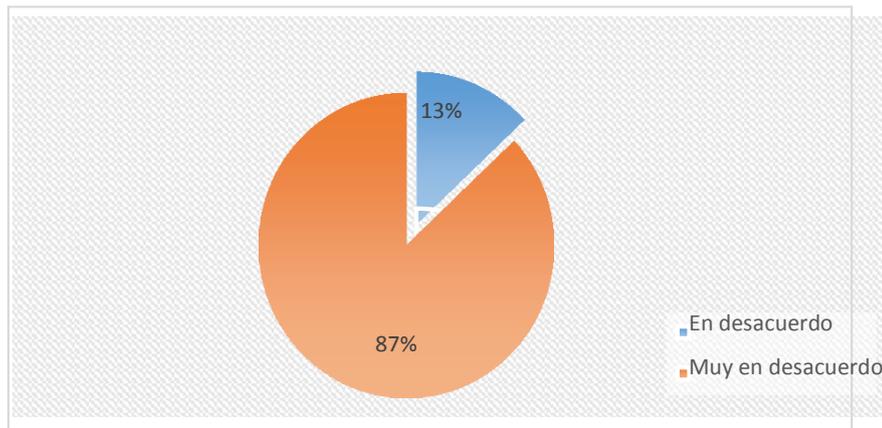


Figura 17: *Desarrollo en su accionar la ética y la transparencia institucional.*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 17 se observa que el 87% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz promovió en su accionar la ética y la transparencia institucional y un 13% en desacuerdo.

Tabla 18

Respaldo de su grupo de interés en actividades institucionales

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo		
De acuerdo		
Escala Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
En desacuerdo	38	40%
Muy en desacuerdo	57	60%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 18 se observa que el 60% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz contó con el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en las diferentes actividades institucionales que convoca y desarrolla y un 40% en desacuerdo.

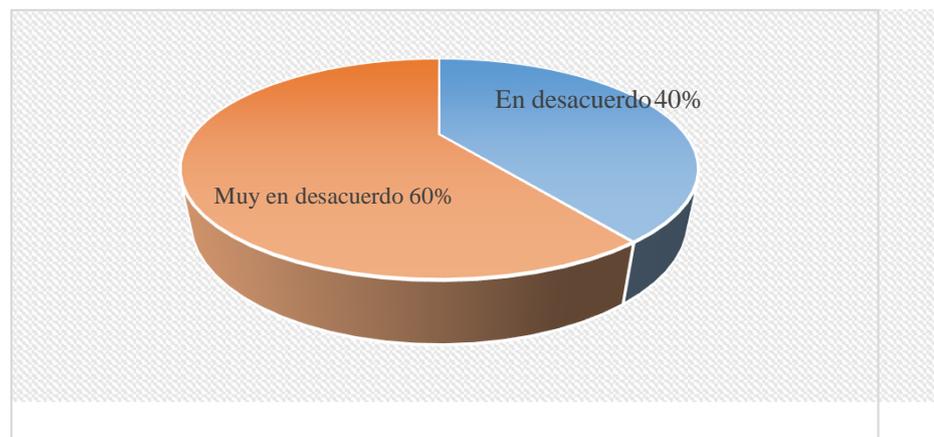


Figura 18: *Respaldo de su grupo de interés en actividades institucionales*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 18 se observa que el 60% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz contó con el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en las diferentes actividades institucionales que convoca y desarrolla y un 40% en desacuerdo.

Tabla 19

Duración del Presupuesto Participativo.

		Frecuencia	Porcentaje
Tiempo de duración	De 1 a 6 meses	05	5%
	De 1 a 5 meses	04	4%
	De 1 a 4 meses	03	3%
	De 1 a 3 meses	14	15%
	Sólo dos meses	69	73%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla 19 se observa que para el 73% de los agentes participantes el proceso del presupuesto participativo duro sólo dos meses, para el 15% de 1 a 3 meses, para el 5% de 1 a 6 meses, para el 4% de 1 a 5 meses y para el 3% de 1 a 4 meses

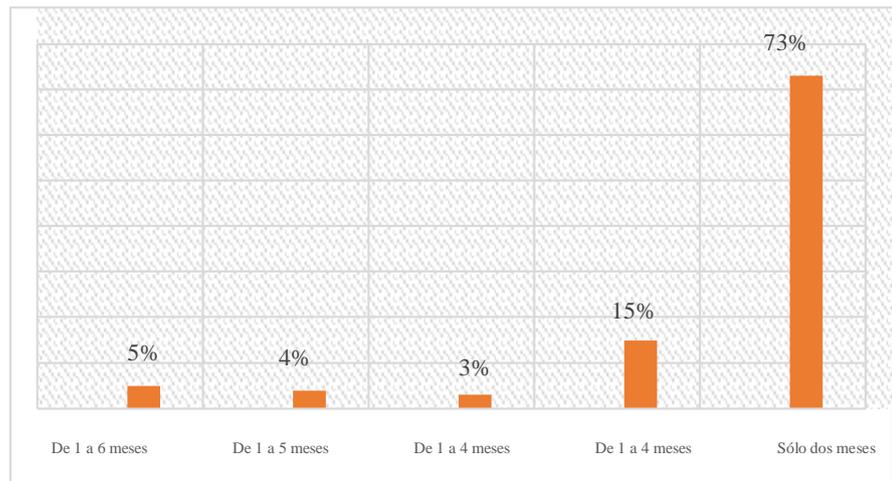


Figura 19: Duración del Presupuesto Participativo

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En de la figura 19 se observa que para el 73% de los agentes participantes el proceso del presupuesto participativo duró sólo dos meses, para el 15% de 1 a 3 meses, para el 5% de 1 a 6 meses, para el 4% de 1 a 5 meses y para el 3% de 1 a 4 meses.

Tabla 20

Planificación del Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz.

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	04	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	82	86%
	Muy en desacuerdo	09	10%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla 20 se observa que el 86% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo respecto a la suficiente anticipación del proceso del presupuesto participativo mientras que un 10% indicó estar muy en desacuerdo y el 4% estar de acuerdo.

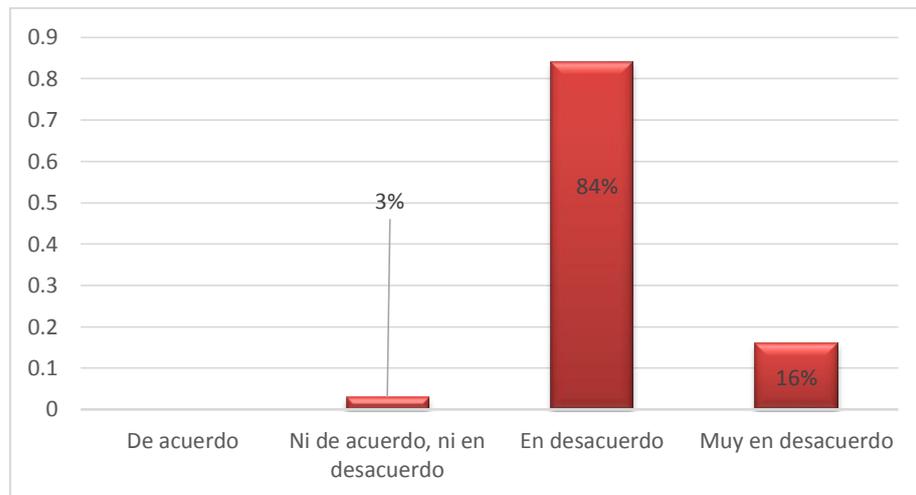


Figura 20: *Planificación del Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 20, se observa que el 86% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo respecto a la suficiente anticipación del procesodel presupuesto participativo mientras que un 10% indicó estar muy en desacuerdo y el 4% estar de acuerdo.

Tabla 21

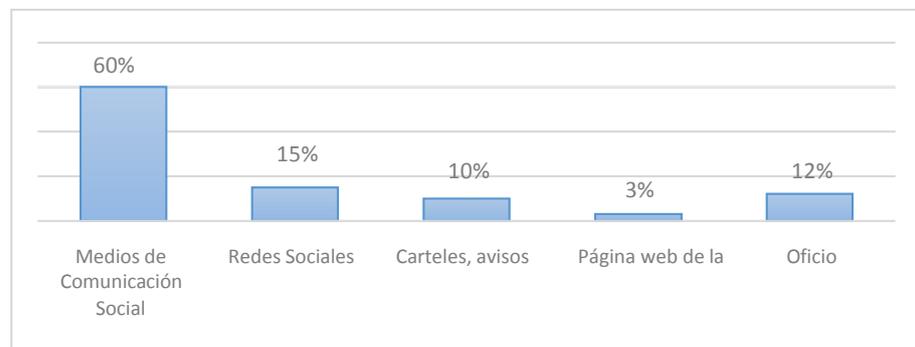
Difusión de la convocatoria del Presupuesto Participativo- MP de Huaraz

	Frecuencia	Porcentaje
Medios de Comunicación		
Social	57	60%
Redes Sociales	14	15%
Convocatoria		
Carteles, avisos	10	10%
Página web de la MP de Huaraz	03	3%
Oficio MP de Huaraz	11	12%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla N.º 21 se observa que el 60% de los agentes participantes tuvieron conocimiento de la convocatoria que realizó la MP de Huaraz para el proceso del presupuesto participativo a través de los Medios de Comunicación Social, mientras que un 15% por las Redes Sociales, un 12% a través de los oficios emitidos por la municipalidad, un 10% mediante carteles y avisos y un 3% a través de la Página Web de la municipalidad.

Figura 21: *Difusión de la convocatoria del Presupuesto Participativo- MP de Huaraz*



Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 21 se observa que el 60% de los agentes participantes tuvieron conocimiento de la convocatoria que realizó la MP de Huaraz para el proceso del presupuesto participativo a través de los Medios de Comunicación Social, mientras que un 15% por las Redes Sociales, un 12% a través de los oficios emitidos por la municipalidad, un 10% mediante carteles y avisos y un 3% a través de la Página Web de la municipalidad.

Tabla 22

Nuevas organizaciones sociales en el Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo		
De acuerdo		
Escala Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
En desacuerdo	85	89%
Muy en desacuerdo	10	11%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la tabla No 22 se observa que el 89% de los agentes participantes están endesacuerdo que la MP de Huaraz promovió la creación de organizaciones sociales que le dieron mayor calidad al proceso del presupuesto participativo 2018 y un 11% manifestó muy en desacuerdo.

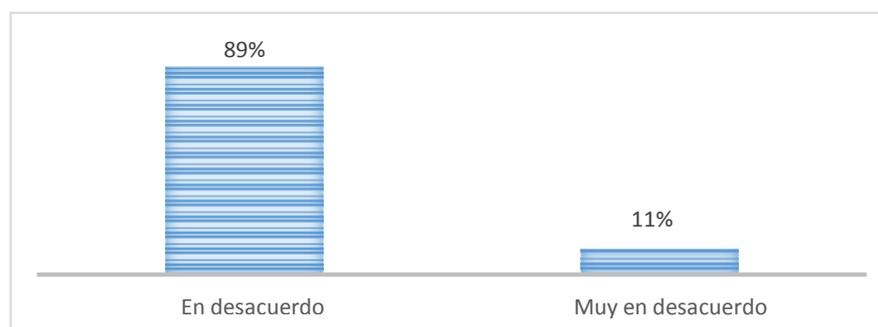


Figura 22: *Nuevas organizaciones sociales en el Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 22 se observa que el 89% de los agentes participantes están endesacuerdo que la MP de Huaraz promovió la creación de organizaciones sociales que le dieron mayor calidad al proceso del presupuesto participativo 2018 y un 11% manifestó muy en desacuerdo.

Tabla 23
Orientación personalizada a los Agentes Participantes del Presupuesto Participativo

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	07	7%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	70	74%
	Muy en desacuerdo	18	19%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 23 se observa que el 74% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz orientó de manera personalizada a los agentes participantes del proceso del presupuesto participativo 2018, un 19% muy en desacuerdo, mientras en 7% indicó estar de acuerdo.

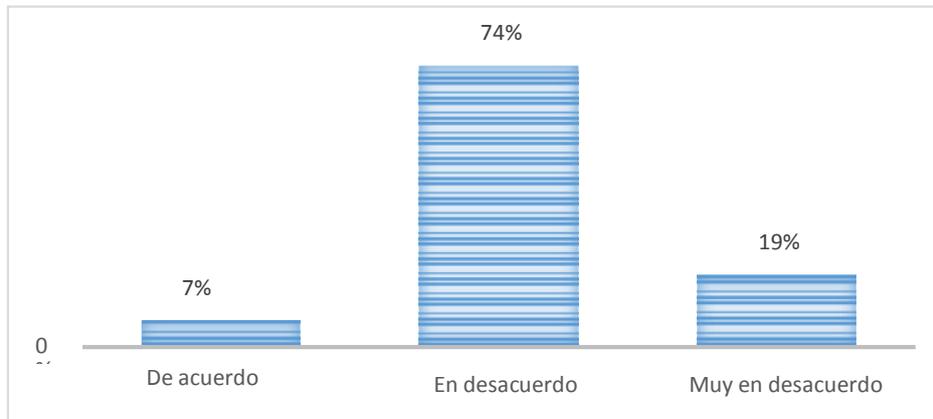


Figura 23: *Orientación personalizada a los Agentes Participantes del Presupuesto Participativo*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 23 se observa que el 74% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz orientó de manera personalizada a los agentes participantes del proceso del presupuesto participativo 2018, un 19% muy en desacuerdo, mientras en 7% indicó estar de acuerdo.

Tabla 24

Calidad de información en el Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	2	2%
	En desacuerdo	93	98%
	Muy en desacuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 24 se observa que el 98% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz llegó con mayor y mejor información posible (Instructivo del Presupuesto Participativo) para el proceso del presupuesto participativo 2018, y un reducido 2% manifestó estar de acuerdo.

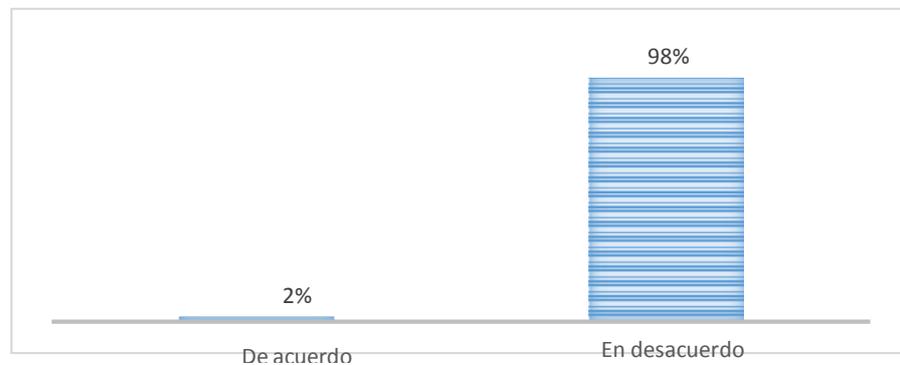


Figura 24: *Calidad de información en el Presupuesto Participativo de la MP de Huaraz*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 24, se observa que el 98% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz llegó con mayor y mejor información posible (Instructivo del Presupuesto Participativo) para el proceso del presupuesto participativo 2018, y un reducido 2% manifestó estar de acuerdo.

Tabla 25

Trabajo concertado para la priorización de proyectos en el Presupuesto Participativo

	Frecuencia	Porcentaje
Escala		
Muy de acuerdo		
De acuerdo		
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
En desacuerdo	85	89%
Muy en desacuerdo	10	11%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 25, se observa que el 89% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz promovió un trabajo concertado de diagnóstico, identificación y priorización de resultados y de proyectos de inversión que favorezcan a la población en el proceso del presupuesto participativo, y un 11% declaró estar muy en desacuerdo.

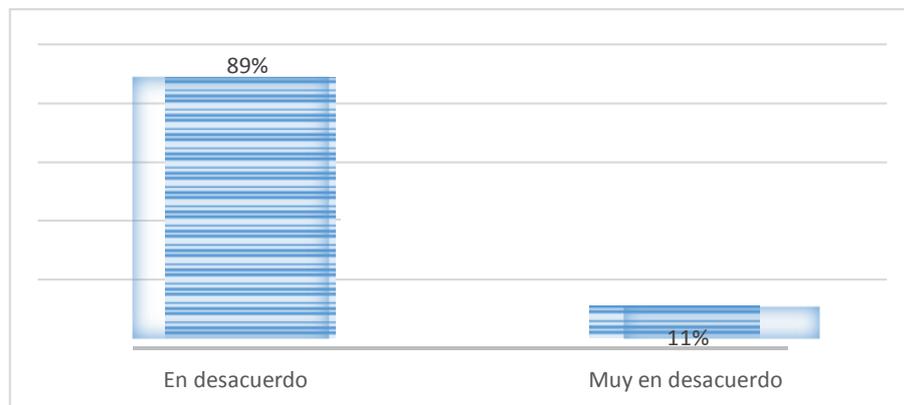


Figura 25: *Trabajo concertado para la priorización de proyectos en el Presupuesto Participativo.*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 25 se observa que el 89% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz promovió un trabajo concertado de diagnóstico, identificación y priorización de resultados y de proyectos de inversión que favorezcan a la población en el proceso del presupuesto participativo, y un 11% declaró estar muy en desacuerdo.

Tabla 26

Integración entre el Estado y sociedad civil en el Presupuesto Participativo

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	04	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	86	91%
	Muy en desacuerdo	05	5%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 26, se observa que el 91% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz promovió la integración de representantes de las distintas entidades del Estado y de la sociedad civil en el proceso del presupuesto participativo 2018, un 5% muy en desacuerdo y un 4% planteó estar de acuerdo.

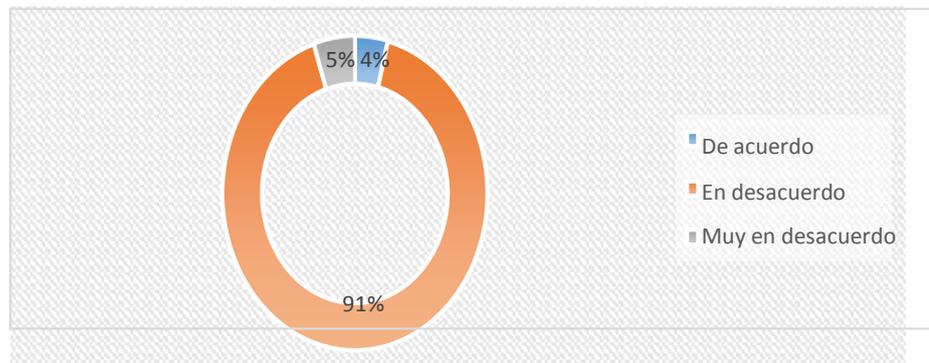


Figura 26: *Integración entre el Estado y sociedad civil en el Presupuesto Participativo*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 26 se observa que el 91% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz promovió la integración de representantes de las distintas entidades del Estado y de la sociedad civil en el Proceso del Presupuesto Participativo 2018, un 5% muy en desacuerdo y un 4% planteó estar de acuerdo.

Tabla 27

Capacitaciones descentralizadas en el Presupuesto Participativo

	Frecuencia	Porcentaje	
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	08	8%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	77	81%
	Muy en desacuerdo	10	11%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 27 se observa que el 81% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz implementó programas de capacitación descentralizados, para los agentes participantes en el proceso del presupuesto participativo 2018, un 11% muy en desacuerdo y un 8% comunicó estar de acuerdo.

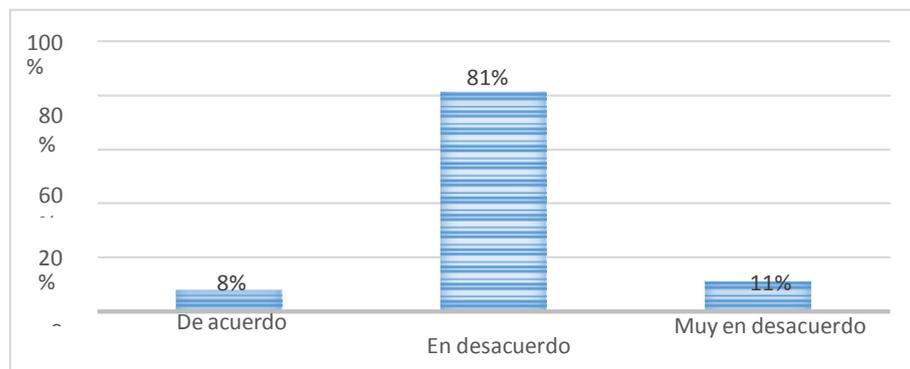


Figura 27: *Capacitaciones descentralizadas en el Presupuesto Participativo*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 27 se observa que el 81% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz implementó programas de capacitación descentralizados, para los agentes participantes en el proceso del presupuesto participativo 2018, un 11% muy en desacuerdo y un 8% comunicó estar de acuerdo.

Tabla 28

Disponibilidad de tiempo al de los Agentes Participantes para las capacitaciones en el Presupuesto Participativo

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo		
De acuerdo		
Escala Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
En desacuerdo	81	85%
Muy en desacuerdo	14	15%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 28 se observa que el 85% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz se ajustó a la disponibilidad de tiempo de los agentes participantes para las actividades de capacitación en el proceso del presupuesto participativo 2018 y un 15% expresó estar muy en desacuerdo.

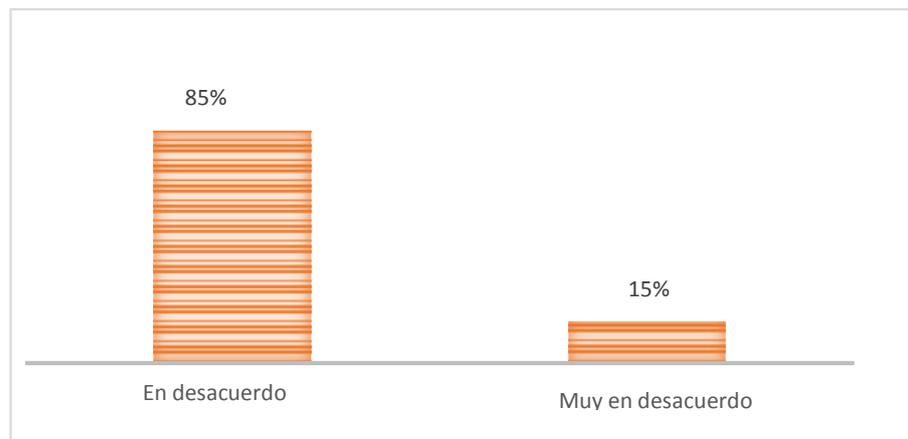


Figura 28: *Disponibilidad de tiempo al de los Agentes Participantes para las capacitaciones en el Presupuesto Participativo.*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 28 se observa que el 85% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz se ajustó a la disponibilidad de tiempo de los agentes participantes para las actividades de capacitación en el proceso del presupuesto participativo 2018 y un 15% expresó estar muy en desacuerdo

Tabla 29

Respeto a las opiniones y/o sugerencias de los Agentes Participantes en el Presupuesto Participativo.

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	05	5%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	12	13%
	Muy en desacuerdo	78	82%
Total		59	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 29 se observa que el 82% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz tomó en cuenta las opiniones y/o sugerencias de los agentes participantes en el proceso del presupuesto participativo, un 13% en desacuerdo y un 5% refirió estar de acuerdo.

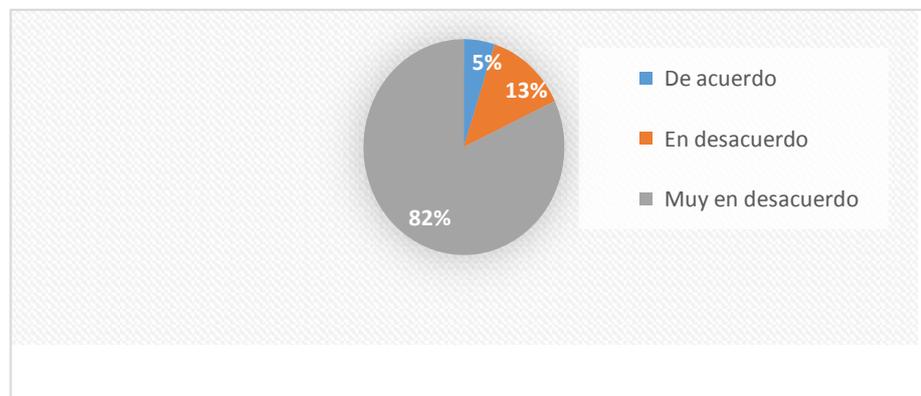


Figura 29: *Respeto a las opiniones y/o sugerencias de los Agentes Participantes en el Presupuesto Participativo.*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 29 se observa que el 82% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz tomó en cuenta las opiniones y/o sugerencias de los agentes participantes en el proceso del presupuesto participativo, un 13% en desacuerdo y un 5% refirió estar de acuerdo.

Tabla 30

Consideración de la diversidad lingüística en el Presupuesto Participativo

	Frecuencia	Porcentaje	
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	05	5%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	38	40%
	Muy en desacuerdo	52	55%
Total	95	100%	

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla No 30 se observa que el 55% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz consideró la diversidad lingüística de las poblaciones para lograr una mayor inclusión y receptividad en los/as ciudadanos/as que hablan idiomas o lenguas diferentes al castellano en el proceso del presupuesto participativo 2018, un 40% en desacuerdo y un 5% declaró estar de acuerdo.

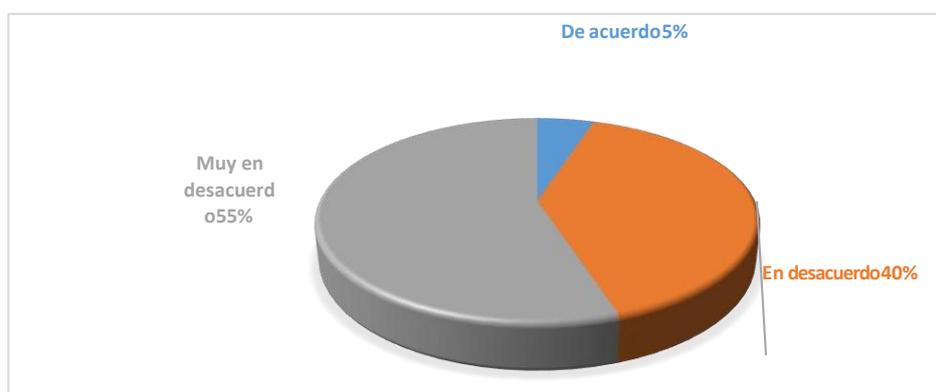


Figura 30: *Consideración de la diversidad lingüística en el Presupuesto Participativo*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 30 se observa que el 55% de los agentes participantes indicaron estar muy desacuerdo que la MP de Huaraz consideró la diversidad lingüística de las poblaciones para lograr una mayor inclusión y receptividad en los/as ciudadanos/as que hablan idiomas o lenguas diferentes al castellano en el proceso del presupuesto participativo 2018, un 40% en desacuerdo y un 5% declaró estar de acuerdo.

Tabla No 31

Reunión de trabajo para la ejecución de los proyectos del Presupuesto Participativo

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	En desacuerdo	57	60%
	Muy en desacuerdo	24	25%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	15%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 31 se observa que el 60% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz y el Gobierno Regional de Ancash tuvieron una reunión de trabajo para desarrollar de manera conjunta, en el marco de las políticas de gastos de inversión de los gobiernos regionales y gobiernos locales para la ejecución de los proyectos del presupuesto participativo 2018, un 25% muy en desacuerdo y un 15% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

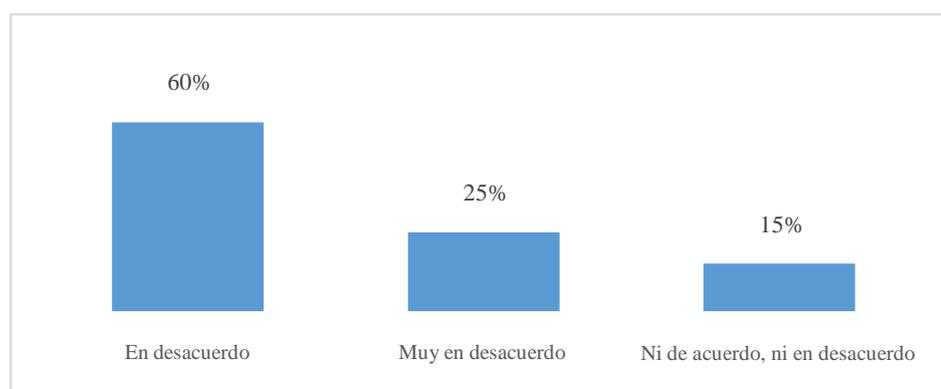


Figura 31: *Reunión de trabajo para la ejecución de los proyectos del Presupuesto Participativo*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 31 se observa que el 60% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz y el Gobierno Regional de Ancash tuvieron una reunión de trabajo para desarrollar de manera conjunta, en el marco de las políticas de gastos de inversión de los gobiernos regionales y gobiernos locales para la ejecución de los proyectos del presupuesto participativo 2018, un 25% muy en desacuerdo y un 15% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 32

Reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos del Presupuesto Participativo

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo		
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	02	02%
	En desacuerdo	62	65%
	Muy en desacuerdo	31	33%
Total		95	100%

Fuente Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 32 se observa que el 65% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz y el Gobierno Regional de Ancash tuvieron una reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos a través de una adecuada operación y mantenimiento de los mismos, un 33% muy en desacuerdo y un 2% señaló estar ni de acuerdo ni endesacuerdo



Figura 32: *Reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos del Presupuesto Participativo*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura N.º 32 se observa que el 65% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que la MP de Huaraz y el Gobierno Regional de Ancash tuvieron una reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos a través de una adecuada operación y mantenimiento de los mismos, un 33% muy en desacuerdo y un 2% señaló estar ni de acuerdo ni endesacuerdo.

Tabla 33

Inclusión en el Presupuesto Institucional los proyectos del Presupuesto

Participativo

		Frecuencia	Porcentaje
Escala	Muy de acuerdo		
	De acuerdo	02	2%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
	En desacuerdo	07	7%
	Muy en desacuerdo	86	91%
Total		95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla N.º 33 se observa que el 91% de los agentes participantes indicaron estar muy en desacuerdo que la MP de Huaraz incluyó en su presupuesto institucional los proyectos priorizados en el presupuesto participativo 2018, un 7% en desacuerdo y un 2% de acuerdo.



Figura 33: Reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos del Presupuesto Participativo.

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz



En la figura N.º 33 se observa que el 91% de los agentes participantes indicaron estar muy en desacuerdo que la MP de Huaraz incluyó en su presupuesto institucional los proyectos priorizados en el presupuesto participativo 2018, un 7% en desacuerdo y un 2% de acuerdo.

Tabla 34

Aprobación de los proyectos priorizados en el Presupuesto Participativo

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo		
De acuerdo		
Escala Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		
En desacuerdo	80	84%
Muy en desacuerdo	15	16%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la Tabla No 34 se observa que el 84% de los agentes participantes indicaron estar en desacuerdo que el Concejo Municipal de la MP de Huaraz aprobó los proyectos priorizados en el proceso presupuesto participativo 2018, mientras el 16% indicó estar muy en desacuerdo.

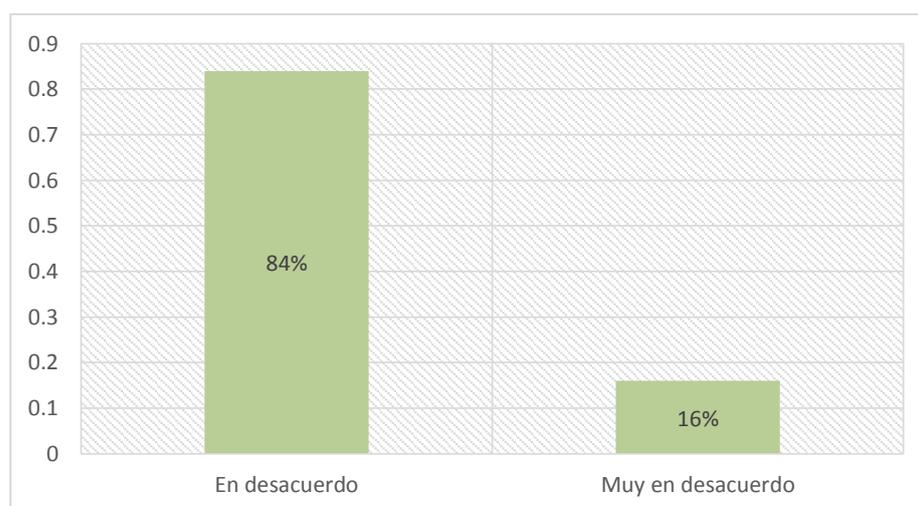


Figura 34: *Aprobación de los proyectos priorizados en el Presupuesto Participativo.*

Fuente: Encuesta sobre percepción Agentes Participantes del PP de la MP de Huaraz

En la figura No 34 se observa que el 84% de los agentes participantes

indicaron estar en desacuerdo que el Concejo Municipal de la MP de Huaraz aprobó los proyectos priorizados en el proceso presupuesto participativo 2018, mientras el 16% indicó estar muy en desacuerdo.

Prueba de hipótesis

La estadística utilizó la prueba de correlación de Pearson, que muestra las relaciones significativas entre la variable Comunicación estratégica y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la MP de Huaraz. Se obtuvo un valor $p = 0.000 < 0.05$.

Hipótesis general

- **Ho: $r_{xy}=0$**

No existe relación significativa entre comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018.

- **Ha: $r_{xy} \neq 0$**

Existe relación significativa entre comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018.

Regla de decisión

Si el Valor $p \geq 0.05$, se rechaza Hipótesis Nula. Si Valor $p < 0.05$, se acepta la Hipótesis Alterna.

Tabla 35

Correlación entre Comunicación Corporativa y Participación Ciudadana en el Presupuesto Participativo.

		Comunicación Corporativa	Participación ciudadana en el Presupuesto Participativo
Comunicación Corporativa	Correlación de Pearson	1	.902**
	Sig. (bilateral)		0
	N	95	95
Participación ciudadana en el Presupuesto Participativo	Correlación de Pearson	.902**	1
	Sig. (bilateral)	0	
	N	95	95

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados alcanzados para comprobar la hipótesis general, se obtuvo el valor de Pearson de $r = 0.90.2$, lo que nos permite afirmar que la hipótesis alternase cumple, por consiguiente, se puede afirmar que existe relación significativa alta entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz en el 2018.

Planteo de hipótesis específicas Hipótesis específica 01

- **H₀: $r_{xy}=0$**

No Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

- **Ha: rxy#0**
Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Regla de decisión

Si el valor $p \geq 0.05$, se acepta hipótesis nula. Si valor $p < 0.05$, se acepta HA

Tabla 36

Correlación entre Comunicación Corporativa con la Participación ciudadana en la preparación del Presupuesto Participativo

		Comunicación Corporativa	Participación ciudadana en la preparación del Presupuesto Participativo
Comunicación Corporativa	Correlación de Pearson	1	.812**
	Sig. (bilateral)		0
	N	95	95
Preparación del Presupuesto Participativo	Correlación de Pearson	.812*	1
	Sig. (bilateral)	0	
	N	95	95

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados alcanzados para comprobar la hipótesis específica 01, se obtuvo el valor de Pearson de $r = 0.812$, lo que nos permite afirmar que la hipótesis alternativa se cumple, por consiguiente, se puede afirmar que existe relación significativa alta entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, resultando a un 81%.

Hipótesis específica 02

- **Ho: $r_{xy}=0$**

No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

- **Ha: $r_{xy}\neq 0$**

- Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Regla de decisión

Si el valor $p \geq 0.05$, se acepta hipótesis nula. Si valor $p < 0.05$, se acepta HA

Tabla 37

Correlación entre Comunicación Corporativa y la Participación Ciudadana para la Concertación del Presupuesto Participativo

		Comunicación Corporativa	Participación Ciudadana para la Concertación del Presupuesto Participativo
Comunicación Corporativa	Correlación de Pearson	1	.860**
	Sig. (bilateral)		0
	N	95	95
Concertación del Presupuesto Participativo	Correlación de Pearson	.860**	1
	Sig. (bilateral)	0	
	N	95	95

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados alcanzados para comprobar la hipótesis específica 02, se obtuvo el valor de Pearson de $r = 0.860$, lo que nos permite afirmar que la hipótesis alternativa se cumple, por consiguiente, se puede afirmar que existe

relación significativa alta entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, resultando a un 81%. resultando a un 86%.

Hipótesis específica 03

- **Ho: $r_{xy}=0$**

No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

- **Ha: $r_{xy}\neq 0$**

Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Regla de decisión

Si el valor $p \geq 0.05$, se acepta hipótesis nula. Si valor $p < 0.05$, se acepta HA

Tabla 38

Correlación entre Comunicación Corporativa y la Participación Ciudadana para la Coordinación del Presupuesto Participativo

		Comunicación Corporativa	Participación Ciudadana para la coordinación del Presupuesto Participativo
Comunicación Corporativa	Correlación de Pearson	1	.873**
	Sig. (bilateral)		0
	N	95	95
Coordinación del Presupuesto Participativo	Correlación de Pearson	.873**	1
	Sig. (bilateral)	0	
	N	95	95

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados alcanzados para comprobar la hipótesis específica 03, se obtuvo el valor de Pearson de $r = 0.873$, lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple, por consiguiente, se puede afirmar que existe relación significativa alta entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, resultando a un 87%.

Hipótesis específica 04

- **Ho: $r_{xy}=0$**

No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz

- **Ha: rxy#0**

Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

Regla de decisión

Si el valor $p \geq 0.05$, se acepta hipótesis nula. Si valor $p < 0.05$, se acepta HA

Tabla 39

Correlación entre Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo

		Comunicación Corporativa	Participación ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo
Comunicación Corporativa	Correlación de Pearson	1	.772**
	Sig. (bilateral)		0
	N	34	34
Formalización del Presupuesto Participativo	Correlación de Pearson	.772**	1
	Sig. (bilateral)	0	
	N	34	34

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Según los resultados alcanzados para comprobar la hipótesis específica 04, se obtuvo el valor de Pearson de $r = 0.772$, lo que nos permite afirmar que la hipótesis alternativa se cumple, por consiguiente, se puede afirmar que existe relación significativa alta entre la Comunicación Corporativa y la Participación Ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, resultando a un 77%.

V.- DISCUSIÓN

En el presente trabajo de investigación se evaluó la relación entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, en ese sentido se propuso examinar cada una de las variables para luego comprobar de acuerdo a la hipótesis planteada existía una relación entre la mismas.

Con respecto a la hipótesis general planteada se obtuvo como resultado el valor de $r = 0.902$ de Pearson entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, lo que evidencia que existe correlación significativa alta entre las dos variables de estudio, confirmando la hipótesis alterna.

El resultado obtenido coincide con el estudio efectuado por Moreno (2017) en lo que el autor encuentra que a mayor participación ciudadana mejor se desarrollan los procesos del presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de ejecución del presupuesto participativo, mecanismos de rendición de cuentas, mecanismos de planificación y concertación y resultados de la ejecución del presupuesto participativo.

En esa misma línea Díaz (2015) señaló que los presupuestos participativos favorecen la horizontalidad y la multidireccionalidad en la comunicación entre la ciudadanía y los gobernantes, contribuyen al acercamiento entre la ciudadanía y la administración, permite avanzar en la transparencia, el seguimiento y el control de los presupuestos participativos, potencia la comunicación interpersonal, y conectar los presupuestos participativos con los programas de intervención social comunitaria para avanzar en la inclusión social.

En ese orden de ideas Strauck y Guillén (2014) señalan que el principal encargado de la gestión de la comunicación sea un profesional con estudios superiores, teniendo en cuenta lo anterior es importante considerar que lo planteado en los lineamientos organizacionales deben estar en coherencia con lo que realmente el comunicador y su área de gestión realiza en la práctica, entendiéndose que el enfoque debe seguir evolucionando en el sentido que lo hace hasta el momento, ya que el principal responsable de comunicación, así como el área que dirige, deberían dedicar gran parte de sus esfuerzos al diseño y evaluación de las políticas de acción que faciliten las relaciones que estas entidades establecen con sus diversos públicos, lo que facilitaría la implementación de tácticas que repercutan directamente en el logro de los objetivos institucionales.

De manera más específica podemos señalar en funciona la primera hipótesis que si bien los resultados obtenidos concuerdan con lo esperado es de suma importancia seguir construyendo la comunicación corporativa como eje fundamental para generar confianza en el grupo de interés de la Municipalidad Provincial de Huaraz, asumiendo tal responsabilidad el especialista comunicacional, siguiendo los postulados de Capriotti (2009) que indica la comunicación corporativa han dado lugar a la interactividad y a la personalización de la organización cuya labor fundamental lo dirige el especialista en comunicaciones que evalúa permanentemente el involucramiento del componente comunicativo en toda intervención institucional.

También es pertinente mencionar lo indicado por Garrido y Montecinos (2018) que la democracia participativa no tiene solamente un alcance político, también tiene

un componente social y territorial, ya que se construye en base a relaciones de confianza, de reciprocidad, construyendo un lazo social que puede permitir fortalecer un tejido social disgregado por el advenimiento del individualismo y la promoción de la competencia y el interés individual.

En cuanto a la hipótesis específica 01 de la presente investigación, se obtuvo como resultado que existe correlación significativa alta de $r = 0.812$ entre la Comunicación Corporativa y la Participación Ciudadana en la preparación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, lo que implica que a mejor implementación de la Comunicación Corporativa mayor participación ciudadana en esta fase del presupuesto participativo.

Asimismo, con respecto a la Hipótesis específica 02, se observa que existe correlación significativa alta de $r = 0.860$ entre Comunicación Corporativa y la Participación Ciudadana para la Concertación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, evidenciado que a mejor implementación de la Comunicación Corporativa mejor concertación en esta instancia de participación ciudadana desarrollada por los gobiernos locales.

En ese sentido es importante que la municipalidad implemente política comunicacionales, que los responsables de las áreas de comunicación deben ser los encargados de ejecutarlas, esto tiene semejanza con lo señalado por Strauck y Guillén (2014) que lo planteado en los lineamientos organizacionales deben estar en coherencia con lo que realmente el comunicador y su área de gestión realiza en la práctica, entendiéndose que el enfoque debe seguir evolucionando en el sentido que lo hace hasta el momento, ya que el principal responsable de comunicación, así

como el área que dirige, deberían dedicar gran parte de sus esfuerzos al diseño y evaluación de las políticas de acción que faciliten las relaciones que estas entidades establecen con sus diversos públicos, lo que facilitaría la implementación de tácticas que repercutan directamente en el logros institucionales.

Teniendo en cuenta lo indicado por Mena (2014) quien agrega que la gestión presupuestal participativa impulsa la participación ciudadana para la toma de decisiones y el control del uso de los recursos públicos. Por lo tanto, la vigilancia ciudadana es importante en la fiscalización y manejo transparente de los recursos del Estado, así como lo precisó el 79.8 % de los encuestados.

En lo que refiere a la hipótesis específica 3, los resultados arrojan que existe correlación significativa alta de $r = 0.863$ entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, evidenciando que a mayor implementación de la comunicación corporativa mayor será la participación ciudadana para la coordinación en el proceso del presupuesto participativo, finalmente con respecto a la hipótesis específica 4, se indica que existe correlación significativa alta de $r = 0.772$ entre la Comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, clarificando que a mayor acción de la comunicación corporativa mayor participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo.

Esto tiene cercanía a lo señalado por Jaramillo (2014) que el presupuesto participativo es una herramienta para la gestión pública que sin ser una fórmula

mágica coadyuva al desarrollo de las localidades, en sus distintos niveles de gobierno, transformando la realidad priorizando el gasto en las necesidades básicas de la población determinadas por sí misma en pleno conocimiento de su realidad, aprovechando los niveles de organización y cohesión social en el territorio. Los principales aliados de este proceso son la organización de barrios, comités pro-mejoras, ligas deportivas, organizaciones de mujeres, asociaciones y juntas parroquiales, entre otras. Todo esto para fortalecer la actividad del gobierno con un gasto público más eficiente que reduzca los índices de pobreza, inequidad, redistribuya y transparente el gasto. En esa misma línea Moreno (2017) destaca que a mayor participación ciudadana mejor se desarrollan los procesos del presupuesto participativo. Además, se sostiene la relevancia de la participación ciudadana a través de ejecución del presupuesto participativo, mecanismos de rendición de cuentas, mecanismos de planificación y concertación y resultados de la ejecución del presupuesto participativo. A ello se suma lo afirmado por Fernández (2017) que el presupuesto participativo es como instrumento para la mejora de la eficiencia y eficacia y la gestión pública logrando avances en la calidad de vida de la población, incrementando el desarrollo humano.

En ese sentido es importante que la comunicación corporativa sea visto como un fenómeno mucho más vasto, complejo y holístico, tal como lo indica Capriotti (2009) y que debe considerar múltiples relaciones que la institución establece con sus públicos, oponiéndose a un enfoque más limitado que considera a la comunicación corporativa como publicidad o RRPP. De esta perspectiva, hay que considerar muchos factores como la conducta corporativa que tiene una fuerte incidencia en la configuración de la imagen que se forman los públicos.

En ese mismo horizonte Costa (1995) indica que la comunicación corporativa se encuentra ligada a la acción y la conducta global de la organización es holista e integradora, es decir que en ella se coordinan, se integran y gestionan las distintas formas de comunicación como un todo orgánico en el sentido corporativo y desde aportes de Rincón (2014: 49) quien comenta que la comunicación corporativa establece como un proceso sistemático a partir del cual se integran y complementan personas, procesos estructura organizacional en el ánimo de desarrollar una impronta organizacional a partir de los componentes de identidad conceptual, visual y comportamental.

VI CONCLUSIONES

- Según los resultados encontrados en la presente investigación se concluye que existe relación estadísticamente significativa alta habiéndose obtenido un coeficiente de correlación de Pearson de $r = 0.902$, entre comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, lo que nos conlleva afirmar que a mayor comunicación corporativa mayor será la participación ciudadana de los agentes participantes en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- Se determinó que existe relación significativa alta habiéndose obtenido un coeficiente de correlación de Pearson de $r = 0.812$ entre comunicación corporativa y participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, lo que confirma la importancia que a mayor comunicación corporativa mayor será la participación ciudadana en la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- En función a los resultados obtenidos se señala que existe una relación significativa alta toda vez que el coeficiente de correlación de Pearson es de $r = 0.860$, entre comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, permitiéndonos afirmar que a mayor comunicación corporativa mayor será la participación ciudadana para la concertación en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.

- Se llegó a determinar de acuerdo a los resultados del coeficiente de correlación de Pearson que alcanzó $r = 0.873$, que existe una relación significativa alta, entre comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, lo que confirma que a mayor comunicación corporativa mayor será la coordinación en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz
- Se determinó que existe relación significativa entre la Comunicación corporativa y la participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz, debido a que el coeficiente de correlación de Pearson alcanzó el $r = 0.772$, lo que nos permite confirmar que a mayor comunicación corporativa mayor será la participación ciudadana para la formalización del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz

VII RECOMENDACIONES

- Al ser una oficina que construye permanentemente la comunicación corporativa, fortaleciendo su valor intangible se recomienda modificar el organigrama y ubicarlo al mismo status que cualquier otro departamento, con el fin de resultar beneficioso para la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- Se recomienda a la Municipalidad provincial de Huaraz gestionar la comunicación corporativa en todas las fases del proceso del presupuesto participativo para lograr mayor y mejor participación logrando además fortalecer la identidad corporativa de esta institución pública.
- Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Huaraz implementar la oficina de comunicaciones con mayores recursos humanos (interdisciplinariedad) y tecnología para mejorar la comunicación corporativa cuyo activo intangible es crucial para cualquier organización.
- Involucrar en los procesos del Presupuesto Participativo a más organizaciones y/o representantes de mujeres para lograr la participación en forma parietal.
- Integrar al director de Comunicaciones de la Municipalidad Provincial de Huaraz como parte del equipo técnico para su accionar comunicativo en todas las etapas del proceso del Presupuesto Participativo

VIII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, J. (2009). Administración Municipal, 1 edición. Perú: Ada Ampuero.
- Alfaro, R. M. (1993). Una comunicación para otro desarrollo. Lima: Calandria.
- Alfaro, R.M. (2001). Una transición incierta hacia el futuro: medios de comunicación, clase política, agenda y participación ciudadana. Serie: Sondeo de Opinión. Lima: Calandria.
- Álvarez, J. (2010). Presupuesto Público 2010 Presupuesto por Resultados y Presupuesto Participativo, 1 edición. Perú: Instituto Pacífico S.A.C.
- Álvarez, J. (2012). Presupuesto Público comentado 2012 Presupuesto por Resultados y Presupuesto Participativo, 1 edición. Perú: Instituto Pacífico S.A.C.
- Álvarez, E. (2004). Participación y democracia. La Jornada Ediciones/Centro de Investigaciones Inter disciplinarias en Ciencias y Humanidades. México: Universidad Nacional Autónoma
- Andrade, H. (2010). Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica. Madrid, España - Gesbiblo S.L.
- Arnstein, S. (1969). La escalera de la participación ciudadana. JAIP.
- Aranes, J. I. (1997). La comunicación institucional y sus paradigmas: entre la racionalidad comunicativa y la lógica instrumental. Mediatika. Cuadernos de Comunicación. Arnstein, S. (1969). Artículo: A Ladder Of Citizen

Participation. Publicado originalmente en la revista "Journal of the American Institute of Planners". Estados Unidos.

- Artline, M. (2011). Estrategias de Marketing. México: Thomson.
- Barbarrusa, V. (2011). Artículo. Democracia Participativa: la vía para la Profundización Democrática. Sevilla, España: Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África (IEPALA)
- Berges, L. (2011). Gestión de Empresas de Comunicación. Sevilla, España: Comunicación Social CS.
- Castillo. A. (2010). Introducción a las Relaciones Públicas. España: Editora Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Cabrero (1996). La participación ciudadana en el ámbito de las políticas públicas: el caso del Municipio de Huamantla (Tesis de post grado). De Lumbreras, Tlaxcala, México
- Castro, H. (2008). Experiencias significativas del presupuesto participativo que contribuyen a un mejoramiento del manejo de los recursos públicos (Tesis de post grado). Universidad Nacional Mayor de san Marcos -Perú.
- Castro, J. (2012). Comunica, Lecturas de Comunicación Organizacional. Madrid, España: Gesbiblo S.L.
- Calandria (2002). Sondeo de opinión. Los ciudadanos y ciudadanas frente a los procesos de concertación del desarrollo local y la descentralización. Percepciones y valoraciones del Cono Norte.

- Calandria (2001). Gestión de Presupuestos Participativos: decidiendo las inversiones con todos. Lima: Calandria.
- Campillo, C. (2011). La dirección de comunicación municipal: estructuras, procesos y entidades declarantes. Revista Internacional de Relaciones Públicas, N.º 2, vol. I.
- Carrasco, L. (2011). El rol de la comunicación en los procesos de participación ciudadana a nivel local: El caso del distrito de Barranco (tesis de post grado) Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Capriotti P. (2009). Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa
- Capriotti P. (2010). Branding corporativo. Gestión estratégica de la identidad corporativa
- Ceplan (2013). Guía para la formulación de planes de desarrollo concertado regional y local. Perú
- Chiang, M. (2012). Comunicación Interna – Dirección y Gestión de Empresas. Málaga, España: Editorial Vértice.
- Chiang, M. (2010). Relaciones entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral. Madrid, España: R.B. Servicios Editoriales
- Del Pugar, L. (2010). Comunicación de Empresa en Momentos Turbulentos. Madrid, España: ESIC Editorial.

- Díaz M. (2015). Comunicación para la democracia participativa los presupuestos participativos en la Provincia de Málaga (Tesis de post grado) Universidad de Malaga- España.
- Diez, S. (2010). Técnicas de Comunicación, la Comunicación en la Empresa. Vigo, España: Ideas Propias.
- Domínguez, D. (2011). La Cara Interna de la Comunicación en la Empresa. Madrid, España: Visión Libros.
- Enrique, A. (2011). La Planificación de la Comunicación Organizacional. MN Barcelona, España: Servei de Publicacions.
- Ehb, E. H. (2010). Comunicación Empresarial - Una Guía para Directivos Ocupados. Bilbao, España: Deusto.
- Etchegaray, R. (2010). Comunicación Empresarial. Buenos Aires, Argentina: Valletta Ediciones.
- Fernández, J. S. (2012). Aportes del Presupuesto Participativo para mejorar la transparencia en la gestión municipal: el caso de la Serena y Lautaro en Chile.
- Fernández, J. S. (2012). Fundamento de la organización de empresas, Breve historia del Managment. Madrid, España: Narcea.
- Fernández F. (2017). El presupuesto participativo para la mejora de la eficiencia y la eficacia de la gestión pública en el Municipio de Santa Eulalia 2015 (Tesis de pre grado). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Lima Perú

- Fernández, D. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Madrid, España: Paraninfo.
- Fernández, E. (2010). Administración de Empresas, un enfoque interdisciplinario. Madrid, España: Paraninfo.
- Freitas, A. (2005). La experiencia de Democracia Participativa en Porto Alegre.
- FAO (2006) Participación y comunicación en el esquema del Ordenamiento Territorial Rural. Chile: Fao-Rlc
- Gomes, K. (2010). Presupuestos participativos una nueva metodología de participación en el actual escenario comunitario (Tesis de post grado). Universidad Académica del Humanismo Cristiano. Chile
- Garrido F. & Montecinos E. (2018). El Presupuesto Participativo en Chile y República Dominicana. ¿Es determinante una Ley para el fortalecimiento de la democracia participativa? Rev. Urug. Cienc. Polít. vol.27 no.2
- García, J. (2011). La Comunicación Interna. Madrid, España: Díaz de Santos.
- García, S. (2011). Organización y Administración de Empresas, una visión práctica. Madrid, España: Editorial ESIC.
- Gees B.M. V, (1997), Comunicación corporativa. España. Editorial Prentice Hall.
- Herrera E. (2020) Guía para Comités de Vigilancia del Presupuesto Participativo

- Hernández S., (2010), Metodología de la Investigación Quinta Edición. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, M. (2006). Metodología de la Investigación: Cuarta edición. México.
- Hormaza, M. I. (2011). Influencia de la Gestión del Presupuesto. Perú.
- Jaramillo J. (2014) Presupuesto participativo: Aplicación en el marco de las finanzas públicas y la participación ciudadana. (Tesis post grado). Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador
- Joan, E. (2012). Más allá de la Comunicación Interna. Barcelona, España: Gestión 2000.
- Lacasa, A. (2011). Gestión de la Comunicación Empresarial. Madrid, España: Ediciones Gestión 2000.
- Martín, F. (2010). Comunicación en las Empresas e Instituciones. Salamanca, España: Ediciones Universidad Salamanca.
- Martínez, M. d. (2011). Orientación al Mercado, Un Modelo Desde la Perspectiva de Aprendizaje Organizacional. México, México: UAA.
- Mena H. (2014). Modelo de gestión presupuestal participativa como herramienta estratégica en el desarrollo de las regiones del Perú, 2008 – 2012. (Tesis de post grado). Universidad San Martín de Porras-Lima Perú
- Merino, M. (1995). Cuadernos: la participación ciudadana en la democracia. cuadernos de divulgación de la cultura democrática, No 4, México.

- Moreno A. (2017). Participación ciudadana y presupuesto participativo en las municipalidades distritales de la provincia de Huánuco, 2016. (Tesis post grado). Universidad Cesar Vallejo Perú.
- Príncipe A. (2016) Participación ciudadana y presupuesto participativo en las municipalidades distritales de la provincia Huari Ancash, 2016. (Tesis post grado). Universidad Cesar Vallejo- Perú
- Peschard, J. (1994). Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática: la cultura política democrática. N°.2, México.
- Ramos L. (2016). La participación ciudadana en la elaboración del presupuesto participativo en la municipalidad del distrito de longuita, provincia de luya, región amazonas – 2016. (Tesis post grado). Universidad Cesar Vallejo – Chiclayo Perú
- Rebeil, M. (2010). El poder de la comunicación en las organizaciones. México: Amco.
- Ruiz, A. (2010). La Comunicación Oral en la Empresa. Madrid, España: Arco Libros.
- Rodríguez C. (2016). La participación ciudadana en el presupuesto participativo y la reducción de los índices de pobreza en el distrito de independencia en el periodo 2013-2015. (Tesis de post grado) Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo Huaraz Ancash Perú
- Rodríguez V. (2018). Presupuesto participativo y su impacto en la gerencia del desarrollo local del distrito de Shupluy – 2008. (Tesis de post grado) Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo Huaraz Ancash

- Red Anticorrupción (2020). Manual del agente participante presupuesto participativo. Lima Perú
- Sanz, M. (2011). Identidad Corporativa, Claves de la Comunicación Empresarial. Madrid, España: Esic.
- Sánchez, P. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Madrid, España: Editex.
- Sanhueza, A. (2004). Participación Ciudadana en la Gestión Pública. Corporación Participa.
- Serrano, (1998). Participación social y ciudadana; un debate del Chile contemporáneo. Chile. División de estudios de Mideplan.
- Strauck M. y Guillen C. (2014). La gestión de la comunicación en los gobiernos locales, una mirada desde la perspectiva estratégica: análisis del caso peruano. Revista Internacional de Relaciones Públicas, N.º 7, Vol. IV
- Un-Habitat. (2004). ¿Qué es y cómo se hace el presupuesto Participativo? Quito: AH Editorial.
- Van Riel, C. (1992). Principles of Corporate Communication. Reino Unido: Prentice Hall

ANEXO

- Anexo 01: Matriz de consistencia lógica
- Anexo 02: Validación del instrumento a juicio de expertos (especialista en gestión pública)
- Anexo 03: Validación del instrumento a juicio de expertos (especialista en comunicación)
- Anexo 04: Instrumento de recolección de datos
- Anexo 05: Link de envío para encuestas en forma virtual
- Anexo 06: Integrantes del Comité de Vigilancia del Presupuesto Participativo del 2018
de la Municipalidad provincial de Huaraz
- Anexo 07: Normatividad de la participación ciudadana en el Perú
- Anexo 08: Cronograma del proceso del Presupuesto Participativo 2018
- Anexo 09: Objetivos del Plan de Desarrollo Concertado
- Anexo 10: Oficio múltiple de invitación para la participación en el Presupuesto Participativo 2018 de la MP de Huaraz

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN MUESTRA	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
<p>Problema general</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo se relaciona la comunicación corporativa con la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018? <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué relación existe entre la comunicación corporativa con la participación ciudadana para la preparación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz? ¿Cómo se relaciona la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz? ¿Qué relación existe entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la coordinación de presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz? 	<p>Objetivo general</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar cómo se relaciona la comunicación corporativa con la participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018. <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Establecer la relación entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la preparación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz. Identificar la relación entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la concertación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz Demostrar la relación entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 	<p>Hipótesis general</p> <ul style="list-style-type: none"> Ho: $r_{xy}=0$ <p>No existe relación significativa entre comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018</p> <ul style="list-style-type: none"> Ha: $r_{xy} \neq 0$ <p>Existe relación significativa entre Comunicación Corporativa y Participación Ciudadana en el Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 2018.</p> <p>Hipótesis específicas: Hipótesis específica 01</p> <ul style="list-style-type: none"> Ho: $r_{xy}=0$ <ul style="list-style-type: none"> No Existe relación significativa entre la Comunicación Corporativa y la Participación ciudadana en la preparación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz. 	<p>De acuerdo al problema, objetivos y la hipótesis es del tipo descriptivo Correlacional</p> <p style="text-align: center;">Diseño:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> O1 M --> O2 O1 --- r --- O2 </pre> </div> <p>Donde: M: muestra</p> <p>01: Observación de la Variable 1: Comunicación Corporativa.</p> <p>02: Observación de la variable 2: Participación ciudadana en el PP</p>	<p>Población:</p> <p>104 agentes participantes del PP de la MP Huaraz</p> <p>Muestra:</p> <p>95 agentes participantes del PP de la MP Huaraz</p>	<p style="text-align: center;">V X</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta ▪ Cuestionario <p style="text-align: center;">V Y</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta ▪ Cuestionario

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué relación existe entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la formalización de presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la relación entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 	<ul style="list-style-type: none"> • Ha: $r_{xy} \neq 0$ Existe relación significativa entre la Comunicación Corporativa y la Participación ciudadana en la preparación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz. <p>Hipótesis específica 02</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ho: $r_{xy} = 0$ No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la concertación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz. • Ha: $r_{xy} \neq 0$ Existe relación significativa entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la concertación del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz. <p>Hipótesis específica 03</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ho: $r_{xy} = 0$ No existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz 			
---	---	--	--	--	--

		<p>Ha: rxy#0</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la participación ciudadana para la coordinación del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz. <p>Hipótesis específica 04</p> <p>Ho: rxy=0</p> <ul style="list-style-type: none"> • No existe relación significativa entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo de la MPHZ <p>Ha: rxy#0</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre la Comunicación Corporativa y la participación ciudadana para la formalización del Presupuesto Participativo de la MPH 			
--	--	--	--	--	--

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTOS
(ESPECIALISTA EN GESTIÓN PÚBLICA)

- **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Encuesta para medir la Relación entre Comunicación Corporativa y Participación Ciudadana en el Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- **OBJETIVO:** Obtener información acerca de la Comunicación Corporativa y Participación Ciudadana en el Presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- **DIRIGIDO A:** Agentes Participantes del Presupuesto Participativo convocados por la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- **COMENTARIOS Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:** Revisado cada uno de las dimensiones, indicadores, ítems se procedió a evaluar los criterios en lo referente a:
 - Construcción crítica de la respuesta.
 - Relación entre las variables y dimensiones
 - Relación entre dimensión e indicador
 - Relación entre indicador e ítems

Luego del cual se procedió a valorar dicho instrumento obteniendo el siguiente resultado

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				X

En tal sentido como profesional entendido en la materia señaló que **QUEDA EXPEDITO PARA SU APLICACIÓN.**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

CARLOS LÓPEZ FERNÁNDEZ

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Dr.



CARLOS ENRIQUE FERNANDEZ LOPEZ

FIRMA DEL EVALUADOR

DNI 31672815

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTOS
(ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN)

- **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Encuesta para medir la Relación entre Comunicación Corporativa y Participación Ciudadana en el Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- **OBJETIVO:** Obtener información acerca de la Comunicación Corporativa y Participación Ciudadana en el Presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- **DIRIGIDO A:** Agentes Participantes del Presupuesto Participativo convocados por la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- **COMENTARIOS Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:** Revisado cada uno de las dimensiones, indicadores, ítems se procedió a evaluar los criterios en lo referente a:
 - Construcción crítica de la respuesta.
 - Relación entre las variables y dimensiones
 - Relación entre dimensión e indicador
 - Relación entre indicador e ítems

Luego del cual se procedió a valorar dicho instrumento obteniendo el siguiente resultado:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				X

En tal sentido como profesional entendido en la materia señaló que
QUEDA EXPEDITO PARA SU APLICACIÓN.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: **JAIME DEXTRE
RODRIGUEZ**

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAG.


FIRMA DEL EVALUADOR
DNI 31654941.....

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo
Maestría en Comunicación Organizacional y Desarrollo Social

ENCUESTA COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO DE LA MP DE HUARAZ

OBJETIVO:

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el nivel de correlación entre la Comunicación Corporativa y el Presupuesto Participativo desarrollado por la Municipalidad Provincial de Huaraz en el año 2018

INSTRUCCIONES:

Este cuestionario forma parte de un trabajo de investigación. Favor de Leer detenidamente las preguntas y responderlas, la veracidad de los datos depende el éxito del estudio. Proporcionenos por favor unos minutos de su tiempo. Muchas Gracias

I. GENERALIDADES: DATOS DEL ENCUESTADO.

1.1 Edad

- a) 18 – 30 Años
- b) 31 - 40 Años
- c) 41- 50 Años
- d) 51 – 60 años
- e) 61 años a más

1.2 Genero

- a) M
- b) F

1.3 Grado de Instrucción

- a) Superior
- b) Secundaria completa
- c) Secundaria incompleta
- d) Primaria completa
- e) Primaria incompleta

1.4 ¿A qué organización representó usted en el Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz?

- a) Junta Vecinal
- b) Organización juvenil
- c) Gobierno Local
- d) Otras organizaciones sociales

II. ENCUESTA SOBRE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

2.1. La MP de Huaraz normalmente retroalimenta de lo que comunica a su grupo de Interés (stakeholders)

- a. Muy de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

2.2. La MP de Huaraz emite informaciones de manera clara y entendible para su grupo de Interés (stakeholders)

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

2.3. La MP de Huaraz tiene un sistema de comunicación que involucra a todos sus personales

- a. Muy de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

2.4 La MP de Huaraz brinda servicios óptimos a su grupo de Interés (stakeholders)

- a. Muy de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

2.5 La MP de Huaraz brinda una atención de calidad y calidez a su grupo de interés (stakeholders)

- a. Muy de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

2.6 La MP de Huaraz presenta un trabajo colaborativo involucrando a todas las áreas y unidades en objetivos institucionales

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

2.7 La MP de Huaraz toman decisiones consensuadas que repercuten en su misión y visión institucional.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

2.8 La MP de Huaraz promueve una cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

2.9 La MP de Huaraz tiene el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

2.10 La MP de Huaraz promueve en su accionar la ética y la transparencia institucional

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

2.11. La MP de Huaraz cuenta con el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en las diferentes actividades institucionales que convoca y desarrolla

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

III. ENCUESTA SOBRE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO 2018

3.1. ¿Para usted cuánto tiempo duró el proceso del Presupuesto Participativo que desarrolló la MP de Huaraz en el 2018?

- a) De 1 a 6 meses
- b) De 1 a 5 meses

- c) De 1 a 4 meses
- d) De 1 a 3 meses
- e) Sólo dos meses

3.2 Fue con suficiente anticipación el proceso del Presupuesto Participativo que convocó la MP de Huaraz para el año 2018

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

3.3. ¿Usted cómo se enteró de la convocatoria que realizó la MP de Huaraz el proceso del Presupuesto Participativo 2018?

- a) Medios de Comunicación Social
- b) Redes Sociales
- c) Carteles, avisos
- d) Página web de la MP de Huaraz
- e) Oficio MP de Huaraz

3.4. La MP de Huaraz promovió la creación de organizaciones sociales que le dieron mayor calidad al proceso del presupuesto Participativo 2018.

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

3.5. La MP de Huaraz orientó de manera personalizada a los Agentes Participantes del proceso del Presupuesto Participativo 2018

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

3.6. La MP de Huaraz llegó con mayor y mejor información posible (Instructivo del Presupuesto Participativo) para el proceso del Presupuesto Participativo 2017

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

- 3.7. La MP de Huaraz promovió un trabajo concertado de diagnóstico, identificación y priorización de resultados y de proyectos de inversión que favorezcan a la población en el Proceso del presupuesto Participativo**
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Muy en desacuerdo
- 3.8. La MP de Huaraz promovió la integración de representantes de las distintas entidades del Estado y de la sociedad civil en el Proceso del Presupuesto Participativo 2018**
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Muy en desacuerdo
- 3.9 La MP de Huaraz implementó programas de capacitación descentralizados, para los agentes participantes en el Proceso del Presupuesto Participativo 2018**
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Muy en desacuerdo
- 3.10. La MP de Huaraz se ajustó a la disponibilidad de tiempo de los Agentes Participantes para las actividades de capacitación en el proceso del Presupuesto Participativo 2018**
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Muy en desacuerdo
- 3.11. La MP de Huaraz tomó en cuenta las opiniones y/o sugerencias de los Agentes Participantes en el Proceso del Presupuesto Participativo el alcalde**
- a) Muy de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d) En desacuerdo
 - e) Muy en desacuerdo

3.12. La MP de Huaraz consideró la diversidad lingüística de las poblaciones para lograr una mayor inclusión y receptividad en los/as ciudadanos/as que hablan idiomas o lenguas diferentes al castellano en el Proceso del Presupuesto Participativo 2018

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

3.13 La MP de Huaraz y el Gobierno Regional de Ancash tuvieron una reunión de trabajo para desarrollar de manera conjunta, en el marco de las políticas de gastos de inversión de los gobiernos regionales y gobiernos locales para la ejecución de los proyectos del Presupuesto Participativo 2018

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

3.14. La MP de Huaraz y el Gobierno Regional de Ancash tuvieron una reunión de trabajo para asegurar la sostenibilidad de los proyectos a través de una adecuada operación y mantenimiento de los mismos

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

3.15. La MP de Huaraz incluyó en su presupuesto institucional los proyectos priorizados en el Presupuesto Participativo 2018

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

3.16 El Concejo Municipal de la MP de Huaraz aprobó los proyectos priorizados en el Proceso Presupuesto Participativo 2018

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

Mil gracias por su apoyo

LINK DE LA ENCUESTAS EN FORMA VIRTUAL

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdLmeaAdbEB6er-vVEcDp9j1dH4HckOKVFbnuUatEcfxEndhQ/viewform?usp=sf_link

The screenshot shows a Google Forms interface in Spanish. The browser tabs include 'Curso: RELACIONES HUMANA', 'My Drive - Google Drive', 'Datos de contacto - Formu...', 'Universidad Nacional Santi...', and 'Diseño de SurveyMonkey...'. The address bar shows the form's URL. The form title is 'Datos de contacto'. The current section is 'Sección 1 de 4' with the title 'Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo'. Below the title is a description: 'COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO DE LA MIP DE HUARAZ. El presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación. Favor de Leer detenidamente las preguntas y responderlas, la veracidad de los datos depende el éxito del estudio. Proporcionemos por favor unos minutos de su tiempo. Muchas Gracias'. A navigation arrow indicates 'Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección'. The next section is 'Sección 2 de 4' titled 'Generalidades del encuestado'. It contains an optional description field and a required question 'Edad *' with three radio button options: '18 - 30 Años', '31 - 40 Años', and '41- 50 Años'. The Windows taskbar at the bottom shows the search bar and system tray with the date '20/10/2020' and time '02:19'.

**INTEGRANTES DEL COMITÉ DE VIGILANCIA DEL
PRESUPUESTO PARTICIPATIVO DEL 2018 DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUARAZ**

Nombre	DNI	Nombre Organización
Rojo Sánchez Elder David	31654732	Asociación de Moradores Propietarios de Pumacayan Bajo
Trejo Corpus Pablo Julio	31674648	Junta Vecinal Villon Bajo
Jiraldol Dolores Walter Edgar	44427691	Junta Vecinal Señor De Mayo - Chunamara
Granados Rumaldo Mauro Manuel	32394857	I.E. "Daniel Alcides Carrión"
Manuel Rodríguez Abal	42299921	Comité de Gestión por Obras Carhuaz

NORMATIVIDAD DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL PERÚ

- **Constitución Política del Perú**

(Artículo 2, Inciso 17), señala “a participar, en forma individual o asociada, en la vida política, económica, social y cultural de la Nación. Los ciudadanos tienen, conforme a ley, los derechos de elección, de remoción o revocación de autoridades, de iniciativa legislativa y de referéndum”.

- **Ley Marco De Modernización de la Gestión Del Estado” (N°27658).**

De las relaciones del Estado con el Ciudadano:

- Artículo 8. Democracia Participativa. El Estado debe promover y establecer los mecanismos para una adecuada democracia participativa de los Ciudadanos, a través de mecanismos directos e indirectos de participación.
- Artículo 9. Control Ciudadano. El ciudadano tiene derecho de participar en los procesos de formulación presupuestal, fiscalización, ejecución y control de la gestión del Estado, mediante los mecanismos que la normatividad establezca.
- Artículo 10. Derechos y obligaciones de los ciudadanos El ciudadano en su relación con las instituciones del Estado, tiene los derechos y deberes establecidos en los artículos 55 y 56 de la Ley No 27444, nueva “Ley del Procedimiento Administrativo General”.
- Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadano” (26300).

Derechos de participación:

- a) Iniciativa de la Reforma Constitucional.
- b) Iniciativa en la formación de las leyes.
- c) Referéndum.
- d) Iniciativa en la formación de dispositivos municipales y regionales.

Derechos de control:

- a) Revocatoria de Autoridades.
- b) Remoción de Autoridades.
- c) Demanda de Rendición de Cuentas.

- **Ley de Bases de la Descentralización (N°27783).**

La participación ciudadana como obligación de los gobiernos regionales y locales en la formulación, debate y concertación de los planes de desarrollo presupuestos participativos, así como en la concertación, control, evaluación y rendición de cuentas de la gestión pública.

- **Ley Orgánica de Gobiernos Municipales (N°27972).**

Incorpora en la estructura de la Municipalidad al Consejo de Coordinación Local Provincial y Distrital, como instancias de concertación y consulta en las que participan, además de los alcaldes y regidores. Los elegidos por las organizaciones de la sociedad civil.

- En el Título IV sobre el “Régimen Económico Municipal”**, señala que las municipalidades se rigen por presupuestos participativos e incluye los derechos en materia de participación en el ámbito Municipal.

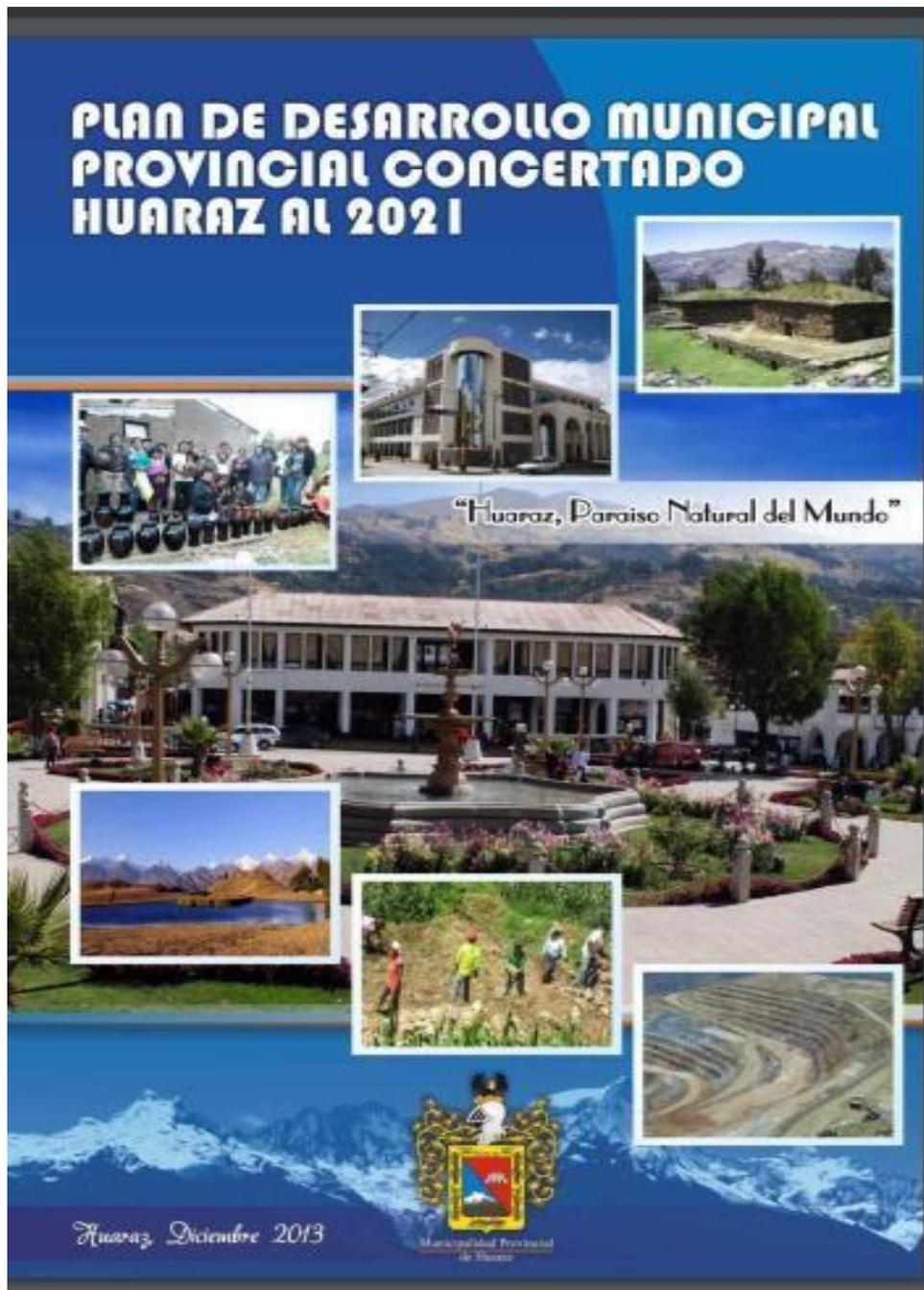
**CRONOGRAMA DEL PROCESO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO
2018**

TEMA	DESCRIPCION_FASE
INICIO DEL PROCEDIMIENTO MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL REGLAMENTO	PREPARACION
APROBACIÓN DEL REGLAMENTO MEDIANTE ORDENANZA MUNICIPAL	PREPARACION
APROBACIÓN DEL REGLAMENTO MEDIANTE ORDENANZA MUNICIPAL	PREPARACION
APROBACIÓN DEL REGLAMENTO MEDIANTE ORDENANZA MUNICIPAL	PREPARACION
APROBACIÓN DEL REGLAMENTO MEDIANTE ORDENANZA MUNICIPAL	PREPARACION
CONVOCATORIA PARA LA PARTICIPACION EN EL PROCESOS DEL PPR 2018	CONVOCATORIA
INSCRIPCIÓN DE LOS AGENTES PARTICIPANTES	IDENTIFICACION DE AGENTES PARTICIPANTES
PUBLICACION DE LOS AGENTES PARTICIPANTES	IDENTIFICACION DE AGENTES PARTICIPANTES
PREPARACION DE MATERIALES PARA EL DIAGNOSTICO Y TALLERES	CAPACITACION DE AGENTES PARTICIPANTES
TALLER D ECAPACITACION	CAPACITACION DE AGENTES PARTICIPANTES
TALLER DE IDENTIFICACION Y PRIORIZACION DE PROYECTOS	TALLERES DE TRABAJO
RECEPCION DE FICHAS DÉ PROYECTOS	EVALUACION TECNICA
TALLER DE EVALUACION TECNICA Y PRIORIZACION DE PROYECTOS	EVALUACION TECNICA
FORMALIZACION DE ACUERDOS Y COMPROMISOS	FORMALIZACION DE ACUERDOS
RENDICIÓN DE CUENTAS	RENDICION DE CUENTAS

OBJETIVOS DEL PLAN DE DESARROLLO CONCERTADO

DESCRIPCION_OBJETIVO	PRIORIDAD
Derechos fundamentales y dignidad de las personas oportunidades y acceso a los servicios	1
Estado y gobernabilidad - gestión pública local	2
Economía, competitividad y empleo	3
Desarrollo local e infraestructura	4
Recursos naturales y ambiente	5

**PLAN DE DESARROLLO CONCERTADO DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE HUARAZ**



PÁGINA WEB DE LA MP DE HUARAZ

