



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las
Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Abogado

AUTORES:

Cornejo Regalado, Isaac Jacob (orcid.org/0000-0001-5226-839X)

Gallegos Chiarella, Diana Patricia (orcid.org/0000-0002-7310-6864)

ASESORA:

Dra. Yataco Barron, Yrma Consuelo (orcid.org/0000-0002-2132-5344)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estudio sobre los Actos del Estado y su regulación entre Actos
Interestatales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

PIURA-PERÚ

2023

Dedicatoria

A nuestro Dios, creador todopoderoso.

Este estudio y elaboración de trabajo de investigación está dedicado primero y sobre todas las cosas a nuestro Dios Jehová, su hijo Jesús y al Espíritu Santo que guía nuestros caminos para crecer como personas y ser útil para nuestra sociedad y nuestras familias.

A la Familia.

Esta tesis, va dedicada a nuestras familias, en específico a nuestros padres, que, con su amor, apoyo moral y espiritual, siempre creyeron en nosotros y nunca dejaron de fortalecernos.

Agradecimiento

Agradecer, a la Universidad César Vallejo, por darnos la oportunidad de poder continuar nuestro crecimiento académico y profesional. Asimismo, un especial agradecimiento a nuestra asesora Dra. Yrma Consuelo Yataco Barrón, quien apostó sus conocimientos en nosotros, resaltando su dedicación y perseverancia.

Agradecimiento especial por parte del Bachiller Isaac Jacob Cornejo Regalado. Un especial agradecimiento a Analisa L. Campos Saldarriaga por ser siempre un apoyo para mí y persona clave en todas las decisiones importantes de mi vida.

Agradecimiento especial por parte de la Bachiller Diana Patricia Gallegos Chiarella. Agradezco a mis padres por el apoyo y respaldo en cada etapa de mi vida y un agradecimiento especial para mi hermana Magister Gabriela Katherine Gallegos Chiarella por la tolerancia, consejos, enseñanzas me ha brindado ese soporte para poder culminar exitosamente esta etapa profesional.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	22
3.1. Tipo y diseño de la investigación	22
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	23
3.3. Escenario de estudio	26
3.4. Participantes	26
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
3.6. Procedimientos	27
3.7. Rigor científico	28
3.8. Método de análisis de datos	28
3.9. Aspectos éticos	28
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
V. CONCLUSIONES	63
VI. RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS	66
ANEXOS	72

Índice de tablas

Tabla 01	29
Tabla 02	29
Tabla 03	30
Tabla 04	30
Tabla 05	31
Tabla 06	32
Tabla 07	32
Tabla 08	33
Tabla 09	33
Tabla 10	34
Tabla 11	34
Tabla 12	35
Tabla 13	36
Tabla 14	36
Tabla 15	37
Tabla 16	38
Tabla 17	38
Tabla 18	39
Tabla 19	39
Tabla 20	39
Tabla 21	41
Tabla 22	41
Tabla 23	42
Tabla 24: Focus Group.....	44

Índice de gráficos y figuras

Figura 01: Portal web de la MPS - PC.....	53
Figura 02: Portal web de la MPS - Celular	54
Figura 03: Portal web de la MPS - Ordenanzas	55
Figura 04: Portal web de la MDT	56
Figura 05: Portal web de la MDT - Ordenanzas	57
Figura 06: Lectoría de diarios impresos en Piura	60

Resumen

El presente trabajo de investigación, tuvo como objeto principal, determinar la importancia que tienen los medios digitales en la difusión de las actuaciones municipales, específicamente en las ordenanzas, esto por cuanto, la difusión tradicional a través de medios escritos, está siendo desplazada por la tecnología que ha venido evolucionando con el pasar de los años, teniendo un impulso y gran crecimiento con la virtualización de diferentes actividades por motivos de la llegada de la pandemia producida por el covid-19 y el confinamiento en el año 2020, esto significó el aumento en la utilización de Tecnologías de la Información y Comunicación y por ende, sumado a la decadencia de los medios impresos, las personas recurren más a los dispositivos digitales para informarse de diversos temas con mayor facilidad y sin costos adicionales. Esta situación ha provocado que la publicación de las ordenanzas municipales en los medios escritos tradicionales, no garantice una eficiente difusión, generando desconocimiento de la existencia de las disposiciones municipales emanadas por los concejos municipales.

Palabras clave: tecnologías de la información y comunicación, principio de publicidad, publicación y difusión de ordenanzas municipales, importancia de los medios digitales, seguridad jurídica.

Abstract

The main objective of this research work was to determine the importance of digital media in the dissemination of municipal actions, specifically in ordinances, since traditional dissemination through written media is being displaced by the technology that has been evolving over the years, having a boost and great growth with the virtualization of different activities due to the arrival of the pandemic produced by the covid-19 and the confinement in the year 2020, this meant the increase in the use of Information and Communication Technologies and therefore, added to the decline of print media, people resort more to digital devices to learn about various topics more easily and without additional costs. This situation has caused the publication of municipal ordinances in the traditional written media, does not guarantee efficient dissemination, generating ignorance of the existence of municipal provisions issued by municipal councils.

Keywords: information and communication technologies, principle of publicity, publication and dissemination of municipal ordinances, importance of digital media, legal certainty.

I. **Introducción**

En el presente trabajo realizado, se ha investigado la importancia de los medios digitales en la actualidad, como medios alternativos para la difusión de ordenanzas municipales. El incremento de la tecnología, con el pasar de los años, ha generado que los medios impresos tradicionales como los periódicos, sean cada vez menos utilizados para la difusión de productos, apareciendo en ese plano, la difusión virtual en medios digitales tales, como páginas web, redes sociales como herramientas principales entre otros, como una alternativa eficiente ante el detrimento de la lectoría de medios impresos, asegurando de esta manera un mayor alcance en la publicidad de productos y servicios a un menor costo.

En ese aspecto, es innegable que el crecimiento tecnológico, ha originado que al año 2022, casi la totalidad de personas a través de dispositivos móviles, tengan mayor acceso a información en medios digitales, con facilidad a cualquier hora del día y los 365 días del año. Cabe agregar que, con la pandemia, los países a nivel mundial, emitieron normas que impulsaron de forma agresiva, la virtualización de algunos servicios y actividades tanto de la empresa privada como de las entidades pública, en ese sentido, se implementaron, por ejemplo: la educación virtual, el trabajo remoto, teletrabajo y otras actividades, con el objeto de evitar el contacto directo entre personas así prevenir el contagio del virus.

En la mayoría de casos, los gobiernos emitieron declaraciones de emergencia con restricciones, tales como la libertad de tránsito, reunión entre otros, siendo las más comunes la inamovilidad social (toque de queda), la prohibición de reuniones sociales de cualquier índole y otros métodos que buscaban prevenir el contagio. En nuestro país, estas medidas no fueron ajenas, el gobierno dispuso desde el 15 de marzo de 2020, medidas restrictivas que impulsaron la conectividad a través de dispositivos móviles, mismos que permiten a la población, el acceso a una infinidad de servicios e información a través de medios digitales.

La recurrencia a los medios escritos impresos para mantenerse informado, viene decayendo de forma notoria, esto por cuanto la información vertida en esos medios de comunicación impresa escrita, puede ser encontrada también en los medios de comunicación digital reproducidos por páginas web, redes sociales u otros de similar índole de forma fácil, rápida y sin costos adicionales. Esta situación en particular, producida por el avance tecnológico, viene originando efectos adversos en algunos ámbitos jurídicos tales como los relacionados al principio constitucional de publicidad en el ámbito municipal a través de medios de difusión tradicionales (periódico).

Esta situación adversa se origina, toda vez que, respecto a la publicación de ordenanzas, la LOM, publicada en mayo de 2003, ha sido diseñada tomando en cuenta aspectos y criterios sociales de ese entonces. Es así que, tenemos que el art. 44 de la LOM, señala que la publicidad de las norma ediles, se deberá efectuar para el caso de Lima (incluido provincias), así como la provincia del Callao, en el boletín oficial El Peruano, para las demás entidades ediles del país, la publicación se efectuará en el diario de notificaciones judiciales en las jurisdicciones que exista tal diario o en otro medio que garantice sin duda su publicidad, en carteles fijados en zonas notorias en locales municipales con certificación de la autoridad judicial y por último en los portales web oficiales de las municipales.

Se debe tener en cuenta, respecto a la interpretación del art. 44 de la LOM, el Tribunal Constitucional (en adelante TC), ha dejado establecido en basta jurisprudencia que, no solo basta que las ordenanzas sean publicadas en el diario de las notificaciones judiciales, si no que adicionalmente, las ordenanzas deben ser publicadas en el portal web oficial de la entidad municipal con los siguientes criterios: a. La institución estatal cuente con un link de su página web inicial; b. El anuncio sea notorio, de fácil acceso de tal manera que permita a todos los gobernados informarse de forma clara, transparente y con facilidad; c. la publicación

de la ordenanza precise la fecha exacta de su publicación. (Tribunal Constitucional, 2020).

Respecto a la publicidad de las normas, el TC, siempre reitera en su vasta jurisprudencia, que lo importante en este tema, es que las ordenanzas sean publicadas y difundidas, así estas sean conocidas por todos los ciudadanos obligados a su cumplimiento, asegurando de esta manera la seguridad jurídica. Teniendo en cuenta esto último, notamos que la norma legal municipal, expresamente exige que las normas aprobadas por los concejos municipales, deben ser publicadas básicamente como primera opción en el periódico o diario donde la Corte Superior haga las notificaciones judiciales u otro medio que asegure su publicidad y segundo en los portales web de las entidades municipales.

Respecto a la forma de publicación tradicional de las normas municipales en periódicos impresos y frente al avance tecnológico, (Herranz & Calaza, 2005) hace unos años, sostuvieron que el periódico era considerado como el medio de mayor difusión, sin embargo, con el avance tecnológico, los medios impresos tradicionales, han sido superados por el soporte virtual, añadiendo que el soporte en papel como medio de publicidad, ya no garantiza la difusión.

En ese sentido, sabiendo la decadencia de los medios de publicidad tradicionales en el marco de la publicidad de ordenanzas municipales y considerando los medios tecnológicos existentes que hoy son el bum en la difusión de servicios, nos hicimos la pregunta siguiente: ¿Cuál es la importancia que adquieren en la actualidad los medios digitales, en la publicidad de las ordenanzas municipales ante el avance tecnológico?

Para efectos de responder la interrogante anterior y poder llegar al objetivo de la investigación, se escogió como escenario de estudio dos municipalidades que nos sirven de referencia, la primera es la Municipalidad Provincial de Sullana en el departamento norteño de Piura y la segunda es la Municipalidad Distrital de Torata en el departamento

sureño de Moquegua, de la cual hemos extraído información del periodo anual del 2021.

Teniendo en cuenta lo anterior, nos hicimos las siguientes preguntas específicas: ¿Cuáles son los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y si son accesibles para población?, ¿Cuál es el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata? y ¿Cuál es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplieron con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC?

La presente investigación ha tenido como **justificación principal**, mejorar la publicidad de las ordenanzas municipales para una efectiva protección de los derechos vecinales y el posicionamiento de la seguridad jurídica. Como **justificación teórica**, tenemos que, si bien es cierto, las formas de publicidad de las ordenanzas municipales ya están reguladas, estas fueron sistematizadas tomando en cuenta circunstancias y criterios de aquel momento, sin embargo, estos criterios, están siendo desplazados con la evolución de las nuevas tecnologías. Como **justificación practica** la presente investigación, va a generar nuevos conocimientos que puedan ser utilizados para la implementación accesoria en medios digitales controlados por las Municipalidades, para una adecuada difusión de las ordenanzas municipales y así llegar a más personas.

Asimismo, la investigación tuvo como **objetivo general** la siguiente: determinar la importancia de los medios digitales para efectos de publicidad de ordenanzas municipales en las municipalidades de Sullana y Torata, frente al avance tecnológico.

En ese sentido, tenemos los siguientes **objetivos específicos**:

- Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población.
- Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata.
- Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Cabe agregar que, esta es una investigación que ha sido desarrollada bajo un enfoque cualitativo, por lo tanto, no se ha planteado una hipótesis, ya que, mediante la observación y otros métodos expresados en el presente trabajo, se ha dado respuesta a nuestras interrogantes y problemática encontrada.

II. Marco Teórico

Dentro de los conceptos estudiados en el presente trabajo, encontramos el principio de publicidad, el mismo que consiste en la obligación de las instituciones del Estado a publicar y difundir las normas que generan dentro del ámbito de sus competencias, con la finalidad de que las personas y entidades jurídicas obligadas a cumplirlas, tengan conocimiento de la existencia de dichas normas y estas sean exigibles.

Desde el inicio de la historia, la publicidad de las normas ha sido sinónimo de justicia, porque una sociedad no puede obedecer lo que no conoce, así por ejemplo, la orden de Dios en la difusión de las 2 tablas de piedra que contenían los 10 mandamientos que regirían a los Israelitas durante su éxodo, hasta el día de hoy. (Reina & Valera, 1960)

El principio de publicidad, parte desde el antiguo imperio romano que surgió desde el año 753 a. C hasta el siglo V d. C, y es la base del sistema jurídico de muchos países hasta la actualidad.

Respecto a la publicidad, (Bernard, 2012) dice que la ausencia de un sistema de publicidad fue un obstáculo que el derecho romano, intentó suplir a lo largo de su existencia, pues era necesario tener un instrumento que esté destinado a proporcionar seguridad jurídica, por lo que, en ese sentido, se situó un sistema de inscripción de documentos en un archivo público que era muy clásico en el imperio Romano, esto con la finalidad de dar seguridad jurídica en las transferencias de bienes inmuebles.

Pero, sin duda alguna, la mayor muestra de lo que ahora llamamos principio de publicidad, esta vez referida a las normas jurídicas, ocurrió el año 451 y 450 a. C años en los que se publicó las 12 tablas de Justiniano, estas fueron unas tablillas de bronce que dieron un enfoque nuevo de las leyes, mismas que a partir de esa fecha eran aprobadas por el gobierno, escritas y puestas a conocimiento de todos los ciudadanos romanos, a efectos de que fueran tratados por igual ante la ley. Estas 12 tablas fueron un primer paso que permitió en adelante, proteger derechos, resolver controversias a través de leyes escritas y difundidas (Cartwright, 2016).

Con el pasar de los años, los romanos tuvieron su declive en el V siglo d. C, sin embargo, su modelo jurídico permaneció y fue inspiración para diferentes países, los cuales fueron perfeccionando y evolucionando conceptos jurídicos como la necesidad del principio de publicidad, que requiere la publicación de actuaciones y normas del Estado, como requisito para su exigencia.

(Sacristán, 2006) señala que la publicación de las normas, es un acto atribuido al poder ejecutivo a difundir de manera oficial la existencia de una ley, siendo esta una condición sine qua non, su no cumplimiento genera que no entre en vigor, mucho menos puedan ser aplicadas.

En ese orden de ideas, los medios tradicionales escritos, viene atravesando cambios sustanciales producto del avance tecnológico y las nuevas formas de comunicación, esto ha generado que algunos autores cuestionen los métodos tradicionales de publicidad de normas legales tales como las ordenanzas, proponiendo el uso de medios tecnológicos para la difusión de normas y otras actividades de las Entidades del Estado. En ese contexto, (Herranz & Calaza, 2005) sostuvieron que el periódico era considerado como el medio de mayor difusión, sin embargo, con el avance de la tecnología, los medios impresos tradicionales con soporte de papel, han sido superados por el soporte virtual, añadiendo que el soporte en papel en la publicidad de las normas legales ya no garantiza su difusión.

Como **antecedentes**, tenemos a (Melgar, 2018) quien dice que los diarios ya no son ediciones impresas, hoy dichos medios, se expanden a través de internet, actualizando las noticias en las plataformas virtuales.

Asimismo, (Aguirre, 2018) dice que, la peculiaridad de estas novadas formas de comunicación a través de medios digitales, es que resulta veloz, su volumen, grado de difusión, inmediatez, permiten mejores posibilidades de que la ciudadanía participe de sus asuntos. Señalando

que este tipo de comunicación es la base para mantener el contacto deseado con el público.

Al respecto, (Tiza & Palomino, 2019), afirman que no existe un modelo de publicidad normativa acorde con la modernización de la gestión pública, si bien es cierto la transmisión de información en escritura permanece vigente, la tecnología ha creado canales para que la información sea más rápida y fluyente, los beneficios de la tecnología ayudan a tener acceso inmediato a las normas.

De ese mismo modo, (Guapi & Andrea, 2019) señalan que la nueva era digital define los lineamientos sobre la cual las entidades del Estado y las privadas deben manejar para la creación y publicación de contenido. Se concluye que se debe aprovechar la existencia de portales virtuales para difusión de actividades y contenidos.

Es así que, (Jimenez J. , 2020) formula que hoy en día las nuevas tecnologías permiten que diferentes clases de información sean de fácil acceso; sin embargo, las entidades públicas no hacen una correcta propagación de sus contenidos, por tanto, no llegan de manera correcta. En el caso de una decisión adoptada por una institución, su difusión a través de medios virtuales, puede ser muy efectiva, pues se puede lograr que los usuarios capten el mensaje y lo reproduzcan.

En efecto, el avance tecnológico viene evolucionando y con ello se necesita que las entidades adopten nuevas formas que aseguren una adecuada difusión de las normas municipales y nacionales, garantizando de esta forma el principio de publicidad y los demás principios conexos, ya que de esto depende la regulación del estado frente a la sujeción de la población y el aseguramiento de que cada persona conozca las normas legales que regulan su sociedad.

En España, (Jimenez F. , 2002) señala que la publicación o promulgación de la Constitución es importante por cuanto fija la subordinación de los

poderes Estatales a la misma y a todo el sistema jurídico. El principio de publicidad es un correlato del principio de legalidad y a la seguridad jurídica.

Respecto al principio de publicidad, la página web española (Enciclopedia jurídica, 2020) dice que este es un principio requerido por la seguridad jurídica ya admite que los ciudadanos puedan conocer las leyes o normas que están obligados a acatar. Este principio es uno de los fundamentos del Estado de Derecho que obliga a facilitar el conocimiento de las leyes con la publicación en un diario oficial.

(Jerez, 2005) dice que la publicidad de las normas es un factor imprescindible. Para que esta obligue a su cumplimiento, es necesario se ponga en conocimiento a aquellos que va remitida. Jerez agrega que las nuevas tecnologías; suponen indudables avances en los medios de difusión del conocimiento de las normas. Los servicios que ofrece el internet suponen un desarrollo notable en la realización de la práctica del principio de publicidad. Asimismo, Jerez, hace una separación interesante entre la publicación en el ámbito formal y la difusión en el ámbito sustantivo.

En Colombia, el principio de publicidad, no solo es recogido para la publicación de normas, sino que se extiende para toda actuación de los poderes e instituciones del Estado, es así que la pagina colombiana, Función Pública, (2015) indica que la Constitución colombiana en el art. 209 enumera los principios directores de la función pública, siendo uno de ellos la publicidad. Asimismo, indica que este principio hace referencia a la divulgación de las acciones y actos emanados por las autoridades a fin de que se conozcan las decisiones adoptadas.

La Corte Constitucional de Colombia hace referencia que la publicidad implica extender actividades efectivas para alcanzar dicho objetivo ya que la seguridad jurídica exige que todos los miembros de la sociedad que

conforman un Estado, conozcan el contenido de las decisiones de sus autoridades (Funcion pública , 2015).

En Argentina, la página web de orientación al ciudadano (Argentina.gob.ar) indica que su constitución avala el principio de publicidad de todos los actos del gobierno. Por su parte (Vallefín, 2017) señala que los actos del gobierno están supeditados a la publicidad a fin de la que población tome conocimiento de las decisiones del Estado.

(Victorero, 2010) en el sistema jurídico argentino, indica que el principio de publicidad, se desprende de una exigencia republicana, de un mandamiento constitucional y normas internacionales sobre derechos humanos que fueron incorporados a su constitución en el año 1994.

En ese mismo sentido, Ecuador, no es ajeno al principio de publicidad, (Gomez & Sevillano, 2014) escriben que este principio establecido en la constitución ecuatoriana, norma el accionar de los funcionarios del Estado, siendo necesaria su aplicación como garantía de derechos de los ciudadanos. Estos autores definen el principio de publicidad, como una actividad destinada a hacer notorio un hecho, una situación jurídica o una relación jurídica.

En nuestro país Perú, la constitución del año 1979, en su artículo 87 recogía el principio de publicidad como un principio inequívoco. Al respecto (Paniagua, 1987) escribió que todas las constituciones que ha tenido el Perú, regularon la forma de publicación de las leyes consagrando en primer término un principio inequívoco: el principio de publicidad es fundamental para la existencia de las normas del Estado, distinguiendo claramente entre publicidad como concepto general, la publicación y la difusión de normas.

En la Constitución Política del Perú (CPP) vigente (1993), este principio es recogido en el art. 51. Al respecto, el (Ministerio de Justicia, 2018) a través de una opinión consultiva, indico que, de conformidad con la CPP,

la publicidad de una norma, es fundamental para la entrada en vigencia de una ley, cualquiera sea su denominación; entendiendo el concepto de publicidad, como aquello que tiene naturaleza pública y conocida.

En efecto de acuerdo a lo establecido en la carta magna del Estado peruano, las normas legales deben ser publicadas en el diario oficial como requisito esencial. En nuestro país las publicaciones oficiales se hacen en el diario "El Peruano".

El principio de publicidad, ha sido manifestado en diversas legislaciones como un requisito esencial exigido a las manifestaciones del Estado, ya que las actuaciones y disposiciones de los gobiernos democráticos, tienen carácter público y por tanto deben ser conocidos por todos.

En el caso de las normas legales, los diversos sistemas jurídicos revisados, señalan la publicidad; es un requisito primordial para la existencia y exigencia del cumplimiento de una norma legal, ya que no sería justicia exigir cumplimiento de algo que se desconoce, por no haber sido difundida de forma correcta.

Nuestra constitución, en el art. 51, indica de forma clara que la publicación es fundamental para la existencia de una norma. En el art. 109 del citado cuerpo legal, establece que la Ley es obligatoria al día siguiente de publicada en el diario oficial, salvo disposición contraria establecida en la misma norma, lo es conocido como vacatio legis.

En ese mismo contexto el art. 200 inc. 4 de nuestra carta fundamental, señala que, la acción de inconstitucionalidad procede contra normas con rango legal, como los decretos legislativos, decretos de urgencia, tratados, reglamentos del congreso, ordenanzas regionales y ordenanzas municipales. En efecto, las normas señaladas anteriormente, deben ser publicadas en el diario oficial, por cuanto es una exigencia.

El (Tribunal Constitucional, 2021), ha establecido en jurisprudencia, que la publicidad de las normas con rango legal, tiene como objetivo la difusión de su contenido, de tal manera que todos tengan el conocimiento de estas normas, y puedan ser obligatorias.

Como se puede notar, el TC ha establecido que la publicación de las normas y las normas con rango legal, tienen por objeto la difusión, de esta manera dicho cuerpo normativo sea conocido por todos los llamados a obedecerla. Así pues, de conformidad con el art. 200 de la CPP, se puede identificar las normas que tienen rango legal, entre ellas, las ordenanzas ediles, que obviamente se sujetan al principio de publicidad conforme demanda la constitución y que es materia del presente estudio.

(Porras, 2009) señala que las ordenanzas municipales se ocupan de regular la administración de un municipio entre otros servicios a la comunidad.

Así pues, según el art. 44 de la LOM, dispone que estas normas se publican y difunden de la siguiente manera: a. Publicación en El peruano, esto aplica solo para Lima y Callao b. Para el caso de las demás municipalidades, la publicación debe ser en el diario de los avisos y notificaciones jurisdiccionales, en caso se cuente con tal diario, o en otro medio que asegure su publicidad de forma indudable; c. Con carteles impresos fijados en los locales municipales, de los cuales dará fe la autoridad judicial; d. En los portales web oficiales de la entidad en donde existan.

Como se puede notar, la LOM ha establecido diferentes formas de publicidad, a diferencia de las normas legales convencionales emanadas del poder legislativo y ejecutivo, lo que podría suponer que, si se aplica cualquiera de estas formas en la publicidad de las ordenanzas, se estaría cumpliendo con el requisito de publicidad.

En ese aspecto y para dilucidar esta suposición, el TC en la Sentencia n° 714-2021 del Exp. n° 17-2020-PI-TC, ha señalado que para que se perfeccione la publicidad de las ordenanzas municipales estas deben ser publicadas en el diario de notificaciones judiciales jurisdiccional, o en otro medio que garantice su publicidad, adicionalmente a ello, las ordenanzas se deben subir en el portal electrónico de la entidad cumpliendo tres exigencias: 1. Exista un link (dirección electrónica) de la página web inicial de la Entidad pública. 2. Anuncio notorio con fácil acceso para los ciudadanos, el cual permita que los ciudadanos puedan informarse. 3. La página o portal web precise clara y notoriamente la fecha de publicación de la ordenanza municipal. Teniendo en cuenta estas exigencias se habrá cumplido con el requisito de publicidad.

De eso desprende que, el incumplimiento de los lineamientos de publicidad, expresados por el TC, podrían acarrear que las ordenanzas municipales que carecen de publicación o difusión no surtan efectos y consecuentemente, sean declaradas inconstitucionales a través de un proceso de inconstitucionalidad.

Respecto de esto último, (Quiroga, 2000) dice que una norma que posee una reserva especial de ley, como una ordenanza, forma única de someterla a control constitucional, es a través de la Acción de Inconstitucionalidad.

En efecto, se cuenta con mucha jurisprudencia de casos resueltos por el TC, donde ordenanzas municipales, han sido declaradas inconstitucionales por no realizar una adecuada publicidad. Es preciso señalar que el último párrafo del art. 44 de la LOM, dice que no surte efecto la norma local que no cumpla con publicación y difusión.

En esa misma línea de ideas, (Mállap, 2013), comenta que en el sistema jurídico municipal la publicación de las ordenanzas municipales es obligatoria, por lo que omitir esta obligación acarrea que dicha norma no surta efecto ni vigencia alguna.

Como se ha analizado, podemos establecer que, una ordenanza tiene rango de ley, se somete al principio de publicidad el mismo que radica y obliga a las entidades municipales a la publicación y difusión a través del diario encargado de las notificaciones judiciales (periódico) y el portal electrónico con la observación de los criterios de difusión para el portal web de la entidad, establecidos por el TC.

Sin embargo, durante los últimos años han salido publicaciones diversas, donde autores han cuestionado el método tradicional de publicación y difusión (periódico), ya que, para ellos, esto no garantiza una adecuada publicidad, misma que se origina por el avance y crecimiento tecnológico, resaltando para ello, la importancia de los medios digitales para asegurar una adecuada publicidad. Asimismo, los portales web de las entidades estatales, no cumplen con las exigencias de publicidad adecuadas y establecidas por el TC.

Aunado a ello, las entidades municipales, no vienen publicando sus normas municipales en el portal electrónico con las exigencias establecidas por el TC, lo que genera una mala publicidad.

(La Ley , 2015) señala que las municipalidades no están cumpliendo con este principio, lo que está generando desconocimiento, error y confusión en los ciudadanos, ya que la norma municipal no ha sido debidamente publicada, acarreando desconfianza y transgresión a la seguridad jurídica. (Herranz & Calaza, 2005) y (Tiza & Palomino, 2019) resaltaron los medios digitales como una vía importante para una mejor difusión de las normas municipales, en esta época de abundante tecnología.

En ese mismo sentido, se puede decir que el avance y crecimiento tecnológico en la actualidad, abre puertas y fronteras de la información a través de medios digitales; mediante dispositivos móviles, reduciendo en ese sentido, el interés de las personas a la lectura en medios impresos

tradicionales como los periódicos, generando una crisis que hace peligrar su continuidad.

(Solís, 2016) formula que, lo que manda, es el lector que cada día es más digitalizado, por lo que habrá que ir donde está el lector. Agrega que la tecnología afianza la libertad de informar, potenciando el derecho a leer, permite un mejor y veloz acercamiento a la información.

(Benaissa, 2019) dice que el lugar del nuevo modelo de cultura digital de este milenio, ha puesto a la prensa escrita en una encrucijada o se abandona o resucita renovada. Agregando que los factores de esta crisis, resultan ser la prensa digital, agregadores de noticias, redes sociales entre otros que la gente prefiere.

En ese mismo contexto (Santander, 2019) dice que, con la entrada del internet para acceder a información, genera rumores sobre la desaparición de los medios impresos. Es una realidad que los periódicos impresos están desapareciendo, ya que están migrando a plataformas digitales.

(Romero & Rivera, 2019) dicen que la comunicación como disciplina ha sufrido cambios importantes, hemos cambiado el papel periódico por medios digitales y consumo de programación por internet, facilitando procesos y con ello la vida misma.

(De Freitas, 2022) dice que, ante la llegada de nuevas tecnologías, los medios tradicionales (periódicos) tienen que reinventarse. Esto no significa que desaparezca, pero si adecuarse a los medios digitales.

En tal sentido, (Natanson, 2014) declara que la crisis de los medios tradicionales, es la digitalización, dada por la extensión de conexiones de wifi, proliferación de teléfonos inteligentes, tablets y las redes sociales que funcionan como plataformas de entretenimiento y acceso a información.

(Godoy & Eduardo, 2022) respecto de los medios digitales, refieren que existe un sistema interconectado de medios sociales, aplicativos, motores de búsqueda y una gama de herramientas capaz de personalizar contenidos y anticipar comportamientos. Agrega que su notoriedad pública, obliga a los medios periodísticos a considerarlas con especial atención.

Es en ese orden de ideas, el avance tecnológico, permite ahora que cualquier tipo de información esté al alcance de los usuarios, por lo que el uso de medios digitales para la publicidad de normas municipales, se asoma como una forma accesoria que garantiza una difusión más accesible para los ciudadanos.

En el ámbito institucional privado y público, el uso de medios digitales viene dando resultados acertados, ya que este no solo llega a más personas, sino que, es más económico que los medios tradicionales.

(El Peruano, 2022) escribe que las actividades en general de la Presidencia del Consejo de Ministros, se transforman en contenido de interés público, para difusión en redes sociales de uso masivo con el fin de que el mensaje llegue al mayor alcance posible a través de medios digitales.

En esa misma línea, el (CEPAL, 2022) señala que, la tecnología y la digitalización; ha crecido y su uso se ha extendido a nivel globalizado, por lo que la conectividad integra a todo el mundo, gracias al masivo uso de teléfonos inteligentes y como consecuencia trae el acceso a la información, redes sociales, entretenimiento audiovisual, etc.

La página web peruana, (Gobierno Digital, 2021) dice que las instituciones del Estado y sector corporativo en general, tienen la necesidad de transformación para adaptarse a la era digital, señalando que uno de los beneficios es la transparencia, permitiendo a los ciudadanos un empoderamiento.

Los medios digitales son definidos como aquellos donde existe creación e intercambio visual a través de revistas digitales, páginas web, redes sociales, blogs etc., donde hay reciprocidad de información pudiendo acceder a una gran cantidad de noticias en un mismo lugar. (El Mundo Financiero, 2021).

En 2014 los clientes de internet en América Latina y el Caribe; se duplicaron alcanzando el 51% de la población, hoy existen más de 700 millones de usuarios conectados a telefonía móvil. Esta nueva era tecnológica que impactó al mundo, ha llegado a los gobiernos quienes han tenido que incorporar el uso de TIC´s en la gestión pública. (Tecnológico de Costa Rica, 2016).

(El Peruano, 2022) publica datos proporcionados por COMSCORE, en los que, respecto a las publicaciones latinoamericanas efectuadas en las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter en el 2021, los posteos originaron 29,800 millones de actividad en dichas plataformas, lo que es equivalente a 81 millones diarias en 2021.

La comunicación digital se ha convertido en vital, tanto para las personas como para las empresas. Los usuarios han descubierto la forma de estar conectados con todo el planeta, ya sea para temas familiares, amicales, acceder a noticia y sucesos, comprar online, etc. (ISP Grup, 2022).

(Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2021) durante el último trimestre del 2020 en Perú, el acceso a internet fue de 88,7% de la población usuaria, un 11% diferencial del trimestre equivalente al 2019.

(Branch.com, 2021), nos informa interesantes datos sobre la digitalización en el Perú entre el año 2020 y el año 2021, señalando que, respecto a la población peruana, está es comprendida en 33.17 millones de habitantes, los cuales el 78% habitan zonas urbanizadas, indica que existen 36.14 millones de dispositivos tales como celulares, tablet y laptops, lo que es

un equivalente al 109 % superando a la población total. Agrega que existen 19,90 millones de usuarios de internet y están activos en redes sociales 27 millones de peruanos lo que significa el 81.4 % de la población, por lo que afirman que la mayoría de personas poseen un perfil de red social.

Según (Yiminshum.com, 2022) dice que, en el presente año 2022, en el Perú, del total de 33,52 millones de habitantes, 78.7% residen en zonas urbanizadas; hay un total de 38.4 millones de conexiones móviles, lo que es igual al 114,6 % de la población, los consumidores de internet son de 21,89 millones, que representa un 65,3 % y los usuarios de redes sociales alcanzaron los 28,1 millones que es equivalente a un 83,8 %, datos que son similares a los de Branch.

En el ámbito empresarial, el avance tecnológico es usado como una herramienta importante, que impulsa la publicidad de productos y servicios a través del internet y los medios digitales.

(Barrio, 2017) señala que el avance del mundo digital en todas sus formas, influye en la toma de decisiones y tiene al canal digital como finalizador de la transacción comercial y el internet como herramienta para buscar información.

Por su parte (Arellano & Peralta, 2018) dicen que, el acceso a las tecnologías es importante para que la sociedad aproveche plenamente nuevas oportunidades como búsqueda de empleo, salud, gobernanza y bienestar social. En ese aspecto, las redes sociales son importantes porque se perfilan como grandes herramientas para la difusión de diversos contenidos.

Asimismo, (Sanchez & Pinochet, 2017) señalan que la comunicación a través de redes sociales como Facebook, LinkedIn, etc., se ha transformado en uno de los principales medios para estar conectados, generando muchas expectativas, ya que se considera que este tipo de

medios, tienen un gran potencial para dar apoyo en diferentes funciones de una organización.

Por su parte (Sellés, 2016) dice que el mundo empresarial no es ajeno al fenómeno tecnológico ya que cada vez más empresas hacen uso de las TIC's como redes sociales, permitiendo expandir sus actividades con el fin de llegar a más personas.

(Euroinnova, 2022) refieren en una publicación, que la importancia de los medios digitales en la comunicación, es que podemos compartir información de todo tipo y buscar sobre cuestiones diversas, permite acceder a todos a información reciente en cualquier momento, las redes sociales permiten compartir información, audiovisuales, texto de forma económica.

(Oirdobro, 2016) dice que las redes sociales representan un medio de publicidad accesible para todos, por lo que la inversión en publicidad en estos medios para promocionar sus productos es casi nula a comparación de si invirtiera en medios tradicionales.

(Behaine & Ramos, 2022) señalan que la comunicación junto a la evolución tecnológica, con la que las redes sociales; han revolucionado la forma de comunicaciones entre las personas, ya que se han transformado en una herramienta indispensable para la divulgación de información en tiempo real.

Respecto de los medios digitales (Godoy & Eduardo, 2022) refieren que existe un sistema interconectado de medios sociales, aplicativos, motores de búsqueda y una gama de herramientas capaz de personalizar contenidos y anticipar comportamientos. Agrega que su notoriedad pública, obliga a los medios periodísticos a considerarlas con especial atención.

Como se puede apreciar, el uso de internet, específicamente plataformas digitales y de redes sociales tanto en Latinoamérica, como en el Perú, viene en constante crecimiento, lo cual permite tener a estos medios como una herramienta importante, eficiente y eficaz, al momento de la transmisión de cualquier información, como por ejemplo la publicación y difusión de normas ediles, ya que hoy la mayoría de personas cuenta con dispositivos al alcance de las manos.

Al respecto, (Sanchez I. , 2019) dice que no se debe ignorar que hoy en día la mayoría de personas tiene un teléfono inteligente y son usuarios de alguna red social. Esto sin duda es una gran ventaja que debe ser aprovechada por las Entidades Municipales para la difusión de cualquier tipo de disposición entre ellas las ordenanzas.

(García, 2008) habla de establecer la publicación y publicidad a través de internet como estándar para la vigencia y exigibilidad de las normas. Agrega que, la definición de publicidad el mismo que otorga como público determinados actos; a diferencia de la publicación que resultan ser los medios empleados para publicar.

En efecto, este autor resalta; que como regla general los actos de gobierno son públicos, pero la publicación es el medio empleado para que estos se hagan públicos, sin embargo, no siempre la publicación asegura una correcta difusión, lo que resulta ser un concepto diferente.

(Prieto, 2019) señala que la publicidad normativa es una certeza de derecho para los ciudadanos y los poderes públicos, el estado debe hacer una correcta publicación, empleándose para ello las nuevas tecnologías de las comunicaciones. Este autor, resalta que, una correcta publicación significa emplear medios adecuados, resaltando las nuevas tecnologías como medios de difusión eficientes.

(Owen, 2017) escribe que los nuevos medios (medios digitales) tiene un amplio alcance para ser usados por el gobierno democrático y las prácticas políticas. Estos medios han cambiado las instituciones

gubernamentales, transformando el sistema de medios políticos y redefinido el papel de los periodistas.

En efecto, se puede colegir que, con el avance tecnológico, los medios digitales en la actualidad son de lejos, alternativas que pueden ser usadas para garantizar una mejor difusión que funcionaria de forma accesoria a las formas de publicidad que están ya definidas en nuestra legislación.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

El trabajo realizado, ha sido desarrollado bajo un enfoque cualitativo.

Portilla et al. (2014), señalan que la corriente globalizante demanda cambios acelerados enfrentando a los investigadores a la búsqueda de nuevos modelos o paradigmas que posibiliten la comprensión de las relaciones, conceptos e imaginarios del hombre.

(Salazar, 2020), dice que la característica principal de este tipo de investigación es la observación de acontecimientos, acciones, normas, valores y otras situaciones desde la visión de la gente en estudio.

Tipo de investigación:

El tipo de investigación efectuada recae en un estudio básico.

Respecto a este tipo de investigación (CONCYTEC, 2018), dice que está orientada a obtener un conocimiento más profundo y amplio a través del entendimiento de aspectos esenciales de los fenómenos, hechos en observación o las relaciones que entablan las entidades.

Asimismo, (Fernandez & Baptista, 2014), señalan que la investigación básica cumple el propósito de producir nuevos conocimientos y Teorías.

(Arias & Mitsuo, 2021) Esta investigación también conocida como investigación pura, no resuelve ningún problema de inmediato; si no que sirve de conocimiento para otras investigaciones. Se pueden plantear tesis con alcances exploratorios, descriptivos o hasta correlaciones.

Diseño de la investigación:

Respecto al diseño, recae en una de diseño bibliográfico, fenomenológico y descriptivo.

(Martinez, 2012) dice que realizar un diseño de investigación, es un eslabón primordial para producir un producto de investigación basada en ciencia. Siendo en esencia el razonamiento respecto de los procedimientos metodológicos a usar para producir un conocimiento nuevo.

El diseño bibliográfico consiste en recopilar información preexistente ubicada en textos y estudios realizados con anterioridad. Compone una etapa importante en un trabajo de investigación y debe garantizar la obtención de información importante para el estudio. Gómez et. al (2014)

El diseño fenomenológico estudia los fenómenos sociales desde la visión de los actores sociales (Escudero & Cortez, 2017)

(Vargas, 2011) El diseño descriptivo consiste en dar cuenta de forma cualitativa algún aspecto de la realidad de forma detallada y mayor profundidad.

3.2. Categorías, Subcategorías y Matriz de Categorización

Ámbito temático: Principio publicidad

Este, principio es definido como la obligación del Estado a través de sus niveles de gobierno a publicar sus disposiciones (leyes, decretos, ordenanzas, normas en general) en el diario oficial o en medio de difusión que asegure su publicidad de manera indubitable; con el fin de que los llamados a cumplir tal disposición (los gobernados), tengan pleno conocimiento de la existencia de dichas normas.

(Jerez, 2005) dice que la publicación de las normas en el diario oficial del Estado, es un presupuesto de eficacia jurídica, sin el cual no entrarán en vigor”. (p. 766).

Podemos entender entonces que el principio de publicidad obliga a las municipalidades a publicar sus ordenanzas en los medios establecidos para tal fin, expresados en el art. 44 de la LOM.

Este, principio, conlleva, desde el ámbito formal, a que las normas jurídicas municipales, sean publicadas en el diario encargado de las notificaciones y desde el ámbito sustantivo conlleva a que se realice la difusión en medios adicionales que aseguren de manera indubitable su publicidad.

Problema de investigación:

Dado el avance de la tecnología, los medios de publicidad impresos, no tienen el alcance de difusión adecuado, lo que resulta un problema para las Municipalidades al momento de cumplir con la publicidad de las normas emitidas de su competencia. Adicionado a ello, la publicación y la difusión de las ordenanzas municipales en los portales web oficiales, no se realiza cumpliendo los requisitos establecidos por el Tribunal Constitucional. En ese sentido al no garantizarse una adecuada publicidad, esta no sería de conocimiento pleno de la población, por lo que resulta necesario analizar la importancia que adquieren en la actualidad los medios digitales, en la publicación de las ordenanzas municipales.

Pregunta general: ¿Cuál es la importancia que adquieren en la actualidad los medios digitales, en la publicación de las ordenanzas municipales ante el avance tecnológico?

Preguntas específicas:

- ¿Cuáles son los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población?
- ¿Cuál es el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata?
- ¿Cuál es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC?

Objetivo general: determinar la importancia de los medios digitales para la publicación y difusión de ordenanzas municipales en las municipalidades de Sullana y Torata, frente al avance tecnológico.

Objetivos específicos:

- Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población.
- Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata.
- Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Categorías de estudio:

Categoría 1: Medios Digitales

Subcategorías: Redes sociales, Página Web Oficial.

Categoría 2: Publicidad de las Ordenanzas Municipales

Subcategorías: Publicación, Difusión.

3.3. Escenario de Estudio

Como escenario de estudio, hemos tenido a la Municipalidad Provincial de Sullana y la Municipalidad Distrital de Torata.

3.4. Participantes

La investigación realizada ha tenido como participantes, Investigadores: 1 asesor de tesis, 2 Investigadores.

Entrevistados: 3 funcionarios o colaboradores asignados entrevistados de la Municipalidad Provincial de Sullana, 3 funcionarios o colaboradores asignados entrevistados de la Municipalidad Distrital de Torata en Moquegua.

Focus Group: 4 profesionales en Ciencias de la Comunicación que laboran en una entidad del estado.

La primera participante, es una Comunicadora Social, con licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional de Piura, actualmente se desempeña con el cargo de Jefe de Oficina, administra el fan page institucional de Facebook de la Universidad Nacional de Frontera, asimismo trabajó en la MPS como Asistente de Imagen Institucional. El segundo participante, es un Comunicador Social con licenciatura en Ciencias de la Comunicación egresado de la Universidad Nacional de Piura, el cual es director de una fan page de Noticias en la provincia de Sullana denominado Del Chira Noticias, asimismo fue Subgerente de Imagen Institucional de la Municipalidad Provincial de Sullana, en la actualidad se desempeña como redactor de notas para el fan page de la Universidad Nacional de Frontera. La

tercera participante es una comunicadora social con licenciatura en ciencias de la comunicación egresada de la Universidad de Piura, se desempeña como Comunicadora de Imagen de la Universidad Nacional de Frontera, en el cargo de Monitoreo y Optimización de Redes Sociales de la Entidad. El cuarto y último participante es bachiller en ciencias de la comunicación egresado de la Universidad Alas Peruanas, se desempeña como diseñador gráfico y Community Manager del fan page de la Universidad Nacional de Frontera.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

A efectos de recolectar datos hemos utilizado la entrevista, la observación y el focus group.

La entrevista: Díaz et al. (2013), dicen que es una técnica muy útil en una investigación con enfoque cualitativo para recolectar datos, basada en un dialogo que persigue un objetivo. Se ha sustentado muchas veces que esta técnica es más útil que un cuestionario ya que aclara más el panorama a investigar por su intensidad.

La observación: (Díaz, 2011) dice que esta técnica consiste en observar el fenómeno, hecho o caso, recolectar y registrar la información y analizarla.

Focus Group: (Cabiria, 2012) señala que este tipo de método de recolección de datos se usa principalmente en el campo de las ciencias sociales, en investigaciones de tipo cualitativo.

Al respecto (Escobar & Bonilla, 2012) agregan que los focus group, son una técnica que se realiza mediante una entrevista grupal semiestructurada sobre un tema específico

3.6. Procedimiento

Se procedió a realizar las entrevistas a los funcionarios y servidores participantes de las municipalidades en estudio, aplicando las fichas de

entrevista validadas por los profesionales expertos, que contienen preguntas estructuradas que recogen cada una de las categorías de estudio, con las que se ha podido determinar el objetivo de la investigación.

Asimismo, se procedió a realizar la entrevista al grupo focal, integrado por profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación, donde se pudo recoger opiniones e ideas que refuerzan el objetivo de estudio. Asimismo, mediante la observación, se ha procedido a recoger información directamente del escenario de estudio, que ayudan a fundamentar y sustentar, el objetivo de la presente investigación.

3.7. Rigor científico

Para la presente investigación, se ha utilizado fichas de entrevista, validadas por profesionales expertos, en las que señalan que cada una de las interrogantes planteadas, recogen y capturan las categorías de estudio, asimismo conllevan a descifrar y llegar a conclusiones referentes al objeto de la investigación.

3.8. Método de análisis de datos

La recolección de datos fue a través de la entrevista, misma que fue plasmada y transcrita.

De los datos proporcionados por los entrevistados y recogidas mediante la observación, se procedió a sistematizar y comparar las respuesta y datos importantes de acuerdo a las categorías, extrayendo de estas, ideas y conclusiones respecto de la temática en estudio.

3.9. Aspectos éticos

En la presente investigación se ha realizado, bajo parámetros de respeto de los derechos de autor, así como respeto de la identidad de las personas entrevistadas, solicitando a cada una de ellas autorización respectiva para publicación de resultados.

IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De las entrevistas realizadas a los funcionarios, servidores y demás profesionales, se recogieron los siguientes resultados:

Objetivo específico 01: Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población.

Entrevistados: Subgerente de Imagen Institucional o personal designado del área de la Municipalidad Provincial de Sullana (MPS) y la Municipalidad Distrital de Torata (MDT)

1. ¿Conoce y manipula de forma regular, medios digitales para difusión de actividades y disposiciones de la municipalidad?

Tabla 01

Objetivo 01	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Si, conozco y manipulamos de forma regular	Si, conozco y manipulo de forma regular
Interpretación	Los entrevistados conocen y manipulan medios digitales en el ejercicio de sus funciones.	

2. ¿Explique qué tipo de medios digitales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades y disposiciones frente a la población?

Tabla 02

Objetivo 01	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Usamos redes sociales y plataformas audiovisuales, Portal web, la red social Facebook por ejemplo	Utilizamos redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, la página web de la entidad en la cual se publica las actividades y disposiciones de la entidad –

	se usa desde hace dos gestiones, o sea 12 años atrás, las demás redes (Instagram y Tik Tok) sociales se empezaron utilizar desde esta gestión (2019-2022)	(Municipalidad Distrital de Torata – Moquegua).
Interpretación	Las entidades estudiadas, usan redes sociales, portales web y plataformas audiovisuales	

3. ¿La Municipalidad utiliza redes sociales para difusión de sus actividades y disposiciones? Fundamente su respuesta.

Tabla 03

Objetivo 01	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Si, utiliza redes sociales y pagina web, en las redes sociales publicamos actividades diarias, notas de prensa y difundimos las disposiciones de la entidad, la página web es para acceso y transparencia.	Si se utiliza, frecuentemente redes sociales y mediante el portal web, medio por el cual se publica las ordenanzas y diversas actividades de la Municipalidad Distrital de Torata – Moquegua.
Interpretación	Las Municipalidades sí usan redes sociales	

4. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades?

Tabla 04

Objetivo 01	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Facebook se utiliza desde hace dos	Se utiliza Facebook, Twitter y YouTube.

	gestiones atrás o sea 12 años atrás, las demás redes sociales que usa la Municipalidad son Instagram y Tik Tok las cuales se empezaron a utilizar desde esta gestión (2019-2022)	
Interpretación	Las Entidades Municipales usan redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok. En el caso de Torata utiliza Facebook y Twitter, pero no Instagram ni Tik Tok. En ambas Entidades se señala que utilizan YouTube como plataforma audiovisual.	

5. ¿Detalle qué medios digitales, usa la entidad para publicar ordenanzas municipales?

Tabla 05

Objetivo 01	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Para lo que son ordenanzas municipales solo se utiliza la página web oficial	Solo se utiliza la página web de la entidad Municipalidad Distrital de Torata la cual se encuentra en Google.
Interpretación	En ambas entidades se señala que se utiliza solo la página web para la publicación de las ordenanzas.	

Objetivo específico 02: Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata.

Entrevistados: Subgerente de Imagen Institucional o personal designado del área específica de la Municipalidad Provincial de Sullana (MPS) y la

Municipalidad Distrital de Torata (MDT)

1. ¿Detalle usted cual es el medio digital de mayor alcance de difusión con el que cuenta la entidad?

Tabla 06

Objetivo 02	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	En este caso, el medio digital de mayor son las redes sociales en específico el Facebook	Las redes sociales como Facebook y la página web de la entidad - Municipalidad Distrital de Torata.
Interpretación	En ambas municipalidades señalan como medio de mayor alcance la red social Facebook, en Torata incluyen al portal Web de la Entidad.	

2. ¿Explique, por qué considera que este medio es el de mayor alcance de difusión?

Tabla 07

Objetivo 02	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Porque de las redes sociales que utiliza la entidad, este es el que cuenta con la mayor cantidad de seguidores en un aproximado de 70,000 seguidores	Facebook, porque tiene un mayor acercamiento a la población y brinda una mejor difusión ya que vivimos en un mundo globalizado; tenemos 10 mil seguidores por esta red social.
Interpretación	Ambas Entidades municipales consideran al Facebook como la plataforma de mayor alcance por el número de seguidores con las que cuentan. En Torata resaltan el acercamiento de la red social Facebook con las personas.	

3. ¿De las redes sociales, cual es la que se utiliza con más regularidad?

Tabla 08

Objetivo 02	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Se utiliza el Facebook, porque se hace entre 5 a 6 publicaciones diarias.	Se utiliza con mayor frecuencia Facebook, la página tiene 10 mil seguidores
Interpretación	En ambas Entidades, se señala que la red social de mayor uso es el Facebook, ya que hacen varias publicaciones en el día	

4. ¿Por qué, considera usted que, este medio digital, resulta ser importante para garantizar una correcta difusión de las actividades y disposiciones de la entidad?

Tabla 09

Objetivo 02	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Porque tiene mayor alcance y la mayoría del público objetivo cuenta con esta red social por ser la de mayor uso.	Porque es una plataforma con mayor acceso por parte de nuestros usuarios, y mediante esta plataforma se transmite las actividades de la municipalidad. Diariamente se realiza de 4 a 5 publicaciones
Interpretación	En ambas Entidades consideran que la red social Facebook tiene mayor alcance, es de mayor uso y acceso por parte de la población	

5. ¿Detalle usted, si considera que la publicación de ordenanzas municipales a través de medios digitales como las redes sociales, ayudaría a garantizar una mejor difusión?

Tabla 10

Objetivo 02	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Publicar las ordenanzas en las redes sociales ayudaría en la difusión por el alcance que tienen estos medios digitales, garantizando que llegue a más personas de la jurisdicción. Podría ser a través de la publicación de un extracto con el link del portal web donde se encuentra publicada la ordenanza.	Si, ayudaría para que los ciudadanos tengan un mejor acceso a las disposiciones legales de la entidad.
Interpretación	En ambas entidades consideran que el uso de redes sociales para la publicación de ordenanzas municipales ayudaría en la difusión, de esta manera se garantiza que llegue a más personas y estas tengan acceso y conocimiento de su existencia.	

6. ¿Por qué cree usted que los medios digitales de difusión resultan necesarios e importantes para garantizar una mejor difusión de las normas de la entidad?

Tabla 11

Objetivo 02	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Las Entidades del Estado deben innovar de acuerdo a las necesidades e intereses del público objetivo, dado el avance	Porque permite una mejor interacción con el público ya que producto de la pandemia, las redes sociales, el internet han sido necesario utilizar los medios digitales.

	tecnológico aunado a la pandemia, los servicios e información se han digitalizado para llegar de forma más rápida y eficiente a la población, por lo que es importante que se difundan también las disposiciones de la entidad en medios digitales.	
Interpretación	En ambas Entidades municipales consideran que la digitalización que fue apresurada por la pandemia, ha generado la necesidad de usar medios digitales, lo que es usado para llegar de forma rápida y eficiente de forma directa a más personas, esta característica resalta la importancia en el uso de estos medios para difundir las normas municipales.	

7. ¿Considera usted que el procedimiento para acceder a las redes sociales de la entidad, es fácil y conocido?

Tabla 12

Objetivo 02	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Claro que sí, por ejemplo, los celulares tienen aplicaciones específicas para cada una de las redes sociales, con un clic puedes acceder a ellas y consecuentemente a la información que	Porque en la actualidad es muy accesible la plataforma Facebook, esta red social es accesible para todos los ciudadanos, mediante un equipo móvil, que hoy en día la mayoría de las personas tienen este equipo, es fácil y conocido porque se busca con el nombre

	deseas verificar o fan page de la Entidad en el caso del Facebook.	de la entidad Municipalidad Distrital de Torata y es una página fácil y accesible de usar.
Interpretación	En ambas Entidades Municipales consideran que el acceso a sus redes sociales es fácil y amigable	

Objetivo específico 03: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del Tribunal Constitucional.

Entrevistado: Secretario General de la Municipalidad Provincial de Sullana (MPS) y la Municipalidad Distrital de Torata (MDT)

1. ¿Detalle usted cuantas ordenanzas municipales emitió el concejo municipal el año 2021?

Tabla 13

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	El concejo municipal emitió 25 ordenanzas municipales.	El concejo municipal en el año 2021 emitió 07 ordenanzas municipales.
Interpretación	En la Municipalidad Provincial de Sullana se emitieron 25 ordenanzas lo cual es superior a su par de la Municipalidad Distrital de Torata que solo emitió 07 ordenanzas municipales	

2. ¿Cuál es el diario o periódico impreso en el que se realiza la publicación de las ordenanzas municipales emitidas por el concejo municipal?

Tabla 14

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Es el diario "La República"	No existe un diario o periódico, porque es una municipalidad

		rural, pero cuando se trata de una deuda tributaria, se envía a la municipalidad provincial para su publicación en el diario o periódico.
Interpretación	La MPS publicó las Ordenanzas Municipales en el diario La República, el cual es un diario muy conocido a nivel nacional y que en la jurisdicción de la Corte Superior de Justicia de Sullana es el diario encargado de las notificaciones judiciales. Para el caso de Torata, señalan que no existe un diario ya que es una municipalidad rural, sin embargo, manifiestan que cuando son temas tributarios si ordenan su publicación en un diario.	

3. ¿Aparte de la publicación en el diario o periódico, donde más se publican las ordenanzas municipales?

Tabla 15

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	En la página web de la Municipalidad conforme a lo establecido en la Ley Orgánica de Municipalidades	Las ordenanzas municipales son publicadas en el portal web de la institución el cual en www.munitorata.gob.pe
Interpretación	En ambos casos, los entrevistados han señalado que el único medio digital que utilizan para publicar las ordenanzas municipales son los portales web institucionales.	

4. ¿Cree usted que la forma de publicación de ordenanzas municipales empleada por la entidad, garantiza una adecuada difusión de las ordenanzas municipales o se necesita implementar medios adicionales de publicidad? Fundamente su respuesta.

Tabla 16

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	El medio de publicación y difusión está establecido en la Ley, me parece que solo eso bastaría.	No es necesario, porque ya existe un portal web que es fácil y accesible de utilizar donde todos los ciudadanos pueden ingresar.
Interpretación	En ambas entidades, señalan que con el cumplimiento de la publicación conforme a lo prescrito en la norma se asegura la difusión.	

5. ¿Cree usted que los medios digitales como las redes sociales son una herramienta importante que ayudarían a garantizar una mejor difusión de ordenanzas municipales? Fundamente su respuesta.

Tabla 17

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Claro que sí, por el alcance de difusión que tienen, sin embargo, debe realizarse de forma accesoria a las establecidas por Ley.	Si, es una herramienta útil ya que, desde la pandemia, el medio de comunicación fueron las redes sociales, plataformas y respecto a la publicación de ordenanzas, fueron publicadas mediante el portal web institucional.
Interpretación	En ambos casos, los entrevistados señalan que las redes sociales si ayudarían a garantizar una mejor difusión de las ordenanzas municipales.	

Entrevistado: Subgerente de Tecnologías de la Información y Comunicación o personal designado del área específica de la Municipalidad Provincial de Sullana

(MPS) y la Municipalidad Distrital de Torata (MDT).

6. ¿Detalle usted si cuentan con una página web donde publican las ordenanzas emitidas por la entidad?

Tabla 18

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Si contamos con un portal web institucional	Si, la entidad cuenta con la página web que es www.munitorata.gob.pe .
Interpretación	En ambas entidades cuentan con una dirección electrónica o link de su portal web.	

7. ¿Cuántas ordenanzas municipales se publicaron en el portal web de la entidad en el año 2021?

Tabla 19

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Visto la sección de normas emitidas, se han publicado 25 ordenanzas municipales	De los últimos 4 años son 24 ordenanzas municipales publicadas y del año 2021 son 7 ordenanzas municipales publicadas.
Interpretación	En la MPS en el portal web en el año 2021 se han publicado 25 Ordenanzas, en el caso de Torata el año 2021 se han publicado 7 ordenanzas.	

8. ¿explique usted, cual es el procedimiento para poder acceder a la página web en la sección normativa?

Tabla 20

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Como primer paso, se	Buscar en el navegador

	<p>debe ingresar desde una PC o dispositivo móvil, celular u otro medio tecnológico en un buscador como por ejemplo Google, segundo paso, escribimos el link siguiente: www.munisullana.gob.pe si no lo sabemos podemos escribir municipalidad provincial de Sullana y en resultados de búsqueda va aparecer el portal oficial, hacemos clic e ingresamos al portal oficial, tercer paso, ubicamos la sección de normas que se encuentra en la parte superior de la página y hacemos clic en ordenanzas municipales, donde aparecerán la publicación de las ordenanzas municipales desde el año 2022 hacia los años ya pasados.</p>	<p>Google, se busca municipalidad de Torata y es la primera opción que aparece la página, la municipalidad no trabaja con sección normativa, sino directiva.</p>
Interpretación	En ambos casos muestra un procedimiento sencillo y fácil.	

9. ¿Considera usted que el diseño de la página web es complicado o didáctico? Fundamente su respuesta.

Tabla 21

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Si, es didáctica, la Municipalidad Provincial de Sullana cuenta con un diseño que es estándar, está en la Plataforma Digital Única del Estado, la cual es de fácil acceso para todos y ha sido diseñada para tal fin.	En el año 2020 nos felicitaron en una reunión vía Google meet visual, donde estaban reunidas varias municipalidades y nos felicitaron por tener la página web ordenada y con un diseño intuitivo y fácil de usar.
Interpretación	En ambos casos, los entrevistados señalan que su portal web es amigable	

10. ¿las ordenanzas publicadas, detallan de forma clara el día y la hora de publicación?

Tabla 22

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
Respuesta	Detallan la fecha de publicación de las ordenanzas, la hora no detallan.	Si, todas las ordenanzas son detalladas con fecha, año y la denominación de la ordenanza, mas no con la hora.
Interpretación	En ambas entidades, señalan que, si se precisa la fecha de publicación, pero no la hora.	

11. ¿Desde su perspectiva, cree usted que la publicación de las ordenanzas en la página web cumple con garantizar la difusión de ordenanzas o resultaría importante usar adicionalmente otros medios digitales de más amplio alcance? Fundamente su respuesta.

Tabla 23

Objetivo 03	Entrevistado 01 MPS	Entrevistado 02 MDT
<p>Respuesta</p>	<p>Si, toda vez que contamos con un link, el portal es de fácil acceso para las personas en la sección de información que deseen buscar y asimismo se está cumpliendo con precisar la fecha de publicación de las normas municipales.</p> <p>Sin embargo, creo que resulta importante usar otros medios de difusión porque la población cada día se innova con medios digitales, por ejemplo, la gente recurre más a la página de Facebook misma que está asociada también al portal web institucional. A través de las redes sociales, el Estado se apertura a la población, las redes sociales como el Facebook tienen más acogida que el portal web ya que este es más</p>	<p>Si cumple con garantizar con lo solicitado de manera transparente y respecto a utilizar otros medios digitales no es necesario porque en el portal web en claro, pero con lo que respecta a medios escritos si sería la publicación puede ser periódico una revista mensual para una mayor difusión.</p>

	<p>estático y las redes sociales permiten interactuar con las personas de forma más directa. Las redes sociales difunden la noticia, producto, actividad o información de forma rápida, accesible y eficaz, en base a esto resulta importante implementar o complementar la difusión de las ordenanzas en las redes sociales dado los beneficios que estos medios poseen.</p>	
<p>Interpretación</p>	<p>En ambos casos, los entrevistados, señalan que cumplen con los criterios de publicación en el portal web. En el caso de la Municipalidad Provincial de Sullana manifiestan que, si es necesario e importante utilizar redes sociales como un medio accesorio de difusión de las ordenanzas, esto por cuanto son amigables y tienen mejor alcance. En el caso de Torata señalan que no sería necesario porque basta con la publicación en el Portal Web, pero reconocen que deben ser publicadas en algún diario o revista como medio adicional.</p>	

Aunado a lo anterior, para reforzar la presente investigación, se procedió a realizar un Focus Group, método de recolección que ha permitido recabar ideas que reafirman la importancia que tiene el uso de medios digitales para difusión de ordenanzas municipales.

En tal sentido, se formuló 11 preguntas a un grupo de 4 profesionales que laboran en el rubro de imagen institucional de una reconocida universidad de Sullana, en una sesión de Focus Group, con el objetivo de recoger ideas sobre la importancia de los medios digitales en la publicidad de las ordenanzas municipales, obteniendo las siguientes respuestas:

A: primer participante

B: segundo participante

C: tercer participante

D: cuarto participante

Tabla 24 Focus Group

<p>1. ¿Desde su perspectiva, creen que el avance tecnológico y los medios digitales son una herramienta que supera de forma amplia los métodos tradicionales de difusión de información como el periódico impreso?</p> <p>A. Si supera, pero no reemplaza, supera en el ámbito de difusión.</p> <p>B. Los medios digitales generan acercamiento, una nueva forma de comunicación rápida efectiva y de impacto evidentemente supera a los medios tradicionales. En el medio tradicional, es el usuario que busca el periódico para informarse, en la mayoría de los medios digitales es la información que busca al usuario a través de sus medios electrónicos.</p> <p>C. En la actualidad comprar un periódico, es comprar una información de día de ayer. Los medios digitales informan con mayor rapidez y tiene mayor alcance</p> <p>D. Definitivamente que la tecnología en la actualidad ha superado a los diarios impresos, pues permite llegar al público de manera inmediata y capta la atención de públicos de diferentes edad, status y geografía.</p>
<p>2. ¿Qué, ventajas y desventajas tienen los medios digitales frente a los métodos de difusión tradicional?</p> <p>A. La ventaja que tienen los medios digitales es:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mayor alcance a la población.• La información llega en el momento.• El costo es nulo.

- Se puede hacer publicidad oficial.
- Hay mayor interacción con el público objetivo.

Como desventajas tenemos:

- La información al ser rápida a veces no es objetiva

B. Como ventajas tenemos:

- Mayor alcance.
- Inmediatez de la información.
- Plataformas económicas.

Como desventajas

- Información fugaz.
- Excluye algunos grupos.
- Propenso a información falsa.

C. Como ventajas tenemos:

- Información inmediata.
- El contenido puede ser texto, imagen, audiovisual.
- Tiene mayor espacio para publicar.
- Tiene mayor alcance.

Como desventajas

- La escritura es ambigua a veces, se descuida la ortografía

D. Como ventajas tenemos

- Inmediatez.
- Variedad.
- Mayor alcance.

Como desventaja tenemos

- Quizás no se realiza muchas veces una investigación a profundidad.
- Aumento del morbo.

3. ¿Creen ustedes que los métodos tradicionales como los diarios impresos garantizan o aseguran una eficiente difusión de información? Fundamente su respuesta.

- A. No, el usuario elige el periódico y no siempre el diario específico, el costo de los diarios es alto, un periódico no asegura que todos lean la información
- B. Los periódicos han venido cumpliendo con su labor de difusión, pero creo que pueden ser potencializados por las plataformas digitales ante el avance tecnológico.
- C. No aseguran una correcta difusión, ya que el público objetivo cada vez disminuye, hoy por hoy se recurre a plataformas como redes sociales para enterarse de las noticias o cualquier información. Por otro lado, las corrientes del cuidado del medio ambiente contribuyen a que cada vez se utilice menos el papel como soporte de la información.
- D. Los medios tradicionales en definitiva han buscado realizar una mayor investigación de la información, se buscaba darle un sentido noticioso al contenido, pero hoy por hoy las plataformas son los medios más recurridos y como consecuencia de ello, los medios escritos como los periódicos ya no cumplen su objetivo.

4. ¿Creen que, en un futuro, los medios de difusión escrita como los periódicos desaparezca en su totalidad motivado por el avance tecnológico en la difusión de información? Fundamente su respuesta.

- A. No va a desaparecer porque existe gente que aun recurre a dichos medios.
- B. Al menos en la siguiente década no van a desaparecer, pero hay una tendencia que cada vez menos gente recurre a ellos para informarse.
- C. Si van a desaparecer, el público esta que pierde interés y para el empresariado ya no es rentable, considerando los nuevos métodos de difusión como los digitales.
- D. Es muy probable que el medio impreso desaparezca con el pasar de los años, inclusive actualmente todos los diarios que en su momento fueron los medios tradicionales se han acondicionado a la tecnología, quizás aún se conserva el medio impreso, porque hay un porcentaje de la población adulta que aún hace uso de los diarios impresos.

5. ¿En el caso de una norma legal emitida por una Municipalidad, la publicación en un diario garantiza su difusión?

- A. No garantiza, ya que no llega a toda la ciudadanía, las ventas son mínimas, por ejemplo, para nosotros no resulta rentable invertir en un medio escrito impreso, porque esa tarea fácilmente la cubre nuestra página oficial de Facebook.
- B. No garantiza, si queremos difundir una información en específico en un solo diario no se podría garantizar que todos la conozcan, en todo caso sería en todos los diarios de la región, ya que la población no solo compra un determinado diario, por lógica la variedad de los diarios genera que la publicación en uno solo de ellos no garantice la total difusión.
- C. No, un solo diario no abastece, porque no todos tienen preferencia por ese diario, concuerdo que tendría que ser en varios.
- D. Definitivo que no, pues las normas legales son publicadas exclusivamente en un diario y compran aquellos que tiene interés, pero el resto queda en desconocimiento.

6. ¿Considerando las ventajas de los medios digitales en la difusión, creen que sería importante que las Entidades municipales las difundan a través de medios virtuales?

- A. Si, por la coyuntura y la época donde más se utiliza medios tecnológicos y las bondades que tienen estos se debe utilizar estos medios de difusión que ya han demostrado que son eficientes en el ámbito de difusión.
- B. Es necesario e importante que se emplee medios digitales ya que estas tienen un mejor alcance de difusión, sin embargo, no se debe descuidar al público que sigue recurriendo a medios tradicionales como los periódicos impresos.
- C. Si, porque estamos en una época que prepondera la digitalización de la información.

D. Si, porque las municipalidades y todas las entidades del estado deben estar a la vanguardia de la tecnología, así llegan a más personas que se conectan a este bum.

7. ¿Para ustedes cual es la red social con mayor alcance de difusión de información?

- A. Facebook, por su antigüedad, la más usada a nivel mundial.
- B. Facebook.
- C. Facebook.
- D. Facebook.

8. ¿Según su criterio, que importancia alcanzan los medios digitales en la difusión de información en la actualidad?

- A. Son sumamente importantes porque forman parte de la vida de las personas, ahora la mayoría de personas recurre a estos medios para informarse, esta circunstancia es aprovechada para la difusión de determinados productos.
- B. Los medios digitales han cobrado gran importancia como la principal fuente de información la cual las personas usuarias recurren inclusive antes que un periódico.
- C. Son importantes como una principal fuente de información y difusión de contenidos.
- D. Son de vital importancia en el sentido que la información llega de forma inmediata al público y a más personas.

9. ¿Recomendarían el uso de redes sociales para la difusión de ordenanzas municipales y por qué? Fundamente su respuesta.

- A. Claro, al ser un derecho estar informado de las normas que emanan nuestras instituciones y siendo un requisito la difusión, se debe utilizar las plataformas digitales de mayor y mejor alcance como las redes sociales como el Facebook.
- B. En efecto, está probado que toda Entidad del Estado cuenta con una red social, en específico todas cuentan por ejemplo con Facebook mismo que no solo debe ser usado para resaltar a la autoridad de turno, sino que debe ser usado para que la población conozca las

disposiciones que emanan de las entidades con competencias legislativas.

- C. Si, porque al ser la difusión una bondad principal de las redes sociales, estas van a permitir que los ciudadanos conozcan mejor sus derechos y obligaciones, ya que la difusión de estas sería masiva y sobre todo interacción en el acto.
- D. Si recomiendo, porque llegaría a más personas.

10. ¿Qué red social recomendarían para la difusión de ordenanzas municipales?

- A. Definitivamente, Facebook.
- B. Facebook por ser más completa.
- C. Facebook.
- D. Facebook

11. ¿Cómo conclusión, ¿son los medios digitales una herramienta importante para difundir las ordenanzas municipales y estas tengan mejor alcance en la población?

- A. En definitiva, son una herramienta que debe ser empleada para difusión de las normas municipales en general, de esta manera se garantice una adecuada difusión por las bondades que estos medios cuentan en esta era tecnológica.
- B. Son importantes, por las ventajas que cuentan los medios digitales para la difusión, de esta manera la ciudadanía pueda conocer las ordenanzas.
- C. Si, son importantes por el efecto expansivo de la información, va a permitir que la mayoría de personas las conozca con solo un clic.
- D. En efecto, los medios digitales son una herramienta importante por la coyuntura que vivimos, donde la mayoría de gente cuenta con dispositivos móviles entre otros y esto permite que la información llegue a más personas con menor costo y eficiencia.

DISCUSIÓN

Partiendo de los resultados de la investigación realizada en las Entidades municipales de Sullana y Torata, podemos determinar que estas cuentan con medios digitales en las que difunden a la ciudadanía y vecinos en general, sus actividades y disposiciones.

La Municipalidad Provincial de Sullana cuenta con plataformas digitales distintas, tales como un portal web (página web oficial) que es administrado por la Subgerencia de Tecnologías de la Información y Comunicación, así como también cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok, adicionalmente tiene una plataforma audiovisual en YouTube, donde transmiten información a través de videos editados. Todas estas plataformas digitales son administradas por personal de la Subgerencia de Imagen Institucional. Por su parte la Municipalidad Distrital de Torata, cuenta con un portal web de transparencia administrado por la Subgerencia de Tecnologías de la Información, una red social en Facebook, una cuenta de Twitter oficial y adicionalmente cuenta con una plataforma audiovisual en YouTube.

En la actualidad, el crecimiento tecnológico, ha teniendo como plus de impulso, la pandemia y la cuarentena, en ese orden de ideas, algunos servicios que eran presenciales, pasaron a digitalizarse, esto conllevó a que muchas personas adquirieran dispositivos móviles que les permitan conectarse con facilidad a diversas plataformas de servicios. Hoy en día los aplicativos de redes sociales contenidos en los sistemas operativos de celulares y otros dispositivos móviles, nos permiten con un solo clic, acceder a redes sociales y/o a través de un buscador de internet ingresar a cualquier plataforma de nuestro interés. En efecto, se puede afirmar que, el acceso a las plataformas digitales de las entidades de estudio es fácil y clara.

En la MPS, el medio digital de mayor y mejor alcance, resulta ser el Fan Page de Facebook de la Entidad, el mismo que cuenta con 75,164 usuarios de Facebook siguiendo dicha página, este fan page cuenta con aproximadamente 12 años de creación; Asimismo la página de Instagram cuenta con 2588 seguidores, la página de Tik Tok con 1005 seguidores y la plataforma audiovisual

de YouTube que cuenta con 326 suscriptores, estas últimas plataformas fueron implementadas en la gestión 2019-2022. Por su parte el medio digital de mayor y mejor alcance de la Municipalidad Distrital de Torata resulta ser el fan Page de Facebook el mismo que cuenta con 10,000 usuarios de Facebook siguiendo dicha página, la cual fue creada el 1 de enero de 2019 conforme el registro de información del mismo fan page, asimismo la Entidad cuenta con Twitter, plataforma que tiene 0 seguidores, esta cuenta fue implementada en el año 2021, siendo su última publicación el 14 de octubre de 2022 y por último el canal de YouTube con el que cuenta dicha municipalidad tiene 93 suscriptores, plataforma que fue creada en el mes de julio de 2015, conforme registro de información de la misma cuenta de YouTube.

Teniendo en cuenta los datos señalados en el párrafo anterior, podemos deducir que tanto la Municipalidad Provincial de Sullana y la Municipalidad Distrital de Torata, si cuentan con medios digitales para difusión de sus actividades y disposiciones, siendo que para el año 2021 hasta la actualidad, la plataforma digital de mayor y mejor alcance de difusión, es la red social de Facebook.

Al respecto, (Kirilova, 2020) dice que Facebook es la red social más utilizada en todo el mundo y cada día crece más. Esta red social es capaz de fraccionar al público y generar una publicidad realmente eficaz.

Para efectos de publicación y difusión de ordenanzas municipales en la Municipalidad Provincial de Sullana, conforme lo manifestado por la Secretaría General y la Subgerencia de Tecnología de la Información y Comunicaciones, durante el año 2021, se publicó 25 ordenanzas en el diario encargado de las notificaciones de la Corte Superior de Justicia de Sullana que hasta la fecha es el diario La República, asimismo han publicado dichas ordenanzas en el portal web de la Plataforma Digital Única del Estado, señalándose estos como los únicos medios de difusión de ordenanzas municipales. En el caso de la Municipalidad Distrital de Torata, estos señalan que, por ser una municipalidad rural, no hacen las publicaciones en el diario encargado de las notificaciones de la jurisdicción judicial de Moquegua, pero si publican las ordenanzas emitidas por el concejo en el portal web. En ambas municipalidades señalaron que para

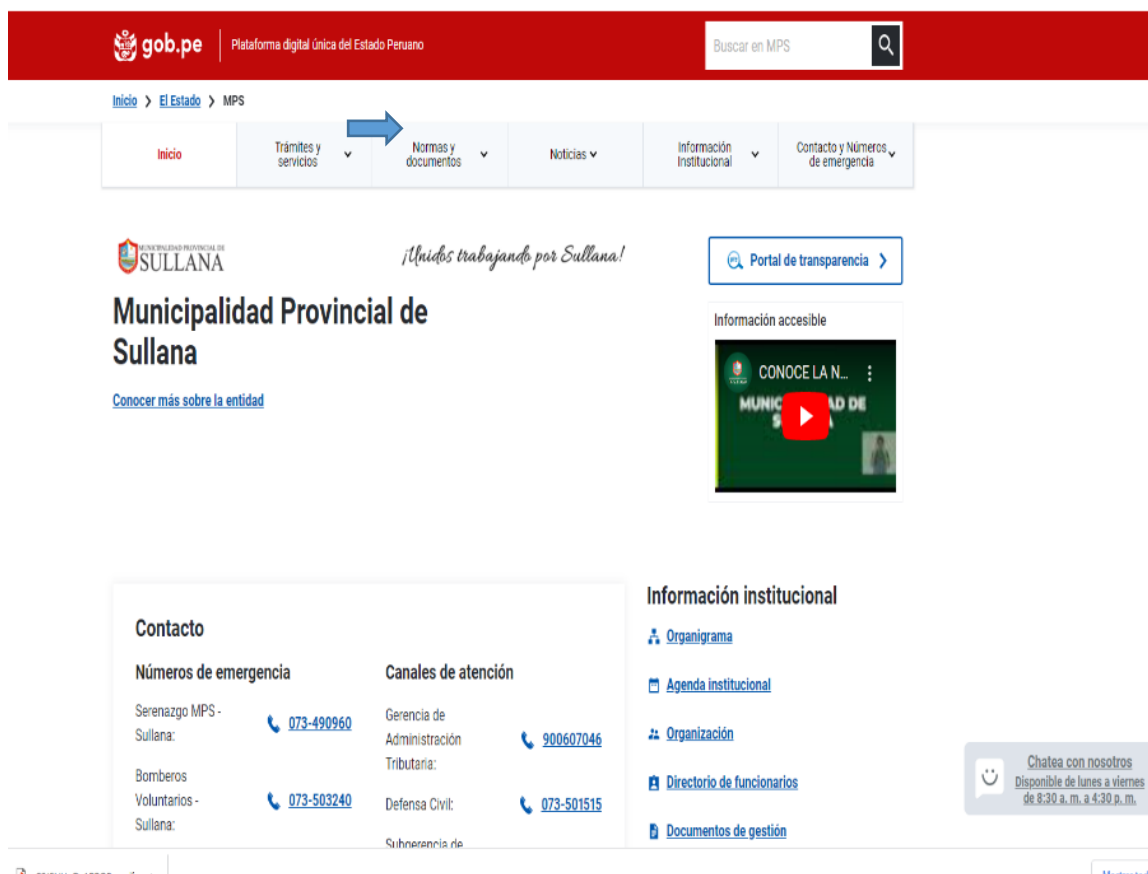
la publicación de ordenanzas no utilizan redes sociales, ni otros medios adicionales.

Teniendo presente lo señalado en el párrafo anterior, pasamos a verificar si las municipalidades de estudio cumplen con los parámetros establecidos para una correcta publicación de las ordenanzas. Al respecto el Tribunal Constitucional en la Sentencia n° 714-2021 del Exp. n° 17-2020-PI-TC, estableció que para que se perfeccione la publicidad de las ordenanzas municipales estas deben ser primero publicadas en el diario de notificaciones judiciales de la jurisdicción, o en otro medio que garantice su publicidad, segundo y adicionalmente las ordenanzas se deben subir en el portal electrónico de la entidad cumpliendo tres exigencias: 1. Exista un link (dirección electrónica) de la página web inicial de la Entidad pública. 2. Anuncio notorio con fácil acceso que permita informarse mejor a los ciudadanos. 3. La página o portal web precise clara y notoriamente la fecha de publicación de la ordenanza municipal. Teniendo en cuenta estas exigencias se habrá cumplido con el requisito de publicidad.

Es así que, para el caso de la Municipalidad Provincial de Sullana, el Secretario General de la MPS, informó que las 25 ordenanzas municipales emitidas por el Concejo Municipal de Sullana, son publicadas en el diario La República, el cual indica es el diario encargado de las notificaciones judiciales de la Corte Superior de Justicia de Sullana, esto es corroborado por el mismo diario La República, quienes con fecha 11 de junio de 2021 hizo una publicación en la que destacan que seguían siendo el diario judicial de diversas Cortes de Justicia de la región entre ellas Sullana, por lo que considerando el manifiesto del Secretario General de la MPS, el primer requisito de publicidad se tiene por cumplido conforme el TC. Como segundo requisito impuesto por el TC para una adecuada publicidad de ordenanzas municipales, se tienen que cumplir con las tres exigencias señaladas en el párrafo anterior, en ese sentido, respecto a la primera exigencia señalada por el TC, la Subgerencia de Tecnologías de la Información y Comunicación de la MPS, señaló que si cuentan con un link que dirige al portal web oficial de la MPS el mismo que refiere ser el siguiente: www.munisullana.gob.pe con lo que se cumple esta primer exigencia.

Respecto de la segunda exigencia, la Subgerencia de Tecnologías de la Información y Comunicación señaló que el portal web electrónico de la MPS cuenta con un diseño estándar que se adecua a la Plataforma Digital Única del Estado, la cual ha sido diseñada de tal manera que sea accesible y didáctica a la población, en ese sentido, se procedió a verificar tal información desde un PC con sistema operativo Windows encontrando lo siguiente:

Figura 01:



El portal web, efectivamente está diseñado acorde a la Plataforma Digital Única del Estado Peruano, teniendo visible y notoriamente la sección de normas y documentos en los que se encuentran publicadas las ordenanzas municipales, con lo que se podría afirmar que la segunda exigencia queda cumplida.

Sin embargo, debo señalar que, este portal, si bien es cierto es amigable para con los usuarios que ingresan en una PC o laptop con sistema Windows, resulta diferente cuando se ingresa con un sistema Android tal y como paso a mostrar:

Figura 02:



Contrario al portal web de la MPS buscado desde un pc con sistema Windows, se hizo la búsqueda a través de un móvil celular o tableta con sistema operativo Android, sistema que es el más común, pudiendo observar que el diseño de la página web, varía de forma drástica, ocultando a primera vista, las opciones de búsqueda, tales como la sección de normas, trámites y otros servicios.

Respecto de la tercera y última exigencia, señalada por el TC, la Subgerencia de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, señala que, de acuerdo al formato de publicación de las ordenanzas, esta si cuentan con fecha de publicación, en ese sentido se procedió a verificar la sección de normas del año 2021 en el portal web de la MPS, encontrando que efectivamente en cada

publicación de la ordenanza se encuentra la fecha de su publicación conforme se pasa a demostrar:

Figura 03:

The screenshot shows the website 'gob.pe' with a search bar and navigation menu. The main content area displays two municipal ordinances:

- Ordenanza Municipal N° 026-2021/MPS**
ORDENANZA QUE APRUEBA LA CREACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DEL CENTRO POBLADO DE SANTA CRUZ – QUERECOTILLO, PROVINCIA DE SULLANA
30 de diciembre de 2021
- Ordenanza Municipal N° 022-2021/MPS**
ORDENANZA QUE APRUEBA LA CREACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DEL CENTRO POBLADO DE VILLA HUANGALA, SULLANA DISTRITO, PROVINCIA DE SULLANA
28 de diciembre de 2021

Each entry includes a 'Descargar' button and a 'Leer más' link. At the bottom, there is a pagination control showing '1 2 3 Siguiente >'.

En ese sentido, habiendo analizado esta última exigencia, la MPS, cumple con la publicación adecuada de sus ordenanzas en su portal web.

Para el caso de la Municipalidad Distrital de Torata, la Secretaria General ha informado que, ellos no publican las ordenanzas en ningún diario, ya que es una Municipalidad rural, pero cuando se trata de deudas en materia tributaria se manda a la municipalidad provincial para que se efectúe la publicación en el diario. Respecto de esta afirmación dada por la Secretaria General de la MDT, señalamos que dicha entidad municipal, pertenece a la provincia de Mariscal Nieto en el departamento de Moquegua, misma que tiene una sola Corte Superior de Justicia conforme lo detalla la Gerencia de Planificación del Poder Judicial (2021), quien para el año 2021 había designado como diario judicial para avisos y notificaciones al diario La República, por lo que dicha jurisdicción si contaba con un diario encargado de notificaciones judiciales al año 2021, por ello, se puede afirmar que dicha entidad municipal no ha cumplido con este primer requisito que es el de publicación en el diario de los avisos judiciales.

En ese mismo contexto, en relación a las exigencias establecidas por el TC para la publicación en el portal web de ordenanzas de la MDT, respecto de la primera exigencia, la Subgerencia de Tecnología de la Información y Comunicación de dicha entidad, indica que, si cuentan con un link de la página inicial de su portal web, el mismo que refiere ser www.munitorata.gob.pe, en ese sentido se tiene por cumplido este primer requisito.

Respecto a la segunda exigencia, la Subgerencia de Tecnología de la Información y Comunicaciones señaló que cuentan con un diseño intuitivo y fácil de usar, en ese sentido se procedió a observar la página web de la MDT encontrando lo siguiente:

Figura 04:



Tomando en cuenta la figura, se ha podido observar que la MDT, si cuenta con un portal web oficial, sin embargo, este no está diseñado en base a la Plataforma Digital Única del Estado, como su par de la Municipalidad Provincial de Sullana. Asimismo, se pudo apreciar que, dicho portal no cuenta con la sección de normas de forma notoria o visible para los usuarios, por lo que, en ese sentido, se podría aseverar que resulta un poco complejo, buscar las ordenanzas municipales de dicho municipio, en base a este análisis se puede deducir que este segundo requisito no está siendo cumplido por la MDT.

Respecto a la tercera y última exigencia señalada por el TC, la Subgerencia de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de la MDT, indicó que, para subir las ordenanzas emitidas por su Concejo Municipal, si han detallado la fecha de publicación, tomando en cuenta estas afirmaciones, se procedió a ubicar la sección normativa del portal y observar, encontrando lo siguiente:

Figura 05:

Fecha	Documento	Descargar PDF
08/03/2021	ORDENANZA MUNICIPAL N° 001-2021-CM/MDT	
07/06/2021	ORDENANZA MUNICIPAL N° 002-2021-CM/MDT	
07/06/2021	ORDENANZA MUNICIPAL N° 003-2021-CM/MDT	
03/09/2021	ORDENANZA MUNICIPAL N° 004-2021-CM/MDT	
03/09/2021	ORDENANZA MUNICIPAL N° 005-2021-CM/MDT	
16/11/2021	ORDENANZA MUNICIPAL N° 006-2021-CM/MDT	
29/11/2021	ORDENANZA MUNICIPAL N° 007-2021-CM/MDT	

ORDENANZAS MUNICIPALES

Ordenanzas municipales 2022
 Ordenanzas municipales 2021
 Ordenanzas municipales 2020
 Ordenanzas municipales 2019
 Ordenanzas Municipales 2018

Teniendo en cuenta la figura anterior, en cuanto a la tercera exigencia establecida por el TC, la MDT si ha cumplido con subir las ordenanzas a su portal web, señalando de forma clara la fecha de publicación. En tal sentido, analizado el cumplimiento de los requisitos y exigencias establecidas en por el TC aplicadas a la MDT, podemos advertir que en esta entidad Municipal no se ha cumplido con perfeccionar el requisito de publicidad exigidos de acuerdo a la jurisprudencia del TC.

Un portal web es una plataforma digital estática que almacena información, la cual resulta fácil de acceder a través de un PC con sistema Windows, no obstante, conforme se ha podido notar líneas arriba, es un poco complicado comprender esas mismas páginas, desde un buscador de sistema operativo de celular, es decir, puede resultar tedioso para un usuario realizar alguna búsqueda

de información en un portal web a través de su celular o tablet, toda vez que, el diseño y presentación de la página web varía de forma notoria.

Las páginas web, al ser estáticas, no actúan de forma dinámica hacia el público objetivo, sino que es el público quien debe realizar la búsqueda de la información que desea obtener, es allí donde ingresan a tallar los otros medios digitales como las redes sociales, como medios de difusión accesoria, ya que, en este tipo de plataformas, sucede todo lo contrario, toda vez que, es la información que llega sin que esta haya sido buscada, apareciendo de forma automática en el muro o perfil del usuario.

Sobre el particular (Gonzales, 2019), dice que el internet ha desarrollado un sin número de páginas web ofreciendo todo tipo de servicios, incluso se corre el riesgo de que determinado portal web no se dé a conocer porque hay otras páginas que ofrecen que ofrecen servicios parecidos. Asimismo, se debe estar conectado a la red de forma óptima ya que existen diferentes situaciones que limitan el acceso a la información.

Teniendo en cuenta lo anterior, los portales web si bien es cierto sirven como medios para mostrar información, las nuevas formas de comunicación a través de las redes sociales son más recurridas y, sobre todo, permiten la interacción entre el emisor del mensaje y el receptor del mismo.

Las redes sociales poseen una parte importante de participación digital en la distribución de contenidos que generas en la web. Estos son canales adicionales funcionan para conectar con los posibles clientes y clientes actuales a fin de mantener un relacionamiento cercano y humanizar la marca.

(Bermudez, 2022) señala que, las redes junto con las páginas web son esenciales porque en combinación potencian el crecimiento de negocios de manera exponencial.

En ese orden de ideas, si bien es cierto, el portal es una fuente de información, esta no tiene características de difusión automática, ya que se necesita el interés de la persona en buscar determinada información en internet, para tales efectos,

debió haber existido previamente alguna situación en particular que haya despertado el interés en buscar dicha información, porque uno no puede buscar lo que no conoce, en ese sentido, las redes sociales toman un rol de difusión activa que combinada con los portales web garantizarían la difusión de cualquier producto e información como las ordenanzas municipales.

Por otro lado, respecto de la publicación a través de los diarios impresos y tomando como referencia el análisis de la información brindada por MPS, esta entidad mantiene el sistema de publicación tradicional de ordenanzas municipales establecido por el art. 44 de la LOM, cumpliendo en ese sentido, con realizar la publicación en el diario impreso designado para las notificaciones judiciales, que al año 2021 era el diario La República, asimismo, ha cumplido con subir adicionalmente sus ordenanzas en el portal web conforme los lineamientos del TC. Por el contrario, la MDT desconoce que dentro de su jurisdicción cuentan con un diario designado para las notificaciones judiciales designado por la Corte Superior de Justicia de Moquegua, mismo que al año 2021, también era el diario la República, en este último caso, podemos decir que no se ha cumplido con el requisito de publicación de las ordenanzas, siendo que para el caso de la publicación en el portal web este se encuentra defectuoso.

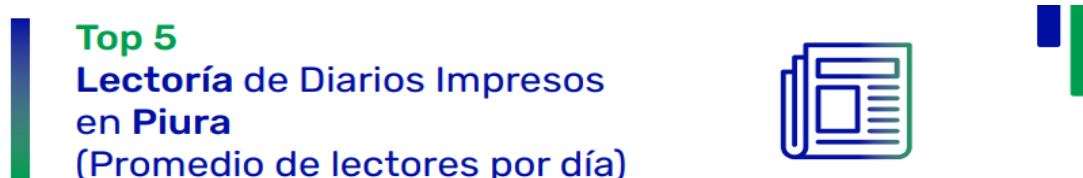
Si bien es cierto, la LOM y la jurisprudencia han establecido las formas de publicación de las ordenanzas, debe tenerse presente que, no solo basta cumplir con el requisito de publicación como un requisito formal, sino que lo que importa en realidad, es que estas normas sean difundidas de tal manera que todos los ciudadanos y vecinos de una jurisdicción conozcan el contenido de dicha norma.

En esa misma idea, el ex magistrado Espinoza-Saldaña (2021) señaló en el fundamento de su voto de la sentencia 714-2021-PI/TC; que los requisitos señalados en el art. 44 de la LOM, son alternativas accesorias al primer requisito de publicación y no deberían interpretarse de forma excluyente, toda vez que, lo más importante, es asegurar la publicidad y difusión de las ordenanzas. Asimismo, dicho magistrado considera que, si las ordenanzas suponen un valioso interés en la población, no debe publicarse “subrepticamente” solo para cumplir una formalidad, pues ello calificaría como un vicio que no es subsanable.

Es decir, con esto, el magistrado, señala que, no basta con cumplir con la publicación, si no realizar acciones que aseguren una efectiva difusión de las ordenanzas.

En el caso de las entidades de estudio, se ha podido corroborar que al año 2021, en ambas jurisdicciones, el diario encargado de las notificaciones y avisos judiciales era el diario La República, mismo que en el caso de Sullana permanece hasta la actualidad. Respecto de la lectoría de diarios impresos por día, por ejemplo, en Piura, según estudios de (CPI), para noviembre del año 2021, muestra los siguientes datos:

Figura 06:



Periodo	Noviembre 2021	
	%	Miles
Lectoría promedio por día	35.3	191.0
1. La Hora	20.3	109.8
1. Trome	11.2	60.4
3. El Popular	4.3	23.4
4. El Tiempo	3.2	17.2
5. Correo	2.9	15.6

Estos datos, revelan que, dentro del top 5, el diario encargado de los avisos judiciales tanto en Sullana como en Piura, ciudades que forman parte de un mismo departamento, ni siquiera aparece como el top 5 de preferencias del público usuario de estos medios impresos. Asimismo, considerando que, el último del top cuenta con aproximadamente 2.9 % de lectoría, mismo que es equivalente al 15.6 del público usuario encuestado que son 541.4 (Mls.) lectores, se puede afirmar que, la lectoría del diario encargado de las notificaciones y avisos judiciales de la jurisdicción que se supone es menor que el último del top, no garantizaría una adecuada difusión de ordenanzas municipales.

En definitiva, los datos citados, forman un sustento negativo del uso de medios tradicionales impresos como una fórmula de publicidad, con miras a que, de esta manera se esté garantizando una efectiva difusión de ordenanzas municipales, en todo caso, la publicación de ordenanzas municipales, no debería efectuarse en un solo diario impreso, si no, en todos los diarios posibles que circulan en una jurisdicción.

Asimismo, otra cosa negativa relacionada con la anterior, es considerar que, las ordenanzas deban publicarse en un solo diario, específicamente de los avisos judiciales, sin tener en cuenta las preferencias de los lectores de los diarios impresos, ni tampoco considerar a los que no consumen dichos medios impresos, lo que fundamenta aún más, la necesidad e importancia de que se usen medios adicionales como los digitales, específicamente aquellas de difusión masiva e inmediata como las redes sociales, para reforzar y garantizar de manera indubitable una adecuada difusión de las normas municipales.

En ese sentido, de las ideas rescatadas del focus group, los entrevistados, creen que los diarios impresos, no garantizan o aseguran una eficiente difusión de información, toda vez que, el usuario no siempre tiene preferencia exclusiva por un diario específico, si no que puede variar su compra, asimismo el público objetivo cada vez disminuye, ya que estas recurren a plataformas digitales, lo que origina que los diarios impresos ya no cumplan con su objetivo, siendo esta la principal razón por la que estos medios ya no garantizarían una adecuada difusión de determinada información ya que los usuarios prefieren medios digitales para informarse. Bajo esta perspectiva los entrevistados afirmaron que, para el caso de difusión de ordenanzas municipales, los diarios ya no garantizan una eficiente difusión.

En ese orden de ideas, dos de los entrevistados, creen incluso que, en un futuro los diarios van a desaparecer sucumbidos por el avance tecnológico, esta idea es recogida por (Meyer, 2004) como se citó en (Quiñones, 2020) quien cree que en el año 2043 se habrá impreso el último diario en el mundo.

En efecto, desde la perspectiva de esta investigación, conforme las ideas destacadas del focus group, en la actualidad, los medios digitales superan de forma amplia a los métodos tradicionales impresos en el ámbito de difusión, ya que estos medios, permiten llegar al público objetivo de manera masiva e inmediata, esto por cuanto dichos medios tienen mayor alcance, la información llega de forma inmediata, permite hacer publicidad oficial a un menor costo, digamos, un costo casi nulo, no limita en cuanto a la forma de publicación ya que puede ser escrita o audiovisual.

Por lo que, teniendo clara las ventajas, beneficios y bondades, los entrevistados afirman que sería importante difundir las ordenanzas en medios digitales administrados por las entidades municipales tales como las redes sociales, coincidiendo además que la red social de Facebook es una de las plataformas digitales que recomendarían para difusión, esto por cuanto es la red social con mayor alcance de difusión, esta información, es coincidente con los resultados ofrecidos en las entrevistas y la observación realizada a los medios digitales que administran la MPS y la MDT. En ese orden de ideas, los entrevistados, recomiendan la red social Facebook como medio de mayor y mejor alcance de difusión para normas, de esta manera llegar a más gente de forma inmediata y masiva.

Finalmente, los entrevistados concordaron que la importancia que adquieren los medios digitales, para efectos de difusión, recae en las ventajas con las que cuentan estos medios, de esta forma llevar información de forma eficiente.

IV. Conclusiones

Teniendo en consideración los resultados y la discusión del tema investigado, podemos concluir lo siguiente:

- Las Municipalidades de Sullana y Torata, cuentan con unidades orgánicas que administran medios digitales para difusión de sus actividades.
- Las Municipalidades de Sullana y Torata, al año 2021 y a la actualidad, cuentan con plataformas digitales, entre ellas la red social Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, asimismo plataformas audiovisuales como YouTube, mismas que por su naturaleza y popularidad son accesibles para todo público.
- En ambas Municipalidades se pudo determinar que la red social de mayor y mejor alcance para publicación, difusión de actividades y disposiciones, resultó ser la red social Facebook, ya que dicha red social es donde las entidades municipales cuentan con más seguidores, superando ampliamente a las demás plataformas.
- En la Municipalidad de Sullana se pudo identificar al diario La República como el diario encargado de los avisos judiciales, siendo este medio donde se publicaron las ordenanzas municipales en el año 2021, asimismo se pudo determinar que esta entidad municipal, si cumple con los requisitos y exigencias establecidas por el Tribunal Constitucional, sin embargo, se muestra que si bien es cierto, se está cumpliendo la formalidad de publicación, de los datos analizados en base a la lectoría de dicho diario y los referidos por los autores, no muestran que efectivamente se garantice una adecuada difusión.
- En cuanto a la Municipalidad Distrital de Torata, se pudo determinar que esta no cumple con la publicación en el diario encargado de los avisos judiciales o notificaciones judiciales, asimismo su página web no muestra de forma notoria la sección de normas emitidas de la entidad, lo que

genera una complicación a los usuarios que deseen buscar ordenanzas municipales u otra norma emitida por la MDT, en este caso, su publicación y difusión resulta ser defectuosa.

- Teniendo en cuenta las conclusiones anteriores y precisando que la forma de publicación de las ordenanzas municipales, es una materia que ya se encuentra definida en la norma e interpretada por el TC, esta no tiene mayor discusión, sin embargo, al mostrarse que, el problema no resulta en la publicación de las ordenanzas, si no en el aseguramiento de una adecuada difusión, las entidades están en la obligación de adecuarse a la era tecnológica y no solo ver sus plataformas como un medio de publicitar notas de prensa y actividades cotidianas de la entidad, limitando su uso, sino que, estas deben ser utilizadas como un medio de difusión alternativa organizada y sistematizada, que por sus beneficios, ventajas y bondades, hoy en día son los canales más importantes para llegar a la ciudadanía de forma masiva e inmediata.
- En efecto, la importancia de los medios digitales en la publicidad de ordenanzas municipales, radica en las ventajas, beneficios y bondades que tienen estos medios de difusión masiva e inmediata, lo cual de ser usados para la difusión de normas municipales, permitiría que estas lleguen a conocimiento de la mayor cantidad de personas objetivo, superando ampliamente a los medios de difusión tradicional como los diarios impresos, asegurando y garantizando la difusión.

V. Recomendaciones

Teniendo clara las conclusiones, se efectúan las siguientes recomendaciones:

- Considerando que el fan page de Facebook de la MPS es la red social que cuenta con más seguidores, se recomienda sea utilizada de manera sistematizada con los otros canales de difusión digital de forma accesoria, de esta manera garantizar una adecuada difusión de sus normas a la ciudadanía.
- A la Municipalidad Distrital de Torata, se recomienda, considerar el cumplimiento de la publicación de sus ordenanzas en el diario encargado de las notificaciones de la jurisdicción judicial, tal y como lo hacen con las deudas tributarias.
- A la Municipalidad Distrital de Torata, se le recomienda la adecuación de su portal web a la Plataforma Única Digital del Estado, misma que tiene un diseño estándar accesible y didáctico para los usuarios.
- Considerando que el fan page de la MDT es la red social con más seguidores, se recomienda sea sistematizada con los demás medios digitales y sea utilizada como un canal alternativo de difusión de normas a la población, de esta manera garantizar que esta llegue a ellos de forma más eficiente.

REFERENCIAS

- Aguirre, M. (2018). *Análisis del manejo comunicacional digital en el distrito metropolitano de Quito*. Repositorio de la Universidad Internacional de la Rioja [Tesis de Maestría], Quito.
<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/7054/AGUIRRE%20TINOCO%2C%20MELISSA%20ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arellano, M., & Peralta, A. (2018). *Cómo aprovechar el potencial de las tecnologías digitales para el desarrollo empresarial: una aproximación*. Repositorio del INFOTEC, México .
<https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1027/539/1/C%C3%B3mo%20aprovechar%20el%20potencial%20de%20las%20tecnologías%20digitales%20para%20el%20desarrollo%20empresarial%20una%20aproximaci%C3%B3n.pdf>
- Argentina.gov.ar. (2022). *Información al ciudadano*.
<https://www.argentina.gov.ar/transparencia/informacion#:~:text=La%20Constituci%C3%B3n%20Nacional%20garantiza%20el,%2C%20celeridad%2C%20informalidad%20y%20gratuidad.>
- Arias, J., & Mitsuo, C. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (primera ed.). Perú: Enfoques Consulting EIRL.
<https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Barrio, J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España [Tesis Doctoral]*. Repositorio de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42339/1/T38702.pdf>
- Behaine, S., & Ramos, D. (2022). *Uso de las redes sociales como medio para difundir aspectos académicos, clínicos y científicos del postgrado de cirugía plástica, reconstructiva y estética de la universidad el bosque*. Repositorio de la Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia .
<https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/6930/Redes%20Sociales%2027-Ene-2022.pdf?sequence=4>
- Benaissa, S. (2019). *Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital*. El Argonauta Español, España.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Bermudez, Y. (2022). *Contenttu*. <https://contenttu.com/blog/redes-sociales/redes-sociales-vs-pagina-web-cual-es-mas-importante-en-la-estrategia-de-marketing#>
- Bernard, L. (2012). *Sobre la Publicidad en el Derecho Romano Postclasico el supuesto de la INSINUATIO DONATIONIS*. Universidad de Valencia, Valencia, España.
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12020/Ad_16_2012_art_29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabiria, T. (2012). El 'focus group': nuevo potencial de aplicación en el estudio de la acústica urbana. *Athenea Digital*. <https://www.redalyc.org/pdf/537/53723279006.pdf>
- Cartwright, M. (16 de abril de 2016). *World History Encyclopedia*. Las doce tablas :
<https://www.worldhistory.org/trans/es/1-14540/las-doce->

tablas/#::~:~:text=Las%20Doce%20Tablas%20(tambi%C3%A9n%20conocidas,escrito%20p
ara%20que%20todos%20los

Caso de la Ordenanza que aprueba el reglamento de mercados del Distrito de José Leonardo Ortiz, Expediente 00017-2020-PI/TC (Tribunal Constitucional 1 de julio de 2021).
<https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2021/00017-2020-AI.pdf>

CEPAL. (2022). *Tecnologías digitales para un nuevo futuro*. Santiago: Naciones Unidas .
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf

CONCYTEC. (2018). Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica-Reglamento RENACYT. Perú.

https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf

CPI. (s.f.). *Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública SAC*.
<https://doi.org/https://cpi.pe/banco.html>

De Freitas, L. (Septiembre de 2022). *Factum* . <http://w2.ucab.edu.ve/impreso-vs-digital-quien-ganara-la-batalla.html>

Díaz, L. (2011). *La Observación*. México.
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Valera, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Durán, M. (2012). El estudio del caso en la investigación cualitativa . *Revista Nacional de Administración*, 121-134. <https://doi.org/https://doi.org/10.22458/rna.v3i1.477>

Escudero, C., & Cortez, L. (2017). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. UTMACH. Obtenido de
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14209/1/Cap.3-Dise%C3%B1o%20de%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>

El Peruano. (13 de abril de 2022). <https://elperuano.pe/noticia/143319-crece-interaccion-de-audiencia-digital-en-el-peru#::~:~:text=12%2F04%2F2022%20Desde%20el,Social%20Media%202022%E2%80%9D%20de%20Comscore.>

Enciclopedia jurídica. (2020). *Enciclopedia jurídica*. <http://www.encyclopediaturidica.com/d/publicidad-de-las-normas/publicidad-de-las-normas.htm>

Escobar, J., & Bonilla, F. (2012). GRUPOS FOCALES: Una Guía Conceptual y Metodológica. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*.
<https://www.redalyc.org/pdf/537/53723279006.pdf>

Euroinnova. (2022). <https://www.euroinnova.pe/blog/cual-es-la-importancia-de-la-comunicacion-digital>

Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hi Education. <https://www.esup.edu.pe/wp->

content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-
Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

Funcion pública . (06 de marzo de 2015). *Funcion pública*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=63285>

Godoy, S., & Eduardo, O. (28 de marzo de 2022). *La Clase Ejecutiva* . Pontificia Universidad Católica de Chile : <https://www.claseejecutiva.uc.cl/blog/articulos/comunicacion-digital-importancia/>

Gomez, J., & Sevillano, E. (2014). *El principio de publicidad y sus efectos jurídicos en los juzgados de paz*. Repositorio de la UNIANDÉS, Ibarra, Ecuador.

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2085/1/TUIAB015-2015.pdf>

Gomez, E., Diego, N., Aponte Mayor, G., & Bentacourt, L. (2014). *Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización*. universidad Nacional de Colombia, Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/496/49630405022.pdf>

Gonzales, I. (2019). *Portales web educativos*. Repositorio de la universidad Enrique Guzman y Valle, Lima-Perú.

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/4582/PORTALES%20WEB%20EDUCATIVOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guapi, P., & Andrea, V. (2019). *Análisis del impacto de la red social facebook como herramienta de difusión de la gestión institucional del GADIP Municipal Cayambe en el sector urbano durante el periodo marzo 2014-febrero 2019*. Repositorio de la Universidad Técnica del Norte [Tesis de licenciatura], Ibarra-Ecuador.

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10058/2/05%20FECYT%203586%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Herranz, I., & Calaza, S. (2005). *Insuficiencia del actual sistema de "publicidad de las normas" y propuesta de soluciones*. Actualidad jurídica Aranzadi, ISSN 1132-0257, N° 676, 2005, .

<https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/1211834>

Jerez, C. (2005). *Publicidad de las normas y técnica legislativa*. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.

https://www.boe.es/biblioteca_juridica/anuarios_derecho/abrir_pdf.php?id=ANU-C-2005-20076500812

Jimenez, F. (2002). La publicidad de las normas en nuestro ordenamiento jurídico. Especial referencia a la publicación de actos y acuerdos de las corporaciones locales en los diarios oficiales de las provincias. *Real*, 241-264.

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:sDFfutG7HvAJ:https://revisatasonline.inap.es/index.php/REALA/article/download/9149/9198/9376&cd=13&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Jimenez, J. (2020). *Campaña de Comunicación para Socializar la Ordenanza 048 del Distrito Metropolitano de Quito*. Repositorio de la Universidad San Francisco de Quito [Tesis para obtener título profesional], Quito-Ecuador.

<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/9467/1/132679.pdf>

- Kirilova, F. (2020). *La eficacia de la publicidad en las redes sociales*. Repositorio de la Universidad Politecnica de Cartagena, Colombia.
<https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/8485/tfg-kiri-efi.pdf>
- La Ley . (08 de enero de 2015). *La Ley* . <https://laley.pe/art/2057/la-falta-de-publicidad-de-las-normas-podria-generar-su-nulidad>
- Mállap, J. (2013). *Comentarios al Regimen Normativo Municipal*. Gaceta Juridica.
https://dataonline.gacetajuridica.com.pe/resource_apc/PubOnlinePdf/06032015/04%20COMENTARIOS%20AL%20REGIMEN%20NORMATIVO%20MUNICIPAL.pdf
- Martinez, M. (2012). Diseño de investigación. principios, teórico, metodológicos y prácticos para su concreción. *Anuario, Escuela de Archivología, 4*.
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/anuario/article/view/12664>
- Melgar, N. (2018). *La publicidad estatal en los medios de comunicación en el marco de las políticas públicas, 2018*. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo [Tesis de Maestria], Lima-Peru.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28545/Melgar_RNP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ministerio de Justicia. (27 de noviembre de 2018). Opinión sobre la publicidad de normas generales emitidas en materia presupuestaria, fundamentadas en informacion secreta o reservada. Lima, Perú.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1473818/Sobre%20la%20publicidad%20de%20normas%20generales%20%28decretos%20supremos%29%20que%20materializan%20las%20decisiones%20en%20materia%20presupuestaria%20que%20adoptan%20%20fundamentadas%20en%20informaci%20>
- Muñiz, M. (2010). *Estudio de caso en la investigación cualitativa*. Repositorio de la Universidad Autonoma de Nuevo Leon Mexico, Nuevo León.
https://www.psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/1_estudios-de-caso-en-la-investigacion-cualitativa.pdf
- Natanson, J. (enero de 2014). *Nueva Sociedad*. <https://nuso.org/articulo/la-triple-crisis-de-los-medios-de-comunicacion/>
- Oirdobro, A. (11 de julio de 2016). *Innotica*. <https://innotica.net/blog/articulo/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-emprendimiento>
- Owen, D. (2017). *Open Mind BBVA*.
- Owen, D. (2017). *Open Mind BBVA*. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-papel-de-los-nuevos-medios-en-la-politica/>
- Paniagua, V. (1987). La Publicidad y Publicación de las Normas del Estado. *Thémis* 6, 17-22.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fTxCwVxzBjsJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5109731.pdf&cd=14&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Poder Judicial del Perú. (2021). *Mapas y dependencias judiciales a nivel nacional por distrito*. Lima.
<https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/0657f40046813a98bdb3bd76dd7c9e83/M>

apasdependenciasdic2021.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=0657f40046813a98bdb3bd76dd7c9e83

- Porras, P. (2009). Las Ordenanzas Municipales: sus orígenes, contenidos y posibilidades de investigación. *Vasconia*, 36, 19-35. <https://core.ac.uk/download/pdf/11502851.pdf>
- Portilla, M., Rojas, A., & Hernandez, I. (2014). Investigación Cualitativa: Una reflexión desde la educación como hecho social. *Docencia, Investigación e Innovación*, 3(2), 86-100. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/duniversitaria/article/view/2192>
- Prieto, C. (2019). El procedimiento de elaboración de ordenanzas por las entidades locales. *CEMCI*, 1-39. <https://revista.cemci.org/numero-43/pdf/tribuna-1-el-procedimiento-de-elaboracion-de-ordenanzas-por-las-entidades-locales.pdf>
- Quiñones, R. (2020). *El periodismo tradicional y las fuentes de noticias del Perú para el consumidor digital al 2018. Composición de la oferta y atributos de contenido y distribución para el éxito en audiencia*. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas [Tesis de Maestría], Lima. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652155/Qui%C3%B1ones_SR.pdf?sequence=3
- Quiroga, A. (2000). El Rango Normativo de las Ordenanzas Municipales. *Derecho & Sociedad*, 15, 321-332. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechosociedad/article/view/17181>
- Reina, C., & Valera, C. (1960). *La Santa Biblia* (1960 ed.). Reina, Casidoro; Valera, Cipriano. <https://www.biblia.es/biblia-buscar-libros-1.php?libro=exodo&capitulo=24&version=rv60>
- Romero, L., & Rivera, D. (2019). *La comunicación en el escenario digital, Actualidad, retos y prospectivas*. Universidad de Loja, Loja, Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/739219.pdf>
- Sacristán, F. (2006). El efecto de la publicidad en la norma. En *Análisi 33* (págs. 79-93). <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5swarCjccnoJ:https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/51741/56713&cd=13&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Salazar, L. (2020). Investigación Cualitativa: Una respuesta a las Investigaciones Sociales Educativas. *Cienciamatria*. <https://doi.org/DOI 10.35381/cm.v6i11.327>
- Sanchez, I. (2019). *Análisis de la publicidad en Redes Sociales*. Repositorio de Comillas Universidad Pontificia, Madrid-España. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/272461/retrieve>
- Sanchez, M., & Pinochet, G. (2017). *El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos*. Universidad del Rosario, Argentina. <https://www.redalyc.org/journal/1872/187247578006/html/>
- Santa Biblia. (1960). *La Santa Biblia* (1960 ed.). Reina Valera. <https://www.biblia.es/biblia-buscar-libros-1.php?libro=exodo&capitulo=24&version=rv60>
- Santander, H. (7 de enero de 2019). *ForoAlfa*. <https://foroalfa.org/articulos/medios-impresos-vs-medios-digitales>

- Sellés, R. (2016). *el uso de las redes sociales en el ambito empresarial, analisis de los determinantes de su adopcion, intensidad de uso e influencia*. Universidad Politecnica de Valencia, Valencia, España.
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/59538/SELL%C3%89S%20-%20EL%20USO%20DE%20LAS%20REDES%20SOCIALES%20EN%20EL%20%20C3%81MBIT%20EMPRESARIAL%3A%20AN%C3%81LISIS%20DE%20LOS%20DETERMINANTES%20DE%20....pdf?sequence=5>
- Solís, J. (2016). *La evolución de los periódicos digitales frente a los convencionales Estudio comparativo entre las inserciones publicitarias del periódico impreso “El Mundo” y las del periódico digital “elmundo.es”*. Repositorio de la Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/38141/1/T37394.pdf>
- Tiza, A., & Palomino, Y. (2019). *La Publicidad de las Normas Municipales en el Proceso de la Modernización de la Gestion Pública en el Perú 2014 [Tesis de maestria, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo [Tesis de Maestria], Lima, Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38721/Tiza_HAJ-Palomino_VY.pdf?sequence
- Tribunal Constitucional, Expediente n° 0001-2017-PI/TC (Tribunal Constitucional 28 de mayo de 2020). <https://tc.gob.pe/jurisprudencia/2020/00001-2017-AI%201.pdf>
- Tribunal Constitucional, Expediente 00017-2020-PI/TC (Tribunal Constitucional 1 de junio de 2021). Retrieved 2020, from <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2021/00017-2020-AI.pdf>
- Vallefin, C. (2017). *El secreto en las democracias contemporáneas. El caso de la Argentina: El debate parlamentario sobre la publicidad de los actos de gobierno y la derogación de las leyes secretas*. Repositorio de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1573/te.1573.pdf>
- Vargas. (2011). *¿como hacer investigacion cualitativa?* ISBN.
- Victorero, S. (2010). La publicidad una herramienta fundamental en la lucha contra la corrupcion. *Lecciones y Ensayos*, 197-216.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gsKXL5FIElsJ:www.derecho.uba.ar/publicaciones/lye/revistas/88/lecciones-y-ensayos-88-paginas-197-216.pdf&cd=16&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Yacuzzi, E. (2017). *Estudio del caso como metodología de la investigación: teoria, mecanismos causales, validación*. Universidad del CEMA, Buenos Aires, Argentina .
<https://ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>

Anexos
ANEXO 1

Matriz de categorización apriorística

Título del Proyecto de Investigación	Ámbito temático	Problemática	Problemas específicos	Objetivo General	Objetivos específicos	Categorías y Subcategorías	Metodología
<p>Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades Sullana y Torata, 2021</p>	<p>Principio de Publicidad</p>	<p>¿Cuál es la importancia que adquieren en la actualidad los medios digitales, en la publicidad de las ordenanzas municipales ante el avance tecnológico?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y si son accesibles para población? • ¿Cuál es el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata? • ¿Cuál es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplieron con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC? 	<p>Determinar la importancia de los medios digitales para efectos de publicidad de ordenanzas municipales en las municipalidades de Sullana y Torata, frente al avance tecnológico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población. • Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata. • Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC. 	<p>Categoría 1: Medios Digitales</p> <p>Subcategorías:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales. 2. Páginas web. <p>Categoría 2: Publicidad de las ordenanzas municipales</p> <p>Subcategorías:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Publicación. 2. Difusión. 	<p>Tipo y diseño de la investigación: Enfoque cualitativo</p> <p>Tipo de investigación: Estudio básico</p> <p>Diseño de la Investigación: bibliográfico, fenomenológico y descriptivo</p> <p>Escenario de Estudio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Provincial de Sullana (capital de distrito) • Municipalidad Distrital de Torata (Moquegua). <p>Año: 2021</p> <p>Participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigadores. • Profesionales validadores • Personas jurídicas públicas y/o privadas. • Funcionarios y servidores • Personas entrevistadas. <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación • Ficha de entrevista • Análisis de documentos • Focus group

Anexo 03

Cartas de la UCV a las Instituciones para autorización de investigación





Universidad
César Vallejo



"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

San Juan de Lurigancho, 16 de agosto de 2022

Señor(a)
ABG. HERNAN PEDRO JUAREZ COAYLA
ALCALDE
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TORATA - MARISCAL NIETO - MOQUEGUA
CALLE TORATA N°53

Asunto: Autorizar para la ejecución del Proyecto de Investigación de Derecho

De mi mayor consideración:

Es muy grato dirigirme a usted, para saludarlo muy cordialmente en nombre de la Universidad Cesar Vallejo Filial San Juan de Lurigancho y en el mío propio, deseándole la continuidad y éxitos en la gestión que viene desempeñando.

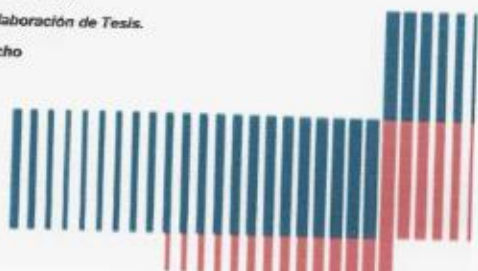
A su vez, la presente tiene como objetivo solicitar su autorización, a fin de que el(la) Bach. DIANA PATRICIA GALLEGOS CHIARELLA, con DNI 71883676, del Programa de Titulación para universidades no licenciadas, Taller de Elaboración de Tesis de la Escuela Académica Profesional de Derecho, pueda ejecutar su investigación titulada: "IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DIGITALES EN LA PUBLICIDAD DE LAS ORDENANZAS DE LAS MUNICIPALIDADES SULLANA - MOQUEGUA, 2021", en la institución que pertenece a su digna Dirección; agradeceré se le brinden las facilidades correspondientes.

Sin otro particular, me despido de Usted, no sin antes expresar los sentimientos de mi especial consideración personal.

Atentamente,

Dra. María Eugenia Zevallos Loyaga,
Coordinadora de los Talleres de Elaboración de Tesis.
Facultad de Derecho

cc: Archivo PTUN.



Anexo 05

Carta de autorización para realizar investigación en la Municipalidad Provincial de Sullana



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SULLANA
OFICINA DE RECURSOS HUMANOS

Sullana, 13 de setiembre del 2022

OFICIO N° 0770-2022-MPS-OGAyF-O.RRHH

Doctora:
María Eugenia Zevallos Loyaga
Coordinadora de los Talleres de Elaboración de Tesis
Facultad de Derecho
Trujillo. -

Referencia : Expediente N° 029816 - 01.09.2022
Expediente N° 029053- 25.08.2022

Es grato dirigirme a usted, a fin de expresarle mi cordial saludo en nombre de la Oficina de Recursos Humanos de la Municipalidad Provincial de Sullana; y a la vez hacer de su conocimiento lo siguiente:

Que, revisado su expediente de la referencia, solicita se le brinden las facilidades al estudiante **Isaac Jacob Cornejo Regalado**, identificado con DNI. N° 45766862, del Programa de Titulación para universidades no licenciadas, Taller de Elaboración de Tesis de la **Escuela Académica Profesional de Derecho**, para que ejecute su investigación titulada: "**Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades Sullana - Moquegua 2021**", en vuestra representada.

A lo expuesto, esta Institución identificada en contribuir con la educación y apoyar a los jóvenes universitarios, se le informa que el Bachiller antes mencionada cuenta con la autorización correspondiente para el desarrollo de su investigación.

Cabe resaltar, que para el desarrollo de su actividad deberá regirse a los protocolos de bioseguridad y al Plan para la Vigilancia Prevención y Control de COVID-19 en el Trabajo, de conformidad a lo dispuesto por el Gobierno Central.

Expresándole las muestras de mi especial deferencia, me despido de usted.

Atentamente,

c.c.:
Archivo
SAML/mccn.

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SULLANA
Ing. Segundo Alejandro Maldonado Lopez
JEFE OFICINA RECURSOS HUMANOS

Dirección: Bolívar N° 160 - Sullana - Piura
www.munisullana.gob.pe

Anexo 06

Carta de autorización para realizar investigación en la Municipalidad Distrital de Torata

MUNICIPALIDAD
DISTRITAL

Sub Gerencia de Recursos Humanos y Bienestar Social

"Plan del Tránsito de la Subsección Nacional"

Torata, 05 de setiembre del 2022

CARTA N° 120 - 2022 - SGRHH- GAyR/MDT

Señor (a):
DIANA PATRICIA GALLEGOS CHIARELLA
Presente: -

ASUNTO : Autorizo Permiso de Ingreso a la Municipalidad Distrital de Torata para realizar un trabajo de investigación.

REFERENCIA : Solicitud N° Exp. 6306-2022


De mi mayor consideración:

Me es grato dirigirme a usted para saludarla cordialmente a nombre de la Municipalidad Distrital de Torata y el mio propio, que mediante el documento de la referencia solicita autorización para la ejecución del Proyecto de investigación titulada "Importancia de los medios digitales en la publicidad de las ordenanzas de las municipalidades Sullana - Moquegua 2021"

En ese sentido, se otorga la autorización del ingreso a las diferentes Oficinas de la Municipalidad Distrital de Torata, con el fin de realizar un trabajo de investigación presentado por su persona.

Agradeciendo la atención que le brinde a la presente; hago propicia la ocasión para reiterarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

 MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TORATA
Sub Gerencia de Recursos Humanos y Bienestar Social

Abog. JUNIOR JESUS SOSA PERALOZA

JSP/SCB/MDT
C.C. Arceño

Anexo 07

ANEXO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Trujillo, septiembre del 2022

CARTA DE INVITACIÓN N°01

Dr. ZEVALLOS LOYAGA, MARÍA EUGENIA

Asunto: Participación en juicio de expertos para validar instrumento de investigación cualitativa

De mi consideración:

Nos es grato dirigimos a Ud., para expresarle nuestro respeto y cordial saludo, asimismo respecto al asunto en mención informarle que estamos realizando un trabajo de investigación cualitativa titulado: *Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021*

En ese sentido, y con el fin de obtener el título profesional de abogado la presente investigación tiene por finalidad *determinar la importancia de los medios digitales para la publicación y difusión de ordenanzas municipales* y conforme al instrumento de evaluación de investigación cualitativa es necesario realizar entrevistas con preguntas que deben ser validadas por el juicio de expertos, como lo es en su caso, y es por tal motivo que **le invitamos a colaborar con nuestra investigación validando en calidad de experto dicho instrumento de evaluación.**

Seguro de su participación en calidad de experto para la validación correspondiente, se le alcanza los (04) instrumentos a evaluar adjuntando asimismo el formato que servirá para que usted pueda hacerme llegar sus apreciaciones.

Conocedor de su alto espíritu altruista, le agradecemos su colaboración.

Atentamente.



Bach. Isaac Jacob Cornejo Regalado

DNI n° 45766862



Bach. Diana Patricia Gallegos
Chiarella

DNI n° 71883676

INSTRUMENTO N° 01

VALIDEZ DE TEST: JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCTIVO PARA LOS JUECES

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del **Cuestionario de Entrevista** (adjunto al instructivo), indique de acuerdo con su criterio y su experiencia profesional el puntaje de acuerdo a, si la pregunta permite capturar las categorías de investigación del trabajo.

En la evaluación de cada ítem, utilice la siguiente escala:

RANGO	SIGNIFICADO
1	Descriptor no adecuado y debe ser eliminado
2	Descriptor adecuado, pero debe ser modificado
3	Descriptor adecuado


Los rangos de la escala propuesta deben ser utilizados teniendo en consideración los siguientes criterios:

- ⊕ Vocabulario adecuado al nivel académico de los entrevistados.
- ⊕ Claridad en la redacción.
- ⊕ Consistencia Lógica y Metodológica.

Recomendaciones:

.....
.....
.....
.....

Gracias, por su generosa colaboración

Apellidos y nombres	ZEVALLOS LOYAGA, MARIA EUGENIA
Grado Académico	DOCTORA
Mención	DERECHO
Firma	 <i>Eugenia Zevallos Loyaga</i> ABOGADA C. CALL. 5987

Cuestionario – Instrumento N° 01	CALIFICACIÓN DEL JUEZ			OBSERVACIÓN
	1	2	3	
1. ¿Conoce y manipula de forma regular, medios digitales para difusión de actividades y disposiciones de la municipalidad?			X	
2. ¿Explique qué tipo de medios digitales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades y disposiciones frente a la población?			X	
3. ¿La Municipalidad utiliza redes sociales para difusión de sus actividades y disposiciones? Fundamente su respuesta.			X	
4. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades?			X	
5. ¿Detalle qué medios digitales, usa la entidad para publicar ordenanzas municipales?			X	



ANEXO:
GUÍA DE ENTREVISTA

TÍTULO: “Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021”.

I. Datos generales

Entrevistado:

Edad: **Género:**

Ocupación:

Entrevistadores:

Fecha: **Hora:**

Lugar:

II. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población.

Categoría: **Medios digitales**

Subcategorías: redes sociales y páginas web

Entrevistado: Subgerente de Imagen Institucional de las Municipalidades de Sullana y Torata o personal asignado.

1. ¿Conoce y manipula de forma regular, medios digitales para difusión de actividades y disposiciones de la municipalidad?
 - a. Si conozco y manipulo de forma regular.
 - b. Conozco, pero su uso es irregular.

c. Desconozco y no se usa.

2. ¿Explique qué tipo de medios digitales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades y disposiciones frente a la población?

3. ¿La Municipalidad utiliza redes sociales y páginas web para difusión de sus actividades y disposiciones? Fundamente su respuesta.

4. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades?

5. ¿Detalle qué medios digitales, usa la entidad para publicar ordenanzas municipales?

- a. Facebook, Instagram, etc.
- b. Página Web de la entidad.
- c. Ambas.

ANEXO:
MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE LA ENTREVISTA

TÍTULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sulana y Torata, 2021"

 **OBJETIVO ESPECIFICO N° 01:** Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sulana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para la población.

Categoría	Subcategoría	Indicadores	Ítems	Instrumento
Medios digitales	Redes sociales Páginas web	Uso de redes sociales y páginas web para publicidad de la entidad	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="1328 616 1601 735">1. ¿Conoce y manipula de forma regular, medios digitales para difusión de actividades y disposiciones de la municipalidad?<li data-bbox="1328 775 1601 927">2. ¿Explique qué tipo de medios digitales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades y disposiciones frente a la población?<li data-bbox="1328 967 1601 1086">3. ¿La Municipalidad utiliza redes sociales y páginas web para difusión de sus actividades y disposiciones? Fundamente su respuesta.<li data-bbox="1328 1126 1601 1198">4. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades?<li data-bbox="1328 1238 1601 1302">5. ¿Detalle qué medios digitales, usa la entidad para publicar ordenanzas municipales?	Cuestionario de entrevista

INSTRUMENTO N° 02

VALIDEZ DE TEST: JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCTIVO PARA LOS JUECES

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del **Cuestionario de Entrevista** (adjunto al instructivo), indique de acuerdo con su criterio y su experiencia profesional el puntaje de acuerdo a, si la pregunta permite capturar las categorías de investigación del trabajo.

En la evaluación de cada ítem, utilice la siguiente escala:



RANGO	SIGNIFICADO
1	Descriptor no adecuado y debe ser eliminado
2	Descriptor adecuado, pero debe ser modificado
3	Descriptor adecuado




Los rangos de la escala propuesta deben ser utilizados teniendo en consideración los siguientes criterios:

- ⊕ Vocabulario adecuado al nivel académico de los entrevistados.
- ⊕ Claridad en la redacción.
- ⊕ Consistencia Lógica y Metodológica.

Recomendaciones:

.....
.....
.....
.....

Gracias, por su generosa colaboración

Apellidos y nombres	ZEVALLLOS LOYAGA, MARIA EUGENIA
Grado Académico	DOCTORA
Mención	DERECHO
Firma	 <i>Dra. María Eugenia Zevallos Loyaga</i> ABOGADA C. CALL. 5057



Cuestionario – Instrumento N° 02	CALIFICACIÓN DEL JUEZ			OBSERVACIÓN
	1	2	3	
1. ¿Detalle usted cual es el medio digital de mayor alcance de difusión con el que cuenta la entidad?			X	
2. ¿Explique, por qué considera que este medio es el de mayor alcance de difusión?			X	
3. ¿De las redes sociales, cual es la que se utiliza con más regularidad			X	
4. ¿Por qué, considera usted que, este medio digital, resulta ser importante para garantizar una correcta difusión de las actividades y disposiciones de la entidad?			X	
5. ¿Detalle usted, si considera que la publicación de ordenanzas municipales a través de medios digitales como las redes sociales, ayudaría a garantizar una mejor difusión?			X	
6. ¿Por qué cree usted que los medios digitales de difusión resultan necesarios e importantes para garantizar una mejor difusión de las normas de la entidad?			X	
7. ¿Por qué considera que el procedimiento para acceder a las redes sociales de la entidad, es fácil y conocido?			X	



ANEXO:
GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: “Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021”.

III. Datos generales

Entrevistado:

Edad: **Género:**

Ocupación:

Entrevistadores:

Fecha: **Hora:**

Lugar:

IV. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

OBJETIVO ESPECIFICO 02: Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata.

Categoría: **Medios digitales**

Subcategorías: redes sociales y páginas web

Entrevistado: Subgerente de Imagen Institucional de las Municipalidades de Sullana y Torata o personal asignado.

1. ¿Detalle usted cual es el medio digital de mayor alcance de difusión con el que cuenta la entidad?

2. ¿Explique por qué considera que este medio es el de mayor alcance de difusión?

3. ¿De las redes sociales, cual es la que se utiliza con más regularidad?

4. ¿Por qué, considera usted que, este medio digital, resulta ser importante para garantizar una correcta difusión de las actividades y disposiciones de la entidad?

5. ¿Detalle usted, si considera que la publicación de ordenanzas municipales a través de medios digitales como las redes sociales, ayudaría a garantizar una mejor difusión?

6. ¿Por qué cree usted que los medios digitales de difusión resultan necesarios e importantes para garantizar una mejor difusión de las normas de la entidad?

7. ¿Por qué considera que el procedimiento para acceder a las redes sociales de la entidad, es fácil y conocido?

**ANEXO:
MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE LA ENTREVISTA**

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021"

OBJETIVO ESPECIFICO N° 02: Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata



Categoría	Subcategoría	Indicadores	Ítems	Instrumento
Medios digitales	Redes sociales	Alcance de difusión de los medios digitales de uso de la entidad	1. ¿Detalle usted cual es el medio digital de mayor alcance de difusión con el que cuenta la entidad?	Cuestionario de entrevista
			2. ¿Explique por qué considera que este medio es el de mayor alcance de difusión?	
		3. ¿De las redes sociales, cual es la que se utiliza con más regularidad?		
		4. ¿Por qué, considera usted que, este medio digital, resulta ser importante para garantizar una correcta difusión de las actividades y disposiciones de la entidad?		
		5. ¿Detalle usted, si considera que la publicación de ordenanzas municipales a través de medios digitales como las redes sociales, ayudaría a garantizar una mejor difusión?		
		6. ¿Por qué cree usted que los medios digitales de difusión resultan necesarios e importantes para garantizar una mejor difusión de las normas de la entidad?		
	Páginas web		7. ¿Por qué considera que el procedimiento para acceder a las redes sociales de la entidad, es fácil y conocido?	



INSTRUMENTO N° 03

VALIDEZ DE TEST: JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCTIVO PARA LOS JUECES

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del **Cuestionario de Entrevista** (adjunto al instructivo), indique de acuerdo con su criterio y su experiencia profesional el puntaje de acuerdo a, si la pregunta permite capturar las categorías de investigación del trabajo.

En la evaluación de cada ítem, utilice la siguiente escala:



RANGO	SIGNIFICADO
1	Descriptor no adecuado y debe ser eliminado
2	Descriptor adecuado, pero debe ser modificado
3	Descriptor adecuado



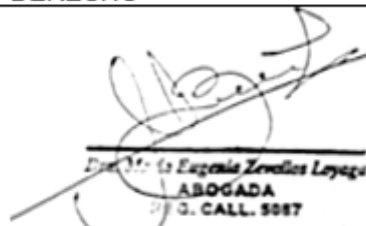
Los rangos de la escala propuesta deben ser utilizados teniendo en consideración los siguientes criterios:

- ⊕ Vocabulario adecuado al nivel académico de los entrevistados.
- ⊕ Claridad en la redacción.
- ⊕ Consistencia Lógica y Metodológica.

Recomendaciones:

.....
.....
.....
.....

Gracias, por su generosa colaboración

Apellidos y nombres	ZEVALLLOS LOYAGA, MARIA EUGENIA
Grado Académico	DOCTORA
Mención	DERECHO
Firma	 <i>Dra. María Eugenia Zevallos Loyaga</i> ABOGADA C. CALL. 5057

Cuestionario – Instrumento N° 03	CALIFICACIÓN DEL JUEZ			OBSERVACIÓN
	1	2	3	
1. ¿Detalle usted cuantas ordenanzas municipales emitió el concejo municipal el año 2021?			X	
2. ¿Cuál es el diario o periódico impreso en el que se realiza la publicación de las ordenanzas municipales emitidas por el concejo municipal?			X	
3. ¿Aparte de la publicación en el diario o periódico, donde más se publican las ordenanzas municipales?			X	
4. ¿Cree usted que la forma de publicación de ordenanzas municipales empleada por la entidad, garantiza una adecuada difusión de las ordenanzas municipales o se necesita implementar medios adicionales de publicidad? Fundamente su respuesta.			X	
5. ¿cree usted que los medios digitales como las redes sociales son una herramienta importante que ayudarían a garantizar una mejor difusión de ordenanzas municipales? Fundamente su respuesta			X	
6. ¿detalle usted si cuentan con una página web donde publican las ordenanzas emitidas por la entidad?			X	
7. ¿Cuántas ordenanzas municipales se publicaron en el portal web de la entidad?			X	
8. ¿explique usted, cual es el procedimiento para poder acceder a la página web en la sección normativa?			X	
9. ¿Considera usted que el diseño de la página web es complicado o didáctico? Fundamente su respuesta.			X	

10. ¿Puede indicar si las ordenanzas publicadas, detallan de forma clara el día y la hora de publicación?			X	
11. ¿Desde su experiencia, cree usted que la publicación de las ordenanzas en la página web cumple con garantizar la difusión de ordenanzas o resultaría importante usar adicionalmente otros medios digitales de más amplio alcance? Fundamente su respuesta.			X	

ANEXO:
GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: “Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021”.

V. Datos generales

Entrevistado:

Edad: **Género:**

Ocupación:

Entrevistadores:

Fecha: **Hora:**

Lugar:

VI. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Categoría: **Publicidad de las ordenanzas municipales**

Subcategorías: Publicación y difusión

Entrevistado: Secretario General

1. ¿Detalle usted cuantas ordenanzas municipales emitió el concejo municipal el año 2021?

2. ¿Cuál es el diario o periódico impreso en el que se realiza la publicación de las ordenanzas municipales emitidas por el concejo municipal?

3. ¿Aparte de la publicación en el diario o periódico, donde más se publican las ordenanzas municipales?

4. ¿Cree usted que la forma de publicación de ordenanzas municipales empleada por la entidad, garantiza una adecuada difusión de las ordenanzas municipales o se necesita implementar medios adicionales de publicidad? Fundamente su respuesta.

5. ¿Cree usted que los medios digitales como las redes sociales son una herramienta importante que ayudarían a garantizar una mejor difusión de ordenanzas municipales? Fundamente su respuesta.

ANEXO:
GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: “Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021”.

VII. Datos generales

Entrevistado:

Edad: **Género:**

Ocupación:

Entrevistadores:

Fecha: **Hora:**

Lugar:

VIII. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Categoría: Publicidad de las ordenanzas municipales

Subcategorías: Publicación y difusión

Entrevistado: Subgerente de Tecnologías de la Información (o encargado de la página web de la entidad)

6. ¿detalle usted si cuentan con una página web donde publican las ordenanzas emitidas por la entidad?

7. ¿Cuántas ordenanzas municipales se publicaron en el portal web de la entidad?

8. ¿explique usted, cual es el procedimiento para poder acceder a la página web en la sección normativa?

9. ¿Considera usted que el diseño de la página web es complicado o didáctico? Fundamente su respuesta.

10. ¿las ordenanzas publicadas, detallan de forma clara el día y la hora de publicación?

11. ¿Desde su perspectiva, cree usted que la publicación de las ordenanzas en la página web cumple con garantizar la difusión de ordenanzas o resultaría importante usar adicionalmente otros medios digitales de más amplio alcance? Fundamente su respuesta.

ANEXO:
MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE LA ENTREVISTA

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021"

OBJETIVO ESPECIFICO N° 3: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC

Categoría	Subcategoría	Indicadores	Ítems	Instrumento
Publicidad de las ordenanzas municipales	Publicación	Cantidad de ordenanzas emitidas en el año 2021 por la entidad	1. ¿Detalle usted cuantas ordenanzas municipales emitió el concejo municipal el año 2021? 2. ¿Cuál es el diario o periódico impreso en el que se realiza la publicación de las ordenanzas municipales emitidas por el concejo municipal? 3. ¿Aparte de la publicación en el diario o periódico, donde más se publican las ordenanzas municipales? 4. ¿Cree usted que la forma de publicación de ordenanzas municipales empleada por la entidad, garantiza una adecuada difusión de las ordenanzas municipales o se necesita implementar medios adicionales de publicidad? Fundamente su respuesta.	Cuestionario de entrevista
	Difusión	Forma empleada de publicación y difusión de las ordenanzas municipales	5. ¿Cree usted que los medios digitales como las redes sociales son una herramienta importante que ayudarían a garantizar una mejor difusión de ordenanzas municipales? Fundamente su respuesta. 6. ¿detalle usted si cuentan con una página web donde	

		<p>Cumplimiento de los criterios jurisprudenciales establecidos por el TC para una adecuada difusión siguientes: a. La institución estatal cuente con un link de su página web inicial; b. El anuncio sea notorio, de fácil acceso de tal manera que permita a todos los gobernados informarse de forma clara, transparente y con facilidad; c. la publicación de la ordenanza precise la fecha exacta de su publicación.</p>	<p>publican las ordenanzas emitidas por la entidad?</p> <p>7. ¿Cuántas ordenanzas municipales se publicaron en el portal web de la entidad?</p> <p>8. ¿explique usted, cual es el procedimiento para poder acceder a la página web en la sección normativa?</p> <p>9. ¿Considera usted que el diseño de la página web es complicado o didáctico? Fundamente su respuesta.</p> <p>10. ¿las ordenanzas publicadas, detallan de forma clara el día y la hora de publicación?</p> <p>11. ¿Desde su perspectiva, cree usted que la publicación de las ordenanzas en la página web cumple con garantizar la difusión de ordenanzas o resultaría importante usar adicionalmente otros medios digitales de más amplio alcance? Fundamente su respuesta.</p>	
--	--	---	---	--

INSTRUMENTO N° 04

VALIDEZ DE TEST: JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCTIVO PARA LOS JUECES

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del **Cuestionario para un focus group** (adjunto al instructivo), indique de acuerdo con su criterio y su experiencia profesional el puntaje de acuerdo a, si la pregunta permite capturar las categorías de investigación del trabajo.

En la evaluación de cada ítem, utilice la siguiente escala:



RANGO	SIGNIFICADO
1	Descriptor no adecuado y debe ser eliminado
2	Descriptor adecuado, pero debe ser modificado
3	Descriptor adecuado



Los rangos de la escala propuesta deben ser utilizados teniendo en consideración los siguientes criterios:

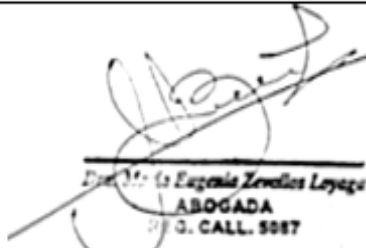
- ⊕ Vocabulario adecuado al nivel académico de los entrevistados.
- ⊕ Claridad en la redacción.
- ⊕ Consistencia Lógica y Metodológica.

Recomendaciones:

.....
.....
.....
.....
.....

Gracias, por su generosa colaboración

Apellidos y nombres	ZEVALLOS LOYAGA, MARÍA EUGENIA
Grado Académico	DDOCTORA
Mención	DERECHO

Firma	 <p style="text-align: center;">Dra. María Eugenia Zerevallo Lopez ABOGADA C. CALL. 5087</p>
-------	--

Cuestionario – Instrumento N° 04	CALIFICACIÓN DEL JUEZ			OBSERVACIÓN
	1	2	3	
1. ¿Desde su perspectiva, creen que el avance tecnológico y los medios digitales son una herramienta que supera de forma amplia los métodos tradicionales de difusión de información como el periódico impreso?			X	
2. ¿Qué, ventajas y desventajas tienen los medios digitales frente a los métodos de difusión tradicional?			X	
3. ¿Creen ustedes que los métodos tradicionales como los diarios impresos garantizan o aseguran una eficiente difusión de información? Fundamente su respuesta.			X	
4. ¿Creen que, en un futuro, los medios de difusión escrita como los periódicos desaparezca en su totalidad motivado por el avance tecnológico en la difusión de información? Fundamente su respuesta.			X	
5. ¿En el caso de una norma legal emitida por una Municipalidad, la publicación en un diario garantiza su difusión?			X	
6. ¿considerando las ventajas de los medios digitales en la difusión, creen que sería importante que las Entidades municipales las difundan a través de medios virtuales?			X	
7. ¿Para ustedes cual es la red social con mayor alcance de difusión de información?			X	

03. ¿Creen ustedes que los métodos tradicionales como los diarios impresos garantizan o aseguran una eficiente difusión de información? Fundamente su respuesta.
04. ¿Creen que, en un futuro, los medios de difusión escrita como los periódicos desaparezca en su totalidad motivado por el avance tecnológico en la difusión de información? Fundamente su respuesta.
05. ¿En el caso de una norma legal emitida por una Municipalidad, la publicación en un diario garantiza su difusión?
06. ¿Considerando las ventajas de los medios digitales en la difusión, creen que sería importante que las Entidades municipales las difundan a través de medios virtuales?
07. ¿Para ustedes cual es la red social con mayor alcance de difusión de información?
08. ¿Según su criterio, que importancia alcanzan los medios digitales en la difusión de información en la actualidad?
09. ¿Recomendarían el uso de redes sociales para la difusión de ordenanzas municipales y por qué? Fundamente su respuesta.
10. ¿Qué red social recomendarían para la difusión de ordenanzas municipales?
11. ¿Cómo conclusión, ¿son los medios digitales una herramienta importante para difundir las ordenanzas municipales y estas tengan mejor alcance en la población?



ANEXO: 1

GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021".

I. Datos generales

Entrevistado: *Luisa María Platusca Casariego*
Edad: *32* Género: *femenino*
Ocupación: *Licenciada en Ciencias de la Comunicación*
Entrevistadores: *Isaac Cornejo Regalado*
Fecha: *19 de octubre 2022* Hora: *11:25 a.m*
Lugar: *Sullana*

II. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población.

Categoría: **Medios digitales**

Subcategorías: redes sociales y páginas web

Entrevistado: Subgerente de Imagen Institucional de las Municipalidades de Sullana y Torata

1. ¿Conoce y manipula de forma regular, medios digitales para difusión de actividades y disposiciones de la municipalidad?

- a. Si conozco y manipulo de forma regular.
- b. Conozco, pero su uso es irregular.

c. Desconozco y no se usa.

2. ¿Explique qué tipo de medios digitales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades y disposiciones frente a la población?

Usamos redes sociales y plataformas audiovisuales, portal Web, la red social facebook por ejemplo se usa desde hace dos gestiones, o sea 8 años atrás, las demás redes (Instagram y Tik Tok) sociales se empezaron a utilizar desde esta gestión.

3. ¿La Municipalidad utiliza redes sociales y páginas web para difusión de sus actividades y disposiciones? Fundamente su respuesta.

Si, utiliza redes sociales y página web, en las redes sociales publicamos actividades diarias, notas de prensa y difundimos las disposiciones de la entidad, la página web es para acceso y transparencia.

4. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades?

Facebook se utiliza desde hace dos años (gestiones) o sea 8 años atrás, las demás redes sociales que usa la municipalidad son Instagram, Tik Tok. En el caso de estas últimas se empezaron a utilizar desde esta gestión (2019-2022).

5. ¿Detalle qué medios digitales, usa la entidad para publicar ordenanzas municipales?

- a. Facebook, Instagram, etc.
- b. Página Web de la entidad.
- c. Ambas.

Para lo que son ordenanzas Municipales solo se utiliza la página Web oficial.



Juiza Maria Alarista Casariego

46 16 2288

Administrador de Redes Sociales
de la Municipalidad Provincial
de Sullana

ANEXO: 2

GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021".

I. Datos generales

Entrevistado: *Luisa Maria Alatisa Cornejo*
Edad: *32* Género: *femenino*
Ocupación: *Licenciada en Ciencias de la Comunicación*
Entrevistadores: *Isaac Jacob Cornejo Recalado*
Fecha: *19 de octubre de 2022* Hora: *11:40*
Lugar: *Sullana*

II. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

OBJETIVO ESPECIFICO 02: Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata.

Categoría: **Medios digitales**

Subcategorías: redes sociales y páginas web

Entrevistado: Subgerente de Imagen Institucional de las Municipalidades de Sullana y Torata.

1. ¿Detalle usted cual es el medio digital de mayor alcance de difusión con el que cuenta la entidad?

En este caso el medio digital de mayor alcance son las redes sociales en específico el Facebook

2. ¿Explique por qué considera que este medio es el de mayor alcance de difusión?

Porque de las redes sociales que utiliza la entidad, este es el que cuenta con la mayor cantidad de seguidores en un aproximado de 70,000 seguidores.

3. ¿De las redes sociales, cual es la que se utiliza con más regularidad?

Se utiliza Facebook, porque se hace entre 5 a 6 publicaciones diarias

4. ¿Por qué, considera usted que, este medio digital, resulta ser importante para garantizar una correcta difusión de las actividades y disposiciones de la entidad?

Porque tiene mayor alcance y la mayoría del público objetivo cuenta con esta red social por ser la de mayor uso.

5. ¿Detalle usted, si considera que la publicación de ordenanzas municipales a través de medios digitales como las redes sociales, ayudaría a garantizar una mejor difusión?

Publicar las ordenanzas ayudaría en la difusión por el alcance que tienen estos medios digitales, garantizando que llegue a más personas de la jurisdicción. Podría ser a través de la publicación de un extracto con el link del portal web donde se encuentra publicada la ordenanza

6. ¿Por qué cree usted que los medios digitales de difusión resultan necesarios e importantes para garantizar una mejor difusión de las normas de la entidad?

Las entidades del Estado deben innovar de acuerdo a las necesidades e intereses del público objetivo dado el avance tecnológico aminorado a la pandemia, los servicios e información se han digitalizado para llegar de forma rápida y eficiente a la población, por lo que es importante se dicten las disposiciones en medios dig.

7. ¿Por qué considera que el procedimiento para acceder a las redes sociales de la entidad, es fácil y conocido?

Claro que si, por ejemplo, los celulares tienen aplicaciones específicas para cada una de las redes sociales, con un clic puedes acceder a ellas y consecuentemente a la información que desees verificar o dar a conocer de la entidad en el caso de Facebook.



Luisa María Alabriza Casanuevo

46162288

Administradora de Redes Sociales de
la Municipalidad Provincial de
Sullana

ANEXO: 3

GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021".

I. Datos generales

Entrevistado: *Ernesto Vilala Fegarra*
Edad: *44* Género: *masculino*
Ocupación: *Técnico Informático de la Municipalidad de Sullana.*
Entrevistadores: *Isaac Jacob Cornejo Regalado*
Fecha: *19 de octubre de 2022* Hora: *12:15*
Lugar: *Sullana*

II. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Categoría: Publicidad de las ordenanzas municipales

Subcategorías: Publicación y difusión

Entrevistado: Subgerente de Tecnologías de la Información (o encargado de la página web de la entidad)

6. ¿detalle usted si cuentan con una página web donde publican las ordenanzas emitidas por la entidad?



Si contamos con un portal web institucional

7. ¿Cuántas ordenanzas municipales se publicaron en el portal web de la entidad?

Visto la sección de normas emitidas, se han publicado 25 ordenanzas municipales

8. ¿explique usted, cual es el procedimiento para poder acceder a la página web en la sección normativa?

1- como primer paso, se debe ingresar desde una pc o dispositivo móvil celular u otro medio tecnológico en un buscador como por ejemplo google, 2. segundo paso, escribimos el link siguiente: www.munisullana.gob.pe si no lo obtenemos podemos probar municipalidad de Sullana y en resultados de búsqueda va aparecer el portal oficial, hacemos clic e ingresamos al portal oficial, 3. Tercer paso abrimos la sección de normas que se encuentra en la parte superior de la página y hacemos clic, en o.m donde aparecerá la publicación de las O.M desde el año 2002 hasta años de hoy.

Fundamente su respuesta.

Si, es didáctica, la Municipalidad provincial de Sullana cuenta con un diseño que es estándar, está en la plataforma Unica digital del Estado, la cual es de fácil acceso para todos y ha sido diseñada para tal fin.

10. ¿las ordenanzas publicadas, detallan de forma clara el día y la hora de publicación?

Detallan la fecha de publicación de las Ordenanzas, la hora no detallan.

11. ¿Desde su perspectiva, cree usted que la publicación de las ordenanzas en la página web cumple con garantizar la difusión de ordenanzas o resultaría

importante usar adicionalmente otros medios digitales de más amplio alcance? Fundamente su respuesta.

Si, toda vez que contamos con un link, el portal es de fácil acceso para las personas en la sección de información que desean buscar y asimismo se está cumpliendo con precisar la fecha de publicación de las ordenanzas o normas municipales.

Sin embargo, creo que resulta importante usar otros medios de difusión porque la población cada día se innova con medios digitales, por ejemplo, la gente recurre más a la página de facebook misma que está asociada también al portal Web institucional. A través de las redes sociales, el Estado se aproxima a la población, las redes sociales como el facebook tienen más acogida que el portal Web ya que este es más estático y las redes sociales permiten interactuar con las personas de forma más directa. Las redes sociales difunden la noticia, producto, actividad o información de forma rápida, accesible y eficaz, en base a esto resulta importante implementar o complementar la difusión de las ordenanzas municipales en las redes sociales dadas los beneficios que estos poseen.



Ernesto Salomon Viquez Zesarena
Tecnico Informatico de la
Municipalidad
Provincial de
Sullana

ANEXO: 3

GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021".

I. Datos generales

Entrevistado: Cesar M Giron Castillo
Edad: 47 Género: Masculino
Ocupación: Abogado - Secretario General Municipalidad Sullana
Entrevistadores: Isaac Jacob Cornejo Desalado
Fecha: 25 octubre de 2022 Hora: 15:15
Lugar: Sullana

I. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Categoría: Publicidad de las ordenanzas municipales

Subcategorías: Publicación y difusión

Entrevistado: Secretario General

1. ¿Detalle usted cuantas ordenanzas municipales emitió el concejo municipal el año 2021?

El concejo municipal emitió 25 ordenanzas municipales.



2. ¿Cuál es el diario o periódico impreso en el que se realiza la publicación de las ordenanzas municipales emitidas por el concejo municipal?

Es el diario "la Republica"

3. ¿Aparte de la publicación en el diario o periódico, donde más se publican las ordenanzas municipales?

En la página web de la municipalidad conforme a lo establecido en la Ley Orgánica de Municipalidades.

4. ¿Cree usted que la forma de publicación de ordenanzas municipales empleada por la entidad, garantiza una adecuada difusión de las ordenanzas municipales o se necesita implementar medios adicionales de publicidad? Fundamente su respuesta.

El medio de publicación y difusión está establecido en la ley, me parece que solo eso bastaría.

5. ¿Cree usted que los medios digitales como las redes sociales son una herramienta importante que ayudarían a garantizar una mejor difusión de ordenanzas municipales? Fundamente su respuesta.

Claro que sí, por el alcance de difusión que tienen sin embargo debe realizarse de forma accesoria a las establecidas en o por la ley.

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SULLANA

Abog. César M. Giron Castillo
I.C.A.P.N.º 962
SECRETARIO GENERAL

ANEXO:

Guía de Preguntas para un FOCUS GROUP

Revisado

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

En el presente estudio utilizaremos como método de recolección de datos el Focus Group, en la cual los participantes aportaran ideas respecto el tema a tratar.

Título de la Investigación: Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021.

Participantes: los participantes son 4 profesionales en Ciencias de la Comunicación dedicados al tema de imagen y comunicaciones entre ellos los siguientes:

Orden:

A: primer participante Lic. Analisa Lourdes Campos Saldarriaga

B: segundo participante Lic. Eber Augusto Espinosa Martínez

C: tercer participante Bach. CC.CC Daniel Edu León Ruiz

D: cuarto participante Lic. Rebeca del Socorro Calle Elera

Tema: Importancia de los medios digitales en la publicidad de las ordenanzas de las municipalidades de Sullana y Torata, 2021.

Objetivo: determinar la importancia de los medios digitales para la publicación y difusión de ordenanzas municipales.

Duración: 40 minutos aproximadamente.

<p>01. ¿Desde su perspectiva, creen que el avance tecnológico y los medios digitales son una herramienta que supera de forma amplia los métodos tradicionales de difusión de información como el periódico impreso?</p> <p>A. Si supera, pero no reemplaza, supera en el ámbito de difusión</p> <p>B. Los medios digitales, generan acercamiento, una <u>nuevo</u> forma de comunicación rápida efectiva y de</p>

Requiere

Alcampo

Sh

Guerra

impacto, evidentemente supera a los medios tradicionales. En el medio tradicional, es el usuario que busca el periódico para informarse, en la mayoría de medios digitales, es la información que busca al usuario a través de los medios electrónicos.

C.

En la actualidad comprar un periódico, es comprar información del día de ayer. Los medios digitales informan con mayor rapidez y tienen mayor alcance

D.

Definitivamente que la tecnología en la actualidad ha superado a los diarios impresos, pues permite llegar al público de manera inmediata y capta la atención de públicos de diferentes edades, estatus y geografía.

Recuerda

~~Algunos~~

~~los~~

Quemad

02. ¿Qué ventajas y desventajas tienen los medios digitales frente a los métodos de difusión tradicional?

A.

Las ventajas que tienen los medios digitales es: mayor alcance a la población, la información llega en el momento, el costo es nulo, se puede hacer publicidad oficial, hay mayor interacción con el público objetivo como desventajas tenemos que la información al ser rápida a veces no es objetiva

B.

como ventajas tenemos mayor alcance, inmediatez en la información.

A continuación...

Redes

Avanzadas

Redes

Quant

plataformas económicas

Como ventajas:

información justa, excluye algunos grupos propenso a información falsa.

C.

Como ventajas tenemos:

Información inmediata, el contenido puede ser texto, imagen, audiovisual, tiene mayor espacio para publicar, tiene mayor alcance.

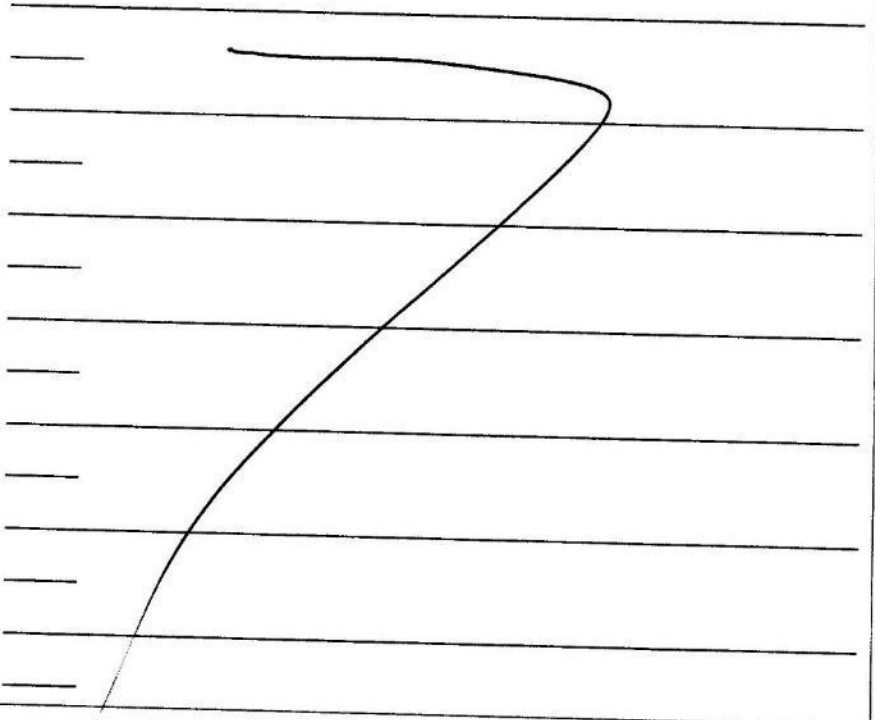
Como desventaja la escritura es ambigua, se demanda la ortografía.

D.

Como ventajas tenemos:

Inmediatas, variedad, mayor alcance.

Como desventajas a veces no se realiza muchas veces una investigación a profundidad, aumento del morbo.



03. ¿Creen ustedes que los métodos tradicionales como los diarios impresos garantizan o aseguran una eficiente difusión de información? Fundamente su respuesta.

A.

No, el usuario elige el periódico y no siempre el diario específico, el costo de los diarios es alto, un periódico no asegura que todos lean la información.

B.

Los periódicos han venido cumpliendo con su labor de difusión; pero veo que pueden ser potencializados por las plataformas digitales ante el avance tecnológico.

C.

No asegura una correcta difusión, ya que el público objetivo cada vez disminuye, hoy por hoy se recurre a plataformas digitales como redes sociales para enterarse de las noticias o cualquier información. Por otro lado las corrientes del cuidado del medio ambiente contribuyen a que cada vez se utilice menos papel como soporte de la información.

D.

Los medios tradicionales en definitiva han buscado realizar una mayor investigación de la información, se buscaba darle un sentido noticioso al contenido, pero hoy por hoy las plataformas son los medios más recurridos y como consecuencia de ello, los medios escritos como los periódicos ya no cumplen su objetivo.

Revisado

Acordado

Alf

Guerra

04. ¿Creen que, en un futuro, los medios de difusión escrita como los periódicos desaparezca en su totalidad motivado por el avance tecnológico en la difusión de información? Fundamente su respuesta.

A. no va a desaparecer porque existe gente que aun recurre a dichos medios

B. al menos en la siguiente década no van a desaparecer, pero hay una tendencia que cada vez menos gente recurre a ellos para informarse

C. Si van a desaparecer, el público está que pierde interés y para el empresario ya no es rentable, considerando los nuevos métodos de difusión como los digitales.

D. Es muy probable que el medio impreso desaparezca con el pasar de los años, inclusive actualmente todos los diarios que en su momento fueron los medios tradicionales se han acondicionado a la tecnología, quizás aun se conserva el medio impreso, porque hay un porcentaje de la población adulta que aun hace uso de los diarios impresos

Recuerda

Algunos

los

Recuerda

05. ¿En el caso de una norma legal emitida por una Municipalidad, la publicación en un diario garantiza su difusión?

Reduce

~~Alonso~~

~~Rob~~

~~Francisco~~

A.

No garantiza, ya que no llega a toda la ciudadanía las ventas son mínimas, por ejemplo, para nosotros no resulta rentable invertir en un medio escrito impreso, porque esa tarea fácilmente la cubre nuestra página oficial de Facebook

B.

No garantiza, si queremos difundir una información en específico en un solo diario no se podría garantizar que todos la conozcan, en todo caso sería en todos los diarios de la región, ya que la población no solo compra un determinado diario, por lo que la variedad de los diarios genera que la publicación en uno solo de ellos no garantiza la total difusión.

C.

No, un solo diario no abastece, porque no todos tienen preferencia por ese diario, concuerdo que tendrían que ser varios.

D.

Definitivo que no, pues las normas legales son publicadas exclusivamente en un diario y compran aquellos que tienen interés, pero el resto queda en desconocimiento.

06. ¿Considerando las ventajas de los medios digitales en la difusión, creen que sería importante que las Entidades municipales las difundan a través de medios virtuales?

Recuerda

Alcarriz

[Signature]

[Signature]

A. Si por la coyuntura y la época donde más se utiliza medios tecnológicos y las bondades que tienen estos se debe utilizar estos medios de difusión que ya han demostrado que son eficientes en el ámbito de difusión.

B.

Es necesario e importante que se emplee medios digitales ya que estos tienen un mejor alcance de difusión, sin embargo, no se debe descuidar al público que sigue recurriendo a medios tradicionales como los periódicos impresos.

C.

Si porque estamos en una época que prepondera la digitalización de la información.

D.

Si, porque las municipalidades y todas las entidades del Estado deben estar a la vanguardia de la tecnología, así llegan a más personas que se conectan a este mundo.

07. ¿Para ustedes cual es la red social con mayor alcance de difusión de información?

A.

Facebook, por su antigüedad, la más usada a nivel mundial.

B.

Facebook

C.

Facebook

D.

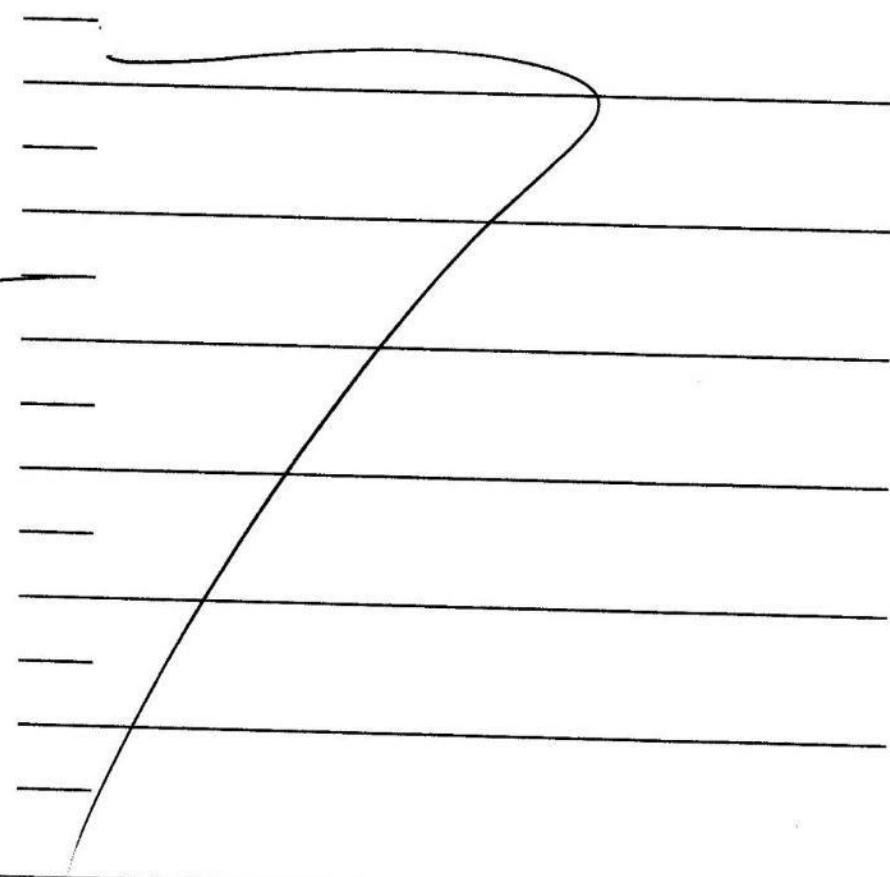
Facebook

Recorrido

Alcance

Alcance

Alcance



08. ¿Según su criterio, que importancia alcanzan los medios digitales en la difusión de información en la actualidad?

A. Son sumamente importantes porque forman parte de la vida de las personas, ahora la mayoría de personas recurre a estos medios para informarse, esta circunstancia es aprovechada para la difusión de determinados productos.

B. Los medios digitales han cobrado gran importancia como la principal fuente de información la cual las personas usuarias recurren inclusive antes que un periódico.

C. Son importantes como una principal fuente de información y difusión de contenidos.

D. Son de vital importancia en el sentido que la información llega de forma inmediata al público y a más personas.

Requisito

Atención

Ab

Janeth

09. ¿Recomendarían el uso de redes sociales para la difusión de ordenanzas municipales y por qué? Fundamente su respuesta.

A. Claro al ser un derecho estar informado de las normas que emanan nuestras instituciones y siendo un requisito la difusión, se debe utilizar las plataformas digitales de mayor y mejor alcance como las redes sociales como el Facebook.

B.
en efecto, está probado que toda Entidad del Estado cuenta con una red social, en especial cuentan por ejemplo con Facebook, mismo que no solo debe ser usado para resaltar a la autoridad de turno sino que debe ser usado para que la población conozca las disposiciones que emanan de las entidades con competencias legislativas.

C.
Si recomiendo, porque al ser la difusión una bondad principal de las redes sociales, estas van a permitir que los ciudadanos conozcan mejor sus derechos y obligaciones, ya que la difusión de estas sería masiva y sobre todo interacción en el acto.

D.
Si recomiendo, porque llegaría a mas personas.

Recomiendo

Recomiendo

Recomiendo

Recomiendo

10. ¿Qué red social recomendarían para la difusión de ordenanzas municipales?

A. Definitivamente Facebook

B. Facebook por ser la mas completa.

C. Facebook

D. Facebook

Redes

Alameda

Redes

Alameda

11. ¿Cómo conclusión, ¿son los medios digitales una herramienta importante para difundir las ordenanzas municipales y estas tengan mejor alcance en la población?

A. En definitiva, son una herramienta que debe ser empleada para difusión de las normas municipales en general, de esta manera se garantiza una adecuada difusión por las bondades que estos medios cuentan en esta era tecnológica.

B. Son importantes por las ventajas que cuentan los medios digitales para difusión, de esta manera la ciudadanía pueda conocer las ordenanzas.

C. Si, son importantes por el efecto expansivo de la información, va a permitir que la mayoría de personas las conozca con un solo clic.

D. En efecto, los medios digitales son una herramienta importante por la comodidad que vivimos, donde la mayoría de gente cuenta con dispositivos móviles entre otros y estos permite que las información llegue a mas personas con menor costo y eficiencia.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Recepción


Rebeca del Socorro
Calle Elera
41570240

[Handwritten signature]
Analisa Campos
Soldamiana
71850902


[Handwritten signature]
Daniel Edu León Ruiz
72275185

[Handwritten signature]
Eber Espinosa Martínez
43001912

Registro de grados y títulos de los participantes del Focus Group.



Ingrese el código de la imagen


 BUSCAR

 IMPRIMIR


 LIMPIAR

(**) Si existe alguna observación en tu nombre o DNI [haz clic aquí.](#)

Resultado		
GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
CAMPOS SALDARRIAGA, ANALISA LOURDES DNI 71850902	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 16/10/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 12/03/2012 Fecha egreso: 28/12/2016	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA <i>PERU</i>
CAMPOS SALDARRIAGA, ANALISA LOURDES DNI 71850902	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Fecha de diploma: 04/12/18 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA <i>PERU</i>



Ingrese el código de la imagen

 BUSCAR

 IMPRIMIR


 LIMPIAR


(**) Si existe alguna observación en tu nombre o DNI [haz clic aquí.](#)

Resultado		
GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ESPINOSA MARTINEZ, EBER AUGUSTO DNI 43001912	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL Fecha de diploma: 24/06/2009 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA <i>PERU</i>
ESPINOSA MARTINEZ, EBER AUGUSTO DNI 43001912	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 01/10/2014 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA <i>PERU</i>

W7T9P 

Ingrese el código de la imagen

 BUSCAR

 IMPRIMIR

 LIMPIAR


(**) Si existe alguna observación en tu nombre o DNI [haz clic aquí.](#)

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
LEON RUIZ, DANIEL EDU DNI 72275185	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Fecha de diploma: 18/02/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 09/04/2012 Fecha egreso: 03/08/2021	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS S.A. PERU

LN5MS 

Ingrese el código de la imagen

 BUSCAR

 IMPRIMIR

 LIMPIAR

(**) Si existe alguna observación en tu nombre o DNI [haz clic aquí.](#)

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
CALLE ELERA, REBECA DEL SOCORRO DNI 41570240	BACHILLER EN ARTES MENCION EN COMUNICACION Fecha de diploma: 09/03/2006 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD DE PIURA PERU
CALLE ELERA, REBECA DEL SOCORRO DNI 41570240	LICENCIADO EN COMUNICACION Fecha de diploma: 30/09/2008 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD DE PIURA PERU

ANEXO: 1

GUIA DE ENTREVISTA

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata. 2021"

I. Datos generales

Entrevistado: Jorge Rolando Luque Poma

Edad: 39 años **Género:** masculino

Ocupación: Secretario Político Municipal en Administración

Entrevistadores: Diana Patricia Gallegos Chirco

Fecha: 12.11.2021 **Hora:** 02:30 pm

Lugar: Torata - Moquegua

II. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar los medios de publicidad digital usados por las municipalidades de Sullana y Torata en el año 2021 y analizar si son accesibles para población.

Categoría: Medios digitales

Subcategorías: redes sociales y páginas web

Entrevistado: Subgerente de Imagen Institucional de las Municipalidades de Sullana y Torata

1. ¿Conoce y manipula de forma regular, medios digitales para difusión de actividades y disposiciones de la municipalidad?

Si conozco y manipulo de forma regular.

- b. Conozco, pero su uso es irregular.
- c. Desconozco y no se usa.

Si conozco, también se realiza las publicaciones en las
redes sociales, temas relacionados a la entidad, actividades
y disposiciones

2. ¿Explique qué tipo de medios digitales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades y disposiciones frente a la población?

Utilizar redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube, la
página web de la entidad en la cual se publica las actividades
y disposiciones de la entidad - Municipalidad Distrital de Tarma -
Morayta

3. ¿La Municipalidad utiliza redes sociales y páginas web para difusión de sus actividades y disposiciones? Fundamente su respuesta.

Si utiliza, principalmente mediante el portal web, medio por el
cual se publican las convocatorias y diversas actividades de la Municipalidad
Distrital de Tarma - Morayta.

4. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza la municipalidad para difusión de sus actividades?

Se utilizan las redes sociales como Facebook, Twitter y
la plataforma de Youtube para difusión de videos de la
entidad


Lic. Adm. Jorge Roberto Lopez Pizarro
Funcionario de Gestión Administrativa
DNI 41821704

5. ¿Detalle qué medios digitales, usa la entidad para publicar ordenanzas municipales?

- a. Facebook, Instagram, etc.
- b. Página Web de la entidad.
- c. Ambas.

Solo se utiliza la pagina de la entidad, Municipalidad Abtal
de Tuzco, la cual se encuentra en google.


Lic. Adm. Jorge Roberto Lario Pizarro
OFICIAL DE LEGISLACION MUNICIPAL
DNI 41381304

ANEXO: 2
GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021".

I. Datos generales

Entrevistado: Jorge Rolando Lugo Pizarro

Edad: 39 años Género: masculino

Ocupación: Servicio Público - Licenciado en Administración

Entrevistadores: Diana Patricia Gallegos Chirilla

Fecha: 13-10-2021 Hora: 02:30 pm

Lugar: Torata - Moquegua

II. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

OBJETIVO ESPECIFICO 02: Determinar el medio digital de mayor y mejor alcance en la población, para la publicación y difusión de actividades y disposiciones de las Municipalidades de Sullana y Torata.

Categoría: **Medios digitales**

Subcategorías: **redes sociales y páginas web**

Entrevistado: **Subgerente de Imagen Institucional de las Municipalidades de Sullana y Torata.**

1. ¿Detalle usted cual es el medio digital de mayor alcance de difusión con el que cuenta la entidad?

Las redes sociales como Facebook y la página web de la entidad
- Municipalidad Distrital de Tarata.

2. ¿Explique por qué considera que este medio es el de mayor alcance de difusión?

Facebook porque tiene un mayor acercamiento a la población
y brinda una mejor difusión ya que abarca lugares en todo el mundo
globalizado.

3. ¿De las redes sociales, cual es la que se utiliza con más regularidad?

Se utiliza con mayor frecuencia Facebook la página tiene
10 mil seguidores.

4. ¿Por qué, considera usted que, este medio digital, resulta ser importante para garantizar una correcta difusión de las actividades y disposiciones de la entidad?

Porque es una plataforma con mayor acceso por parte de nuestros
usuarios y mediante esta plataforma se transmite las actividades de
la municipalidad, diariamente se realiza de 4 a 5 publicaciones.

5. ¿Detalle usted, si considera que la publicación de ordenanzas municipales a través de medios digitales como las redes sociales, ayudaría a garantizar una mejor difusión?

Sin ayuda para que los ciudadanos tengan un mejor acceso
a las disposiciones legales de la entidad.

6. ¿Por qué cree usted que los medios digitales de difusión resultan necesarios e importantes para garantizar una mejor difusión de las normas de la entidad?


MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TARATA
DNI 41881704

Porque permite una mejor interacción con el público ya que
producto de la pandemia, las redes sociales, el internet han sido
necesarios utiliza los medios digitales.

7. ¿Por qué considera que el procedimiento para acceder a las redes sociales de la entidad, es fácil y conocido?

Porque en la actualidad es muy accesible la plataforma por donde esta
pagina es accesible por los ciudadanos, mediante un equipo móvil que
hoy en día la mayoría tiene este equipo, es fácil y conocido porque
se busca con el nombre de Municipalidad Distrital de Tarata y
es una pagina fácil y accesible de usar.


MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TARATA
Calle Alameda s/n. P.O. Box 10000
10000 Tarata, Arequipa
INSTITUCIONAL
DNI 141881004

ANEXO: 3

GUÍA DE ENTREVISTA

TÍTULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021".

I. Datos generales

Entrevistado: Betty Ruth Mendoza Henares

Edad: Género: Femenino

Ocupación: Servidora Pública - Abogada

Entrevistadores: Diana Patricia Callejas Chicillo

Fecha: 20-8-2021 Hora: 10:30 am

Lugar: Torata - Moquegua

I. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Categoría: **Publicidad de las ordenanzas municipales**

Subcategorías: Publicación y difusión

Entrevistado: Secretario General

1. ¿Detalle usted cuantas ordenanzas municipales emitió el concejo municipal el año 2021?

El concejo municipal en el año 2021 emitió 08 ordenanzas municipales

2. ¿Cuál es el diario o periódico impreso en el que se realiza la publicación de las ordenanzas municipales emitidas por el concejo municipal?

No existe en dicho momento porque es una necesidad que al poco cuando se lea de eso desde tal momento se crea en la municipalidad para la publicación en el diario o periódico.

3. ¿Aparte de la publicación en el diario o periódico, donde más se publican las ordenanzas municipales?

Las ordenanzas municipales son publicadas en el portal web de la institución el cual es www.municipalidad.cochape

4. ¿Cree usted que la forma de publicación de ordenanzas municipales empleada por la entidad, garantiza una adecuada difusión de las ordenanzas municipales o se necesita implementar medios adicionales de publicidad? Fundamente su respuesta.

No es necesario ya existe un portal web que es fácil y accesible de utilizar desde todos los ciudadanos desde sus hogares.

5. ¿Cree usted que los medios digitales como las redes sociales son una herramienta importante que ayudarían a garantizar una mejor difusión de ordenanzas municipales? Fundamente su respuesta.

Si es una herramienta útil ya que desde la pandemia el modo de comunicación fueron las redes sociales, plataformas y respecto a la publicación de ordenanzas fueron publicados a través del portal web institucional.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TORATA

Rafael
Abog. Betty Ruth Mercedes Vera
Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica
e Institución

GUÍA DE ENTREVISTA

TÍTULO: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021".

I. Datos generales

Entrevistado: Raimiro Pablo Franco Inzotas.....

Edad: 35 años..... **Género:** masculino.....

Ocupación: Servidor Público - Ingeniero de Sistemas.....

Entrevistadores: Diana Palencia Gallegas Chiodla.....

Fecha: 13-10-2021..... **Hora:** 10:00 am.....

Lugar: Torata - Moquegua.....

II. Instrucciones:

Leer detenidamente cada interrogante de la presente entrevista y responda desde su experiencia, conocimiento, opinión con claridad y veracidad sus respuestas, debido que, las respuestas consignadas, serán el fundamento para corroborar nuestros objetivos.

Objetivo: Identificar cual es el diario encargado de las publicaciones de ordenanzas y si las Municipalidades de Sullana y Torata cumplen con el principio de publicidad conforme los lineamientos señalados por la jurisprudencia del TC.

Categoría: Publicidad de las ordenanzas municipales

Subcategorías: Publicación y difusión

Entrevistado: Subgerente de Tecnologías de la Información (o encargado de la página web de la entidad)

6. ¿detalle usted si cuentan con una página web donde publican las ordenanzas emitidas por la entidad?

Si la entidad cuenta con la página web que es en la del
municipio de G. de P.

7. ¿Cuántas ordenanzas municipales se publicaron en el portal web de
entidad?

De los últimos 4 años son 24 ordenanzas municipales publicadas
y del año 2021 son 7 ordenanzas municipales publicadas.

8. ¿explique usted, cual es el procedimiento para poder acceder a la página
web en la sección normativa?

Buscar en el navegador google se busca municipalidad de Toluca,
y es la primera opción que le aparece en la página, la municipalidad
no trabaja en sección normativa, sino directiva.

9. ¿Considera usted que el diseño de la página web es complicado o
didáctico? Fundamente su respuesta.

En el año 2020 nos gestionamos a una reunión vía meet virtual, donde
estaban presentes los 32 municipios y nos gestionamos por favor la
página web adecuada y con un diseño intuitivo y fácil de usar.

10. ¿las ordenanzas publicadas, detallan de forma clara el día y la hora de
publicación?

Si, todas las ordenanzas son detalladas con fecha, año y la
descripción de la ordenanza, más no con la hora.

11. ¿Desde su perspectiva, cree usted que la publicación de las ordenanzas en
la página web cumple con garantizar la difusión de ordenanzas o resultaría

Anexo 09

Autorización de publicación de identidad

Secretaria General de la MPS

Abg. Cesar Girón Castillo- Secretario General

ANEXO 1
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS
RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20154477021
Municipalidad Provincial de Sullana	
Nombre del Titular o Representante legal:	Power Saldana Sanchez
Nombres y Apellidos	DNI:
Cesar Girón Castillo	03668037

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Importancia de los Medios Digitales en la Publicación de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021	
Nombre del Programa Académico:	
Taller de Titulación	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:

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.

Lugar y Fecha: Sullana 25 de Octubre de 2022

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SULLANA

Abg. Cesar M. Girón Castillo

S.C.A.P. 902
SECRETARIO GENERAL

Firma:

03668037 (Secretario General)

(Titular o Representante legal de la Institución)

(* 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 10

Autorización de publicación de identidad

Administradora de redes sociales de la MPS

Lic. Luisa María Alatrística Casariego

ANEXO 1
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS
RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20154477021
Municipalidad Provincial de Sullana	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Pover Saldaña Sanchez	
Nombres y Apellidos	DNI:
Luisa Maria Alatrística Casariego	46162288

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Importancia de los Plazos Digitales en la Faltitud de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021	
Nombre del Programa Académico:	
Taller de titulación	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Josac Jacob Toruño Rozalado	45766862

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.

Lugar y Fecha: Sullana 19 octubre de 2022

Firma: 

Lic. Luisa M. Alatrística Casariego 46162288 Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Administradora de Redes Sociales de la MPS)
(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 11

Autorización de publicación de identidad

Responsable de portal web

Técnico Ernesto Vilela Zegarra

ANEXO 1
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS
RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Municipalidad Provincial de Sullana	20164477021
Nombre del Titular o Representante legal: Pover Saldana Sanchez.	
Nombres y Apellidos Ernesto Vilela Zegarra	DNI: 40569722

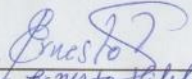
Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de los Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Tarma, 2021	
Nombre del Programa Académico: Taller de Titulación	
Autor: Nombres y Apellidos Isaac Jacob Cornejo Aguado	DNI: 45766862

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.

Lugar y Fecha: Sullana 19 de Octubre de 2022

Firma: 
Ernesto Vilela Zegarra
Técnico Jurídico - (Responsable de Portal Web)
MPS
(Titular o Representante legal de la Institución)

(* 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 12

Autorización de publicación de identidad

Primer participante del Focus Group

Lic. Analisa Lourdes Campos Saldarriaga

ANEXO 1
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS
RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Focus Group	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos	DNI:
Analisa Lourdes Campos Saldarriaga	71850902

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Importancia de los Medios Digitales en la publicidad de las Ordenanzas de las municipalidades de Sullana y Torata, 2021	
Nombre del Programa Académico:	
Taller de Titulación	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Isaac Jacob Cornejo Regalado	45766862

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.

Lugar y Fecha: Sullana 25 de octubre 2022

Firma: 

71850902.
Analisa L. Campos Saldarriaga.
(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 13

Autorización de publicación de identidad

Segundo participante del Focus Group

Lic. Eber Augusto Espinosa Martínez

ANEXO 1
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS
RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Focus Group	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos	DNI:
Eber Augusto Espinosa Martínez	43001912

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021	
Nombre del Programa Académico:	
Taller de Titulación	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Isaac Jacob Cornejo Aguado	45766862

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.

Lugar y Fecha: Sullana 25 de octubre de 2022

Firma: 

Lic. Eber Augusto Espinosa Martínez
(Titular o Representante legal de la Institución)

(*). 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 14

Autorización de publicación de identidad

Tercer participante del Focus Group

Bach. Daniel Edu León Ruiz

ANEXO 1
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS
RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
<i>Focus Group</i>	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos	DNI:
<i>Daniel Edu León Ruiz</i>	<i>72273185</i>

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
<i>Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021</i>	
Nombre del Programa Académico:	
<i>Taller de Titulación</i>	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
<i>Isaac Jacob Cornejo Regalado</i>	<i>45766862</i>

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.

Lugar y Fecha: *Sullana 25 de octubre de 2022*

Firma: *[Firma]* *72273185*
Bach. Daniel Edu León Ruiz

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 15

Autorización de publicación de identidad

Cuarto participante del Focus Group

Lic. Rebeca del Rosario Calle Elera

ANEXO 1
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales	
Nombre de la Organización:	RUC:
<i>Focus Group</i>	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos	DNI:
<i>Rebeca del Socorro Calle Elera</i>	<i>41570240</i>

Consentimiento:
De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
<i>Importancia de los Medios digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021</i>	
Nombre del Programa Académico:	
<i>Taller de Titulación</i>	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
<i>Isaac Jacob Cornejo Rosalado</i>	<i>45766862</i>

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.

Lugar y Fecha: *Sullana 25 de octubre de 2022*

Firma: *Rebeca*
Lic. Rebeca del Socorro Calle Elera *41570240*
(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) 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 las tesis, no se deberá

Anexo 16

Autorización de publicación de identidad

Secretaría General de la MDT

Abg. Betty Ruth Mendoza Venancio

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

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20171880115
Municipalidad Distrital de Torata	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Hernán Pedro Juárez Coayla	
Nombres y Apellidos	DNI:
Abog. Betty Ruth Mendoza Venancio	40838722

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Importancia de los Medios Digitales en la publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades Sullana y Torata, 2021.	
Nombre del Programa Académico:	
Taller de Elaboración de Tesis	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI
Gallegos Chiarella Diana Patricia	71883676

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.

Lugar y Fecha: Torata 20 de octubre del 2021

Firma:

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TORATA

Abog. Betty Ruth Mendoza Venancio
Jefe de la Oficina de Normativa General
e Inspección Institucional



(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 17

Autorización de publicación de identidad

Subgerencia de Imagen Institucional de la MDT

Lic. Jorge Rolando Luque Puma

ANEXO 1 AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20171880115
Municipalidad Distrital de Torata	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Hernán Pedro Juárez Coayla	
Nombres y Apellidos	DNI:
Lic. Adm. Jorge Rolando Luque Puma	41581304

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [] no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Importancia de los Medios Digitales en la publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades Sullana y Torata, 2021.	
Nombre del Programa Académico:	
Taller de Elaboración de Tesis	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI
Gallegos Chiarella Diana Patricia	71883676

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.

Lugar y Fecha: Torata 20 de octubre del 2021

Firma:



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TORATA
Lic. Adm. Jorge Rolando Luque Puma
OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

(Titular o Representante legal de la Institución)

(* 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 18

Autorización de publicación de identidad

Subgerencia de Tecnologías de la Información

Ing. Raineiro Patricio Franco Infantes

ANEXO 1 AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20171880115
Municipalidad Distrital de Torata	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Hernán Pedro Juárez Coayla	
Nombres y Apellidos	DNI:
Ing. Raineiro Patricio Franco Infantes	44388142

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [] no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:



Nombre del Trabajo de Investigación	
Importancia de los Medios Digitales en la publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades Sullana y Torata, 2021.	
Nombre del Programa Académico:	
Taller de Elaboración de Tesis	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI
Gallegos Chiarella Diana Patricia	71883878

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.

Lugar y Fecha: Torata 20 de octubre del 2021

Firma:

Ing. Raineiro Patricio Franco Infantes
INGENIERO DE SISTEMAS Y COMPUTACIÓN
CIP. 173696

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*). 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 las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 19

Facebook de la MPS

nes Videos Más ▾

Ver todo



Crear publicación

alidad Provincial
llana.gob.pe

provincia de Sullana

ta esto, incluidos 4



ito

ob.pe/



Isa Cornejo

Estudió Facultad de
Derecho y Ciencias
Políticas en Universidad
San Pedro

Vive en Sullana

Agregar a historia

Editar perfil



Estoy aquí

de Sullana

a las 18:55 ·

HIRA, SULLANA LA NOVIA DEL SOI
RSARIO!

a@gmail.com

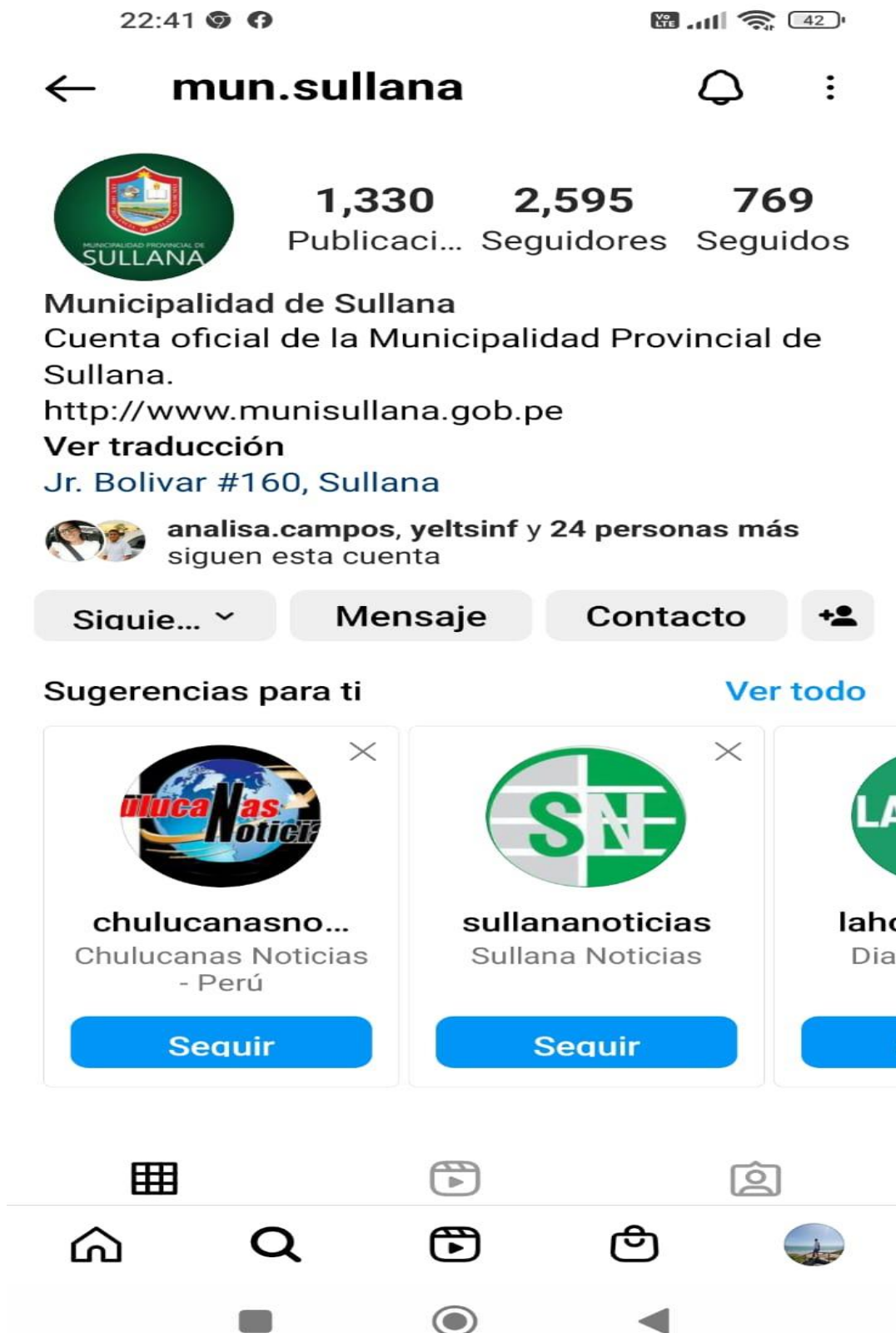
al de Sullana, como órgano del
e la adecuada prestación de los
arrollo integral sostenible de
participación de los vecinos también

Ver todo



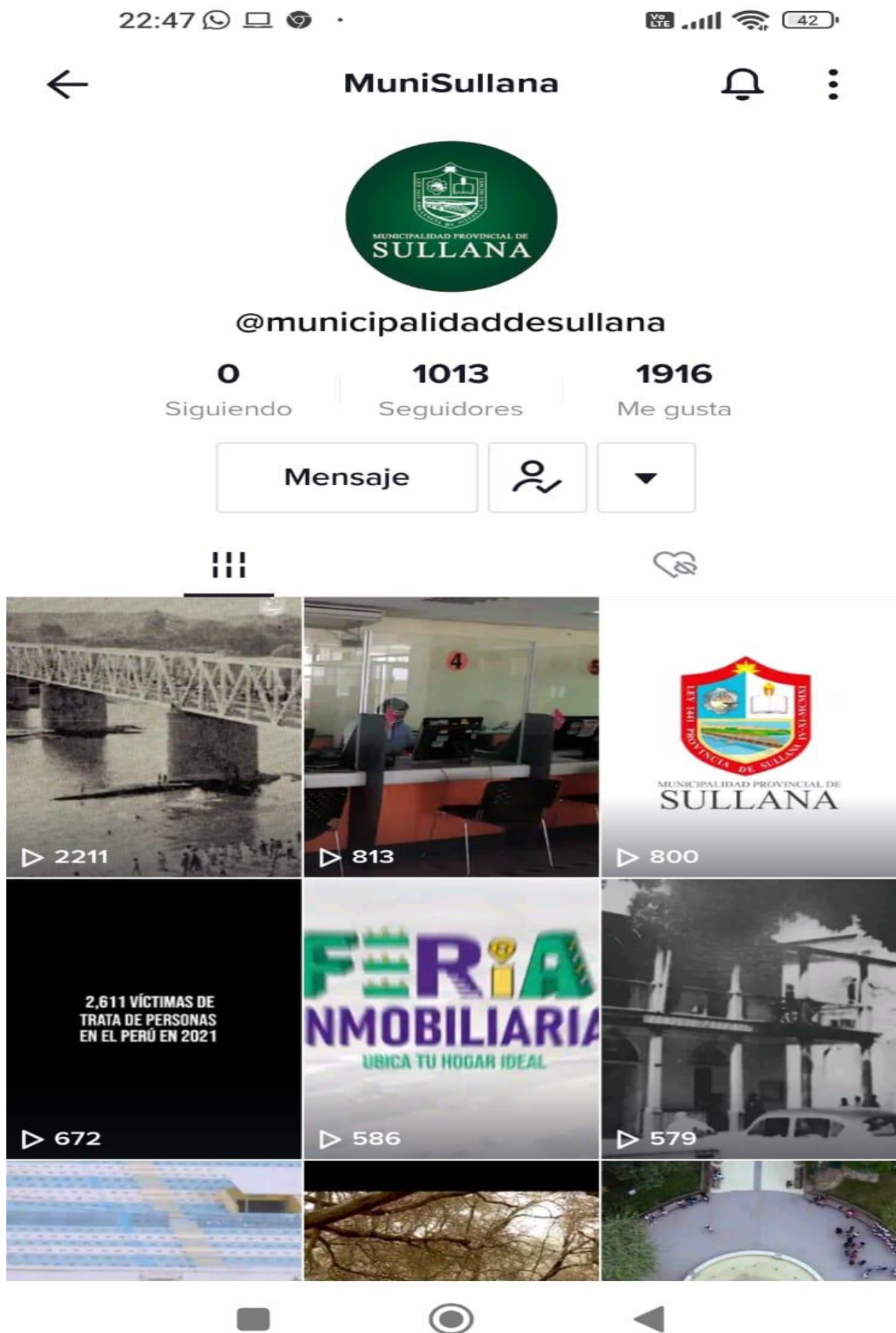
Anexo 20

Instagram de la MPS



Anexo 21

Tik Tok de la MPS



Anexo 22

Plataforma de YouTube de la MPS

The image shows a screenshot of the YouTube channel page for 'Municipalidad de Sullana'. The channel has 327 subscribers and a 'Suscribirse' button. The main banner features a street view of Sullana with a large church in the background. Below the banner, there are navigation tabs for 'PÁGINA PRINCIPAL', 'VIDEOS', 'SHORTS', 'EN VIVO', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'COMUNIDAD', 'CANALES', and 'MÁS INFORMACIÓN'. The 'Videos' section is active, showing a row of six video thumbnails with their titles and view counts. The 'Shorts' section is also visible at the bottom, showing a row of six short video thumbnails.

Municipalidad de Sullana
327 suscriptores

VIDEOS

Reproducir todo

Video Title	Duration	Views	Time
HASTA EL 90% DE DESCUENTO EN PAPELETA...	7:03	9 vistas	hace 1 mes
FERIA INMOBILIARIA SULLANA 2022	0:44	30 vistas	hace 1 mes
EL "TONDERAZO DEL CHIRA" REGRESA CON FUERZA PO...	6:00	47 vistas	hace 2 meses
ENTREGAN ESTADIO CAMPEONES DEL 36 A LA...	6:49	1,291 vistas	hace 2 meses
REALIZAN JORNADA AMBIENTAL PARA...	0:27	4 vistas	hace 2 meses
INAUGURAN MODERNA INFRAESTRUCTURA DE LA I...	5:38	6 vistas	hace 2 meses

Shorts

Short Title	Views	Time
Empieza la fiesta	1,291 vistas	hace 2 meses
Entrega los residuos	4 vistas	hace 2 meses

Anexo 23

Facebook de la MDT

Facebook search bar: Buscar en Facebook

Navigation icons: Home, Video, Shop, Profile

Profile picture: Municipalidad Distrital de Torata

Cover photo: +20 Obras para Torata

Profile name: Municipalidad Distrital de Torata

Followers: 10 mil seguidores • 28 seguidos

Actions: WhatsApp, Siguiendo, Mensaje

Navigation tabs: Publicaciones, Información, Menciones, Opiniones, Seguidores, Fotos, Más

Details section:

Detalles

La Municipalidad Distrital de Torata es el Órgano de Gobierno promotor del desarrollo local con Pe

Página - Organización gubernamental

(053) 476073

Publicaciones section:

Publicaciones [Filtros]

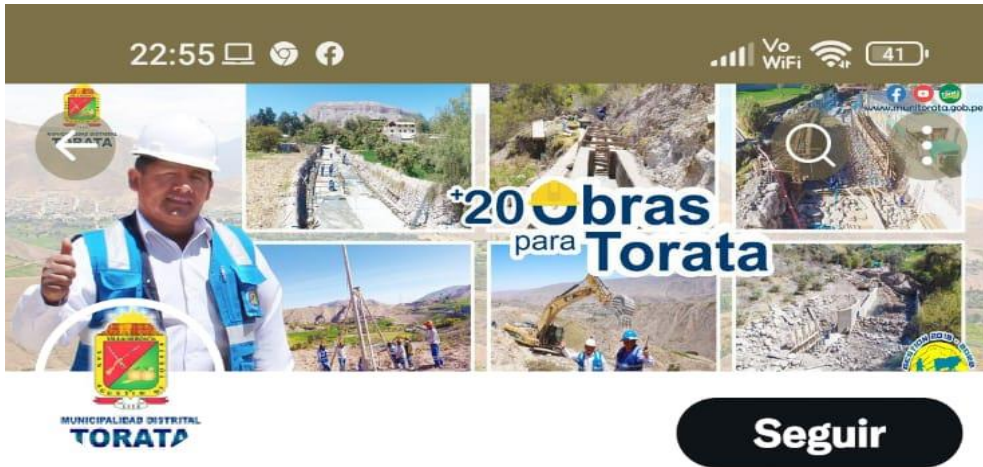
Municipalidad Distrital de Torata 17 h

Mañana nos vemos en el XXI Festival del Damasco Torata 2022...

Footer: <https://www.facebook.com/torata/>

Anexo 24

Twitter de la MDT



Municipalidad Distrital de Torata

@Muni_Torata

Torata munitorata.gob.pe

Se unió en octubre de 2021

7 Siguiendo 0 Seguidores

Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario

Tweets Tweets y respuestas Multimedia



Municipalidad Distrital ... · 14 oct. ·
[#ComplejoTuristicoTorata](#) | Te esperamos en el Complejo Turístico de Torata



Anexo 25

Plataforma de YouTube de la MDT

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Municipalidad Distrital de Torata'. The browser's address bar shows 'municipalidad de torata'. The channel name is 'Municipalidad Distrital de Torata' with 93 subscribers. The page features a navigation menu on the left with options like 'Principal', 'Shorts', 'Suscripciones', 'Originals', 'YouTube Music', 'Biblioteca', 'Historial', 'Tus videos', 'Ver más tarde', 'Descargas', 'Videos que me gus...', and 'Sanz'. Below the channel header, there are tabs for 'PÁGINA PRINCIPAL', 'VIDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'COMUNIDAD', 'CANALES', and 'MÁS INFORMACIÓN'. The main content area displays a grid of six video thumbnails with their respective titles and view counts:

Video Title	Duration	Views	Time
DESDE TALA, NACE UN NUEVO EMPRENDIMIENTO...	4:57	20 vistas	hace 1 mes
GENERAMOS MAS DE 30 PUESTOS LABORALES EN L...	1:59	19 vistas	hace 1 mes
#MasObrasEnTorata MDT REALIZA MEJORAS E...	1:46	34 vistas	hace 2 meses
MDT FORTALECE LOS SERVICIOS DEL VIVERO...	1:59	15 vistas	hace 3 meses
PROYECTO DE MEJORAMIENTO DE PISTA...	2:49	40 vistas	hace 3 meses
LA MUNICIPALIDAD DE TORATA INVIERTE EN EL...	2:31	115 vistas	hace 4 meses

At the bottom of the page, there is a notification for 'WhatsApp Image...jpeg' and a 'Most' button.

Anexo 26

Portada virtual del diario La República de fecha 11 de junio de 2021 donde informan ser el diario judicial del distrito de Sullana en el 2021

← → ↻ 📄 la-republica.pe/nota-de-prensa/2021/06/11/la-republica-sigue-siendo-el-diario-judicial-en-todo-el-norte-peruano-lmd/

Gmail YouTube Maps Nueva pestaña Google YouTube

107° PEERO CASTILLO MAROHA CONTRA CASTILLO SHAKIRA IVSS SEMIFINAL LIGA 1 OTS SPORTING CRISTAL FEC MELGAR BARCELONA SC VS AJUJAS BOCA JUNIORS VS RACING

 **La República**

ÚLTIMAS NOTICIAS | MUNDIAL QATAR 2022 | POLÍTICA | ECONOMÍA | SOCIEDAD | MUNDO | DEPORTES | ESPECTÁCULOS | REDES SOCIALES | DÓLAR | SUSCRÍBETE 🔍

CRISTAL VS. MELGAR - ¿cuándo se juega el partido de vuelta por las 'semis' de la Liga 1?

11 JUN 2021 | 21:38 h

La República sigue siendo el diario judicial en todo el norte peruano

Por unanimidad se designó a Grupo La República Publicaciones SA como el medio encargado de la publicación de los avisos judiciales en Tumbes, Sullana, Piura, Lambayeque, entre otros.



Distritos judiciales cuentan con el apoyo de La República y sus ediciones multiplataforma. Foto: difusión

 **LR Norte**
ediciondigital@lr.pe



Luego de haber redireccionado sus productos a la era digital con un aire más fresco y moderno, el diario La República se mantiene como el diario judicial del

LO MÁS VISTO



-  Más de 500 personas fueron atendidas en especialidades oftalmológicas en Espinar
-  Caja Arequipa dona 150 balones de oxígeno al Hospital Goyeneche
-  Perú perdió más de 2.7 millones de hectáreas de bosque amazónico
-  Arequipa: ponen en marcha nueva clínica de especialización en urología

NOTAS RECOMENDADAS

-  **el Popular**
¿Cómo sería la cara de un extraterrestre, según los humanos?
-  **el Popular**
Manifest: ¿Quién es el nuevo actor que será Cal Stone de adolescente?
-  **wapa**
Kattia Palma entoquece las playas de Cancún con dominante bañador cut out...
-  **wapa**
¿El Grupo 5 en el Estadio Nacional? Rhin Moya

Anexo 27

Plataforma Única Digital del Estado peruano que da cuenta de los diarios judiciales en las diferentes regiones del Perú. Fecha de publicación 15 de julio de 2021

 Plataforma digital única del Estado Peruano Buscar en INGEMMET 

[Inicio](#) > [El Estado](#) > [MINEM](#) > [INGEMMET](#) > [Informes y publicaciones](#) > [Diarios de Avisos Judiciales](#)

[Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico](#)

Diarios de Avisos Judiciales

Listado

15 de julio de 2021

Lista de diarios judiciales:

- **AMAZONAS** Nombre del Diario: EL CLARIN Teléfono: 041 (579530) Anex. 27061
- **ANCASH** Nombre del Diario: PRENSA REGIONAL 6 YA Teléfono: 043(421851)Anex.26167
- **APURIMAC** Nombre del Diario: DIARIO PREGON Teléfono: 089 (595500) Anex. 42099
- **AREQUIPA** Nombre del Diario: LA REPUBLICA Teléfono: 054 (382520) Anex. 51220
- **AYACUCHO** Nombre del Diario: JORNADA Teléfono: 066 (490066) Anex. 41095
- **CAJAMARCA** Nombre del Diario: LA REPUBLICA Teléfono: 076 (584400) Anex.24098
- **CUSCO** Nombre del Diario: EL DIARIO DEL CUSCO Teléfono: 084 (581360) Anex.43028
- **HUANCAVELICA** Nombre del Diario: CORREO Teléfono: 965988597
- **HUANUCO** Nombre del Diario: PAGINA 3 Teléfono: 062 (591030) Anex. 45107
- **ICA** Nombre del Diario: LA REPUBLICA Teléfono: 056 (581120) Anex. 50099
- **JUNIN** Nombre del Diario: CORREO Teléfono: 064 (481490) Anex. 40016
- **LA LIBERTAD** Nombre del Diario: LA REPUBLICA Teléfono: 044 (287031)
- **LAMBAYEQUE** Nombre del Diario: LA REPUBLICA Teléfono: 074 (481640) Anex.22480
- **LORETO** Nombre del Diario: LA REGION Teléfono: 65581212 Anex. 9002
- **MADRE DE DIOS** Nombre del Diario: DON JAQUE Teléfono: 082 (582060) Anex. 32073
- ➔ **MOQUEGUA** Nombre del Diario: LA REPUBLICA Teléfono: 058 (463555) Anex. 54038
- **PASCO** Nombre del Diario: EL SIGLO Teléfono: 063 (597100) Anex. 47082
- ➔ **PIURA** Nombre del Diario: LA REPUBLICA Teléfono: 073 (284960)



TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

Firmado digitalmente por:
LEDESMA NARVAEZ
Marianella Leonor FAU 20217267618 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 27/07/2021 13:14:57-0500

Pleno. Sentencia 714/2021

Caso de la Ordenanza que aprueba el Reglamento de Mercados del Distrito de José Leonardo Ortiz | 1

Expediente 00017-2020-PI/TC

Firmado digitalmente por:
REATEGUI APAZA Flavio
Adolfo FAU 20217267618 soft
Motivo: Doy fé
Fecha: 30/07/2021 19:02:10-0500

Firmado digitalmente por:
FERRERO COSTA Augusto FAU
20217267618 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 28/07/2021 12:24:03-0500

RAZÓN DE RELATORÍA

En la sesión de Pleno del Tribunal Constitucional, de fecha 1 de julio de 2021, los magistrados Ledesma Narváez (con fundamento de voto), Ferrero Costa, Miranda Canales, Blume Fortini, Ramos Núñez, Sardón de Taboada (con fundamento de voto) y Espinosa-Saldaña Barrera (con fundamento de voto) han emitido la siguiente sentencia que resuelve:

Declarar **FUNDADA** la demanda; en consecuencia, **INCONSTITUCIONAL** la Ordenanza Municipal 020-2017-MDJLO.

La Secretaría del Pleno deja constancia de que la presente razón encabeza la sentencia y los votos antes referidos, y que los magistrados intervinientes en el Pleno firman digitalmente al pie de esta razón en señal de conformidad.

Flavio Reátegui Apaza
Secretario Relator

SS.

LEDESMA NARVÁEZ
FERRERO COSTA
MIRANDA CANALES
BLUME FORTINI
RAMOS NÚÑEZ
SARDÓN DE TABOADA
ESPINOSA-SALDAÑA BARRERA

Firmado digitalmente por:
MIRANDA CANALES Manuel
Jesus FAU 20217267618 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 23/07/2021 11:34:06-0500

Firmado digitalmente por:
BLUME FORTINI Ernesto
Jorge FAU 20217267618 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 30/07/2021 10:30:17-0500



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, YATACO BARRON YRMA CONSUELO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Importancia de los Medios Digitales en la Publicidad de las Ordenanzas de las Municipalidades de Sullana y Torata, 2021

", cuyos autores son CORNEJO REGALADO ISAAC JACOB, GALLEGOS CHIARELLA DIANA PATRICIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 6.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He 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, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 03 de Febrero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
YATACO BARRON YRMA CONSUELO DNI: 10190171 ORCID: 0000-0002-2132-5344	Firmado electrónicamente por: YCYATACOY el 03- 02-2023 10:34:32

Código documento Trilce: TRI - 0530607