



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

Comunicación corporativa en el presupuesto participativo de la
Municipalidad Distrital de Independencia Ancash - 2023

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gestión Pública**

AUTOR:

Barreto Yauri, Michell Franklin (orcid.org/0000-0003-4070-2544)

ASESORES:

Mg. Fiestas Flores, Roberto Carlos (orcid.org/0000-0002-5582-0124)
Dr. Medina Corcuera, Groberti Alfredo (orcid.org/0000-0003-4035-157X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Política Públicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

CHIMBOTE – PERÚ

2023

Dedicatoria

A Dios, por ser esa fuerza que guía mi camino en este proceso de desarrollo profesional.

A mi familia, por enseñarme el verdadero significado del amor incondicional, a mi hijo, porque es mi motor, motivo y apoyo emocional para seguir avanzando a nivel profesional.

Agradecimiento

A mi familia, por ser el pilar fundamental y el soporte de mi vida para seguir cumpliendo con mis metas y objetivos en el ámbito personal y profesional.

A mis asesores de la Universidad Cesar Vallejo, por su paciencia, conocimiento y apoyo durante el proceso de investigación para culminar de manera satisfactoria la tesis de maestría.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población, muestra y muestreo	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	12
3.5. Procedimientos	12
3.6. Métodos de análisis de datos	13
3.7. Aspectos éticos	13
IV. RESULTADOS	15
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	40

Índice de tablas

Tabla 1	Análisis de regresión de la comunicación corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia.	16
Tabla 2	Análisis de regresión de la Comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo	18
Tabla 3	Análisis de regresión de la comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo	20
Tabla 4	Análisis de regresión de la comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo	22
Tabla 5	Análisis de regresión de la comunicación corporativa en la dimensión participación de los agentes del presupuesto participativo	24
Tabla 6	Percepción de la comunicación corporativa en la Municipalidad Distrital de Independencia.	25
Tabla 7	Percepción del presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia.	26

Índice de figuras

Figura 1	Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia	15
Figura 2	Comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo	17
Figura 3	Comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo	19
Figura 4	Comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo	21
Figura 5	Comunicación corporativa en la dimensión participación de los agentes del presupuesto participativo	23

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023. La metodología fue de tipo básica con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, correlacional causal. La muestra lo conformó 85 agentes participantes inscritos en los talleres del Presupuesto Participativo – 2023. Para la recopilación de la información se aplicó el Cuestionario de Comunicación Corporativa y el Cuestionario de Presupuesto Participativo, los mismos que fueron analizados estadísticamente para determinar su validez de contenido y confiabilidad. Los resultados que el análisis de varianza (ANOVA) tiene un p-valor de .000 menor que .01, por lo que el modelo encontrado en la figura 1 es adecuado para los datos recolectados, es decir la comunicación corporativa influye significativamente y de manera positiva en el presupuesto participativo en la municipalidad distrital de Independencia. Además, según el coeficiente de Pearson (.748) existe una correlación positiva moderada entre las variables y también se tiene que el 56% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la comunicación corporativa. A partir de los resultados que concluye que la comunicación corporativa influye de manera significativa y positiva en el presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia.

Palabras clave: Comunicación corporativa, presupuesto participativo, municipalidad, comunicación interna

Abstract

The objective of the research was to determine the influence of corporate communication on the participatory budget in the District Municipality of Independencia, in the period 2023. The methodology was basic with a quantitative approach, non-experimental design, causal correlational. The sample consisted of 85 participating agents who enrolled in the workshops of the Participatory Budget - 2023. For the collection of information, the Corporate Communication Questionnaire and the Participatory Budget Questionnaire were applied, which were statistically analyzed to determine their content validity and reliability. The results of the analysis of variance (ANOVA) have a p-value of .000 less than .01, so the model found in Figure 1 is adequate for the data collected, i.e. corporate communication significantly and positively influences the participatory budget in the district municipality of Independencia. Furthermore, according to Pearson's coefficient (.748) there is a moderate positive correlation between the variables and it is also found that 56% of the changes in the participatory budget are due to the influence of corporate communication. Based on the results, it is concluded that corporate communication has a significant and positive influence on the participatory budget of the District Municipality of Independencia.

Keywords: corporate communication, participatory budgeting, municipality, internal communication, internal communication

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente los problemas políticos, económicos y sociales han conllevado a implementar estrategias y procedimientos de gestión para garantizar la contribución de la ciudadanía y con ello el presupuesto participativo (Cordero, 2018). Frente a esta situación, la gestión de recursos intangibles y activos con ayuda de la comunicación corporativa logra convertirse en un elemento estratégico importante de las organizaciones, de esta manera permite llegar efectivamente a otras personas y sirve como oportunidad de protección de valor para una determinada institución u organización (Corporate Excellence, 2015; Camacho y Segarra, 2019).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020) reportó en su informe que la realidad de las entidades públicas en México ha conllevado a desarrollar escenarios nuevos de opinión pública para asegurar la implementación de diversas estrategias y con ello lograr que los ciudadanos participen (Salgado et al., 2017). Por otro lado, la Comisión CEPAL (2020) informó que en España se vio afectada las asambleas de planteamiento de propuestas para los presupuestos participativos a causa de la pandemia; esto conllevó a fomentar una mayor relación entre la sociedad y el estado actual, siendo reconocida como un nuevo mecanismo para conseguir en los ciudadanos una mayor participación (Rey, 2019). Mientras tanto, en Chile se evidenció en los ciudadanos poco interés por las acciones de las entidades del estado (Herman y Klaveren, 2016).

En el Perú se evidenció que el 97.4% de municipios locales y regionales reportaron que la ciudadanía participó de la gestión, de los cuales, el 80% de ciudadanos participaron del presupuesto participativo y el 61.8% de las reuniones en las juntas vecinales (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2018). Asimismo, se reportó que en el año 2019 la mayoría de las municipales provinciales y distritales solo lograron ejecutar cerca el 40% de sus recursos de inversión pública, esto implica que no utilizaron más de 8 millones de soles, equivalente al total del presupuesto del sector saneamiento (Instituto Peruano de Economía [IPE], 2022). Frente a ello, el Gobierno del Perú (2022) a través de la colaboración de la ciudadanía buscó priorizar las inversiones a nivel distrital y

regional, con el propósito de optimizar la relación entre la sociedad y el estado, el control del cumplimiento de los recursos públicos y del presupuesto.

En la localidad, la Municipalidad Provincial de Huaraz cada año establece el presupuesto participativo (Gobierno Regional de Ancash, 2023). El IPE (2023) informó que Áncash en el año 2022 fue la segunda región con menor avance de la inversión pública, además, otras fuentes evidenciaron la escasa transparencia de la gestión. Por otra parte, en el plan de gobierno de la Municipalidad Provincial de Huaraz (MPH, 2019) se reportó que ha ido disminuyendo el presupuesto participativo debido a la limitada competencia de la administración para implementar los proyectos acordados democráticamente.

La Municipalidad Distrital de Independencia busca constantemente alcanzar el desarrollo del distrito, proporcionando servicios públicos completos, fomentando la participación en democracia y promoviendo el progreso social. No obstante, muchos ciudadanos se quejan de que su trabajo tiene poco impacto y de que sus proyectos prioritarios en el presupuesto participativo no se implementan debido a la falta de conciencia, compromiso y supervisión adecuada. Esto impide que las personas puedan alcanzar condiciones de vida óptimas.

En base a todo lo mencionado se formuló como problema de investigación: ¿Cómo influye la comunicación corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023?

El estudio se justifica teóricamente porque se sustenta en base al conocimiento científico existente sobre cada variable, enfatizando que la entidad municipal es considerada una institución pública de apoyo a la población y utiliza herramientas diversas de dirección, planificación y comunicación corporativa para el presupuesto participativo. De justificación metodológica teniendo en cuenta el tipo y diseño de estudio, lo que conllevó a aplicar técnicas e instrumentos adecuados y confiables para la recolección de datos en la muestra establecida. De justifica social porque pone en evidencia que la comunicación corporativa resulta ser un mecanismo para contribuir con el proceso del presupuesto participativo del distrito de Independencia. Por último, se justifica por su implicación práctica porque pone en evidencia los resultados obtenidos, siendo

reportado a las autoridades correspondientes y con ello conllevar a que la entidad actúe oportunamente para una mejor intervención en los asuntos públicos.

En ese sentido, el objetivo general planteado fue: Determinar la influencia de la comunicación corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023. Los objetivos específicos fueron los siguientes: Establecer la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo; Analizar la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo; Analizar la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo; Analizar la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión participación de los agentes del presupuesto participativo; Determinar el nivel de percepción de la comunicación corporativa; y por último, Determinar en nivel de percepción del presupuesto participativo.

En esa dirección la hipótesis general planteada fue la siguiente: Existe influencia de la comunicación corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023.

II. MARCO TEÓRICO

En el contexto nacional se ha reportado el estudio realizado en Lima por Limachi et al. (2022), buscando establecer la influencia de la comunicación en la participación ciudadana en el distrito de Aucallama. Siendo un estudio no experimental correlacional causal, cuya muestra fue 200 ciudadanos y se aplicó dos cuestionarios para la medición de cada variable. Los hallazgos reportaron que a través de coeficiente Pseudo R² se obtuvo un valor de .806, determinando que las estrategias de comunicación influyen en un 80.6% en la participación ciudadana, con una significancia de $p < .05$ reafirmando que la primera variable predice la participación ciudadana. Se concluye que las estrategias lograron influir en la participación ciudadana.

En Chimbote, Gamarra (2022) determinó la relación entre participación ciudadana y presupuesto participativo de la municipalidad del distrito. Constituyó un estudio correlacional, dicha muestra lo conformó 284 sujetos, aplicado dos cuestionarios para la recolección de datos. Los halagos mostraron una correlación significativa de efecto positivo ($\rho = .558$), así como, respecto a la participación ciudadana y la dimensión comunicación institucional ($\rho = .563$), sensibilidad comunitaria ($\rho = .523$), convocatoria social ($\rho = .526$) y participación de los agentes ($\rho = .510$) del presupuesto participativo. Se concluye que, a mayor participación de la ciudadanía, mayor es el presupuesto participativo.

En Chiclayo, Malca (2017) logró analizar un modelo comunicacional para comunicación para potenciar la gestión municipal. Comprendió un estudio descriptivo, se implementó un modelo de gestión sustentado en la teoría de los sistemas. Los resultados evidenciaron que, de acuerdo al nivel de información que reciben los pobladores de las autoridades municipales, el 65.5% de pobladores refirieron que algunas veces estar satisfechos, el 60% no están satisfechos y solo el 40% están satisfechos. Se concluye que el modelo propuesto posibilita una mejora en la actuación y en el desarrollo de la región.

En el contexto local, Herrera (2021) buscó determinar cómo influye la comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de una entidad municipal. Para ello, de aplicó un estudio correlacional, teniendo como muestra a 95 participantes y se utilizó dos

cuestionarios. En los resultados arrojó una correlación positiva alta y significativa ($r=.962$) alcanzando una 96%. Se concluye que al incrementar la comunicación mayor es la participación en el presupuesto participativo.

En Cátac, Ibarra (2018) en su estudio logró determinar cómo los factores de la comunicación participativa influyen en el presupuesto participativo de dicha municipalidad. Este estudio no experimental descriptivo, conformó una muestra de 43 agentes participantes, empujándose como instrumento un cuestionario. Los hallazgos mostraron que los factores de la comunicación participativa tuvieron un impacto positivo del 93% en la participación de los agentes representantes. Se concluye que, al aplicar una eficaz comunicación, aumenta la participación de los agentes representantes.

En el contexto internacional se encontró en estudio desarrollado en España por Zurutuza y García (2021), con el objetivo de describir el modelo comunicativo que articula la participación ciudadana en asuntos públicos de municipios en Zaragoza. Este estudio no experimental conformó una muestra de alcaldes de 11 municipios, aplicando una guía de entrevista. En los resultados se evidenció que el 47,95% de municipios utilizaron herramientas tradicionales, el 35% empujaron como medio digital el megáfono, el 36.4% email y páginas web, y el 27.3% WhatsApp, redes sociales y teléfono. Se concluye que este modelo se caracterizó su horizontalidad, proximidad e interacción humana directa entre los vecinos y el alcalde.

En Argentina, Castelucci (2020) en su estudio buscó optimizar la estrategia comunicativa externa de una empresa mediante branding corporativo, para ello se utilizó como herramientas la responsabilidad social y el branding y ejes estratégicos. Para ello, se determinó a través de un análisis y diagnóstico situacional que los clientes tenían una opinión suficientemente positiva de la empresa, pero al mismo tiempo, mediante las redes sociales, sitios web y recortes de medios se descubrió que la empresa no realiza una adecuada comunicación externa.

En Estados Unidos, Mishra et al. (2019) examinaron la utilización de la comunicación interna para promover la colaboración y el compromiso entre los empleados de una empresa. Este estudio cualitativo, a partir de sus resultados

permitió concluir que extender el uso de la comunicación digital es una nueva forma en que las empresas están ampliando la comunicación interna; además, las comunicaciones internas por lo general son dirigidas por expertos en relaciones públicas con experiencia en recursos humanos, relaciones públicas, marketing, redes sociales y/o compromiso de los empleados.

En Ecuador, Hidalgo et al. (2015) realizó un estudio con la finalidad de determinar la gestión estratégica de la comunicación en empresas privadas y públicas. Conformó un estudio no experimental, en la que participaron 107 trabajadores profesionales. Los hallazgos apuntaron a una tendencia del 24% hacia la comunicación digital como la herramienta más eficiente para difundir contenido institucional debido a su rapidez, bajo costo y mínimo impacto ambiental. Se concluye que es necesario encontrar un escenario común de diálogo y aportes hacia un mismo objetivo, y, por ende, se debe aspirar a lograr un equilibrio en la relación simétrica entre trabajadores, jefes y directivos.

Respecto a la primera variable comunicación corporativa, diversos autores lo han definido de diferente manera, como Raffino (2020) quien lo argumenta como una forma de expresión de las compañías hoy en día, conformado por un grupo de tareas relacionadas con la administración interna y externa, con la finalidad de generar un inicio favorable entre las partes de la cual depende la organización. Para Apolo et al. (2017), es una herramienta que permite generar un ambiente adecuado para relacionarse con el público de quien la organización depende, por tanto, debe ser utilizada adecuadamente para lograr resultados positivos. En este sentido, Mira (2018) manifiesta que la expresión corporativa es un recurso intangible y diferente a la dirección estratégica organizacional.

Asimismo, en toda organización se establece el proceso comunicativo, ya sea dentro de la organización como fuera de la organización, por lo que este proceso se puede dar de manera interna y externa (Raffino, 2020). Por tanto, la comunicación corporativa está dimensionado a través de la comunicación interna y comunicación externa.

La comunicación interna, se refiere a las interacciones que una organización tiene con las personas que componen su entorno laboral, es decir con los propios integrantes trabajadores. Asimismo, comprende diversas

actividades que permite establecer y conservar relaciones positivas con los miembros de una organización o entidad, para mejorar la eficiencia de las actividades y tareas, lograr una cultura organizacional y optimizar el desempeño laboral. Por lo tanto, una comunicación interna positiva conlleva a una mayor satisfacción en los trabajadores y con ello una mejor productividad (Vixonic, 2020); además que, promueve la creatividad del equipo y fortalece la unidad del equipo, logrando crear un ambiente colaborativo (Bosch et al., 2021). Existen tres estrategias para potenciar la comunicación interna en una organización:

Humanización de la empresa: la organización no solo se focaliza en los números y datos, sino también en el público, que es la base y por eso es siempre toma en cuenta sus opiniones de la mejor manera para luego ponerlas en debate. Se sugiere poner también prioridad la salud psíquica y emocional de los trabajadores. Para poder motivar estos inicios de comunicación bidireccional, es indispensable generar canales de dialogo y espacio donde el colaborador tenga confianza de expresarse (Vixonic 2021).

Innovación y transformación digital: busca digitalizar los procesos en una organización. Un ejemplo de esto sería acoplar la comunicación a través de dispositivos digitales. Existen diversas medidas que van a favor de la modernización, así como generar aplicativos que permitan transmitir la información entre los miembros que conforman una misma organización, por lo tanto, emplear la tecnología hoy en día permitirá tener una mejor interacción e información actualizada entre la organización y sus colaboradores (Vixonic, 2021).

Comunicación interna alineada con los propósitos de la empresa: en la organización es fundamental que todos sus lineamientos internos se encuentren dirigidos al cumplimiento de los objetivos, a través de la planificación de reuniones semanales o quincenales, donde se reúnan los colaboradores para dar a conocer sobre los avances y desarrollo (Vixonic, 2021).

La comunicación externa, se refiere a las interacciones de la empresa con una audiencia externa como clientes, proveedores u otras empresas, con el objetivo de mejorar la relación. Además, conforma un grupo de operaciones estratégicas dirigidas al mundo externo de la organización, para lograr una mejor imagen corporativa, promocionar servicios o incrementar el número de clientes

(Raffino, 2020). Para lograr la comunicación externa se debe de considerar los siguientes elementos: a. Definir de manera clara la identidad, objetivos y principios de la organización; b. Planear y diseñar lo que la empresa quiere transmitir; y c. Establecer la real imagen que proyecta la organización en su entorno (Agora News, 2017).

La segunda variable presupuesto participativo, es todo un proceso en la que los ciudadanos y los actores gubernamentales trabajan juntos para decidir cómo distribuir en el presupuesto, y de esta manera sea el apropiado para la inversión en beneficio del desarrollo de la comunidad (Buele y Vidueira, 2018). Para Llamas (2004), el presupuesto participativo es reconocido en el mundo como la innovación democrática. Tiene como propósito garantizar la contribución de la población durante el desarrollo de planificación participativa del presupuesto determinado, en acuerdo con el gobierno local, regional y la supervisión de la actual gestión (Boza, 2010).

El presupuesto participativo conlleva a reducir los recursos a través de un mejor manejo en las acciones públicas (Boza, 2020). En el contexto nacional, a partir de la Ley N°. 28056, lo reconoce como el mecanismo que fortalece la relación gobierno y sociedad civil, mediante la distribución de recursos públicos de manera justa, razonable, eficaz y transparente; por ello es que los gobiernos locales y regionales buscan fomentar estrategias para el desarrollo del presupuesto participativo (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2009). En tanto, el MEF (2017) lo describe como una herramienta política y de gestión que busca reunir tanto al público en general como a diversos funcionarios regionales para tomar decisiones sobre los recursos, permitiendo a que el público en general tenga voz en cuanto al presupuesto participativo.

Avilés (2004) manifiesta que el presupuesto participativo se da a través de lo siguiente:

Comunicación, para asegurar que el público se informe sobre los resultados del proceso de elaboración del presupuesto participativo, por tanto, los gobiernos regionales como locales deben establecer mecanismos de comunicación, y estos mecanismos puede utilizar una variedad de canales de comunicación como enlaces webs, foros, aplicaciones, entre otros.

Sensibilidad comunitaria, busca fomentar la participación de la organización comunitaria, siendo responsable del desarrollo local, así también tiene la responsabilidad de asumir la repercusión de las decisiones que toman, asimismo, se debe de considerar que, para mejorar la calidad del desarrollo de la participación, es necesario promover el desarrollo organizacional.

Convocatoria social, esto hace referencia a la que la gestión actual en colaboración con el consejo actual de coordinación invita a las comunidades organizadas a contribuir con el proceso de presupuesto participativo y a emplear canales de comunicación apropiadas para asegurar una comunicación efectiva con los agentes participantes.

Participación de los agentes, para lograr ello primero se debe registrar a aquellos agentes formarán parte del proceso participativo teniendo en cuenta las bases. Esta acción es llevada a cabo por el equipo técnico, y para ello, la participación será a través de talleres, reuniones o eventos con relación a temas como vigilancia y fiscalización del presupuesto, políticas y gestión pública, planeación local y regional.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Corresponde a un estudio de tipo básica porque logró identificar las características del fenómeno estudiado, seguido de una descripción del propio investigador, teniendo en cuenta como base el conocimiento científico que explica las variables (Neill y Cortez, 2018). De enfoque cuantitativo ya que se recopiló información y datos cuantitativos expresados en términos numéricos, la cual se utilizó para contrastar las hipótesis, utilizando el análisis estadístico (Bushan y Alok, 2017).

Se empleó el diseño no experimental porque no se buscó manipular alguna variable; transversal, porque la información fue recogida en un solo momento; correlacional-causal, logrando determinar que la comunicación corporativa influye en el presupuesto participativo en un determinado contexto (Cabezas et al., 2018).

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Comunicación corporativa

- **Definición conceptual:** Comprende una estrategia y forma de gestionar los mensajes con el objetivo de integrar a todos los interesados en una idea mayor y fortalecer la imagen y reputación de la empresa (Apolo et al., 2017).
- **Definición operacional:** Mediante el Cuestionario de Comunicación Corporativa que busca conocer cómo el participante percibe la variable estudiada. Comprende 11 ítems y tres dimensiones: Comunicación Interna, Conducta Interna, Conducta Institucional, de escala valorativa tipo Lickert.
- **Indicadores:** Comunicación interna: involucramiento del personal, retroalimentación comunicativa, trabajo colaborativo; Conducta interna: toma de decisiones, cultura organización, atención al cliente; Conducta institucional: ética, transparencia institucional.
- **Escala:** Ordinal.

Variable dependiente: Presupuesto participativo

- **Definición conceptual:** Comprende un proceso en la que los ciudadanos y actores gubernamentales colaboran para decidir cómo distribuir el

presupuesto que corresponde a las inversiones locales (Buele y Vidueira, 2018).

- **Definición operacional:** A través del Cuestionario de Presupuesto Participativo que tiene como objetivo analizar cómo se percibe el presupuesto participativo. Comprende 20 ítems distribuido en 4 dimensiones, de escala Lickert.
- **Indicadores:** Comunicación: reuniones de coordinación; Sensibilidad comunitaria: demandas ciudadanas, sensibilización de la participación; Convocatoria social: concertación democrática, participación planificada, convocatoria de reuniones; Participación de agentes: acreditación, distribución de agentes, programas de capacitación.
- **Escala:** Ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población comprende el conjunto de elementos o personas con rasgos y objetivos en común (Arias et al., 2016). Específicamente lo conformó 108 agentes participantes inscritos en los talleres del Presupuesto Participativo, del periodo 2023.

- **Criterios de inclusión:** Agentes participantes ciudadanos del distrito de Independencia, quienes confirmaron su asistencia a los talleres, aquellos que aceptaron participar de manera voluntaria del estudio.
- **Criterios de exclusión:** Agentes que no viven en el distrito de Independencia, quienes no lograron firmar su asistencia a los talleres, que no desarrollaron completamente los cuestionarios, que no aceptaron de manera voluntaria ser parte del estudio.

La muestra conforma un segmento representativo de la población (López, 2004). Se logró aplicar la ecuación de poblaciones finitas, lo que determinó un tamaño de muestra de 85 agentes participantes.

Se empleó un muestreo aleatorio simple, ya que los participantes fueron seleccionados al azar (Otzen y Manterola, 2017).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada fue la encuesta, dicha técnica consiste en un documento con preguntas estructuradas y dirigidas a recabar información respecto a un determinado objeto de estudio (Niño, 2011).

El instrumento empleado fue un cuestionario, el cual comprende un conjunto de enunciados o ítems en relación con la variable en estudio, buscando ser aplicada a un determinado grupo, para su respectiva interpretación posterior (Hernández y Mendoza., 2018).

Se utilizó como primer instrumento el Cuestionario de Comunicación Corporativa y tuvo como finalidad conocer la percepción de los participantes respecto a la comunicación corporativa en la Municipalidad Distrital de Independencia, siendo aplicado en un tiempo de 10 minutos. Está estructurado en 11 ítem y conforma tres dimensiones, con opciones de respuesta múltiple: Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre. Este instrumento fue analizado mediante el método de juicio de expertos obteniendo una adecuada validez de contenido, además se obtuvo la confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach arrojando un valor de .949, por lo que resultó ser un instrumento confiable.

Como segundo instrumento empleado fue el Cuestionario de Presupuesto Participativo con el objetivo de cómo se percibe el desarrollo del Presupuesto participativo del distrito de Independencia, siendo administrada de manera individual. Este cuestionario está conformado por 20 ítems distribuido por las dimensiones siguientes: Comunicación, Sensibilidad comunitaria, Convocatoria social y Participación de los agentes. Para fines de estudio, este instrumento fue validado por criterio de jueces, logrando determinar su validez de contenido. También se obtuvo la confiabilidad del instrumento por medio del coeficiente Alfa de Cronbach con un valor igual a .976, concluyendo que el instrumento empleado es confiable.

3.5. Procedimientos

Primero, se procedió a enviar una carta a la entidad solicitando permiso y acceso para llevar a cabo el estudio. Una vez aceptada la solicitud, se coordinó

con la autoridad pertinente acceder a la data de participantes inscritos en los talleres de presupuesto participativo del presente año.

Una vez establecida los participantes que fueron parte de la muestra de estudio, se procedió a coordinar las fechas y horarios de aplicación de los instrumentos. Los cuestionarios fueron aplicados y enviados de manera virtual a los agentes participantes a través de un formulario Google.

3.6. Métodos de análisis de datos

El programa de Excel y el SPSS fueron los softwares empleados para analizar los datos recolectado, logrando primero a través de estos programas organizar los datos de acuerdo a los indicadores que establece la ficha técnica de cada instrumento.

Los datos fueron analizados a través de métodos inferenciales, para ello, primero se analizó los datos mediante la prueba de normalidad, logrando determinar como prueba estadística el coeficiente de Pearson, además de realizó el análisis de varianza y regresión.

También se realizó en análisis descriptivo de los datos, arrojando valores en frecuencias, porcentajes y niveles de significación. Los resultados encontrados fueron plasmados de acuerdo a los objetivos establecidos.

3.7. Aspectos éticos

Durante el desarrollo del estudio se logró acatar principios éticos, como el principio de beneficencia, porque buscó respetar y proteger a los participantes involucrados; principio de no maleficencia, logrando a segura la no filtración de los datos personal y de toda información proveniente de los participantes; principio de autonomía, respetando la opinión del participante sin excluir sus respuestas; principio de justicia, brindando a los participantes un trato por igual durante el desarrollo de los instrumentos.

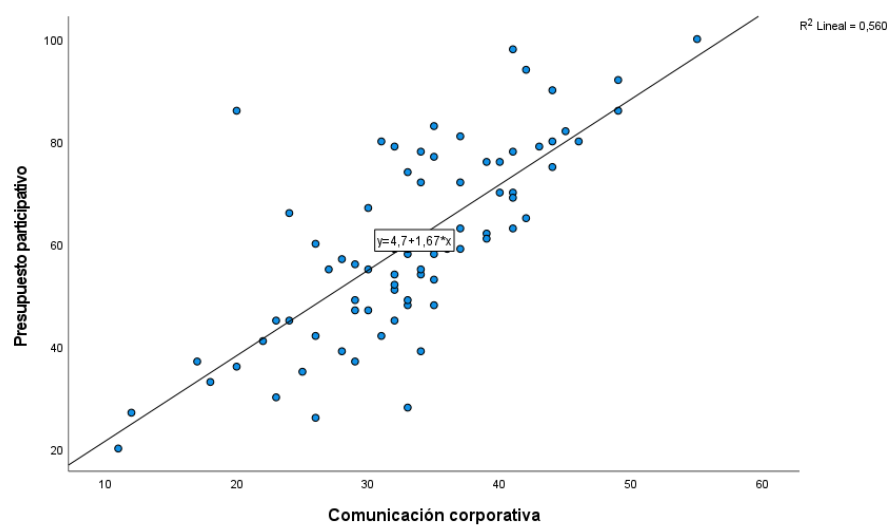
También, se respetó la autoría de toda información proveniente de fuentes primarias, sientio citado y referenciado utilizando el estilo APA séptima edición.

Por último, se respetó y logró cumplir los requerimientos basados en la guía de productos de investigación, validado en la Resolución N°062-2023-VI de la universidad.

IV. RESULTADOS

Figura 1

Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia



En la figura 1 se observa que la nube de puntos tiene una tendencia lineal positiva, cuyo modelo indica que por cada unidad que aumenta la comunicación corporativa, el presupuesto participativo aumenta en promedio en 1.67 puntos.

Tabla 1

Análisis de regresión de la comunicación corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia

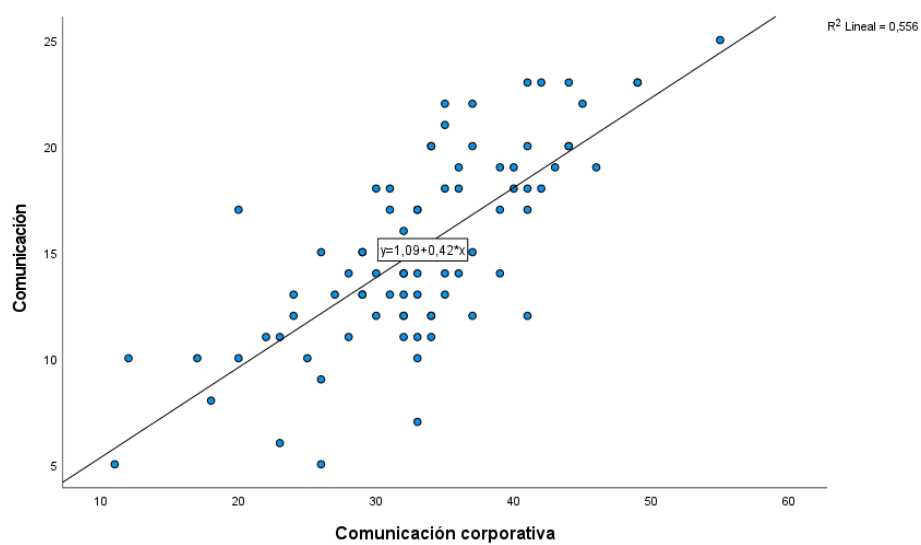
Modelo	R ²	ANOVA		Coeficiente de correlación (Pearson)
		F	p-valor	
Regresión	.560	105.64	<.001	.748**

**Correlación significativa al nivel del .01

En la tabla 1 se observa que el análisis de varianza (ANOVA) tiene un p-valor de .000 menor que .01, por lo que el modelo encontrado en la figura 1 es adecuado para los datos recolectados, es decir la comunicación corporativa influye significativamente y de manera positiva en el presupuesto participativo en la municipalidad distrital de Independencia. Además, según el coeficiente de Pearson (.748) existe una correlación positiva moderada entre las variables y también se tiene que el 56% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la comunicación corporativa.

Figura 2

Comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo



En la figura 2 se observa que la nube de puntos tiene una tendencia lineal positiva, cuyo modelo indica que por cada unidad que aumenta la comunicación corporativa, la dimensión comunicación aumenta en promedio en 0.42 puntos.

Tabla 2

Análisis de regresión de la comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo

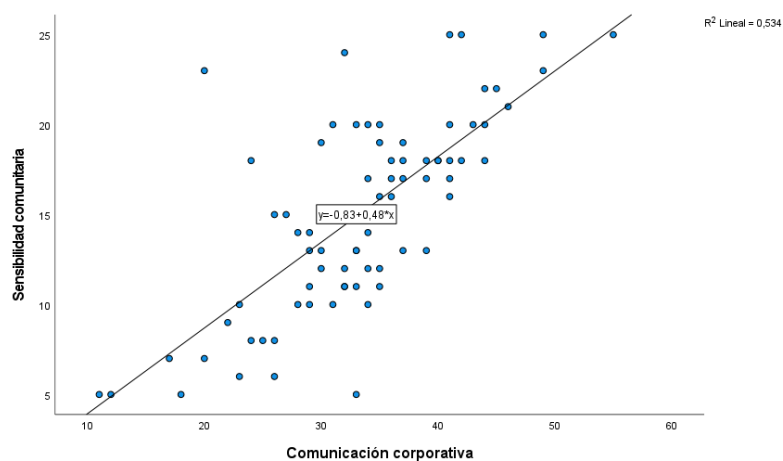
Modelo	R ²	ANOVA		Coeficiente de correlación (Pearson)
		F	p-valor	
Regresión	.556	104.12	<.001	.746**

**Correlación significativa al nivel del .01

En la tabla 2 se observa que el análisis de varianza tiene un p-valor de .000 menor que .01, por lo que el modelo encontrado en la figura 2 es adecuado para los datos recolectados, es decir la comunicación corporativa influye significativamente y de manera positiva en la dimensión comunicación de la municipalidad distrital de Independencia. Además, según el coeficiente de Pearson (.746) existe una correlación positiva moderada entre las variables y también se tiene que el 55.6% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la comunicación.

Figura 3

Comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo



En la figura 3 se observa que la nube de puntos tiene una tendencia lineal positiva, cuyo modelo indica que por cada unidad que aumenta la comunicación corporativa, la dimensión sensibilidad comunitaria aumenta en promedio en 0.48 puntos.

Tabla 3

Análisis de regresión de la comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo

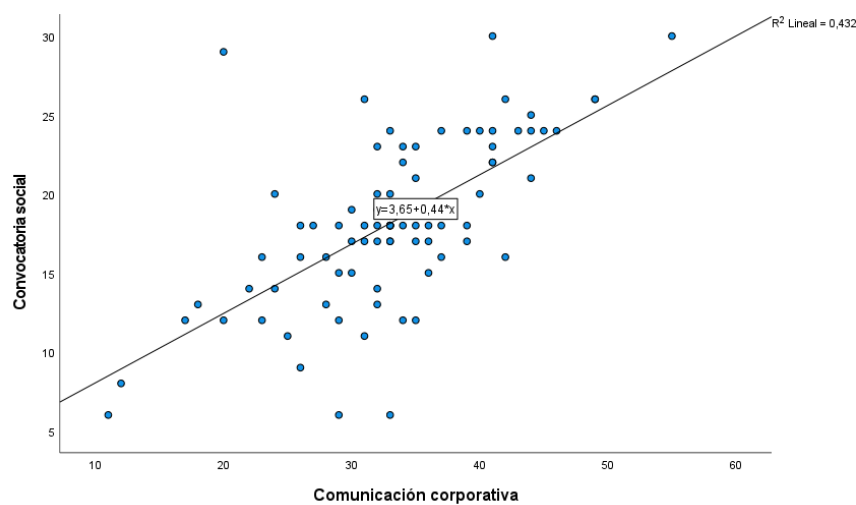
Modelo	R ²	ANOVA		Coeficiente de correlación (Pearson)
		F	p-valor	
Regresión	.534	95.28	<.001	.731**

**Correlación significativa al nivel del .01

En la tabla 3 se observa que el análisis de varianza tiene un p-valor de .000 menor que .01, por lo que el modelo encontrado en la figura 3 es adecuado para los datos recolectados, es decir la comunicación corporativa influye significativamente y de manera positiva en la dimensión sensibilidad comunitaria de la municipalidad distrital de Independencia. Además, según el coeficiente de Pearson (.731) existe una correlación positiva moderada entre las variables y también se tiene que el 53.4% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la sensibilidad comunitaria.

Figura 4

Comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo



En la figura 4 se observa que la nube de puntos tiene una tendencia lineal positiva, cuyo modelo indica que por cada unidad que aumenta la comunicación corporativa, la dimensión convocatoria social aumenta en promedio en 0.44 puntos.

Tabla 4

Análisis de regresión de la comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo

Modelo	R ²	ANOVA		Coeficiente de correlación (Spearman)
		F	p-valor	
Regresión	.432	63.23	<.001	.658**

**Correlación significativa al nivel del .01

En la tabla 4 se observa que el análisis de varianza tiene un p-valor de .000 menor que .01, por lo que el modelo encontrado en la figura 4 es adecuado para los datos recolectados, es decir la comunicación corporativa influye significativamente y de manera positiva en la dimensión convocatoria social de la municipalidad distrital de Independencia. Además, según el coeficiente de Pearson (.658) existe una correlación positiva moderada entre las variables y también se tiene que el 43.2% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la convocatoria social.

Tabla 5

Análisis de regresión de la comunicación corporativa en la dimensión participación de los agentes del presupuesto participativo

Modelo	R ²	ANOVA		Coeficiente de correlación (Pearson)
		F	p-valor	
Regresión	.438	64.76	<.001	.662**

**Correlación significativa al nivel del .01

En la tabla 5 se observa que el análisis de varianza tiene un p-valor de .000 menor que .01, por lo que el modelo encontrado en la figura 5 es adecuado para los datos recolectados, es decir la comunicación corporativa influye significativamente y de manera positiva en la dimensión participación de los agentes de la municipalidad distrital de Independencia. Además, según el coeficiente de Pearson (.662) existe una correlación positiva moderada entre las variables y también se tiene que el 43.8% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la participación de los agentes.

Tabla 6

Percepción de la comunicación corporativa en la Municipalidad Distrital de Independencia

Percepción	Frecuencia	Porcentaje
Mala	12	14.1
Regular	57	67.1
Buena	16	18.8
Total	85	100.0

En la tabla 6 se observa que el 67.6% de los encuestados manifiestan que la comunicación corporativa es moderada en la municipalidad distrital de Independencia, luego el 18.8% indican que esta comunicación es buena y el 14.1% de los encuestados establecen que la comunicación corporativa es mala.

Tabla 7

Percepción del presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia

Percepción	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	18	21.2
Moderado	45	52.9
Eficiente	22	25.9
Total	85	100.0

En los resultados de la tabla 7 se encontró que el 52.9% de los encuestados mencionan que el presupuesto participativo es moderado en la Municipalidad Distrital de Independencia, luego el 25.9% establecen que es eficiente y el 21.2% indican que el presupuesto participativo es deficiente.

V. DISCUSIÓN

El presupuesto participativo se ha visto afectado y en efecto ha conllevado a que los representantes y ciudadanos cada vez participen menos de la distribución y planificación de los recursos económicos que se transfiere a las municipalidades distritales y provinciales, más aún cuando la ciudadanía no tiene una imagen positiva de la entidad y su gestión actual. En consecuencia, muchas veces ha generado un menor involucramiento de los ciudadanos y una menor contribución a la representatividad social de la gestión actual. Frente a esta situación se originó el interés por estudiar la influencia de la comunicación corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia.

En los resultados se evidenciaron un coeficiente $R^2 = .560$ lo que explica que el 56% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la comunicación corporativa, además, se muestra una correlación positiva moderada ($r = .748^{**}$) y un valor de $p = .000$. Estos resultados conllevan a mencionar que la comunicación corporativa influye positiva y significativamente en el presupuesto participativo en la municipalidad distrital de Independencia. Al respecto estos datos son similares a lo encontrado en el estudio de Limachi et al. (2022), cuyos resultados reportaron que las estrategias de comunicación influyen en la participación ciudadana de un determinado distrito ($R^2 = .806$, $p < .05$), asimismo, Zurutuza y García (2021) en su estudio determinó que la comunicación colaborativa permite que la ciudadanía se involucre y participe de la gestión municipal, conllevando a una mayor interacción entre los pobladores y el alcalde en gestión.

En esa línea, Camacho y Segarra (2019) sostienen que la gestión de activos y recursos intangibles de una institución con la ayuda de la comunicación corporativa se convierte en una oportunidad para llegar a otras personas de manera efectiva; así como una oportunidad para proteger el valor la institución, haciendo de la comunicación uno de los elementos estratégicos fundamentales de las organizaciones (Apolo et al., 2017). De acuerdo a lo anterior, podemos mencionar que la comunicación corporativa cumple un importante papel en el desarrollo de entidad municipal, logrando impactar en la imagen que le genera a

la población, siendo desarrollada a través de diversas estrategias de comunicación a cargo de profesionales de la entidad, conllevando a favorecer el presupuesto participativo, con una mayor involucramiento de la ciudadanía en los asuntos públicos de la gestión actual, a través de su participación para la toma de decisiones en cuanto a los recursos económicos y con ello logra el desarrollo de la localidad.

De acuerdo al primer objetivo específico, se demostró un valor $R^2 = .556$ y explica que el 55.6% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la comunicación, además, se evidencia una correlación positiva moderada ($r = .746^{**}$), con $p\text{-valor} = .000$. Lo anterior implica que la comunicación corporativa influye de manera significativa y positiva en la dimensión comunicación. Esto se asemeja a lo encontrado en el estudio de Ibarra (2018), cuyos resultados pone en evidencia que el 93% de los cambios en la participación de los agentes como parte del presupuesto perceptivos se debe a la influencia de los factores de la comunicación, por su parte, Gamarra (2022) en su estudio logró evidenciar que una mayor comunicación corporativa permite una mayor comunicación en el presupuesto participativo ($\rho = .563^{**}$).

En ese sentido, Bosch et al. (2021) afirma que la comunicación corporativa es un proceso en el que se difunde y emite información y con ello obtener una respuesta dentro y fuera de la organización o institución, de esta manera permite la comunicación entre los trabajadores o empleados que componen una entidad o institución, así como la comunicación con las personas que conforman el mundo exterior. Por lo tanto, se convierte en una herramienta para gestionar, movilizar, informar y comprometer a los sujetos dentro y fuera de la organización, por lo tanto, debe ser utilizada de manera apropiada y eficiente (Raffino, 2020). Frente a ello podemos mencionar que, para asegurar el presupuesto participativo, en la entidad municipal se establece diversos mecanismos de comunicación como campañas informativas e incentivos a la participación, lo cual permite ayudar a que la población representante se involucre y participe de la gestión de los recursos.

Respecto al segundo objetivo específico, se obtuvo un coeficiente $R^2 = .534$ e implica que el 53.4% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a

la influencia de la sensibilidad comunitaria, además, existe una correlación positiva moderada ($r=.731$) y a través del análisis de varianza un valor de $p=.000$. En otras palabras, la comunicación corporativa influye de manera significativa y positiva en la dimensión sensibilidad comunitaria de la municipalidad distrital de Independencia. Esto se corrobora con lo reportado en el estudio de Gamarra (2022), concluyendo que, una mayor comunicación corporativa, conlleva a una mayor y mejor sensibilidad comunitaria en el presupuesto participativo ($\rho=.523^{**}$).

La sensibilidad comunitaria en el presupuesto participativo permite reconocer la necesidad y las demandas de los ciudadanos responsables a partir de las problemáticas sociales existentes (Sáenz, 2017; Bonetto y Sobarzo, 2017). Por lo tanto, el empleo de herramientas participativas como la comunicación corporativa tienen que ser clara y entendible, y de esta manera represente una oportunidad que contribuye al logro de una mejor condición social (Álvarez, 2020). Al respecto, podemos mencionar que en la municipalidad distrital la comunicación corporativa permite una mayor participación y sensibilidad por parte de la población comunitaria en la gestión local, buscando atender las demandas de la ciudadanía, con responsabilidad y compromiso de las acciones y decisiones.

En cuanto al tercer objetivo específico, los resultados evidenciaron un coeficiente $R^2 =.432$ por lo que, el 43.2% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la convocatoria social, asimismo, se muestra una correlación positiva moderada ($r=.658^{**}$) y una significancia de $p=.000$. Esto concluye que la comunicación corporativa influye significativa y positivamente en la dimensión convocatoria social de la municipalidad distrital de Independencia. Los datos concuerdan con Gamarra (2022) pues reportó que la comunicación se relaciona en sentido positivo y significativo con la convocatoria social del presupuesto participativo ($\rho=.526^{**}$).

Por lo tanto, la comunicación corporativa promueve a que la entidad municipal en coordinación convoque a la sociedad a participar en dicho proceso participativo, en la que se fomente mediante reuniones, acuerdos y pactos democráticos una participación planificada, utilizando adecuados canales de comunicación y de esta manera asegurar una comunicación efectiva con los

agentes participantes. Esto permite una mayor inclusión de la población en la discusión, planificación, desarrollo y organización de políticas públicas con el objetivo de fomentar el trabajo cooperativo para lograr alcanzar un propósito en común (Cubillo et al., 2022).

En concordancia con el cuarto objetivo específico, se muestra en los resultados un valor de $R^2 = .438$ explicando que el 43.8% de los cambios en el presupuesto participativo se debe a la influencia de la participación de los agentes, así también, una correlación positiva moderada ($r = .662^{**}$) entre los constructos, con un valor de significancia igual a .000 ($p < .01$). Estos datos refieren que la comunicación corporativa influye positivamente en la dimensión participación de los agentes de la municipalidad distrital de Independencia. Estos resultados son similares a lo encontrado en el estudio de Gamarra (2022) pues en sus hallazgos se demostró una correlación positiva entre la participación y el presupuesto participativo ($\rho = .510^{**}$).

En esa dirección, Soledispa et al. (2020) sostiene que la administración pública tiene que fortalecer la capacidad organizativa de la ciudadanía y el conocimiento de los mecanismos de participación; a través de reuniones y talleres sobre temas fundamentales relacionadas con el presupuesto participativo (Avilés, 2004). Por lo tanto, la comunicación corporativa conlleva a un mayor involucramiento de los agentes participantes para un mayor beneficio en el tratamiento y la resolución de los asuntos públicos, logrando una adecuada distribución de recursos siendo fundamental para otorgar legitimidad a los servidores públicos.

Los resultados descriptivos ponen en evidencia que, el 67.6% de encuestados considera que la comunicación corporativa es moderada en la entidad municipal del distrital de Independencia, el 18.8% considera que es buena la comunicación, mientras el 14.1% lo consideran como mala la comunicación corporativa. Así pues, la comunicación corporativa se concibe como una estrategia y gestión comunicativa, y permite contribuir a mejorar la imagen y reputación corporativa (Apolo et al., 2017). Por ende, en la entidad municipal la comunicación corporativa ha servido como instrumento de gestión regularmente efectiva para llevar a cabo una comunicación interna y externa a través del

involucramiento del trabajador, el trabajo en equipo, la toma de decisiones, reglas, normas, valores y practicas compartidas, permitiendo promover y favorecer la relación con los ciudadanos participantes del distrito.

Por otra parte, el 52.9% de encuestados considera que el presupuesto participativo es moderado en la entidad municipal, además, el 25.9% lo considera como eficiente, mientras que el 21.2% considera que es deficiente el presupuesto participativo. Cabe resaltar que el presupuesto participativo comprende todo un proceso de procedimientos democráticos y participativos, cuya finalidad es proteger los intereses del ciudadano permitiéndoles ser parte de la toma de decisiones compartidas y que benefician a la mayoría de los ciudadanos (Buele y Vidueira, 2018). En definitiva, en la municipalidad distrital de Independencia se percibe un regular proceso democrático que permite a la población local definir el presente y planificar el futuro, a través de específicas propuestas de gestión y de esta manera orientar de manera directa y participativa los recursos económicos y públicos asignados por el estado.

Este estudio es relevante porque permite brindar y ampliar información novedosa al conocimiento científico, más aún cuando existe poca evidencia científica en cuanto a la relación entre las variables y cuya población de estudio lo conforma una entidad pública como es la municipalidad distrital de Independencia. También es preciso mencionar que una de las limitaciones que se tuvo fue la disponibilidad y tiempo de los participantes para aplicar los instrumentos establecidos.

VI. CONCLUSIONES

Primera. - Se concluye que la comunicación corporativa influye positiva y significativamente en el presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia ($R^2=.560$, $r=.748^{**}$, $p=.000$). Por tanto, se demuestra y acepta la hipótesis general.

Segunda. - Se determinó que la comunicación corporativa influye significativa y positivamente ($R^2 =.556^{**}$, $r=.746^{**}$, $p=.000$) en la dimensión comunicación de la Municipalidad Distrital de Independencia.

Tercera. - Se logró determinar que la comunicación corporativa influye de manera significativa y positiva ($R^2=.534$, $r=.731^{**}$, $p=.000$) en la dimensión sensibilidad comunitaria de la Municipalidad Distrital de Independencia.

Cuarta. - Se determinó que la comunicación corporativa logra influir de manera significativa y positiva ($R^2 =.432$, $r=.658^{**}$, $p=.000$) en la dimensión convocatoria social de la municipalidad distrital de Independencia.

Quinta. - Se evidenció que la comunicación corporativa influye de manera significativa y positiva ($R^2 =.438$, $r=.662^{**}$, $p=.000$) en la dimensión participación de los agentes de la municipalidad distrital de Independencia.

Sexta. - Respeto a la comunicación corporativa en la Municipalidad Distrital de Independencia, el 67.6% de los encuestados reportaron que la comunicación corporativa es moderada, 18.8% lo reportó como buena, mientras que el 14.1% reportó que la comunicación corporativa es mala.

Séptima. - En cuanto al presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, el 52.9% de los encuestados reportaron que el presupuesto es moderado, mientras que para el 25.9% es eficiente, además, el 21.2% lo reporta como deficiente.

VII. RECOMENDACIONES

Primera. - En la Municipalidad Distrital de Independencia fomentar una mayor participación y fortalecer la identidad de la propia entidad a través de la gestión de comunicación en todas las etapas del proceso participativo.

Segunda. - En la entidad implementar un área específica con adecuados recursos humanos, tecnológicos y materiales para una mejor comunicación corporativa.

Tercera. - En los agentes participantes promover mayor involucramiento de los representantes y organizaciones los procesos y procedimientos del presupuesto participativo.

Cuarta. - Se recomienda seguir estudiado estas variables de estudio en poblaciones de entidades públicas como son las municipalidades distritales y regionales, con la finalidad de lograr tener una visión amplia del comportamiento de ambas variables.

Quinta. - En futuros investigadores que se interesen por estudiar las variables considerar trabajar con una mayor muestra de estudio en poblaciones similares.

REFERENCIAS

- Agora News (24 de Julio de 2017). *Comunicación externa*.
<https://agoranews.es/eventos-streaming/comunicacionexterna-en-las-empresas-por-que-y-para-que/>
- Álvarez, A. (2020). Trabajo social, sociopraxis y metodologías participativas: retos, oportunidades y transiciones de lo local a lo global. *Tendencias Sociales*, 6, 64-88. <https://doi.org/10.5944/ts.6.2020.29158>
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L. y Pasquel, G. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. *Revista Latina de Comunicación*, 72, 521-539. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1177en>
- Arias, J., Villasís, M. y Miranda, M (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Avilés, F. (2004). Técnicas de organización de los presupuestos participativos. *Revista Temas para el Debate*, 113, 45-48. www.presupuestosparticipativos.net/otros1.pdf.
- Bonetto, H. y Sobarzo, O. (2017). La participación política de los líderes comunitarios del barrio Restinga en el presupuesto participativo de Porto Alegre - Brasil: Transformando percepciones a través de la conquista de equipamientos públicos. *Revista de Geografía Espacios*, 4(7). <https://doi.org/10.25074/07197209.7.361>
- Bosch, M., Riumalló, M. y Morgado, M. (2021). *Comunicación corporativa: una herramienta estratégica*. ESE Business School Chile. Universidad de los Andes. <http://www.esec.cl/ctf>
- Buele, I. y Vidueira, P. (2018). Presupuesto participativo: una revisión de la investigación científica y sus implicaciones democráticas del 2000 al 2016. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 28, 169-176. <https://doi.org/10.17163/uni.n28.2018.08>

- Bushan, S. y Alok, S. (2017). *Handbook of Research Methodology* (Primera ed.). Nueva Delhi: Educreation Publishing. Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (Primera ed.). Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Cabeza, E., Naranjo, D. y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <https://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Camacho, M. y Segarra, S. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. *Revista de Comunicación*, 18(2), 225-244. <https://dx.doi.org/10.26441/rc18.2-2019-a11>
- Castelucci, A. (2020). *Gestión de la comunicación corporativa con los clientes de Alonso J. y José A. Redolfi S. R. L., mediante Branding y Responsabilidad Social Empresarial como enfoque estratégico* [Tesis de Maestría, Universidad Siglo 21, Argentina]. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/20544>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020). *La pandemia del COVID-19 profundiza la crisis de los cuidados en América Latina y el Caribe*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45335-la-pandemia-covid-19-profundiza-la-crisis-cuidados-america-latina-caribe>
- Cordero, J. (2018). El gobierno municipal. ¿Promotor del desarrollo local? El caso del municipio semiurbano de Cd. Ixtepec, Oaxaca. *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo regional*, 28(52), 1-29. <https://cutt.ly/Zs8LsVH>
- Corporate Excellence. (2015). *Avances y tendencias en comunicación: ideas clave del World Public Relations Forum (WPRF)*. Insights & Trends. <https://www.corporateexcellence.org/recurso/avances-y-tendencias-encomunicacion-ideas-clave/1758d1ba-0459-4e89-9196-8a37afafd4d7>

- Cubillo, J., García, D., Benede, B., Gallego, J. y Hernán, M. (2022). Participación comunitaria: aprendizajes de la COVID-19 para nuevas crisis. Informe SESPAS 2022. *Gaceta Sanitaria*, 36(1), 22-25. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2022.02.011>
- Gobierno del Perú (2022). *Presupuesto Participativo Basado en Resultados 2023*. <https://www.gob.pe/institucion/municatac/informes-publicaciones/2913115-presupuesto-participativo-basado-en-resultados-2023>
- Gobierno Regional de Ancash (2023). *Presupuesto Participativo*. https://www.regionancash.gob.pe/presupuesto_participativo.php
- Herman, M. y Klaveren, A. (2016). *Disminución de la participación de la población en organizaciones sociales durante los últimos trece años en Chile e implicaciones para las construcciones para una política de planificación urbana participativa*. CEURE.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education. ISBN: 978-1-4562-6096-5.
- Herrera, E. (2021). *Comunicación corporativa y participación ciudadana en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz Ancash-2018* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Santiago Antúnez De Mayolo]. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/4584>
- Hidalgo, R., Cadme, E. y Nobell, A. (2015). Gestión estratégica de la comunicación digital en la empresa ecuatoriana. Perspectiva comparada con la realidad Europea. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 5(9), 5-26. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-9-2015-02-05-26>
- Ibarra, E. (2018). *Factores asociados a la comunicación participativa en el presupuesto participativo de la municipalidad distrital de Cátac – Recuay, 2018* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Santiago Antúnez De Mayolo]. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3445>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). *Perú: Indicadores de gestión municipal 2018*.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1636/libro.pdf

Instituto Peruano de Economía. (2022). *Instituto de Competitividad Regional*. INCORE.

https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE_2022.pdf

Instituto Peruano de Economía. (2023). *Áncash fue la segunda región con menor avance de la inversión pública en 2022*.

<https://www.ipe.org.pe/portal/ancash-fue-la-segunda-region-con-menor-avance-de-la-inversion-publica-en-2022/>

Limachi, N., Chávez, F. y Melgar, A. (2022). Estrategias de comunicación en la participación ciudadana en pobladores del distrito de Aucallama, 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 9670-9686.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4093

Llamas, F., (2004). Los presupuestos participativos: nuevos mecanismos de innovación democrática en los gobiernos locales. *Intervención Psicosocial*, 13 (3),325-344. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179817830003>

López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es

Malca, J. (2017). *Modelo integral de comunicación política gubernamental para efectivizar la gestión municipal en el Norte del Perú* [Tesis de Doctorado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/18849>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2009). *Aprueban el Reglamento de la Ley N° 28056 - Ley Marco del Presupuesto Participativo Decreto Supremo N° 142-2009-EF*.

<https://www.mef.gob.pe/es/normatividad-sp-9867/portema/presupuesto-participativo/7364-d-s-n-142-2009-ef-4/file>

Mira, J. (2018). La Comunicación Corporativa como recurso en la Dirección Estratégica en la empresa [Tesis de doctorado, Universidad Católica de Murcia, España]. <https://repositorio.ucam.edu/handle/10952/3737>

- Mishra, K., Mishra, A. y Khaner, W. (2019). Using Innovative Internal Communication to Enhance Employee Engagement. *Advances in Human Resources Management and Organizational Development*, 445-468. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8516-9.ch022>
- Municipalidad Provincial de Huaraz. (MPH, 2019). *Presupuesto participativo 2020*. https://www.munihuaraz.gob.pe/documentos/transparencia/presupuesto_participativo_2020.pdf
- Neill, D., y Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14230/1/Cap.2-Ciencia.pdf>
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Ediciones de la U. ISBN 978-958-8675-94-7.
- Organización de la Naciones Unidas. (2020). *Explorando la Función del Presupuesto Participativo en la Aceleración de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS): Un Enfoque Multidimensional en General Escobed. México*. https://unhabitat.org/sites/default/files/2020/08/exploring_the_role_of_participatory_budgeting_and_sdgs_spanish.pdf
- Otzen, T. Y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Raffino, M. E. (July 19, 2020). Organizational Culture. <https://conósite.de/cultura-organizacional/>
- Rey, L. (2019). *La participación ciudadana en la administración pública* [Tesis doctoral. Universidad de Coruña]. <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/23907>
- Sáenz, G. (2017). Bosquejo de una propuesta de Presupuesto Participativo para los municipios de Colombia. *Revista A&D*, 47(2), 110-135. <https://doi.org/10.22431/25005227.51>

- Salgado, S., Flores, M., Guevara, M. (2017). Participative management to improve urban accessibility conditions: La Hacienda, Puebla. *Nova Scientia*, 9(18), 568-587. Universidad De La Salle Bajío León.
<https://www.redalyc.org/pdf/2033/203350918026.pdf>
- Silva, S. (2017). Identificando a los protagonistas: el mapeo de actores como herramienta para el diseño y análisis de políticas públicas. *Gobernar: The Journal of Latin American Public Policy and Governance*, 1(1), 66-83.
<https://doi.org/10.22191/gobernar/vol1/iss1/>
- Soledispa, X., Zea, C. y Santistevan, K. (2020). La nueva gestión pública: retos y oportunidades. *Polo de conocimiento*, 5(9), 371-381.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1695/3255>
- Vixonic. (19 de Marzo de 2021). *Estrategias de comunicación interna*.
<https://www.vixonic.com/3-estrategias-de-comunicacioninterna-para-fortalecer-el-desarrollo-organizacional-de-tu-empresa/>
- Vixonic. (28 de diciembre de 2020). *Comunicación interna*.
<https://www.vixonic.com/comunicacion-interna-en-tiemposde-teletrabajo/>
- Zurutuza, C. y García, I. (2021). Comunicación y participación ciudadana en municipios de concejo abierto: un caso de estudio. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 21, 161-182.
<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.9>

ANEXOS

Tabla 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Cómo influye la comunicación corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023?	Determinar la influencia de la comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023.	Existe influencia de la comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023.			<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Básica</p> <p>Diseño: No experimental, transversal, correlacional causal</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS			<p>Población: 108 agentes participantes que se inscribieron en los talleres del Presupuesto Participativo – 2023</p> <p>Muestra: 85 agentes participantes que se inscribieron en los talleres del Presupuesto Participativo – 2023</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo influye la comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023? ¿Cómo influye la comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023? 	<ul style="list-style-type: none"> Establecer la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023. Analizar la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023. 	<ul style="list-style-type: none"> Existe influencia de la comunicación corporativa en la dimensión comunicación del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023. Existe influencia de la comunicación corporativa en la dimensión sensibilidad comunitaria del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023. 	Comunicación corporativa	<p>Comunicación Interna</p> <p>Conducta interna</p> <p>Conducta Institucional</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo influye la comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023? • ¿Cómo influye la comunicación corporativa en la dimensión participación de los agentes del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023? 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia. • Analizar la influencia de la comunicación corporativa en la dimensión participación de los agentes del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia. • Determinar el nivel de percepción de la comunicación corporativa en la Municipalidad Distrital de Independencia. • Determinar en nivel de percepción del presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe influencia de la comunicación corporativa en la dimensión convocatoria social del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia. • Existe influencia de la comunicación corporativa en la dimensión participación de los agentes del presupuesto participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia. 	<p>Presupuesto participativo</p>	<p>Comunicación</p> <p>Sensibilidad comunitaria</p> <p>Convocatoria social</p> <p>Participación de los agentes</p>	
---	--	---	----------------------------------	--	--

Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables

Variable de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comunicación corporativa	Es considerada como una estrategia y forma de gestionar los mensajes con el objetivo de integrar a todos los interesados en una idea mayor y fortalecer la imagen y reputación de la empresa (Apolo et al., 2017).	Se mide a través del Cuestionario de Comunicación Corporativa que busca conocer cómo el participante percibe la variable estudiada. Comprende 11 ítems, de escala valorativa tipo Lickert	Comunicación interna Conducta interna Conducta Institucional	Involucramiento del personal, retroalimentación comunicativa, trabajo colaborativo Toma de decisiones, cultura organización, atención al cliente Ética, transparencia institucional	Ordinal

<p>Presupuesto participativo</p>	<p>Es un proceso donde ciudadanos y actores gubernamentales colaboran para decidir cómo distribuir el presupuesto que corresponde a las inversiones locales (Buele y Vidueira, 2018).</p>	<p>A través del Cuestionario de Presupuesto Participativo que tiene como objetivo analizar cómo se percibe el presupuesto participativo. Comprende 20 ítems distribuido en 4 dimensiones, de escala Lickert.</p>	<p>Comunicación</p> <p>Sensibilidad comunitaria</p> <p>Convocatoria social</p> <p>Participación de los agentes</p>	<p>Reuniones de coordinación.</p> <p>Consideración de las demandas ciudadanas, sensibilización de la participación</p> <p>Concertación democrática, social, participación planificada, convocatoria a reuniones,</p> <p>Acreditación de agentes participantes, transparencia, programas de capacitación permanentes.</p>	
----------------------------------	---	--	--	--	--

Anexo 3. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Instrucciones:

Lea detenidamente las siguientes afirmaciones y marque con una X dentro de los recuadros la alternativa que se adecue a tu punto de vista, recuerda solo marcar una alternativa, teniendo en cuenta para su respuesta la escala valorativa que se presenta a continuación:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

		1	2	3	4	5
N°	COMUNICACIÓN CORPORATIVA					
	Comunicación Interna					
1	La Municipalidad Distrital de Independencia normalmente retroalimenta de lo que comunica a su grupo de Interés (stakeholders).					
2	La Municipalidad Distrital de Independencia emite informaciones de manera clara y entendible para su grupo de Interés (stakeholders)					
3	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene un sistema de comunicación que involucra a todos sus personales					
4	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda servicios óptimos a su grupo de Interés (stakeholders)					
5	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda una atención de calidad y calidez a su grupo de interés (stakeholders)					
6	La Municipalidad Distrital de Independencia presenta un trabajo colaborativo involucrando a todas las áreas y unidades en objetivos institucionales					
	Conducta interna					
7	La Municipalidad Distrital de Independencia toman decisiones consensuadas que repercuten en su misión y visión institucional.					
8	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve una cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones					

9	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales					
	Conducta Institucional					
10	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve en su accionar la ética y la transparencia institucional					
11	La Municipalidad Distrital de Independencia cuenta con el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en las diferentes actividades institucionales que convoca y desarrolla					

CUESTIONARIO DE PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

Instrucciones:

Lea detenidamente las siguientes afirmaciones y marque con una X dentro de los recuadros la alternativa que se adecue a tu punto de vista, recuerda solo marcar una alternativa, teniendo en cuenta para su respuesta la escala valorativa que se presenta a continuación:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO PARTICIPATIVO					
Comunicación					
1. ¿La Municipalidad distrital de Independencia realiza reuniones informativas sobre el presupuesto participativo?					
2. ¿Los ciudadanos acceden con facilidad a las fuentes informativas sobre el presupuesto participativo?					
3. ¿Usted cuenta con información esencial del presupuesto participativo?					
4. ¿Usted conoce los aspectos fundamentales del Presupuesto Participativo?					
5. ¿Se incentiva adecuadamente a los pobladores del distrito de Independencia para la participación en el presupuesto municipal?					
Sensibilidad comunitaria					
6. ¿Se ha identificado las demandas ciudadanas para priorizarlas en el Presupuesto Participativo, 2023?					
7. ¿Se ha sensibilizado adecuadamente la participación ciudadana en el Presupuesto Participativo?					
8. ¿Se facilita la participación ciudadana en la elaboración del Presupuesto Participativo?					
9. ¿Se establecen las prioridades comunales dentro del Presupuesto Participativo?					
10. ¿Se motiva la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones del Presupuesto Participativo?					
Convocatoria social					
11. ¿Se propicia la concertación democrática entre los actores de la comunidad?					
12. ¿Se exige la obligatoriedad de pertenecer a una organización social para participar en el Presupuesto Participativo?					

13. ¿Se promueve la participación planificada de las organizaciones en el Presupuesto Participativo?					
14. ¿Se convoca a reuniones a los vecinos organizados con las autoridades municipales?					
15. ¿Se promueve el fortalecimiento de las organizaciones sociales que participan en el Presupuesto Participativo?					
16. ¿La municipalidad ha normado el proceso de identificación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?					
Participación de los agentes					
17. ¿La municipalidad ha normado el proceso de acreditación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?					
18. ¿La municipalidad informa sobre la utilización de los recursos públicos?					
19. ¿La municipalidad distrital de Independencia ha dispuesto el servicio de información presupuestal a la ciudadanía?					
20. ¿Se han implementado programas de capacitación permanentes sobre el Presupuesto Participativo?					

Anexo 4: Consentimiento informado

Consentimiento Informado

Título de la investigación: Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023.

Investigador (a): Barreto Yauri, Michell Franklin

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023.”, cuyo objetivo es Determinar la influencia de la comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023.

Esta investigación es desarrollada por una estudiante de posgrado del Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de Municipalidad Distrital de Independencia.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023”.
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en el ambiente de las aulas de clase de las instituciones educativas que conforman la Municipalidad Distrital de Independencia. Las respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán confidencial.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

No existe riesgo o daño al participar en la investigación.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole.

Confidencialidad (principio de justicia):

Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) Barreto Yauri, Michell Franklin y Docente asesor Mg. Fiestas Flores, Roberto Carlos.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y Apellidos:

.....

Fecha y hora:

.....

FIRMA

Anexo 5. Autorización de la institución para la ejecución del estudio



AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

DATOS GENERALES

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:	RUC: 20146921427
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE INDEPENDENCIA – HUARAZ – ANCASH	
NOMBRE DEL TITULAR O REPRESENTANTE LEGAL:	
GERENTE MUNICIPAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE INDEPENDENCIA – HUARAZ – ANCASH.	
NOMBRES Y APELLIDOS:	DNI:
ANTEQUERA HUAMAN EDUARDO ANGEL	31663911

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo a BARRETO YAURI, MICHELL FRANKLIN, publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

NOMBRE DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:	
Comunicación Corporativa en el Presupuesto Participativo de la Municipalidad Distrital de Independencia Ancash, 2023.	
NOMBRE DEL PROGRAMA ACADÉMICO:	
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA	
AUTOR:	DNI:
BARRETO YAURI, MICHELL FRANKLIN	80123030

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Independencia, 22 de mayo del 2023.



ANTEQUERA HUAMAN EDUARDO ANGEL

Gerente Municipal De La Municipalidad Distrital De Independencia – Huaraz – Ancash

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 6. Evaluación por juicio de expertos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Mg. RAMOS ALVARADO JENNY SARITA

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante **DE LA ESCUELA DE POST GRADO DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRIA EN GESTION PUBLICA DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, CAMPUS CHIMBOTE**, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar una investigación con el objetivo de obtener el grado académico de Bachiller en Psicología.

El título del Proyecto de investigación es: **"Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023"** y siendo imprescindible contar con la evaluación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotado conocimiento de la variable y problemática, y sobre el cual realiza su ejercicio profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que presta a la presente.

Atentamente.

Firma
Michell Franklin Barreto Yauri
D.N.I: 80123030
Celular: 943663328

DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LAS VARIABLES Y SUS DIMENSIONES

I. **Variable Comunicación corporativa:**

Es considerada como una estrategia y forma de gestionar los mensajes con el objetivo de integrar a todos los interesados en una idea mayor y fortalecer la imagen y reputación de la empresa (Apolo et al., 2017).

Dimensiones:

Comunicación 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.

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).

Conducta Institucional: 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.

Indicadores: Política, fundamentos de la participación ciudadana, espacios públicos de participación, social.

Consta de 11 ítems.



II. Variable Presupuesto participativo:

Es un proceso donde ciudadanos y actores gubernamentales colaboran para decidir cómo distribuir el presupuesto que corresponde a las inversiones locales (Buele y Vidueira, 2018).

Dimensiones:

Comunicación: Según Wood (2020), La comunicación es el proceso mediante el cual se comparten significados a través de la transmisión y la interpretación de mensajes.

Sensibilidad comunitaria: De acuerdo con Johnson (2018), La sensibilidad comunitaria se refiere a la capacidad de una persona para comprender y responder adecuadamente a las necesidades y preocupaciones de una comunidad específica.

Convocatoria social: Según Pérez (2022), La convocatoria social se refiere al proceso de reunir y movilizar a un grupo de personas con el propósito de generar conciencia, discutir temas relevantes y promover la participación en acciones colectivas.

Participación de los agentes: De acuerdo con Smith y Johnson (2019), La participación de los agentes se refiere a la implicación activa de individuos, grupos u organizaciones relevantes en la toma de decisiones, implementación de políticas o programas, y evaluación de resultados en un contexto determinado.

Indicadores: Campañas de información, acceso a la información, incentivo para la participación. Consideración de las demandas ciudadanas, sensibilización de la participación. Concertación democrática, social, participación planificada, convocatoria a reuniones. Acreditación de agentes participantes, transparencia, programas de capacitación permanentes.

Consta de 20 ítems.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 1: COMUNICACIÓN CORPORATIVA

N°	Dirección Del ítem	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencia/Observación
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: COMUNICACION INTERNA			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia normalmente retroalimenta de lo que comunica a su grupo de Interés (stakeholders).	X		X		X		
2	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia emite informaciones de manera clara y entendible para su grupo de Interés (stakeholders)	X		X		X		
3	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene un sistema de comunicación que involucra a todos sus personales	X		X		X		
4	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda servicios óptimos a su grupo de Interés (stakeholders)	X		X		X		
5	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda una atención de calidad y calidez a su grupo de interés (stakeholders)	X		X		X		
6	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia presenta un trabajo colaborativo involucrando a todas las áreas y unidades en objetivos institucionales	X		X		X		
DIMENSION 2: CONDUCTA INTERNA			Si	No	Si	No	Si	No	
7	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia toman decisiones consensuadas que repercuten en su misión y visión institucional.	X		X		X		
8	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve una cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones	X		X		X		
9	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales	X		X		X		
DIMENSION 3: CONDUCTA INSTITUCIONAL			Si	No	Si	No	Si	No	
10	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve en su accionar la ética y la transparencia institucional	X		X		X		
11	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia cuenta con el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en las diferentes actividades institucionales que convoca y desarrolla	X		X		X		


CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 1: COMUNICACIÓN CORPORATIVA
Observaciones:

 Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Mg. RAMOS ALVARADO JENNY SARITA
DNI: 40541017
Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	GRADO/TITULO	AÑO DE EXPEDICIÓN	UNIVERSIDAD
01	INGENIERA CIVIL	2008	UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO - PERÚ
02	MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA	2021	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD	AÑOS DE EXPERIENCIA	CARGO FUNCION
01	CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPUBLICA	5 AÑOS	ESPECIALISTA EN INGENIERÍA I

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de mayo del 203




CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 2: PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

N°	Dirección del ítem	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencia/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN									
1	Directo	¿La Municipalidad distrital de Independencia realiza campañas informativas sobre el presupuesto participativo?	X		X		X		
2	Directo	¿Los ciudadanos acceden con facilidad a las fuentes informativas sobre el presupuesto participativo?	X		X		X		
3	Directo	¿Usted cuenta con información esencial del presupuesto participativo?	X		X		X		
4	Directo	¿Usted conoce los aspectos fundamentales del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
5	Directo	¿Se incentiva adecuadamente a los pobladores del distrito de Independencia para la participación en el presupuesto municipal?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: SENSIBILIDAD COMUNITARIA									
6	Directo	¿Se ha identificado las demandas ciudadanas para priorizarlas en el Presupuesto Participativo, 2023?	X		X		X		
7	Directo	¿Se ha sensibilizado adecuadamente la participación ciudadana en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
8	Directo	¿Se facilita la participación ciudadana en la elaboración del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
9	Directo	¿Se establecen las prioridades comunales dentro del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
10	Directo	¿Se motiva la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CONVOCATORIA SOCIAL									
11	Directo	¿Se propicia la concertación democrática entre los actores de la comunidad?	X		X		X		
12	Directo	¿Se exige la obligatoriedad de pertenecer a una organización social para participar en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
13	Directo	¿Se promueve la participación planificada de las organizaciones en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		

14	Directo	¿Se convoca a reuniones a los vecinos organizados con las autoridades municipales?							
15	Directo	¿Se promueve el fortalecimiento de las organizaciones sociales que participan en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
16	Directo	¿La municipalidad ha normado el proceso de identificación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES									
17	Directo	¿La municipalidad ha normado el proceso de acreditación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
18	Directo	¿La municipalidad informa sobre la utilización de los recursos públicos?	X		X		X		
19	Directo	¿La municipalidad distrital de Independencia ha dispuesto el servicio de información presupuestal a la ciudadanía?	X		X		X		
20	Directo	¿Se han implementado programas de capacitación permanentes sobre el Presupuesto Participativo?	X		X		X		



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 2: PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**Observaciones:**Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Mg. RAMOS ALVARADO JENNY SARITA**DNI: **40541017****Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)**

	GRADO/TITULO	AÑO DE EXPEDICION	UNIVERSIDAD
01	INGENIERA CIVIL	2008	UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO - PERÚ
02	MAESTRA EN GESTION PUBLICA	2021	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD	AÑOS DE EXPERIENCIA	CARGO FUNCION
01	CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA	5 AÑOS	ESPECIALISTA EN INGENIERIA I

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de mayo del 203

CARTA DE PRESENTACIÓN

Mg. CRISOLO ONCOY NAZARIO GUILLERMO

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante **DE LA ESCUELA DE POST GRADO DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRIA EN GESTION PUBLICA DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, CAMPUS CHIMBOTE**, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar una investigación con el objetivo de obtener el grado académico de Bachiller en Psicología.

El título del Proyecto de investigación es: **“Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023”** y siendo imprescindible contar con la evaluación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotado conocimiento de la variable y problemática, y sobre el cual realiza su ejercicio profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que presta a la presente.

Atentamente.



Firma

Michell Franklin Barreto Yauri

D.N.I: 80123030

Celular: 943663328



DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LAS VARIABLES Y SUS DIMENSIONES

I. **Variable Comunicación corporativa:**

Es considerada como una estrategia y forma de gestionar los mensajes con el objetivo de integrar a todos los interesados en una idea mayor y fortalecer la imagen y reputación de la empresa (Apolo et al., 2017).

Dimensiones:

Comunicación 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.

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).

Conducta Institucional: 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.

Indicadores: Política, fundamentos de la participación ciudadana, espacios públicos de participación, social.

Consta de 11 ítems.



II. Variable Presupuesto participativo:

Es un proceso donde ciudadanos y actores gubernamentales colaboran para decidir cómo distribuir el presupuesto que corresponde a las inversiones locales (Buele y Vidueira, 2018).

Dimensiones:

Comunicación: Según Wood (2020), La comunicación es el proceso mediante el cual se comparten significados a través de la transmisión y la interpretación de mensajes.

Sensibilidad comunitaria: De acuerdo con Johnson (2018), La sensibilidad comunitaria se refiere a la capacidad de una persona para comprender y responder adecuadamente a las necesidades y preocupaciones de una comunidad específica.

Convocatoria social: Según Pérez (2022), La convocatoria social se refiere al proceso de reunir y movilizar a un grupo de personas con el propósito de generar conciencia, discutir temas relevantes y promover la participación en acciones colectivas.

Participación de los agentes: De acuerdo con Smith y Johnson (2019), La participación de los agentes se refiere a la implicación activa de individuos, grupos u organizaciones relevantes en la toma de decisiones, implementación de políticas o programas, y evaluación de resultados en un contexto determinado.

Indicadores: Campañas de información, acceso a la información, incentivo para la participación. Consideración de las demandas ciudadanas, sensibilización de la participación. Concertación democrática, social, participación planificada, convocatoria a reuniones. Acreditación de agentes participantes, transparencia, programas de capacitación permanentes.

Consta de 20 ítems.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 1: COMUNICACIÓN CORPORATIVA

N°	Dirección Del ítem	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencia/Observación
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: COMUNICACION INTERNA			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia normalmente retroalimenta de lo que comunica a su grupo de Interés (stakeholders).	X		X		X		
2	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia emite informaciones de manera clara y entendible para su grupo de Interés (stakeholders)	X		X		X		
3	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene un sistema de comunicación que involucra a todos sus personales	X		X		X		
4	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda servicios óptimos a su grupo de Interés (stakeholders)	X		X		X		
5	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda una atención de calidad y calidez a su grupo de interés (stakeholders)	X		X		X		
6	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia presenta un trabajo colaborativo involucrando a todas las áreas y unidades en objetivos institucionales	X		X		X		
DIMENSION 2: CONDUCTA INTERNA			Si	No	Si	No	Si	No	
7	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia toman decisiones consensuadas que repercuten en su misión y visión institucional.	X		X		X		
8	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve una cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones	X		X		X		
9	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales	X		X		X		
DIMENSION 3: CONDUCTA INSTITUCIONAL			Si	No	Si	No	Si	No	
10	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve en su accionar la ética y la transparencia institucional	X		X		X		
11	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia cuenta con el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en las diferentes actividades institucionales que convoca y desarrolla	X		X		X		


CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 1: COMUNICACIÓN CORPORATIVA
Observaciones:

 Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Mg. CRISOLO ONCOY NAZARIO GUILLERMO
DNI: 25775860
Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	GRADO/TITULO	AÑO DE EXPEDICIÓN	UNIVERSIDAD
01	CONTADOR PUBLICO	2006	UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO - PERÚ
02	MAESTRA EN GESTIÓN PUBLICA	2017	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD	AÑOS DE EXPERIENCIA	CARGO FUNCION
01	MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE AMASHCA	4 AÑOS	ASESOR CONTABLE – JEFE DE PLANIFICACION Y PRESUPUESTO

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de mayo del 203



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 2: PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

N°	Dirección del ítem	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencia/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN									
1	Directo	¿La Municipalidad distrital de Independencia realiza campañas informativas sobre el presupuesto participativo?	X		X		X		
2	Directo	¿Los ciudadanos acceden con facilidad a las fuentes informativas sobre el presupuesto participativo?	X		X		X		
3	Directo	¿Usted cuenta con información esencial del presupuesto participativo?	X		X		X		
4	Directo	¿Usted conoce los aspectos fundamentales del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
5	Directo	¿Se incentiva adecuadamente a los pobladores del distrito de Independencia para la participación en el presupuesto municipal?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: SENSIBILIDAD COMUNITARIA									
6	Directo	¿Se ha identificado las demandas ciudadanas para priorizarlas en el Presupuesto Participativo, 2023?	X		X		X		
7	Directo	¿Se ha sensibilizado adecuadamente la participación ciudadana en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
8	Directo	¿Se facilita la participación ciudadana en la elaboración del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
9	Directo	¿Se establecen las prioridades comunales dentro del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
10	Directo	¿Se motiva la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CONVOCATORIA SOCIAL									
11	Directo	¿Se propicia la concertación democrática entre los actores de la comunidad?	X		X		X		
12	Directo	¿Se exige la obligatoriedad de pertenecer a una organización social para participar en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
13	Directo	¿Se promueve la participación planificada de las organizaciones en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		

14	Directo	¿Se convoca a reuniones a los vecinos organizados con las autoridades municipales?							
15	Directo	¿Se promueve el fortalecimiento de las organizaciones sociales que participan en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
16	Directo	¿La municipalidad ha normado el proceso de identificación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES									
17	Directo	¿La municipalidad ha normado el proceso de acreditación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
18	Directo	¿La municipalidad informa sobre la utilización de los recursos públicos?	X		X		X		
19	Directo	¿La municipalidad distrital de Independencia ha dispuesto el servicio de información presupuestal a la ciudadanía?	X		X		X		
20	Directo	¿Se han implementado programas de capacitación permanentes sobre el Presupuesto Participativo?	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 2: PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**Observaciones:**Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Mg. RAMOS ALVARADO JENNY SARITA**DNI: **25775860****Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)**

	GRADO/TITULO	AÑO DE EXPEDICION	UNIVERSIDAD
01	CONTADOR PUBLICO	2006	UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO - PERÚ
02	MAESTRA EN GESTION PUBLICA	2017	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD	AÑOS DE EXPERIENCIA	CARGO FUNCION
01	MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE AMASHCA	4 AÑOS	ASESOR CONTABLE - JEFE DE PLANIFICACION Y PRESUPUESTO

¹Perlinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

30 de mayo del 203



CARTA DE PRESENTACIÓN

Mg. PINEDA VERGARA ROYER ESTIP

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante **DE LA ESCUELA DE POST GRADO DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRIA EN GESTION PUBLICA DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, CAMPUS CHIMBOTE**, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar una investigación con el objetivo de obtener el grado académico de Bachiller en Psicología.

El título del Proyecto de investigación es: **"Comunicación Corporativa en el presupuesto participativo en la Municipalidad Distrital de Independencia, en el periodo 2023"** y siendo imprescindible contar con la evaluación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotado conocimiento de la variable y problemática, y sobre el cual realiza su ejercicio profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que presta a la presente.

Atentamente.



Firma

Michell Franklin Barreto Yauri
D.N.I: 80123030
Celular: 943663328



DEFINICIONES CONCEPTUALES DE LAS VARIABLES Y SUS DIMENSIONES

I. **Variable Comunicación corporativa:**

Es considerada como una estrategia y forma de gestionar los mensajes con el objetivo de integrar a todos los interesados en una idea mayor y fortalecer la imagen y reputación de la empresa (Apolo et al., 2017).

Dimensiones:

Comunicación 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.

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).

Conducta Institucional: 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.

Indicadores: Política, fundamentos de la participación ciudadana, espacios públicos de participación, social.

Consta de 11 ítems.



II. Variable Presupuesto participativo:

Es un proceso donde ciudadanos y actores gubernamentales colaboran para decidir cómo distribuir el presupuesto que corresponde a las inversiones locales (Buele y Vidueira, 2018).

Dimensiones:

Comunicación: Según Wood (2020), La comunicación es el proceso mediante el cual se comparten significados a través de la transmisión y la interpretación de mensajes.

Sensibilidad comunitaria: De acuerdo con Johnson (2018), La sensibilidad comunitaria se refiere a la capacidad de una persona para comprender y responder adecuadamente a las necesidades y preocupaciones de una comunidad específica.

Convocatoria social: Según Pérez (2022), La convocatoria social se refiere al proceso de reunir y movilizar a un grupo de personas con el propósito de generar conciencia, discutir temas relevantes y promover la participación en acciones colectivas.

Participación de los agentes: De acuerdo con Smith y Johnson (2019), La participación de los agentes se refiere a la implicación activa de individuos, grupos u organizaciones relevantes en la toma de decisiones, implementación de políticas o programas, y evaluación de resultados en un contexto determinado.

Indicadores: Campañas de información, acceso a la información, incentivo para la participación. Consideración de las demandas ciudadanas, sensibilización de la participación. Concertación democrática, social, participación planificada, convocatoria a reuniones. Acreditación de agentes participantes, transparencia, programas de capacitación permanentes.

Consta de 20 ítems.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 1: COMUNICACIÓN CORPORATIVA

N°	Dirección Del ítem	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencia/Observación
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: COMUNICACION INTERNA			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia normalmente retroalimenta de lo que comunica a su grupo de Interés (stakeholders).	X		X		X		
2	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia emite informaciones de manera clara y entendible para su grupo de Interés (stakeholders)	X		X		X		
3	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene un sistema de comunicación que involucra a todos sus personales	X		X		X		
4	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda servicios óptimos a su grupo de Interés (stakeholders)	X		X		X		
5	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia brinda una atención de calidad y calidez a su grupo de interés (stakeholders)	X		X		X		
6	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia presenta un trabajo colaborativo involucrando a todas las áreas y unidades en objetivos institucionales	X		X		X		
DIMENSION 2: CONDUCTA INTERNA			Si	No	Si	No	Si	No	
7	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia toman decisiones consensuadas que repercuten en su misión y visión institucional.	X		X		X		
8	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve una cultura organizacional que le distingue de otras organizaciones	X		X		X		
9	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia tiene el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en la toma de decisiones institucionales	X		X		X		
DIMENSION 3: CONDUCTA INSTITUCIONAL			Si	No	Si	No	Si	No	
10	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia promueve en su accionar la ética y la transparencia institucional	X		X		X		
11	Directo	La Municipalidad Distrital de Independencia cuenta con el respaldo de su grupo de interés (stakeholders) en las diferentes actividades institucionales que convoca y desarrolla	X		X		X		


CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 1: COMUNICACIÓN CORPORATIVA
Observaciones:

 Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Mg. PINEDA VERGARA ROYER ESTIP
DNI: 76418856
Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	GRADO/TITULO	AÑO DE EXPEDICIÓN	UNIVERSIDAD
01	LICENCIADO EN ADMINISTRACION	2018	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU
02	MAESTRA EN GESTIÓN PUBLICA	2022	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD	AÑOS DE EXPERIENCIA	CARGO FUNCIÓN
01	OSCE – ORGANISMO SUPERVISOR DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO	1.7 AÑOS	ASISTENTE ADMINISTRATIVO

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



30 de mayo del 203

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 2: PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

N°	Dirección del ítem	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencia/Observaciones
			Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN									
1	Directo	¿La Municipalidad distrital de Independencia realiza campañas informativas sobre el presupuesto participativo?	X		X		X		
2	Directo	¿Los ciudadanos acceden con facilidad a las fuentes informativas sobre el presupuesto participativo?	X		X		X		
3	Directo	¿Usted cuenta con información esencial del presupuesto participativo?	X		X		X		
4	Directo	¿Usted conoce los aspectos fundamentales del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
5	Directo	¿Se incentiva adecuadamente a los pobladores del distrito de Independencia para la participación en el presupuesto municipal?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: SENSIBILIDAD COMUNITARIA									
6	Directo	¿Se ha identificado las demandas ciudadanas para priorizarlas en el Presupuesto Participativo, 2023?	X		X		X		
7	Directo	¿Se ha sensibilizado adecuadamente la participación ciudadana en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
8	Directo	¿Se facilita la participación ciudadana en la elaboración del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
9	Directo	¿Se establecen las prioridades comunales dentro del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
10	Directo	¿Se motiva la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones del Presupuesto Participativo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CONVOCATORIA SOCIAL									
11	Directo	¿Se propicia la concertación democrática entre los actores de la comunidad?	X		X		X		
12	Directo	¿Se exige la obligatoriedad de pertenecer a una organización social para participar en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
13	Directo	¿Se promueve la participación planificada de las organizaciones en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		



14	Directo	¿Se convoca a reuniones a los vecinos organizados con las autoridades municipales?							
15	Directo	¿Se promueve el fortalecimiento de las organizaciones sociales que participan en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
16	Directo	¿La municipalidad ha normado el proceso de identificación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES									
17	Directo	¿La municipalidad ha normado el proceso de acreditación de los agentes participantes en el Presupuesto Participativo?	X		X		X		
18	Directo	¿La municipalidad informa sobre la utilización de los recursos públicos?	X		X		X		
19	Directo	¿La municipalidad distrital de Independencia ha dispuesto el servicio de información presupuestal a la ciudadanía?	X		X		X		
20	Directo	¿Se han implementado programas de capacitación permanentes sobre el Presupuesto Participativo?	X		X		X		



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 2: PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**Observaciones:**Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Mg. PINEDA VERGARA ROYER ESTIP**DNI: **76418856****Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)**

	GRADO/TITULO	ANO DE EXPEDICIÓN	UNIVERSIDAD
01	LICENCIADO EN ADMINISTRACION	2018	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU
02	MAESTRA EN GESTIÓN PUBLICA	2022	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PERU

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD	ANOS DE EXPERIENCIA	CARGO FUNCION
01	OSCE – ORGANISMO SUPERVISOR DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO	1.7 ANOS	ASISTENTE ADMINISTRATIVO

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

30 de mayo del 203



Anexo 8. Análisis estadístico de los datos

Tabla 8

Prueba de normalidad de las puntuaciones de las variables

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación corporativa	.980	85	.213
Presupuesto participativo	.989	85	.679

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 8 se observa que la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov de ambas variables en cuanto al p-valor son mayores que .05 por lo que las puntuaciones tienden a una distribución normal es así que se utilizó el coeficiente de Pearson (estadística paramétrica) para analizar la correlación entre ellas.



Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, FIESTAS FLORES ROBERTO CARLOS, MEDINA CORCUERA GROBERTI ALFREDO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesores de Tesis titulada: "Comunicación Corporativa En El Presupuesto Participativo De La Municipalidad distrital de independencia Ancash - 2023", cuyo autor es BARRETO YAURI MICHELL FRANKLIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 01 de Setiembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
FIESTAS FLORES ROBERTO CARLOS, MEDINA CORCUERA GROBERTI ALFREDO DNI: 16744141 ORCID: 0000-0002-5582-0124	Firmado electrónicamente por: RFIESTASFL el 01-09-2023 16:19:43
FIESTAS FLORES ROBERTO CARLOS, MEDINA CORCUERA GROBERTI ALFREDO DNI: 32910680 ORCID: 0000-0003-4035-157X	Firmado electrónicamente por: GROME el 01-09-2023 14:08:22

Código documento Trilce: TRI - 0650569