



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN  
CORPORATIVA**

Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la  
Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE ACADÉMICO DE:  
Maestro en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa**

**AUTOR:**

Aguilar Collantes, Franco Cristhian ([orcid.org/0000-0003-1047-662X](https://orcid.org/0000-0003-1047-662X))

**ASESORES:**

Dr. Garcia Cruzate, Eduardo Daniel ([orcid.org/0000-0002-2016-8180](https://orcid.org/0000-0002-2016-8180))

Mg. Pereda Guanilo, Victor Ivan ([orcid.org/0000-0001-8964-9938](https://orcid.org/0000-0001-8964-9938))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

TRUJILLO – PERÚ

2023

## **Dedicatoria**

A mi padre celestial quien es el forjador de mi camino y eje central en mi vida.

Al amor de mi vida Sophie Nicolle, quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme ante las adversidades y poder llegar a ser un ejemplo para ella.

A mis padres Alicia y Benjamin, hermanos y familia en general, por impulsar constantemente mi crecimiento profesional; a mí por siempre creer que puedo seguir cumpliendo con mis objetivos académicos y laborales.

A mi asesor Dr. García Cruzate, Eduardo Daniel, por guiarme en la elaboración de mi tesis.

## **Agradecimiento**

A mi asesor de tesis al Dr. García Cruzate, Eduardo Daniel por haberme brindado las herramientas necesarias para el desarrollo de mi tesis, compartiendo su experiencia, conocimiento científico y darnos un empuje emocional para cumplir con los plazos pertinentes.

A toda mi familia por su respaldo y por brindarme palabras de aliento en favor de la culminación de mi trabajo de investigación.

A mi amigo en el cielo coronel (r) PNP y exalcalde de la ciudad de Trujillo, región La Libertad, Elidio Espinoza Quispe, quien apostó por jóvenes profesionales y que ahora hemos encaminado un futuro prometedor en la administración pública.



## Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCÍA CRÚZATE EDUARDO DANIEL; docente de la Escuela de posgrado, del Programa académico de **MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA** de la Universidad César Vallejo – filial Trujillo, asesor del Trabajo de Tesis titulado: **Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022**, del estudiante **Franco Cristhian Aguilar Collantes** constato que la investigación tiene un índice de similitud de **21%**, 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.

Apellidos y Nombres del Asesor: Dr. GARCÍA CRÚZATE EDUARDO DANIEL	
DNI: 41390840	Firma 
ORCID: 0000-0002-2016-8180	

## Declaratoria de Autenticidad del Asesor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

### Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, AGUILAR COLLANTES FRANCO CRISTHIAN estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
AGUILAR COLLANTES FRANCO CRISTHIAN DNI: 46124380 ORCID: 0000-0003-1047-662X	Firmado electrónicamente por: FAGUILARCO21 el 05- 06-2023 15:35:27

Código documento Trilce: INV - 1180128

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad del autor .....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de figuras.....	viii
Índice de tablas .....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA .....	13
3.1. Diseño de investigación.....	13
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización CATEGORÍA APRIORÍSTICAS.....	13
3.3. Escenario de estudio.....	17
3.4. Participantes .....	17
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	17
3.6. Procedimientos .....	17
3.7. Rigor científico.....	18
3.8. Métodos de análisis de la información.....	18
3.9. Aspectos éticos .....	19
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
V. CONCLUSIONES.....	61

VI. RECOMENDACIONES .....	62
REFERENCIAS.....	63
ANEXOS	

## Índice de figuras

<b>Figura 1:</b> Estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo .....	27
<b>Figura 2:</b> Medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.....	37
<b>Figura 3:</b> Características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo .....	43
<b>Figura 4:</b> Características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo ....	57

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo .....	20
<b>Tabla 2:</b> Medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo .....	30
<b>Tabla 3:</b> Características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo .....	40
<b>Tabla 4:</b> Características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo ....	46

## Resumen

La presente investigación denominada “Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022” tuvo como objetivo principal. El enfoque usado fue el cualitativo, con diseño de investigación fenomenológico, el instrumento utilizado fue una guía de entrevista de elaboración del autor, con su respectiva técnica de la entrevista. El procesamiento de datos se realizó en el programa de análisis cualitativo Atlas ti 22. Se llegó a la conclusión de que las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la MPT presentan avances, aunque también importantes limitaciones tales como escasa interacción con el ciudadano, la falta de planificación y actualización. Es preocupante la politización de los medios de comunicación gubernamentales según el gobierno de turno. Las redes sociales y los medios digitales son predominantes; sin embargo, la efectividad de cualquier canal de comunicación depende siempre de los objetivos planteados y el público al que está dirigido el mensaje. La forma en que se viene dando la comunicación digital actualmente no favorece la participación ciudadana debido a deficiencias como la falta de un equipo de respuesta, retroalimentación y un amplio tiempo de espera para lograr una contestación a solicitudes ciudadanas.

**Palabras clave:** Estrategia, digital, comunicación, gubernamental

## **Abstract**

The present investigation called "Digital strategies for government communication of the Provincial Municipality of Trujillo, 2022" had as its main objective. The approach used was qualitative, with a phenomenological research design, the instrument used was an interview guide prepared by the author, with its respective interview technique. The data processing was carried out in the Atlas ti 22 qualitative analysis program. It was concluded that the digital strategies used in the MPT's government communication processes present advances, but also important limitations such as little interaction with the citizen., the lack of planning and updating. The politicization of government media according to the current government is worrying. Social networks and digital media are predominant; however, the effectiveness of any communication channel always depends on the objectives set and the audience to which the message is addressed. The way in which digital communication is currently taking place does not favor citizen participation due to deficiencies such as the lack of a response team, feedback, and a long waiting time to achieve a response to citizen requests.

**Keywords:** strategy, digital, communication, governmental

## I. INTRODUCCIÓN

La comunicación gubernamental en el mundo digital se ha vuelto cada vez más importante en la forma en que las instituciones públicas interactúan con sus ciudadanos. Con el aumento del uso de dispositivos móviles y las redes sociales, ha surgido la necesidad de desarrollar estrategias digitales eficaces para mejorar la comunicación gubernamental a nivel mundial.

A nivel mundial, el número de usuarios de internet en 2019 alcanzó los 4.5 mil millones, representando un aumento del 9% en comparación con el año anterior. Además, el estudio también reveló que el número de usuarios de redes sociales a nivel mundial alcanzó los 3.8 mil millones, representando un aumento del 11% en comparación con el año anterior. (We Are Social & Hootsuite, 2019).

El 72% de los adultos en los Estados Unidos obtienen noticias a través de redes sociales, lo que representa un aumento del 19% en comparación con el año 2013 (Pew Research Center, 2018). Además, el estudio también destacó que el 55% de los adultos en los Estados Unidos obtienen noticias a través de dispositivos móviles, lo que representa un aumento del 38% en comparación con el año 2013.

Un estudio publicado en el Journal of Computer-Mediated Communication en 2020 (Hwang, et. al, 2020) destacó que la presencia en línea de los gobiernos y la calidad de la información proporcionada son factores clave en la confianza de los ciudadanos en las instituciones gubernamentales. El estudio se realizó en Corea del Sur y encontró que la presencia en línea de los gobiernos locales y la calidad de la información proporcionada en las redes sociales son factores clave en la confianza de los ciudadanos en las instituciones gubernamentales.

Una estrategia digital eficaz debe basarse en la investigación y tener en cuenta los objetivos de la organización, el público objetivo y las tendencias en tecnología y medios sociales. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el uso de tecnologías digitales en la comunicación gubernamental ha aumentado en América Latina, con un crecimiento del 20% en el uso de plataformas digitales para la presentación de solicitudes y servicios en línea. Además, el 46% de los servicios gubernamentales están disponibles en línea en América Latina, lo que representa un aumento del 16% en comparación con el año 2019. A nivel nacional, en Perú, el

estudio encontró que el 38% de los servicios gubernamentales están disponibles en línea, lo que representa un aumento del 8% en comparación con el año anterior. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).

Según un estudio realizado en 2018 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en Perú, el 91% de los hogares peruanos tiene acceso a internet, lo que representa un aumento del 7% en comparación con el año anterior (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018). Esto demuestra la importancia de contar con estrategias digitales para llegar a una audiencia cada vez más conectada.

En Perú, se han implementado diversas medidas para mejorar la comunicación entre el gobierno y la ciudadanía a través de canales digitales, así, por ejemplo, se ha implementado un sistema de gestión electrónica de documentos para facilitar el acceso a la información y mejorar la transparencia gubernamental (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).

Otra estrategia digital que ha sido implementada en Perú es el uso de plataformas digitales para la participación ciudadana. Según un estudio publicado por la Universidad Nacional de Ingeniería en 2019, el uso de plataformas digitales ha permitido una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones gubernamentales (Cabrera, 2019).

Además, el Gobierno peruano ha implementado un sistema de servicios en línea para facilitar el acceso a servicios gubernamentales a través de internet. Según un informe publicado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Perú en 2018, el sistema ha permitido una mayor eficiencia en la prestación de servicios gubernamentales y una reducción de la corrupción (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2018).

A nivel local, en cuanto a la comunicación gubernamental en la ciudad de Trujillo, esta situación ha mejorado en los últimos años debido a que se han creado espacios desde la municipalidad para la difusión de información de la comuna así como de la gestión edil. Así, se creó un canal digital para la ciudad con el propósito de brindar información de los bienes y servicios que ofrece la comuna provincial (Gobierno del Perú, 2021). Por otro lado, otras instituciones públicas tales como la

Superintendencia de Administración Tributaria de Trujillo (SATT) pretende mejorar su imagen institucional y participación ciudadana con la implementación de canales digitales de atención. (Malca, 2022).

Por lo expuesto, es importante investigar sobre estrategias digitales para la comunicación gubernamental en el contexto social de Trujillo para garantizar una gestión pública eficiente y transparente, ya que la implementación de tecnologías digitales en la comunicación gubernamental ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar la transparencia y la eficiencia en la toma de decisiones. Al investigar sobre las estrategias digitales para la comunicación gubernamental en Trujillo, se pueden identificar las fortalezas y debilidades del sistema actual y proponer soluciones para mejorarlo. Además, este estudio puede ayudar a aumentar la participación ciudadana y la transparencia en el área profesional de la gestión pública, contribuyendo a generarse a una mayor confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas.

Esta investigación se justifica a nivel teórico, práctico, metodológico y social. En primer lugar, el valor teórico se refiere a la importancia de entender cómo funcionan y se aplican las tecnologías digitales en la comunicación gubernamental, así como los beneficios y desafíos que conlleva su uso. En segundo lugar, la justificación práctica consiste en la posibilidad de aplicar los hallazgos de la investigación para mejorar la gestión gubernamental en Trujillo, Perú, y beneficio a la ciudadanía. En tercer lugar, el valor metodológico se refiere a la posibilidad de desarrollar nuevas metodologías y técnicas para investigar el tema, dado que el investigador desarrollará instrumentos propios. Finalmente, el valor social está determinado por la importancia de contribuir al desarrollo social y económico de la región, ya que una mejor gestión gubernamental puede tener un impacto positivo en la calidad de vida de los ciudadanos.

Esta complejidad, enfatiza el interés por profundizar y articular el conocimiento sobre la comunicación política y la digital, teniendo como problema principal: ¿Cuáles son las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo?, y como objetivo general: analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo. Los objetivos específicos de la investigación son: (a) identificar

las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo; (b) determinar las características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo; (c) determinar los medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo; (d) describir las características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.

## II. MARCO TEÓRICO

Los antecedentes a **nivel internacional** encontrados fueron, Cruz (2021) en su tesis, los resultados obtenidos fueron que la exploración en Facebook es muy fácil de realizar para personas del grupo etaria jóvenes y adultos de 20-49 años, esto se pudo apreciar en el intercambio de comentarios que realizan, en cambio la mayor parte de jóvenes (personas en un rango de edad entre 19 y 25 años) enfocaron sus interacciones en publicaciones referentes a animales abandonados compartiendo varios de los comunicados que enmarcaban este tema, también solicitaron información sobre los colegios, espacios de esparcimiento y recreación social. Se concluyó que la digitalización de los servicios municipales reconoció que los desafíos tecnológicos que enfrentaba el municipio de Rumiñahui dieron paso a un cambio dramático en el modelo de gobernanza de Guangzhou, modernizando los servicios presenciales de esta entidad y transfiriéndolos a lo digital.

Aguirre (2018) en su tesis los resultados que el investigador obtuvo fueron que el Municipio del Distrito Metropolitana de Quito no mantienen comunicaciones corporativas que puedan distinguir entre comunicaciones internas y externas, pero a pesar de tener una secretaria de comunicaciones a cargo de esta función, esta labor se ha realizado gracias a la dedicación de especialistas a su trabajo, se ha podido establecer parámetros por lo que la transmisión de información es puramente manual, es decir, en base a su conocimiento y profesionalismo, lo que les ha permitido lograr cosas como mantener un modesto alto índice de rendimiento para los perfiles de páginas de Facebook relacionados con latinos en las ciudades de EE. UU., que es del 24%. Se concluye que se han examinado puntos específicos, que han sido demostrados mediante análisis cualitativos y cuantitativos, dónde y qué falta en el establecimiento de comunicaciones digitales no relacionadas con servicios digitales pero relacionadas con la comunicación y transmisión de información dentro y fuera de la ciudad.

Tapia (2021) en su trabajo los resultados obtenidos fueron que el GAD-M San Miguel de Bolívar utilizó herramientas de comunicación digital, como el uso de las redes sociales, para la difusión del evento, pero estos procesos de difusión no pudieron obtener un impacto preciso en el posicionamiento institucional de los usuarios externos, ya que no contaba con un adecuado plan de comunicación

estratégica para Fortalecer el reconocimiento del gobierno. Se concluye que las estrategias de comunicación de los espacios publicitarios en redes sociales deben estar activamente alineadas con las políticas de comunicación institucional, formal y conceptualmente vinculadas a las habilidades informacionales, y fundamentalmente encaminadas a crear y mantener una comunidad informada en torno a las entidades.

Rodríguez (2016) en su trabajo los resultados obtenidos fueron que las relaciones entre comunicación, política pública y Gobierno se analizan a través del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión a la Educación Superior (SNNA), que es considerado como un sistema comunicacional que aglutina “actantes” o elementos dentro de un entramado complejo del que se desprenden diferentes escenarios y relaciones donde la comunicación es el eje central y es el foco de problemas o disfunciones. Se concluyó que el SNNA según revela la investigación, se reduce a una herramienta web que funciona por separado en los ámbitos comunicacionales, de evaluación y de participación.

Aguilera (2019) en su tesis los resultados obtenidos fueron que los canales de comunicación digital, el sitio web resultó ser el más relevante para el gobierno de los servicios públicos, el análisis del sitio web oficial del municipio de Neuquén permitió concluir que este sitio web cuenta con cierta madurez desde el punto de vista del gobierno, en cuanto a las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), solo se utilizan como una herramienta para ampliar la estrategia digital propuesta por el sitio web de la Municipalidad de Neuquén, más que como un canal digital que permite llegar y facilitar la interacción con usuarios específicos, la red e incluso los medios de comunicación de la zona. Se concluyó que se analizó la comunicación digital de los servicios públicos identificando los servicios que brinda el municipio y los canales de comunicación digital elegidos para difundirlos.

Ortega (2020) en su investigación los resultados obtenidos son las inquietudes de los pobladores de Cundina Macala Mesa, entre ellas: salud, educación, seguridad, cultura y los atractivos turísticos más representativos de la ciudad, también se reconoce la efectividad de la comunicación entre los mesunos de la alcaldía baja porque los encargados de comunicación de la alcaldía no conocen bien a su público objetivo, ni sus intereses, gustos o necesidades. Se concluyó que se elaboró una

estrategia de comunicación digital en línea con la política pública para incentivar la participación e interacción de los vecinos de La Mesa, provincia de Cundinamarca, en la página de Facebook del municipio.

Negrete y Rivera (2018) en su artículo los resultados obtenidos fueron: las publicaciones en Twitter y Facebook confirmaron que ninguno de los mensajes e interacciones ciudadanas de los estados contenían elementos de gobierno abierto; en cambio, las estrategias de publicación indicaron que eran consistentes con los objetivos percibidos de los servidores públicos, y en Hidalgo, la estrategia de posicionamiento el gobernador buscó generar Publicaciones que promovieran las acciones de gobierno, enfatizando la imagen y el nombre del presidente, se observa una mayor diversidad temática en Querétaro: dado que su objetivo es informar, inspirar y educar, las publicaciones no corresponden exactamente a las acciones de gobierno, mientras que es una combinación de información deportiva, cultural y datos generales sobre las reformas que implementa o implementa el país. Se concluyó que la estrategia de comunicación analizada fue irrelevante a este concepto e inconsistente con la planificación decretada en el estatuto; asimismo, mostró una interacción limitada entre el gobierno y los ciudadanos, lejos de lo que se esperaba de un gobierno abierto.

A **nivel nacional** se encontró a Del Valle (2020) en su trabajo de investigación los resultados obtenidos fueron que la trasmisión en vivo es la herramienta digital más utilizada; sin embargo, el uso de la fanpage está siendo aún bastante limitado, tanto en la difusión de información como, sobre todo, en la búsqueda de la participación ciudadana, la Municipalidad de Ate utiliza la red social Facebook y portal web institucional, como canal de difusión de información concerniente a la gestión de gobierno, debido a la inmediatez, eficiencia y alcance que poseen estos medios digitales. Se concluyó que la Municipalidad Distrital de Ate aún no ha llegado a consolidarse como gobierno electrónico óptimo, puesto que no fomenta la participación ciudadana, el diálogo, e ignora al ciudadano en la toma de decisiones en la gestión pública.

Rybnikova et al. (2022) en su artículo los resultados obtenidos fueron que en Lituania muestran que los directores, altos funcionarios y empleados utilizan las TIC en sus actividades diarias y en Letonia el gobierno electrónico y la digitalización son

cada vez más importantes, lo que facilita la comunicación y mejora la calidad para brindar servicios a los ciudadanos el gobierno central proporciona gran parte de la infraestructura digital en los municipios estonios. Se concluyó que la adopción total de la digitalización de las actividades del sector público afecta el proceso de gestión en el gobierno local, alterando los estilos y métodos de liderazgo.

Yaranga (2017) en su tesis los resultados obtenidos, al comprobar la presencia de una estrategia de comunicación digital en el manejo de las redes sociales Facebook y Twitter, a excepción de Facebook y Twitter, son uno de los principales factores que explican el alto nivel de interacción obtenido por la Policía Nacional del Perú. Se concluyó que el éxito de la Policía Nacional del Perú en las redes sociales no se debió a un trabajo improvisado o iniciativa individual, sino a la planificación y al trabajo en equipo.

Amado y Tarullo (2015) en su artículo los resultados obtenidos fueron que la táctica de comunicación gubernamental de desagregar en Twitter un comunicado de prensa consigue interesar a la prensa diaria, que lo incluye en su edición del día siguiente, aun cuando los reporteros no tienen otra información para acrecentar la gacetilla original, sin embargo, esa información no parece interesar a los seguidores de la red social, como tampoco a los lectores de los diarios que reproducen esas publicaciones. Se concluyó que la comunicación gubernamental en los entornos digitales parece repetir el sistema de flujo de comunicación top-down del actor político a los medios, característica de los sistemas masivos, pero deja expuesta su eficacia como recurso de comunicación que estimule la interacción con los ciudadanos.

Navarrete (2022) en su artículo los resultados obtenidos fueron que las transformaciones en la gestión de trámites y servicios que brinda el Estado, producidas como consecuencia de la incorporación de la digitalización, es decir, se encontró que las primeras modificaciones en el Estado argentino se registraron en el año 2005 con el arribo del “Gobierno Electrónico” que impulsaba la despapelización de la administración pública y continuaron con el “Gobierno Digital”, que básicamente es el uso de las tecnologías digitales para la recolección y el monitoreo de datos personales que permitan construir un conocimiento integral de las poblaciones. Se concluyó que “Gobierno Digital”, a través de la

implementación de la Plataforma Digital del Sector Público Nacional, no sólo modificaría los tradicionales procedimientos administrativos para el acceso a las políticas públicas, sino que habilitaría novedosos mecanismos de gestión de los comportamientos asociados al contacto personalizado y más cercano con la ciudadanía.

Baldacci (2020) en su tesis los resultados obtenidos en el caso del sitio de Gobierno Abierto de la Municipalidad de Córdoba, nos han conducido a reflexionar en cuanto a las estrategias de la comunicación gubernamental en torno a los valores de transparencia, participación y colaboración pregonados no solo por las posturas académicas celebratorias del Gobierno Abierto sino también utilizados como guías en la gestión de la Municipalidad de Córdoba en el periodo construido como objeto de estudio. Se concluyó que esta coyuntura en Argentina estuvo caracterizada por numerosos congresos, audiencias, entre otros espacios de debate y promoción de políticas de acceso a la información en ámbitos de gestión pública.

**La categoría estrategias digitales** se puede definir cómo una empresa u organización realiza todas estas acciones para aumentar la presencia y relevancia en medios digitales como redes sociales, sitios web e incluso buscadores como Google. (Moro et al., 2020).

Los cinco elementos más importantes de una estrategia digital se relacionan con la búsqueda orgánica, el marketing en redes sociales, el marketing de contenido, los dispositivos móviles y la crianza de contactos. Todos estos elementos se combinan para ayudar a crear una estrategia de marketing digital cohesiva (Chacón et al., 2019).

Las estrategias de comunicación sirven para elaborar mensajes audiovisuales o escritos y lanzarlos al público de manera efectiva a través de diferentes canales hacia destinatarios ya perfilados según el tipo de shopper (Ávila et al., 2020).

**Por otro lado, la comunicación gubernamental**, en sí misma parte de la comunicación política, se refiere a las actividades que determinan la agenda de gestión de las instituciones, las actitudes y los procesos. La disciplina deja de lado los intereses especiales de partidos y figuras para centrarse en la gestión y administración pública (Díaz et al., 2020).

La comunicación gubernamental necesita partir de un marco teórico de fuerte utilidad aplicativa para lograr estabilidad, dando cuenta de una condición de gubernamentalidad (governmentality) como pensamiento diferente, como el aporte de técnicas y racionalidad para los gobiernos, dado en el conjunto constituido por las instituciones, los procedimientos, análisis y reflexiones, los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esta forma tan específica, tan compleja, de poder (Elías, 2020).

Conde et al. (2019) menciona a comunicaciones gubernamentales se refieren a los objetivos, roles y prácticas comunicacionales que implementan los políticos, administradores y funcionarios de las instituciones públicas al servicio de la legitimidad política constituida en base al consentimiento directo o indirecto de los ciudadanos entre los que se encuentran grupos sociales, empresas, minorías, etc. que, apoyándose en el marketing, los medios de comunicación, las redes sociales y otras herramientas actualmente disponibles en la Web, buscan influir en los gobiernos para que formulen e implementen políticas que beneficien a la sociedad en su conjunto. En otras palabras, es el proceso de comunicación gubernamental que busca asegurar la cohesión, el funcionamiento y la diversidad de mensajes para los partidos, los ciudadanos y el sistema político global.

**La primera categoría apriorística es comunicación política** López (2017) menciona que opera en las intersecciones de tres actores fundamentales: partidos políticos, medios de comunicación y ciudadanos. Puede detectarse con sencillez la complejidad del proceso si tenemos en cuenta que dichos actores abarcan al conjunto de la ciudadanía.

**La segunda categoría apriorística es comunicación gubernamental**, es la comunicación que implica el desarrollo y actuación de una institución política con función ejecutiva. Esto abarca desde la comunicación de un presidente, de un primer ministro o de un ministerio hasta la comunicación de una alcaldía, una concejalía o de una consejería de un gobierno autonómico (Canel, 2019).

**La tercera categoría apriorística es comunicación digital**, hace referencia al intercambio de información y conocimiento a través de cualquier medio codificado en un formato legible por un dispositivo electrónico (Gutiérrez y González, 2019).

**La cuarta categoría apriorística es estrategias de comunicación digital**, esta reúne un conjunto de acciones en línea que impulsan la construcción de una buena percepción de la marca o negocio, atracción de audiencia, crecimiento de resultados y el aumento de conversiones, a través de un mensaje constante, con fortaleza y diferenciado (Yaranga, 2017).

**La quinta categoría apriorística es gestión pública**, consiste en un conjunto de procesos y herramientas encaminados a lograr el desempeño en una organización dedicada al servicio público, en términos específicos, se refiere a la tarea y el proceso de llevar a cabo las operaciones de gestión de las organizaciones públicas. El objetivo de la Gestión Pública es optimizar la eficiencia y asegurar la calidad de los servicios prestados por estas organizaciones (Pedraja, 2017)

**La sexta categoría apriorística es funciones de los gobiernos locales en el Perú**, según la Ley Orgánica de Municipalidades N°27972 menciona que los gobiernos locales son entidades básicas de la organización territorial del Estado y canales inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos, que institucionalizan y gestionan con autonomía los intereses propios de las correspondientes colectividades; siendo elementos esenciales del gobierno local, el territorio, la población y la organización. Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico local, con incidencia en la micro y pequeña empresa, a través de planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo; así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones (Ley Orgánica de Municipalidades N°27972)

**La primera teoría encontrada fue el enfoque institucional de la estrategias digitales para la comunicación gubernamental**, Para Luna et al. (2009) desde esta perspectiva, los portales de gobierno estatal son sólo un ejemplo de aplicación de gobierno electrónico. El desarrollo de estas aplicaciones se atribuye tanto a la presión del público por recibir el mismo servicio que recibe del sector privado como a la percepción de una multitud de beneficios potenciales como la reducción de costos, el incremento en la eficiencia y en la calidad del servicio, las mejoras en transparencia, la capacidad de respuesta, la mejora en las decisiones y la promoción de la creación de comunidades. En principio, el grado de funcionalidad

de estos portales depende del nivel de integración de las operaciones a las que dan soporte, es decir, la existencia de procesos integrados de gobierno facilita su ofrecimiento utilizando cualquier tipo de tic.

**La segunda teoría encontrada fue el Modelo de oficina de transformación digital**, Naser (2021) menciona el modelo de oficina de transformación digital, se crea una nueva institución con la misión de supervisar y coordinar el uso de la tecnología para transformar el funcionamiento de la administración y el suministro de servicios. En general, el personal se contrata en el sector tecnológico para compensar la falta de conocimientos altamente técnicos en la administración pública y está integrado por expertos en tecnologías, herramientas y enfoques digitales. El modelo tuvo el objetivo mejorar el uso estratégico de la tecnología y los datos en la administración, en un esfuerzo para lograr “ganancias rápidas” y mejorar la calidad del servicio. Esto, no obstante, puede no ser sostenible a largo plazo, pues a menudo no logra provocar un cambio estructural y cultural más profundo en los gobiernos.

**La tercera teoría fue el modelo de coordinación descentralizada**, Estepa y Amara (2017) describe el modelo de coordinación descentralizada, este modelo proporciona a los distintos ministerios mayor flexibilidad para llevar a cabo proyectos y probar diferentes enfoques de uso de las TIC para su modernización. Aunque todavía es frecuente que haya un órgano central de coordinación y una estrategia nacional para orientar las actividades de gobierno digital, se piden cada vez menos requisitos preceptivos a estos órganos y no se designa a ningún funcionario central con la responsabilidad final de la agenda digital. Cabe señalar, no obstante, que la adopción de este modelo corre el riesgo de traducirse en una implementación desequilibrada y puede no garantizar que las lecciones aprendidas sean efectivamente transmitidas a través de todos los órganos del gobierno. Tuvo como objetivo permite una mayor capacidad de experimentación y personalización por departamentos, así como más oportunidades para relacionarse con otros niveles de gobierno (regional o local).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

La investigación es de propósito *aplicada* dado que busca que el conocimiento generado en torno a las categorías de investigación, permita resolver los problemas identificados en la realidad tomada como base de estudio.

Según su enfoque es *cualitativa*, esto queda demostrado en la recopilación de información no numérica, que por ende se encuentra expresado en palabras y comprende las opiniones y experiencias de los participantes.

##### **Diseño de investigación**

De *diseño fenomenológico* puesto que busca obtener, de manera directa, la perspectiva de cada participante sobre su experiencia con respecto a un fenómeno.

Es *hermenéutica* porque analiza la experiencia humana, considerando a la investigación como un producto de la indagación que parte de definir el problema, su estudio, identificar categorías, su descripción e interpretación de los aportes obtenidos.

#### **3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización**

##### **CATEGORÍA APRIORÍSTICAS**

###### **A) Estrategias digitales**

##### **SUBCATEGORÍAS APRIORÍSTICAS**

- a. Estrategias de comunicación digital
- b. Comunicación gubernamental

##### **CATEGORÍA APRIORÍSTICAS**

###### **B) Comunicación gubernamental**

## **SUBCATEGORÍAS APRIORÍSTICAS**

- a) Comunicación digital
- b) Gestión pública

## Matriz de categorización apriorística

Problemas	Objetivos	Categorías	Subcategorías	Códigos
<p><b>General:</b> ¿Cuáles son las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p>	<p><b>General:</b> Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p>	<p><b>Estrategias digitales</b></p>	<p>Estrategias de comunicación digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En el caso específico de las plataformas digitales ¿Considera que la Municipalidad Provincial de Trujillo está haciendo un uso estratégico de estos espacios de comunicación? ¿Por qué?</li> <li>- ¿Cuán importante es el uso de los portales web en los procesos de comunicación gubernamental?</li> <li>- ¿Cuán importante es el uso de las redes sociales en los procesos de comunicación gubernamental?</li> </ul>
<p><b>Específicos:</b> ¿Cuáles son las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p>	<p><b>Específicos:</b> Identificar las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p>			
<p>¿Cuáles son los medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p>	<p>Determinar los medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p>		<p>Comunicación digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De todos los medios utilizados ¿cuál es el que tiene un uso más efectivo? Y ¿cuál es el menos efectivo?</li> <li>- ¿Cuál considera que es la red social más eficiente para el manejo de la comunicación gubernamental? ¿Por qué?</li> <li>- ¿Qué otras plataformas digitales pueden utilizarse con fines de la comunicación gubernamental?</li> </ul>
<p>¿Cuáles son las características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p>	<p>Determinar las características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p>	<p><b>Comunicación gubernamental</b></p>	<p>Comunicación gubernamental</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En el caso específico de la Municipalidad Provincial de Trujillo ¿cuáles son las características de la comunicación gubernamental?</li> </ul>

¿Cuáles son las características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo?	Describir las características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.		Gestión pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concretamente ¿Cuáles serían algunas de las estrategias de comunicación gubernamental que se pueden desarrollar en la relación Municipalidad Provincial de Trujillo para mejorar la participación ciudadana?</li> <li>- ¿Qué deficiencias observa en los procesos de comunicación gubernamental digital para la promoción de la participación ciudadana en la MPT?</li> </ul>

### **3.3. Escenario de estudio**

La Municipalidad Provincial de Trujillo es una organización gubernamental ubicada en el Jirón Diego De Almagro 525, Trujillo, La Libertad. La institución brinda servicios públicos oportunos, dentro de una gestión moderna, que promueve la participación ciudadana en la búsqueda de su desarrollo integral (Gobierno del Perú, 2020).

### **3.4. Participantes**

Los individuos que intervendrán en el estudio, cumpliendo la función de informantes son los participantes. En este caso, se entrevistará a un grupo de expertos en marketing y/o comunicación, proyectando la participación de cuatro a ocho expertos.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se utilizará la entrevista a profundidad, que se basa en sesiones preparadas sobre los temas de interés a discutir, teniendo en cuenta los puntos de mayor importancia que plasmen los tópicos que se requiere abordar. Mientras que el instrumento es una guía de entrevista, la cual contendrá una lista de preguntas, contenidas en bloques temáticos. Dichos ítems estarán dirigidos a los expertos en comunicación política, organizacional y digital. Asimismo, se utilizará la técnica del análisis de contenidos, herramienta que busca analizar e interpretar la información plasmada en ciertos documentos a través de su instrumento, la guía de observación.

### **3.6. Procedimientos**

Se buscará la participación de los expertos mediante solicitudes verbales o escritas, de acuerdo a cómo lo indique cada uno de ellos. Se coordinará la cita para la realización de la entrevista, misma que será grabada previa firma del consentimiento informado de participación. Habiendo recabado la información completa de los expertos se procederá a realizar una transcripción fiel a la grabación. Posteriormente estos datos serán ingresados al programa atlas ti

para ser analizada en función de las categorías planificadas, hallando los códigos que formarán las redes semánticas que permitan realizar un análisis metódico del fenómeno en cuestión, de modo que se pueda dar alcance a cada uno de los objetivos.

### **3.7. Rigor científico**

Hernández et al. (2010) establecen que la calidad científica de una investigación cualitativa se evalúa con los criterios de consistencia lógica, credibilidad y transferibilidad. Según la consistencia lógica, se recopilará antecedentes y un marco teórico-conceptual actualizado para poder construir de manera sistematizada el corpus de la investigación y definir con precisión las categorías de análisis, posibilitando la verificación e interpretación por los investigadores y las fuentes intervinientes. Por tanto, los resultados de la investigación tendrán consistencia lógica siempre que se generen equivalencias en el contenido y la metodología de los antecedentes de estudio. Con respecto a la credibilidad, se respetará fidedignamente la información brindada por los participantes de las entrevistas y para el caso de la guía de observación será validada por un conjunto de expertos antes de su aplicación, verificando la profundidad y calidad de la información que se pretende recoger. De acuerdo a la aplicabilidad o transferibilidad, se reconoce que se tiene como propósito la estructuración una guía de observación para el análisis de la imagen de los candidatos presidenciales en las redes sociales digitales, el criterio de transferibilidad se sustentará en la medida que los procedimientos metodológicos permitan ser aplicados en diferentes contextos, permitiendo ampliar un marco de estudios similares y/o complementarios.

### **3.8. Métodos de análisis de la información**

Previamente a la interpretación de la información recogida a través de los instrumentos referidos se ordenará mediante una matriz de categorización, en la que se identifica cada una de las categorías con sus respectivas características relacionándolas con los problemas planteados. Se realizará un

análisis de datos siguiendo un orden estructurado: explorar los datos; estructuración (organización en unidades y categorías); descripción de las experiencias de los participantes y de los casos estudiados; descubrimiento de los conceptos, categorías, temas y patrones presentes en los datos, así como sus relaciones; comprensión profunda del contexto alrededor de los datos; vinculación de los resultados con el conocimiento disponible y generación de una teoría fundamentada en los datos (Hernández, et al., 2014). Toda la información recogida a analizar será transferida de manera textual al programa Atlas.ti, para el desarrollo de un trabajo ordenado, en el cual se pueda realizar un procesamiento del corpus de datos de texto obtenido, de manera óptima y eficaz.

### **3.9. Aspectos éticos**

La presente investigación cumple con los procedimientos éticos que se requieren ante toda actuación científica. Entonces es posible señalar que actúa bajo el principio de veracidad de la información dado que se trabajará evitando toda forma de plagio al hacer referencia explícita de las fuentes consultadas.

Asimismo, se reafirma el respeto al principio de confidencialidad, dado que en el caso de los informantes se resguardará el derecho a la intimidad, manteniendo en reserva sus datos personales; no obstante, el tratamiento de los datos serán objetivos.

Por otro lado, en el estudio prima el principio de beneficencia, dado que no generará daño ni ofensa a las personas que conformarán el grupo de estudio, integrándose de manera anónima y voluntaria.

Finalmente, se deja constancia que no se brindará ningún tipo de incentivo a cambio de conformar el grupo de investigación y que, como se mencionó, cada participante es libre de aceptar ser participe en el estudio, cumpliéndose de tal modo el principio de autonomía.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**Tabla 1**

*Estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*

Experto 01: Carlos	Experto 02: Harly	Experto 03: Víctor	Experto 04: Jair	Experto 05: Valery
<b>En el caso específico de las plataformas digitales ¿Considera que la Municipalidad Provincial de Trujillo está haciendo un uso estratégico de estos espacios de comunicación? ¿Por qué?</b>				
<p>Ahí va lo que te comenté hace un momento; el usuario, en la parte administrativa de gestión pública, lo que busca ahora es confianza y credibilidad. Entonces, si un portal web hace unos años atrás daba un nivel de confianza a nivel corporativo institucional esa parte está genial, pero el cambio de la mentalidad del usuario en estos últimos años ha cambiado, ha ido evolucionando y las redes sociales es donde tienen bastante espacio para poder generar y percibir confianza. Entonces a una página web el usuario la identifica más como una casa digital, como un lugar que le genera una confianza, pero no necesariamente ese es el espacio que normalmente a través de gestión pública o de organismos del Estado es donde encuentra mucha confianza. Quizá encuentra más confianza en marcas</p>	<p>En la página web, sumemos los canales virtuales que ayudan mucho en lo que es poder comunicar temas de agenda municipal. Por ejemplo en el Fanpage que para mí es el medio más poderoso para poder comunicar, pero se le puede anexar otras plataformas, de repente el TikTok, la misma página web. Si tú miras la página la Municipalidad Provincial de Trujillo en lo que es la Fanpage tiene doscientos cincuenta y ocho mil seguidores, si haces un comparativo a nivel nacional con otras municipalidades, estamos después de Lima; Lima también por el nivel de población y la extensión geográfica tiene más de ochocientos mil seguidores, está Lima, Trujillo y después</p>	<p>Gracias Franco, entonces voy a responder a la primera pregunta, respecto a si la municipalidad está utilizando esos espacios. En principio sí, está que emplea la municipalidad, tiene un contenido planificado, un contenido que responde a cierta estructura, a ciertos objetivos que son visibles a sostener determinados temas, entonces hay una periodicidad, hay temas que son recurrentes y eso nos indica que si está empleando el espacio digital para la comunicación con su comunidad.</p>	<p>Bueno, yo creo que la Municipalidad de Trujillo en este momento en enero del febrero del 2023 no está haciendo uso estratégico de las redes de de los de las plataformas digitales de sus activos digitales no está haciendo un buen uso, se nota que hay un personalismo en la red digitales hacia el gobernante que en este caso. El alcalde de la municipalidad y se está generando, eh. Diferentes canales de comunicación oficiales y no oficiales que Distribuyen información sobre la Municipalidad cuando debe ser la Municipalidad quienes puedan generar la información el contenido y difundirlo de manera unidireccional para que a partir de eso pues puedan llegar a todos los públicos que ellos creen necesario.</p>	<p>En la en lo que es la página web, no considero que ha habido un uso adecuado en lo poco que he podido ver también hay que ser justos en lo poco que he podido ver no había un manejo adecuado, si ha priorizado las redes sociales entiendo que las redes sociales son las que están en un mayor apogeo y uso por parte de las personas. Entonces se canalizaba la mayor parte de la comunicación por ahí y esto estratégico creo que sí efectivo, pero creo que era bastante mejorable bastante mejorable porque faltaba valorar más la respuesta a sus opiniones de los usuarios de los seguidores, llegar redes sociales de la MPT y también otra otra cosa mejorable era que tenía que estar en otros en otros espacios, o sea, por ejemplo, están en página web de forma correcta solamente no tan efectiva de forma correcta estaban en redes sociales en Facebook en Instagram también, pero hay una tercera zona que también deberían estar, no como es el caso de TikTok por ejemplo, no que tiene sus tiene sus tienes sus</p>

privadas, porque por ejemplo tú entras a un portal privado o alguna marca y sabes que te van a atender, te van a llamar tal vez; en cambio, en la parte gubernamental no hay mucha interacción. El usuario prefiere un contacto de Whatsapp, un contacto por Facebook o por Instagram, porque le hace falta tal vez esa construcción de confianza y esa confianza también va unida a la usabilidad, a que los portales sean más fáciles más interactivos, me refiero a que tengan el botón que el usuario está buscando, el "Infórmate", eso que tiene que ver mucho con el diseño de interfaz, con la parte visual, pero como te decía: a nivel institucional eso es lo que va construyendo una con en la que el cliente, el usuario, el ciudadano, en este caso, cuando necesite informarse o conocer datos, noticias, etc; puede acceder rápidamente al portal web y obtener la respuesta que está buscando, de manera visual, por una respuesta, ahora que se utilizan bastante los chats web no sería mala idea usar uno

de nosotros (con más de ciento cincuenta mil seguidores) está la de Arequipa., entonces tenemos un número de seguidores bastante grueso pero lamentablemente no le sabemos dar un producto de calidad; a nivel de página web, si tú echas un vistazo en la actualidad no tiene absolutamente ni una sola publicación de lo que respecta noticias, las noticias son difundidas a través de la Fanpage, pero a través de ella se puede colocar el en el copy un enlace que te lleva directamente a la página web y tú puedes ver la noticia más detallada, una información más rica, más nutrida sobre el suceso de la agenda política. Pero no se está haciendo eso, se ha olvidado que existe una página web y esta es el instrumento principal para transparentar la gestión municipal, si tu ves la página web tiene links de enlaces para publicar los instrumentos de gestión ,para publicar

voces opositoras, pero Tik Tok es la red social en la con la que puedes llegar a más gente llena, que ya muchas instituciones están entrando con bastante éxito.

para la plataforma gubernamental, porque el tiempo de espera minimiza esa atención, por ejemplo cuando uno está comprando en línea escribe y tiene la respuesta en menos de diez minutos , entonces te sientes más confiado de tu compra , lo mismo ocurre cuando alguien ingresa al portal de SUNARP por ejemplo.

informes, ordenanzas, entre otras y no se está publicando nada. Hubo evidencias de inseguridad ciudadana, no se han publicado las actas, a nivel de noticias no se ha publicado nada, se ha descuidado totalmente la página.

Sí, hay mucha diferencia y creo que se debe utilizar alguna de las interfaces de la distribución visual, de los botones, más que todo de la usabilidad. La usabilidad que aplican algunas empresas privadas, porque ya tienen al cliente y se les puede aplicar a las públicas. Yo he visto algunos portales de la Municipalidad de Barranco u otras municipalidades, por ejemplo, Lima, que han hecho una re actualización

Claro, es una ventana para transportar la gestión de primera mano a la página web, pero no se está dando la importancia.

Si hablamos de la institución creo que creo que este en redes sociales en redes sociales hablar de una institución digital es complicado, ¿no? Yo creo que las páginas oficiales de la de en este caso de la Municipalidad pues este está perdiendo fuerza no ha perdido fuerza por justamente el personalismo de comunicación que tiene el alcalde no, el alcalde a ha hecho que su que su comunicación propia una comunicación que que él como representante de la institución debe respetar, pues

de su propuesta y sus portales web son más amigables, intuitivos y generan más credibilidad en los ciudadanos.

sea más fuerte que la que la comunicación que tiene la institución como como si no.

---

### ¿Cuán importante es el uso de los portales web en los procesos de comunicación gubernamental?

En este momento hay un despegue total con TikTok, o sea si quieres comunicarte con el cliente, con el usuario, todas las marcas ahora apelan a TikTok porque tiene un algoritmo super amigable y puedes llegar más rápido, puedes crear tendencias en TikTok, la considero como una tendencia que viene desde hace tres años atrás . Pero Facebook e Instagram se mantienen todavía en sus puestos como el de usabilidad, como plataforma de expresión, más que todo Facebook implica a lo que es noticias y entra LinkedIn también, no hay que dejarlo atrás porque es una red social mucho más exquisita en el tema de networking, imagen institucional y de alianzas estratégicas; en los tres últimos años LinkedIn ha tenido un crecimiento muy interesante, he visto

Bueno, si se tratara de establecer a manera de arranque, yo creo que la Fanpage es definitivamente la plataforma de mayor acceso porque ahora todo el mundo tiene su Facebook y a través del Facebook puedes conectarte a la Fanpage, pero sin desmerecer las otras plataformas, porque por ejemplo a través de tu Fanpage puedes publicar un vídeo que haces en TikTok, dependiendo de lo que va a emitir el mensaje comunicativo a través de TikTok, por ejemplo si creas un TikTok de José Ruíz, ex alcalde, se va a ver ridículo si es que no tiene ese lado humorístico, de repente si lo aplicas con la actualidad con el Sr Arturo Fernández va a

Los portales web vienen a ser un lugar oficial de la institución, por tanto ese lugar mantiene y contiene la postura e información que es original de la institución; en qué sentido original, lo que sucede es que nosotros tenemos también espacios como son las redes sociales, donde nosotros nos apoyamos para difusión de encontrarnos con una comunidad, con espacios comunicativos. Sin embargo, el portal web viene a ser como tu casa, es el lugar donde nosotros estructuramos nuestros contenidos, los distribuimos de tal manera que el gestionarlo es lo más importante a primera vista, en orden decreciente. Sin embargo, en la redes sociales, dado de que no tenemos un total control sobre la red

bueno, la página web es la puerta de entrada de la comunicación digital de toda institución es importantísimo la segmentación de los temas es importantísimo que todo el ecosistema digital de la institución. Sea, eh? Se esté reflejada en la página web, ¿no? O sea, que la página web contenga todo el contenido digital de la institución y este y a partir de ella el sostener la comunicación en redes, no a partir de ellos, o sea, no es que esa no es al revés, o sea, no, un tick tock no hace que la comunicación sea más sólida al contrario de la comunicación, es más sólida mientras tenga un sostenimiento de su de su web

Es sumamente importante porque en la página web puedes, puedes tú incluso formalizar la comunicación, a qué me refiero en una red social la gente opina ok opina participa interactuar reacciona pero en una página web. Tú puedes formalizar este cualquier pedido o cualquier comunicación solicitud de información de los ciudadanos, ¿por qué? Porque la página web no es solamente este una página una red social más una página web es como una sede virtual de una municipalidad y en una sede virtual este puedes tú trabajar procesos formales de comunicación que alguien necesita un tipo de información este de un área o de la propia área de comunicación o del alcalde en fin, eso como queda registrado con un proceso formal era algo que no ha aprovechado del todo donde las municipalidades.

que LinkedIn y TikTok se han disparado en estos últimos tres años están a full con bastante interacción. También Whatsapp que está sincronizado con Instagram, aunque digamos que está más para personalización de alguna pregunta y respuesta, pero en el caso de que tú quieras comunicarte más rápido con los usuarios, LinkedIn y TikTok serían los que tienen más alcance; uno para la parte corporativa y el otro para la parte mediática, que es lo que el usuario está buscando bastante.

tener más llegada porque en su propio carácter, en su propio comportamiento permite que puedas llegar a ese segmento.

hay cierta información que quizá queda oculta, quizá queda desplazada porque cronológicamente lo más importante va en el inicio y, si bien es cierto, podemos fijar información en la primera parte de la red social del muro; sin embargo, no podemos llenarlo de material y la capacidad de distribuir la información no es tan flexible como lo permite un portal oficial. Entonces este portal oficial viene a ser el lugar principal donde nosotros tenemos la información, donde el usuario va a recurrir en caso necesite una información específica, donde va a estar todos los comunicados y todo lo que emite la municipalidad, distribuido de tal manera que el usuario lo pueda encontrar con facilidad.

Es la institución, es es la estructura de instituciones de estructura digital, ¿no?, en algún momento llegaremos al metaverso, por ejemplo, donde podamos tener una institución, eh? En en en varias redundancias, en en meta ¿no?, pero en ese momento no es así. Yo creo que la puerta a la comunicación digital de todo de

---

toda institución en la página web y a partir de ellos tienen que generarse todos los segmentos que ella tiene.

---

### ¿Cuán importante es el uso de las redes sociales en los procesos de comunicación gubernamental?

En cuanto a red social, yo considero que a nivel corporativo es LinkedIn, o sea de empresa a empresa o gubernamental hay grupos de interés. El siguiente obviamente sigue siendo Facebook, el cual tiene bastante potencial, si queremos colocar alguna subcategoría Facebook Watch es la que se percibe más ahora, es en donde el usuario busca todo tipo de contenidos ahí y otro sería Twitter, pero se debe tener mucho cuidado con Twitter por el tema de que hay mucho troll, hay mucho spam, mucha cuenta falsa; entonces creo que las plataformas más adecuadas para poder construir una estrategia basada más en el cliente o en el ciudadano estaría enfocada a esas: Facebook, LinkedIn (en el caso de grupos de interés) hablando un poco más macro y, en el tema de respuestas e interacción

---

Son muy importantes porque las redes sociales en este momento son los espacios donde la comunidad está presente, donde se generan los diálogos entre las instituciones y el público, se genera una especie de horizontalidad entre ambos, las redes sociales están dentro del hogar, están en cada momento donde el usuario ingresa a internet, es decir, es un medio natural en este momento para todos los públicos. Entonces, la red social, debe ser en este momento uno de los espacios principales para que toda institución de Estado se pueda dirigir a su comunidad.

No es una falsedad decir que las redes sociales como medios de comunicación han reemplazado a los medios tradicionales como la televisión, la prensa escrita y la radio no estos medios tradicionales en algún momento, pues estos gobernaban la comunicación. hoy en día tuvieron que ceder ante las redes sociales. las redes sociales tienen un problema aún, muchas personas piensan. Muchas personas piensan que las redes sociales son personales y toman las instituciones. la población hoy en día se informó por redes sociales.

bueno, eso lo comenté en la pregunta de de cuál tuvo. El uso más efectivo de todos los medios utilizados no es igual que cuál ha sido el ser más eficiente no es suficiente Facebook también lo fundamental porque lo que pasa que Franco que ahora cuando decimos medios dentro de los medios utilizados de todos los medios utilizados uno de los medios es también las redes sociales, ¿vale? Entonces cada vez que nos referimos a medios también incluye las redes sociales, obviamente también está este los boletines los mails, la nota de prensa todo eso son obviamente los medios utilizados, no esté dentro de los medios están en redes sociales ahora.

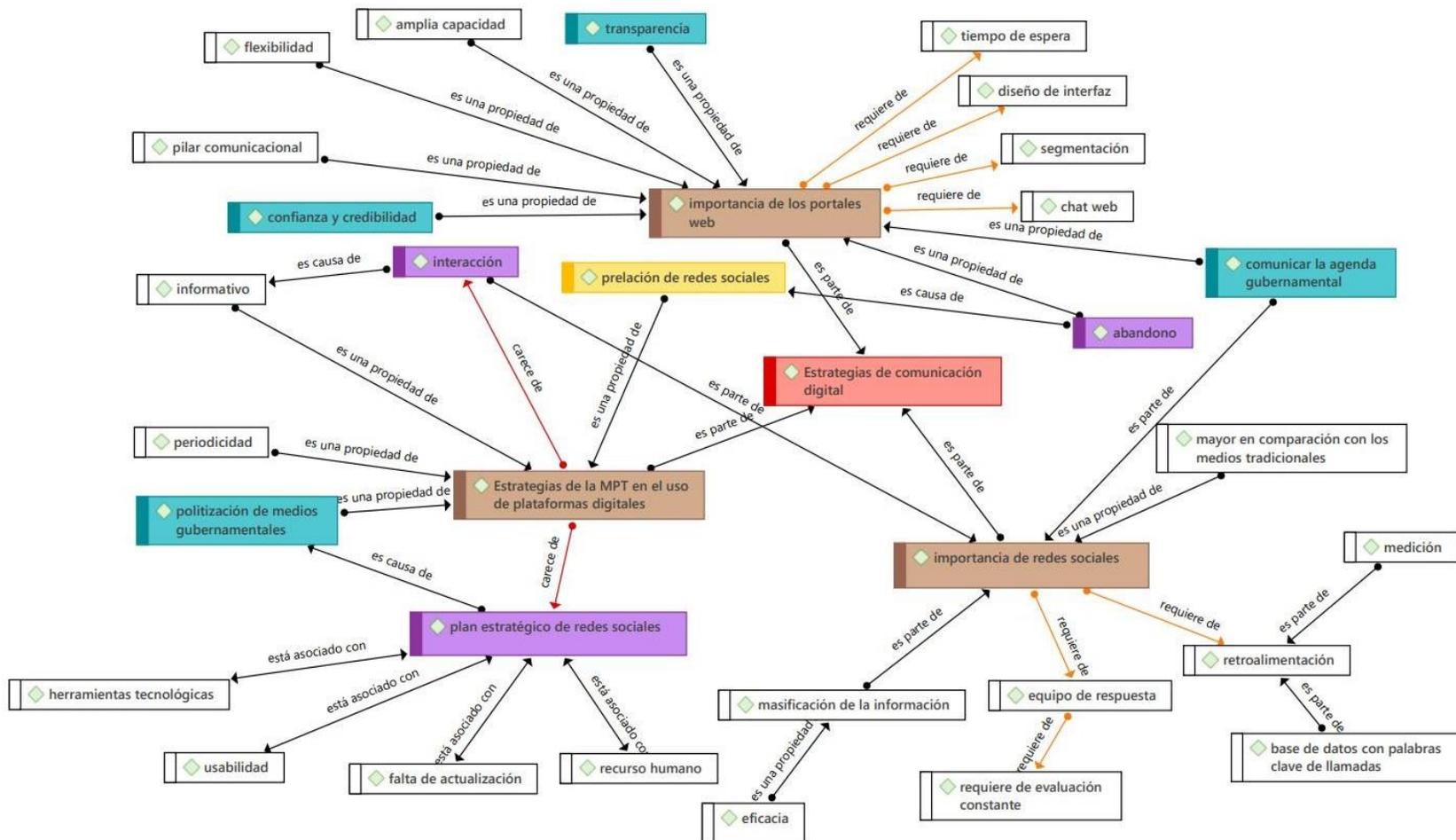
sería WhatsApp, también podríamos agregar ahí a Instagram que es una red social muy segura, que a diferencia de Facebook y Twitter, tiene menos cantidad de cuentas falsas y de trolls, es la ventaja que nos da.

---

**Nota:** Elaborado a partir de las entrevistas realizadas

**Figura 1**

*Estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*



**Nota:** La red es de elaboración propia, teniendo como base las entrevistas a los expertos consultados.

## **Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.**

Cruz (2021) identificó que la digitalización de los servicios municipales dio paso a grandes transformaciones en la modalidad de gobernanza en el Cantón, modernizando los servicios presenciales de esta entidad y mudándolos al escenario digital.

Así también, Tapia (2021) halló que el GAD Municipal San Miguel de Bolívar utiliza la comunicación digital para socializar la imagen corporativa para el posicionamiento institucional en la ciudadanía. Sin embargo, los procesos de difusión no han permitido obtener el impacto preciso para el posicionamiento institucional con los usuarios externos, debido a que no cuenta con un plan estratégico de comunicación adecuado para el fortalecimiento de la identidad gubernamental. Por lo tanto, las estrategias deben estar en coherencia activa con la política comunicativa institucional, adscrita de manera formal y conceptual a las habilidades de información, dado que el propósito fundamental es crear y mantener una comunidad informada alrededor de la entidad.

Para Aguilera (2019), las estrategias digitales presentan déficits porque no existe cruce de información entre distintas áreas del municipio ni con entes públicos provinciales o nacionales. Esto hace que sea inconsistente la integración total entre instituciones gubernamentales y ciudadanía, dificultando el paso de la fase de transacción a la de transformación, siendo ello necesario para crear las condiciones necesarias que permitan al e-gobierno municipal avanzar hacia la e-participación, es decir a una fluida y participativa relación entre el ciudadano y el estado municipal.

Como concluyeron, Negrete y Rivera (2018) las estrategias de comunicación analizadas no se vinculan con esta noción y no son coherentes con la planificación

establecida en la normatividad; asimismo, evidencia una limitada interacción entre gobierno y ciudadano, alejada de lo que se espera de un gobierno abierto. En la misma línea, Del Valle (2020) halló que la Municipalidad Distrital de Ate aún no ha llegado a consolidarse como gobierno electrónico óptimo, puesto que no fomenta la participación ciudadana, el diálogo, e ignora al ciudadano en la toma de decisiones en la gestión pública.

Para Rybnikova et al. (2022), la adopción total de la digitalización de las actividades del sector público afecta el proceso de gestión en el gobierno local, alterando los estilos y métodos de liderazgo.

**Tabla 2**

*Medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*

Experto 01: Carlos	Experto 02: Harly	Experto 03: Víctor	Experto 04: Jair	Experto 05: Valery
<b>De todos los medios utilizados ¿cuál es el que tiene un uso más efectivo? Y ¿cuál es el menos efectivo?</b>				
<p>Cuando hablamos de situaciones gubernamentales, si bien sabemos que Twitter es la red social en la que por naturaleza el ciudadano va a buscar noticias y Facebook, que también podemos considerarla, lo importante es que ahora en marketing digital se utiliza bastante la personalización; ya que si bien el usuario prefiere hacer una pregunta en público, es importante la personalización, que haya un chat web (hay chats para páginas y para redes sociales), el usuario puede que no se dé cuenta que es un chat porte obtiene las respuestas en tiempo real y otras ya pueden ser derivadas a un equipo de atención al cliente, pero el uso que yo puedo percibir en redes sociales actualmente en diferentes instituciones públicas es muy plano, quizá hace falta un equipo de respuesta de atención al cliente. Por ejemplo, hay equipos encargados solamente un Whatsapp, así como hay encargados de un call center, ahora se van construyendo equipos para responder solamente preguntas</p>	<p>Juega un papel muy importante las redes sociales, para mantenernos comunicados, de manera general la información la tenemos en el bolsillo, prácticamente en nuestro celular, pero es en el año 2009 es donde se produce ya la explosión de las redes sociales y se convierten en un instrumento muy valioso para poder comunicar la actual gestión municipal, yo creo que es de suma importancia. Tenemos todo un abanico de formas para poder utilizarlas, para poder establecer todos los mensajes comunicativos a través de las redes</p>	<p>Particularmente creo que todo medio tiene su importancia, dependerá de los objetivos que tiene la institución y dónde está el público, depende de esos factores. Si estamos en una institución del Estado, en la que el público está en la plataforma de red social Facebook, pues ahí estaremos presentes; si tenemos un público que mayoritariamente está en una red social como TikTok, pues ahí estaremos presentes. Depende de donde está el público y también del tipo de contenido, por ejemplo; si tenemos material audiovisual, el medio de consumo mayor será en TikTok; si en cambio tenemos una mezcla de textos y gráficos, pues podría ser Instagram y Facebook. Tenemos que hacer ese match entre lo que nosotros queremos difundir versus donde está nuestro público, generalmente lo que hacemos es una mezcla de medios.</p>	<p>La comunicación digital ha cambiado totalmente pre pandemia, son totalmente diferentes no podemos decir y no podemos calificar a uno como mejor y al otro como peor creo que van evolucionando y si nosotros no entendemos esa evolución que es totalmente válida, no le entendemos, no vamos a quedar solamente comentando algunas redes sociales y no vamos a saber que ya nos pasó el tren otra red por ejemplo Facebook se ha convertido que antes era la plataforma por excelencia para comunicarse compartir una plataforma Mercantil, Facebook se preocupa más por sus clientes por llegar en publicidad a unos lugares y no se preocupa por el contenido y sin embargo YouTube o TikTok están creciendo, no por el lado audiovisual la comunicación ya no se ya no es de lectura es audiovisual y por lo tanto tick tok está remontando. Creo que que eh puede haber lecturas para acá, eh? Para acá en cada momento que te digan qué red en ese momento es importante,</p>	<p>“Pues en lo que yo he visto ha tenido un uso más efectivo en Facebook en Facebook el contenido del alcance que se puede ver desde afuera porque las cifras las métricas no los KPIs los tiene la propia municipalidad ellos tienen obviamente los datos exactos este, pero en lo que se puede percibir Facebook ha sido las redes sociales que le ha dado mejores resultados que es el canal por el canal por el cual se informaba los ciudadanos trujillanos y todo aquello que le concernía de todo aquello que le era efectivo y en menos efectivo este creo que ha sido Twitter este si por lo que pude ver OK y si no recuerdo mal era una redada que se ve que querían impulsar y al final nunca llegaron a trabajar un plan para esa red social como si se podía percibir que había un plan de comunicación para facebook este y quizá para Instagram también, pero para Twitter no mientras que en muchas municipalidades del Perú si trabajaban en Twitter una cuenta esté de Municipalidad que les permitía incluso monitorear y comunicarse con los seguidores.</p>

de Whatsapp, hay otros equipos que se están formando para responder solo preguntas por Facebook o solo en Instagram, y eso ayuda más porque tienes bastante viabilidad en tus respuestas y más facilidad. Y ahora otra opción es el chat, pero solo te va a ayudar para preguntas cortas, por ejemplo a qué hora abren, cuál es el trámite que se debe hacer para cierto documento, pero si hay preguntas con un poquito más de contenido, entonces estos equipos empiezan a trabajar con la respuesta. Esto lo hacen muchas empresas privadas, que encargan a equipos que reciban clientes por plataforma, ya sea Whatsapp, Telegram, Instagram o Facebook.

El BBVA y el Interbank también utilizan este tipo de interacción con sus usuarios a partir de Whatsapp, y lo que es el Interbank tiene un escáner de voz en donde todas las palabras clave que recibe de las llamadas las va recogiendo, ubicando en una base de datos e ingresando en sus respuestas. Eso le ayuda a medir, por ejemplo, el nivel de quejas o comunicación.

Sí, todo está calificado y es registrado por voz. Entonces cuando está registrado, cuando analizan cuales son las palabras clave que utiliza el cliente para

sociales, son de suma importancia para la comunicación gubernamental.

pero tenemos que medir constantemente.

quejarse o para reclamar o tal vez para hablar , esas palabras claves se lo dicen a sus vendedores para que trabajen con esos resultados. Por eso es más eficaz.

---

**¿Cuál considera que es la red social más eficiente para el manejo de la comunicación gubernamental? ¿Por qué?**

Normalmente si hablamos de opinión pública, siempre a nosotros se nos viene a la mente las redes sociales o la comunicación a través de la mensajería por redes sociales. Pero hoy, una herramienta que el usuario ha retomado o ha vuelto a usar a partir de la pandemia, a partir de envíos de mensajes importantes es el Imer Marketing, es una herramienta muy poderosa cuando se la sabe utilizar o cuando se fija un grupo de objetivos vitales. Entonces, el usuario ahora ha vuelto a utilizar su correo electrónico, está atento a lo que le llega, más aún si se trata de una entidad pública o gubernamental, por eso es importante construir confianza a partir de estos canales porque en el correo electrónico lo que puedes enviar son correos informativos, de comunicación o hasta de entretenimiento y el usuario las puede revisar de una manera más tranquila y pausada; en cambio en una red social se tiene más vértigo ya que vamos haciendo scroll hacia abajo, viendo lo que más nos gusta y lo

Está relacionada a la anterior y bueno, para mí, la Fanpage institucional de la municipalidad es la principal, sin desmerecer las demás.

En el caso de la comunicación gubernamental específicamente, va a depender en qué red social está nuestra comunidad, porque de lo contrario en el tiempo puede cambiar, porque hace un año era Facebook la red social donde estaban mayormente las personas, ahora se está desplazando a TikTok e Instagram, entonces va cambiando. ¿Cuál es la plataforma? será aquella en la que están nuestros usuarios, será aquella que nos va a permitir distribuir nuestros mensajes de la mejor manera para conseguir nuestros objetivos, será aquella red social donde vamos a obtener mejor diálogo con nuestro público.

La red social más eficiente, es la que más usen tu público objetivo. tú no puedes decir, yo puedo estar en en Patataz, vamos a suponer una municipalidad de patataz sin internet o poco ancho de banda, tú crees que un video de Tik Tok o un vídeo de Youtube pueda cargar en ese lugar?

que no nos gusta lo vamos pasando. En cambio el Imer Marketing te hace una pausa y tú te pones a leer de manera más concentrada a diferencia de redes en donde se tiene más distracción; entonces es una herramienta que si se puede utilizar, por ejemplo el Imer Marketing se utiliza para fidelizar y poder atraer mejores comentarios, construir el boca a boca, retener clientes, una herramienta muy interesante que se ha re potenciado bastante, esto es parte obviamente de las redes sociales. Otra plataforma que se está reutilizando son los blogs, que pueden estar enlazados en la misma página web, en el mismo portal, el usuario está acostumbrándose nuevamente a leer como si estuviese revisando un diario, entonces el usuario puede revisar los blogs que están enlazados en tu página y eso es importante porque puedes generarle confianza, brindarle información y contenidos de interés.

Entonces vas a utilizar que  
Facebook, vas a utilizar  
Instagram entonces serán el  
único objetivo depende el público  
objetivo tu tu si tú tienes alguna  
Municipalidad una una población  
que sí lo existen en el mundo,  
hay municipalidades que tienen  
una población mayor, eh? Adulto  
mayor de 45 a 70 años  
mayoritariamente que utilizarán  
Facebook pero si tienes una  
población joven de 17 18 a 25  
años predominante que utilizarán  
TikTok o sea, no podemos  
calificar como la mejor tenemos  
que geolocalizar a nuestro a  
nuestro público objetivo  
cementar verso, así es de  
detalles y utilizar de la mejor  
manera para cada ataque cada  
red eso es lo bueno de las redes  
sociales que tienen diferentes  
comunicaciones para diferentes  
no y podemos nosotros cementar  
los contenidos rehacerlos  
además.

---

**¿Qué otras plataformas digitales pueden utilizarse con fines de la comunicación gubernamental?**

Desde mi perspectiva de usuario o ciudadano creo que es muy genérico, si quiero enterarme más o conocer acerca de comunicados me entero por amigos o conocidos que tal vez comparten en un grupo de WhatsApp, mas no hay esa iniciativa que nosotros la consideramos como ese compromiso de ir y buscar directamente en la página de la Municipalidad, la voy a buscar en la página del Gobierno Regional. No hay ese compromiso, lo digo como usuario. Ahora, desde una perspectiva más técnica tal vez creo que tiene sus dos lados; puede que la página sea buena, no lo sé, no lo he visitado sinceramente. Lo que pasa es que el usuario, por iniciativa propia, busca más en redes sociales: YouTube, Tiktok o Facebook son prácticamente los ejes de búsqueda ahora. Entonces, como te decía hace un momento, las páginas tienen que volverse más intuitivas y amigables para que podamos tener un poco más de accesibilidad y construir esa confianza.

Bueno, las que se deberían utilizar y retomar la debida importancia es la página web para que la población esté al tanto de la administración municipal en aras de la transparencia, porque el propósito de la comunicación gubernamental no es de solamente decir lo que el alcalde va a priorizar en su durante su agenda del día, sino que va más allá; pasa por el tema de transparentar la gestión, pasa por el tema de los mismos valores, el tema de un futuro esperanzador para la ciudadanía, o sea son varios los objetivos que se tienen trazados y de acuerdo a ello realizando un debido uso de las redes sociales a través de sus diferentes

---

nosotros podemos revisar muchísimo, por ejemplo los podcasts este olvidados y yo creo que es una gran forma de comunicar con un mensaje corto claro, preciso llega rápidamente por whatsapp. puede viralizarse rápidamente los videos cortos también podemos dejar los los este los blogs, o sea los blogs son fuente de información que podemos que podemos ayudar depende como siempre de cuánto lee, o un vídeo corto no, pero las redes como el whatsapp como ahora el chat GTP por ejemplo te ayuda a recolectar la información mucho más rápido también, ¿no?, entonces este yo creo que esas redes paralelas, no, eso esas esos momentos digitales paralelo, podríamos utilizar para una comunicación gubernamental siempre el contenido es lo más importante no es como lo transmita. Si no el contenido que tienes, ¿no?

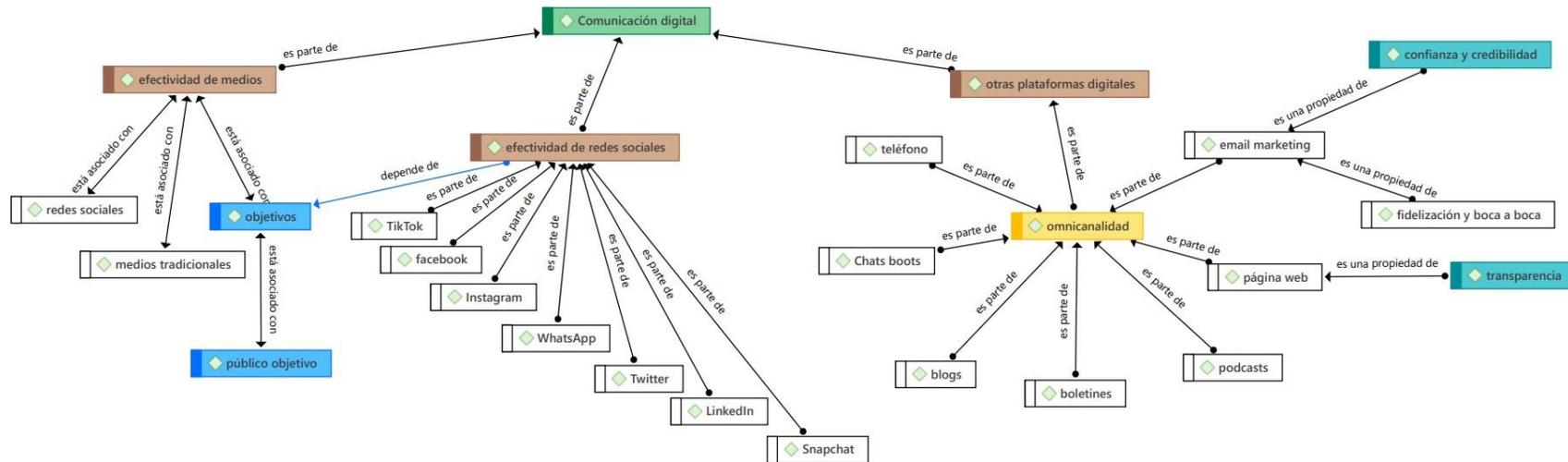
ahí está lo que te dije hace un momento Twitter creo que es muy efectiva para comunicar ok TikTok también y por qué TikTok es ahora las redes más de las redes más sociales más utilizadas en nuestro país y en Turquía entonces su uso hace que sea importante para cada institución gubernamental en este caso para cada municipalidad estar allí estar ahí para informar sobre todo no es muy intensa la interactividad, pero sí es bastante útil para informar, vale?

plataformas, estos  
mensajes van a  
llegar de manera  
eficiente.

---

**Figura 2**

*Medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*



**Nota:** La red es de elaboración propia, teniendo como base las entrevistas a los expertos consultados.

## **Identificar las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.**

Tapia (2021) halló que el gobierno autónomo descentralizado San Miguel de Bolívar ha utilizado herramientas digitales de comunicación, como el uso de las redes sociales para difundir las actividades. En la red social Facebook utiliza la estrategia de posicionamiento (30,89%), el 27,49% estrategias de visibilidad, el 18,59% estrategia de confianza, el 13,35% estrategia de expansión y en una menor cantidad utiliza la estrategia de lanzamiento (9,68%).

Del mismo modo, en esta investigación se halló que las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la MPT son variadas: presentan avances, aunque también se aprecian importantes limitaciones. Respecto a los portales web, su uso implica un pilar comunicacional y permite amplia capacidad para almacenamiento de información, así como la flexibilidad dado que se puede acceder a diferentes áreas manteniendo la información actualizada. A nivel gubernamental este medio es fundamental pues propicia la transparencia en la gestión institucional y siempre que mantenga las características mínimas para un buen funcionamiento generará confianza y credibilidad. Estos estándares mínimos son, por ejemplo: un adecuado diseño de interfaz, un tiempo de espera razonable, chat web con una buena capacidad de respuesta, manteniendo dentro de las áreas una adecuada segmentación considerando al público al que está dirigido. Debido a que, según los expertos consultados actualmente la página web de la MPT se encuentra en una

situación de abandono, los usuarios tienen a preferir usar las redes sociales para conseguir información y atención.

Estas estrategias digitales usadas por la MPT presentan un carácter meramente informativo, esto es, carecen de interacción con el público, lo que genera una comunicación vertical. Si bien la información que se publica se realiza con periodicidad, los medios digitales adolecen de una falta de actualización y de planeamiento estratégico de las redes sociales, es decir, el uso de adecuadas herramientas tecnológicas con recursos humanos capacitados y pensando en la usabilidad del usuario. El problema más complejo que se pudo notar es la politización de los medios de comunicación institucionales, esto no solo afecta a la institucionalidad de la MPT, sino que implica una falta de parte de las autoridades de turno y un aprovechamiento indebido de los recursos institucionales. Es menester que se tomen cartas en el asunto para evitar estos sucesos. Por último, las redes sociales han cobrado una enorme relevancia en la comunicación gubernamental de la municipalidad desplazando a los medios tradicionales, debido a que la masificación de la información permite una mayor eficacia en la llegada del mensaje al público; sin embargo requiere de equipos de respuesta que sean evaluados constantemente para favorecer la interacción con el ciudadano y una retroalimentación que puede darse a través de medición de indicadores e incluso considerar análisis de las bases de datos de las consultas frecuentes para una mayor eficacia.

**Tabla 3**

*Características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*

Experto 01: Carlos	Experto 02: Harly	Experto 03: Víctor	Experto 04: Jair	Experto 05: Valery
<b>En el caso específico de la Municipalidad Provincial de Trujillo ¿cuáles son las características de la comunicación gubernamental?</b>				
<p>En lo que corresponde a la comunicación a través de una plataforma digital, lo que yo puedo percibir es que es más informativo, hay una brecha grande entre lo informativo y la interacción que se necesita ahora en una plataforma digital. No solamente es necesario ser informativos desde el punto de vista de la plataforma y su contenido, sino también solucionar preguntas, o nosotros responder en la usabilidad (así es como llamamos a la comunicación digital); de que el nivel de usabilidad quiere decir que el usuario llega más rápido a la respuesta o contenido que está buscando, en ese aspecto casi la mayoría de información que se encuentra en estos portales netamente gubernamentales es muy informativo y a veces el usuario prefiere buscar en redes sociales o en otras plataformas y no usa mucho el portal web como una forma de interacción sino más informativa.</p>	<p>Yo creo que la revolución de las redes sociales se ha convertido en una herramienta fundamental para lo que es la comunicación en general y hablarlo de la manera particular a nivel gubernamental, la comunicación política tiene a la mano esta herramienta digital a través de las redes sociales de sus diferentes medios, canales para poder comunicar de una manera más eficiente, más efectiva. En lo que es la gestión anterior se hicieron algunos intentos para poder sacarle provecho a las redes sociales, pero lamentablemente no hubo una dirección con un experto en la materia que pueda facilitar los conocimientos al menos básicos, necesarios para de esta manera poner en práctica un plan estratégico de redes sociales, ahí es el punto de partida que debemos tener para poder comunicar bien, si no</p>	<p>Generalmente, las características que tiene el portal municipal digital es que la comunicación es vertical, es decir, no busca tanto interacción sino que es más de carácter informativo, su comunicación es de marca ¿qué significa esto? que los contenidos se refieren a lo que genera y hace la institución. Obviamente no es negativo, es parte de. No he visto mucha interacción en los mensajes, digamos que hay una interacción media a través de los comentarios, donde la municipalidad también se involucra un poquito en las respuestas, consultas, e interrogantes del</p>	<p>Jair: Mira, yo podría separar la comunicación gubernamental de Trujillo en siete elementos formativos que tiene que no está diciendo que estén bien o mal, pero que sí contiene no tiene novedad, no? Pues veo que cada vez están componiendo cosas interesantes y nuevas no tiene interés de alguna forma no tiene proximidad porque habla solamente de Trujillo y de su gente y de su vecino no geografía cultural que es lo que está, eh? Qué es lo que involucra a todas las personas de Trujillo no tiene cultura porque también lo he visto en tu red lo que no tiene, por ejemplo es trascendencia le faltaría, o sea tiene mensajes que no trascienden que no llaman tanto la atención que no persuade, que se debería hacer en una en una comunicación digital y otro tema que tienen uniformidad visual porque también es importante. alguna línea gráfica, de las oficiales sí, la del alcalde no</p>	<p>A ver si nos referimos a este a este actual mandato cierto entiendo que es el 2022 del 2022 a ver yo considero que la comunicación gubernamental de la MPT ha sido bastante efectiva en el sentido de que se ve que ha habido un plan de trabajo en cuanto a los contenidos que se iban liberando para informar a la población en los diversos ámbitos, claro, la municipalidad provincial tiene distintos esté áreas, cierto o gerencias o sugerencias y probablemente unas se cubrían más que otras, pero yo considero que ha sido efectiva en cuanto al manejo de la información hacia la hacia los hacia los vecinos hacia los ciudadanía, trujillana características, pues yo creo que han sido rápidos, que han sido este efectivos considero que han sido este interactivos. Se respondía a las consultas de los usuarios y de las usuarias, eh? Han utilizado diversos canales, han intentado innovar, eh, a través de programas de programas de micro programas no que se que se liberaron en formato de audio y vídeo y también creo que había una buena comunicación entre el también las este el área de Comunicación de la Municipalidad las Relaciones Públicas</p>

tenemos un plan estratégico de redes sociales, no tenemos un norte donde caminar. Hubo deficiencias, pero como indico se hicieron esfuerzos y se han creado productos interesantes el año pasado a través de un canal digital, tal vez se pudo hacer de una mejor manera, pero a veces la limitante del recurso humano o las herramientas tecnológicas no permitieron plasmar la idea creativa que se tuvo. En la actualidad si hacemos un comparativo, yo creo que el actual ya tiene una imagen ganada en las redes sociales, lo hizo en su campaña electoral, logró posicionamiento como candidato, luego ya se ha convertido en el gobernador de la ciudad, pero lamentablemente no hubo acompañamiento con un plan estratégico en redes sociales que permita posicionar al alcalde como líder de institución y ese es otro punto que quisiera tocar; a veces confundimos la página de la municipalidad con el alcalde.

público; entonces tenemos ahí una característica en la que se involucra un poco en el diálogo con la población.

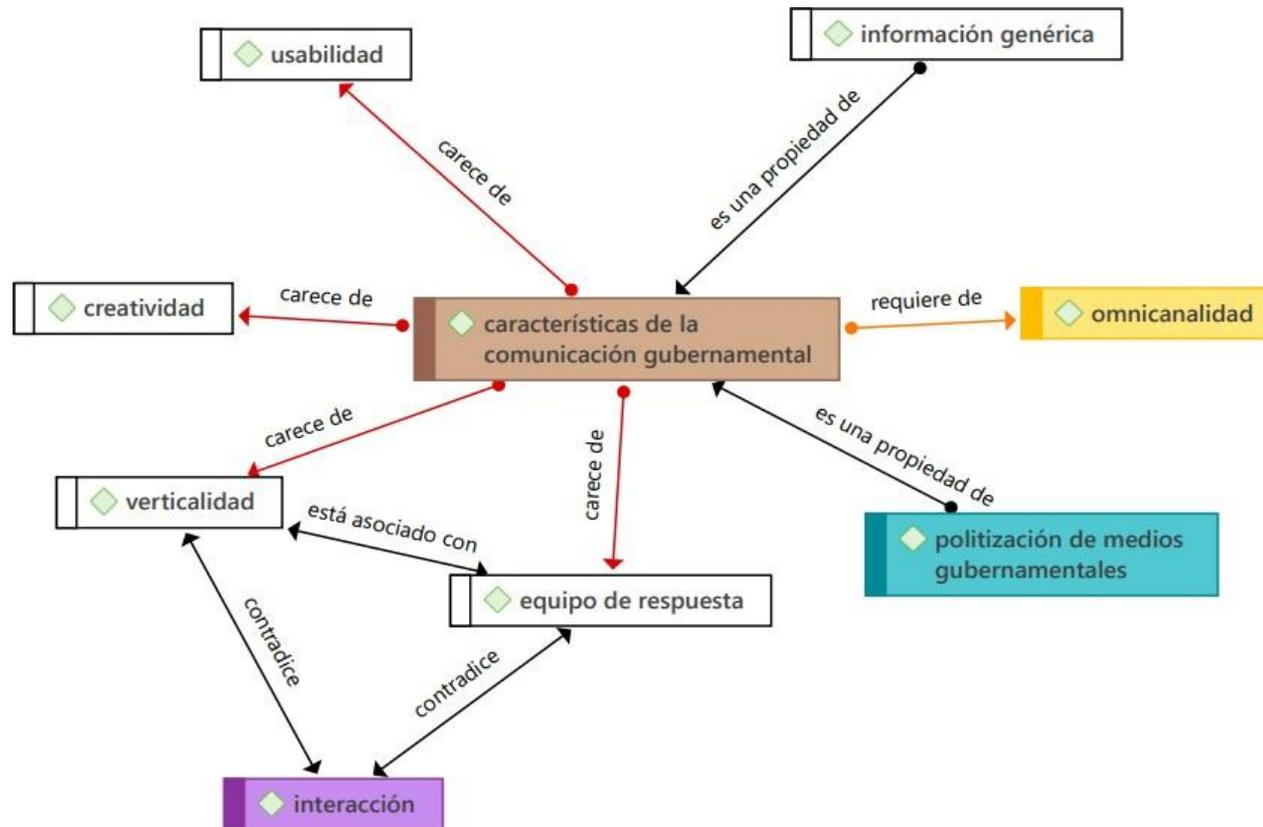
de la Municipalidad y los diferentes medios.

Exacto. La municipalidad no es el alcalde, la municipalidad es una institución, el alcalde juega un papel importante de acuerdo a su cargo, pero lamentablemente a veces los comunicadores tenemos la presión de la máxima autoridad, por ejemplo: yo quiero que sea así y tenemos que cumplir las exigencias de las personas que están por encima de nosotros a niveles jerárquicos y es por ello que tampoco se da un tratamiento adecuado a los contenidos. En la actualidad, la municipalidad yo creo que puede hacer cosas más interesantes de las que se están haciendo, hay errores que se están repitiendo a través de la gestión anterior, a través de redes sociales que efectivamente no contribuyen en nada para lograr el objetivo de un plan comunicacional que sea realmente productivo.

---

**Figura 3**

*Características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*



**Nota:** La red es de elaboración propia, teniendo como base las entrevistas a los expertos consultados.

## **Determinar los medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.**

Tapia (2021) identificó que el 54,97% de los usuarios cree que el GAD Municipal utiliza las redes sociales para fortalecer la imagen corporativa, así mismo responden el 17,54% página web, el 16,49% chat, el 6,28% blog digital y 4,72% e-mail marketing. Por lo que es importante utilizar y fortalecer los otros canales de comunicación.

En forma similar, Aguilera (2019) halló que el sitio web resultó ser el más relevante para el egobierno de los servicios públicos, el análisis del sitio web oficial del municipio de Neuquén permitió concluir que este sitio web cuenta con cierta madurez desde el punto de vista del gobierno, en cuanto a las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), son simplemente utilizados como herramientas de amplificación de la estrategia digital planteada desde el sitio web del municipio neuquino, en vez de ser planteadas como canales digitales que permitan llegar a usuarios específicos y fomentar la interacción con los usuarios; mientras que desde YouTube crean contenido específico para ser difundido por estas redes sociales e incluso los medios de comunicación de la región.

Así también, en la presente investigación se halló que los medios utilizados forman parte de la comunicación gubernamental digital de la MPT. La efectividad de los medios depende de los objetivos que se persigan y el público al que esté dirigido. Actualmente los medios que predominan la escena comunicacional y que han llegado a desplazar a los medios tradicionales son las redes sociales. La efectividad de las

redes sociales depende también de los objetivos y el público objetivo. En orden de importancia, según los expertos, se tiene a: Tik tok, Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, LinkedIn y Snapchat. De otro lado, en cuanto al uso de otras plataformas existe un consenso en los expertos consultados respecto a lo fundamental de la omnicanalidad que incluye los medios tradicionales como los medios digitales, esto es, teléfono, chats boots, blogs, boletines, podcasts, página web que permite la transparencia y el email marketing que favorece la confianza y credibilidad, así como la fidelización y el boca a boca.

Del Valle (2020), en la misma línea, identificó que la trasmisión en vivo es la herramienta digital más utilizada; sin embargo, el uso de la fanpage está siendo aún bastante limitado, tanto en la difusión de información como, sobre todo, en la búsqueda de la participación ciudadana, la Municipalidad de Ate utiliza la red social Facebook y portal web institucional, como canal de difusión de información concerniente a la gestión de gobierno, debido a la inmediatez, eficiencia y alcance que poseen estos medios digitales.

**Tabla 4**

*Características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*

Experto 01: Carlos	Experto 02: Harly	Experto 03: Víctor	Experto 04: Jair	Experto 05: Valery
<b>Concretamente ¿Cuáles serían algunas de las estrategias de comunicación gubernamental que se pueden desarrollar en la Municipalidad Provincial de Trujillo para mejorar la participación ciudadana?</b>				
<p>Creo que acá juega bastante la opticanalidad, que quiere decir que no todo lo vamos a solucionar por un canal digital porque creo que eso es una premisa de la comunicación digital, no solamente debe ser un canal sino que también trasladarlo a lo físico o tener comunicación transmedia; la transmedia ayuda bastante, ahora tú puedes tener comunicación a través de lo digital pero también puedes llevarlo a un canal físico a un canal donde el usuario pueda participar de manera física y pueda tener las respuestas en el canal físico que en el mismo canal digital.</p> <p>Como te comentaba, tiene más credibilidad una conexión física digital, o sea lo que se conoce como omnicanalidad, creo que esa es una estrategia muy interesante para poder construir esa iniciativa de confianza en el ciudadano,</p>	<p>Se están haciendo esfuerzos para poder emitir una comunicación gubernamental, lo que pasa es que el alcalde por su forma de ser, que ya todos conocemos, a veces se olvida que es el alcalde y cree que todavía está en campaña y utiliza la Fanpage de la municipalidad con fines personales. Por ejemplo, vi una publicación, hace unos días, en las que ponía el rostro del ex gerente de defensa civil y otro señor y en la descripción decía algo como: estos son los que han dado permiso a las discotecas[...] Puede utilizarlo, bien, por sus plataformas personales, pero dedicarse a nivel</p>	<p>Tenemos plataformas, tales como los sistemas de mensajería que se han convertido prácticamente en espacios y redes sociales. Sistemas de mensajería, estamos hablando de WhatsApp como red social, es un espacio perfecto para que las instituciones puedan compartir también con una parte del público, tenemos Telegram, tenemos los Chats boots donde podemos tener cierta capacidad para estar presentes en todo momento, responder las preguntas en todo momento. Ahora con inteligencia artificial debemos aprovechar la plataforma de los chats boots con inteligencia artificial para generar mensajes y dar respuestas y tener acercamientos con nuestra comunidad en todo momento, incluso en cualquier plataforma. Estamos hablando ahora de la omnicanalidad, para las instituciones públicas que significa esto, que si un ciudadano quiere comunicarse con la municipalidad, puede</p>	<p>Mira para La participación yo creo que primero deberías definir una estrategia. Lineal es un modo de pensar de qué? ¿En qué vas a la estrategia lineal? ejes de comunicación claros, tener los elementos formativos de comunicación, los keywords claros,</p> <p>O sea, las palabras que vas a utilizar para esta para estas y luego tener la geolocalización de las personas que vas a trabajar en participación ciudadana, claro, ¿por qué? Porque los mensajes que se dan en participación ciudadana son totalmente diversos, o sea, yo me imagino que en un en un pueblo, eh? En un asentamiento humano necesitan agua y en el otro asentamiento humano necesitan luz entonces, cómo comunicar luz a un lado y hago otro lado solamente segmentando entonces en ese sentido. tú tienes que segmentar la comunicación.</p>	<p>Ya, la comunicación y la comunicación es muy es muy unidireccional, no hay mucha retroalimentación no está teniendo un plan completo la Municipalidad provincial de Trujillo no tiene una no valora no incluye la retroalimentación y análisis de las respuestas de comentarios de los usuarios, eso haría eso permitiría el análisis de la retroalimentación de los usuarios permitiría que se complete el plan se completa la estrategia una estrategia en un plan no está completo, si no incluye el monitoreo y el análisis de las respuestas de los usuarios, análisis, cuantitativo y análisis cualitativo, de qué me sirve tener 500 seguidores más a la semana? Si no sé qué necesitan qué buscan qué quieren de mí como institución este esos seguidores si un analisis sus respuestas sus frases sus comentarios y los tabulos y los organizó en los clasifiqué y según eso llegó a conclusiones y elaboré recomendaciones para para enriquecer mi plan o mi estrategia no entonces estrategia es lograr contenido también que sea útil. O</p>

por ejemplo: nosotros conocemos lo que se hace en publicidad, las famosas activaciones; esto se lo puede llevar o aplicar directamente en un discurso gubernamental público, pero te ayuda como preguntas a la participación. Hay un ejemplo que utilizó una municipalidad de Lima, en la que a través de gestión pública hizo que todas las personas que eran parte del distrito apoyen a la limpieza pública a partir de un juego, lo que se hizo primero fue generar un discurso en donde quien dejaba en el tacho de basura los residuos lo interactuaba como un juego, entonces al tacho de basura le colocaban el nombre o foto de una persona o estereotipo, entonces las personas veían a este juego como algo que no querían en su localidad, entonces iban y descargaban las bolsas de basura en los tachos. Se convirtió en un juego pero cumplieron con un valor, una tarea cívica. Por eso considero que esa es una iniciativa muy interesante, trabajar con una omnicanalidad, con una

personal a utilizar las redes sociales de la institución no es el uso correcto que se le debe estar dando. La Fanpage de la municipalidad como principal herramienta digital debería tener otro propósito netamente institucional.

hacerlo a través de un teléfono y luego pasar al WhatsApp y luego tener una notificación a través del correo electrónico o puede usar un chat boot, luego pasa a un teléfono y puede tener también una respuesta a través del WhatsApp. Se está hablando de la omnicanalidad en las instituciones del Estado para lo que es el tema de la comunicación digital.

para que ellos puedan llegar para que Tú puedes llegar cuántico 3 o con algún tipo de medición puedes llegar a esos lugares exactos de cada persona y poder enviar mensajes.

sea, no solo hay que informar lo que hay que informar lo que es con todo el ritmo de trabajo que tiene la Municipalidad empresarial de Trujillo ya se va generando información cierto, pero farty, información útil información de valor, que suma a lo que necesite el usuario, o sea, no solo informar lo que ya se viene haciendo que suele hacer a la municipalidad, sino dar un contenido de valor usted va a ser un trámite si le explicamos paso a paso, cómo hacer este trámite, usted este tiene algún problema este de alumbrado público, pues acá tenemos este el procedimiento para que usted haga su su reclamo sobre, o sea ese esa información de valor que no es contar lo que yo vengo haciendo sino dar una información extra que les sea de utilidad al vecino al ciudadano, eso falta incluir como estrategia, ¿vale? Eso ya viene siendo las empresas privadas.

estrategia más lúdica, por ejemplo.

Creo que ser más personalizable, si bien la población es grande, lo primero que se debe hacer es un mapeo, un mapeo de grupos de interés, a partir de necesidades o a partir de algún eje estratégico y a partir de ello empezar a personalizar cada uno de los discursos o contenidos y creo que lo principal está en personalizar, esa sería una estrategia más de branding; darle un lado humano a la marca gubernamental, porque muchas veces cuando escuchamos hablar de gubernamental nos imaginamos como que es una máquina, pero creo que necesita un rostro humano para que haya más confianza y una comunicación fluida. Y eso sería como una recomendación, que la comunicación sea más participativa, crear foros o como lo hacen muchas empresas a través de sus plataformas digitales, una colaboración o comunidades donde entre ellos mismos colaboren, entre ellos mismos tengan retos ofreciendo alguna recompensa y a partir de ello empiezan generar

---

Bueno, se podrían utilizar estrategias de influenciadores para ayudar al reconocimiento, para tener mayor alcance y en ese caso mayor interacción, esa es una estrategia que podría tener el portal de la municipalidad en redes sociales. Otra estrategia sería el uso de “Llamados a la acción” dentro de sus contenidos para decir hagan una mayor interacción, quizá también el uso que involucren ciertas estrategias de aumentar la realidad aumentada, la realidad virtual enfocándose en el público joven que está bastante demandante, de nuevas experiencias inmersivas dentro de la comunicación. Ahora, nuevamente, con el uso de la inteligencia artificial, también nos va a ayudar a plasmar estrategias que involucren a este nuevo seguidor y también el tema de campañas segmentadas a determinados públicos, dado que la municipalidad tiene un público variado, llega a todos los vecinos, significa que a toda la ciudad (en este caso la provincia) que está dividida en distintos públicos. Entonces una buena estrategia sería hacer campañas segmentadas.

algunas soluciones y estas pueden ir avanzando, ahora también está el tema de la sostenibilidad, apuntar siempre a mejorar los objetivos de desarrollo sostenible, esto le interesa bastante al ciudadano, principalmente a los centennial que les interesa bastante el tema de responsabilidad social, el tema de igualdad, de inclusión, aunque parezca todavía un poco remoto a veces, pero están enterados de todo eso, el entretenimiento; hay muchos chicos que se están volviendo a actualizar una lectura. Entonces, no es que esto sea lejano sino que hay bastantes intereses y hay que mapearlos para trabajar de manera más personalizada.

---

**¿Qué deficiencias observa en los procesos de comunicación gubernamental digital para la promoción de la participación ciudadana en la MPT?**

Como te decía es muy omnilateral y lo veo como si te estuvieras comunicando con un diario a pesar de que es un medio digital lo veo muy frío todavía, que no tiene interacción que creo que eso es lo vital para tener mejor resultado.

Yo creo que deficiencias hay varias y no de manera particular en la municipalidad de Trujillo, sino que en varias municipalidades, en varias entidades del Estado. Una de las deficiencias es al momento de producir material audiovisual, por ejemplo: se saca notas o noticias en video con una duración de tres minutos o dos minutos y medio, la noticia en televisión dura noventa segundos (incluso hay un noticiero con ese nombre), entonces en redes sociales debe ser menor porque uno entra a navegar en redes sociales y se va a encontrar con un océano de información, pero si dentro de ese océano va a dar click en ver un video y ve que ese video va a durar tres o cuatro minutos y no tiene nada llamativo entonces se aburre y

Bueno, la municipalidad tiene varias áreas, funciona en base a áreas, no es un solo estamento.

Son varias áreas que en conjunto conforman la municipalidad, tenemos desde áreas verdes hasta transportes y comunicaciones. Entonces a la pregunta ¿Qué deficiencias observas en los procesos de comunicación gubernamental? diría que en conjunto es bueno, la comunicación gubernamental, pero hay ciertas áreas donde se observa ciertas deficiencias, ya sea por falta de comunicación o equis motivo, por ejemplo; cuando, como ciudadano, queremos comunicarnos con ciertas áreas encontramos que en ciertas sugerencias no tenemos el feedback tan rápido de algunas como en otras. En el caso de la municipalidad provincial si nos dirigimos a (ININTELIGIBLE) tenemos una respuesta masomenos rápida, pero hay sugerencias que a veces el público necesita tener el teléfono, necesita comunicarse, por ejemplo, los sábados. Este es un tema que se escapa de las manos, ya que los sábados obviamente no están activos y muchas veces hay denuncias de que quieren realizar los fines de semana y esto baja la participación del público que es

hay poca difusión de contenidos de participación ciudadana, de veinte post que tienen en las redes sociales o de de cuatro o cinco contenidos que depositan en su página web, no tienen participación ciudadana, eso quiere decir que más se están preocupando por el alcalde y por y por el escándalo digital que por este los temas principales de la municipalidad como participación ciudadana. deberían tener un equipo solamente para participación ciudadana. porque es fundamental ese tipo de comunicación, yo creo que ahí se están equivocando y eso puede cambiar.

este deficiencias no veo, no existe, ningún proceso de comunicación y que promocionan la participación ciudadana no hay, o sea, en ningún momento ha habido, por ejemplo un equipo que por ejemplo a través de la recuperación de información de retroalimentación de los ciudadanos, diga nos vamos a reunir con tal Junta Vecinal contar con una sesión con tal con tal este grupo de trabajo de tal vez de estar vecindario de tal zona Trujillo que para promocionar su participación ciudadana y que y que en su trabajo enriquezca el trabajo en la municipalidad, el trabajo en la municipalidad este con los ciudadanos organizados debe verse enriquecido con la labor de información de comunicación que se hace este en el universo canales, ok este y claro, en esto pienso básicamente en redes sociales, un usuario con la Municipalidad llama por teléfono les mando un email no se comunica mayormente la gran mayoría 95% por redes sociales, ¿no? Entonces la gente así está disponible, Está dispuesta a comunicarse con la Institución, pero falta organizar ese Plan de Participación Ciudadana claro, eso debe partir del área de Comunicación de la Municipalidad desde el área de comunicación interna o relaciones públicas o

simplemente corre. El público cibernauta es muy selectivo, se habla del consumidor dos punto cero a nivel de marketing digital, es ese consumidor exigente, el que selecciona la información, al que a través de las redes sociales si no está de acuerdo con algo ahí mismo teclea. Hay muchos usuarios de la municipalidad que dan con el puñal. Entonces debemos establecer cuál va a ser nuestro plan y de qué manera vamos a concretar estos mensajes en las piezas gráficas y audiovisuales para no aburrir a la gente, para que el material sea bien aprovechado.

una pequeña limitante, que finalmente no es propia.

imagen ¿no? Porque al final aunque son áreas que tienen tareas definidas también tienen acceso a conocer que está necesitando los usuarios los vecinos los ciudadanos entonces este no hay, o sea no puedo decir deficiencias porque yo no veo y no he visto no se percibe en ninguna de sus canales de sus medios esté de información y de comunicación de la Municipalidad esa participación ciudadana, no se incentiva y claro pues si no se incentiva tampoco va a depender mucho resultados este bueno, creo que eso es lo más importante hay más cosas que creo que se pueden agregar pero básicamente es eso no que una comunicación no va a ser del todo efectiva que un plan de comunicación una estrategia de comunicación no va a ser de otra efectiva si no incluye a las personas a los vecinos a los ciudadanos no los incluye no no los incluye como aporte no los valora como aporte para saber qué tipo de información y comunicación voy a seguir generando para mi vecinos, o sea es muy unilateral y eso es un problema que que debe resolver es un problema de fondo, o sea, Que oye, vamos a cambiar los contenidos, no es un problema de fondo de estructura de plan, que luego ya obviamente ya se traslada no se plasma en cambios.

En la forma de informar de  
comunicar en en los canales y los  
medios de la MPP.

Exacto, que sean amigables. Veía a las siete de la noche una publicación de la municipalidad de Trujillo con un joven que es reportero y la transmisión duraba ocho minutos. ¿Cuál era el tema de su transmisión?: La peatonalización del jirón Pizarro, cuadrados, dos y tres; decía: bueno, le hacemos llegar la noticia, este domingo va a ser la prueba piloto del plan de peatonalización para las tres primeras cuadrados, vamos a hablar con la gente ¿qué le parece?, se fue al primero y le dijo: no no no, no quiero declarar, baja tu luz, saca tu cámara y él avergonzado fue a buscar otra declaración; pero no, si vamos a hacer una transmisión en vivo, no podemos improvisar, eso no se ve bien y para quienes hemos hecho prensa debemos tener información

Sí, la basura, áreas verdes, el tema de ruidos molestos. Por ejemplo, en este momento estamos en una entrevista y estoy escuchando un ruido bastante fuerte que medido en decibeles llega a ochenta. Entonces no se puede llamar a nadie porque no hay donde llamar, entonces esa pequeña cosa juega en contra del proceso de comunicación porque es un proceso que tiene que estar constante, entonces limita un poco.

más que socializadores, socializadores son aquellas personas que responden los comentarios, deberían tener un equipo que cree contenido. yo no creo que la municipalidad todo sea mala intención y mucho más cuando recién son electas, ¿no? hay que pensar que las autoridades sí tienen ganas de hacer las cosas bien, pero que no tienen un equipo de comunicación que nos sostengan porque las autoridades no saben meter contenido a la red o las autoridades no saben cómo hacer un buen contenido rápido, claro, este eh, eh, eh? ¿Este impacto no? Entonces ellos piensan que pueden hacerlo bien pero sin embargo, no lo están haciendo

sustancial que sea interesante y provechosa para quien te esté viendo. Al menos habla en qué consiste el proyecto de peatonalización, cuáles son los criterios que se están empleando, cuáles son los objetivos que se están teniendo en cuenta para esta peatonalización, qué rutas alternas se van a tomar para evitar acumulación en otros puntos de la ciudad con el cierre de estas calles, cosas así. Pero se hace un vivo, se habla y habla, la gente se aburre y no lo ve, se hace una nota editada, se pone las imágenes, se pone música, se exporta, ya tengo mi nota, pero la gente tampoco lo va a ver.

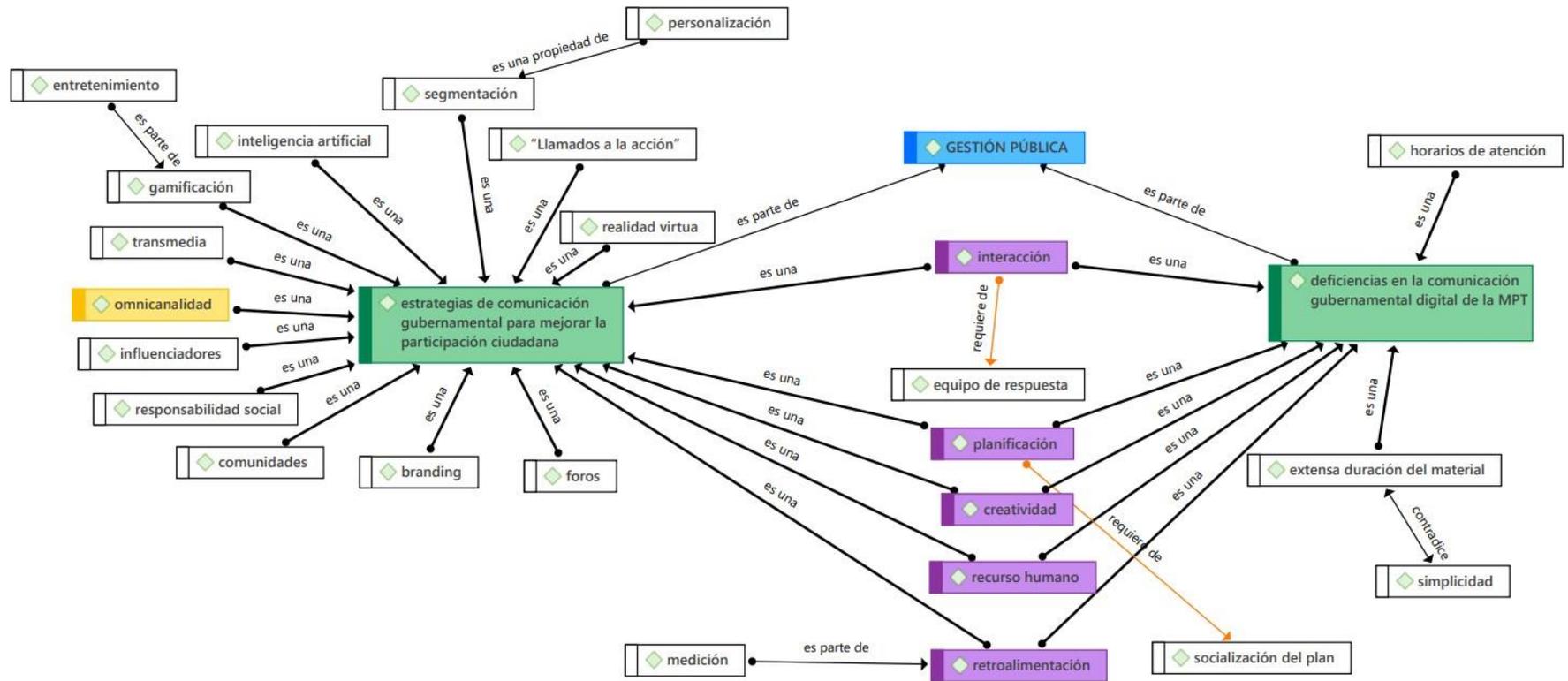
Bueno, a manera de conclusión, establecer un trabajo a nivel gubernamental para cualquier tipo de entidad del Estado, debemos establecer de manera clara el plan estratégico de comunicación y redes sociales juntos, sino no vamos a comunicar nada y, este plan lo debemos conocer a la perfección todos los que conforman el equipo como el ABC, establecer funciones que cada uno pueda contribuir en un trabajo eficiente y provechoso para que de esta manera nuestro mensaje comunicativo pueda lograr los objetivos necesarios.

yo creo que deberían tener un equipo de comunicación mucho más fortificado para sobre todo en la gerencia de cada gestión y tener ejes que involucren a todos y no improvisar porque eso es lo peor que le puede pasar a una institución que el líder, que la cabeza que en este caso es el alcalde, sea este improvisando mensajes que tenga faltas de valor como hablar lisuras, esas cosas debilitan la institución, y se debilitan las comunicación y si se debilita la comunicación, se debilita la reputación de una institución no, y eso es lo que está pasando con la Municipalidad.

---

**Figura 4**

*Características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.*



**Nota:** La red es de elaboración propia, teniendo como base las entrevistas a los expertos consultados.

## **Determinar las características de la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.**

Tapia (2021) considera que se refleja que en su mayoría de encuestados (44,50%) perciben el buen manejo de la comunicación digital y lo califican como un canal adecuado para recibir información digital acerca de los proyectos y servicios que ejecuta el GAD Municipal San Miguel de Bolívar en su territorio. Por otro lado, Rodríguez (2016) expresa que los sistemas de comunicación gubernamental continúan con la lógica burocrática de administración ejecutiva, es decir, se refleja la gestión de procesos interdependientes, largos y en muchos casos innecesarios, que generan una sobre producción de datos innecesarios que llegan a colapsar el sistema. De nada sirve crear portales web donde se escanea la misma información escrita que se genera en oficinas y se la sube a la web; el enfoque que se pretende no cumple con la inclusión porque no se piensa en el sujeto, sino en el portal web como extensión de la institución, con la misma lógica técnica, con metalenguaje.

En el mismo sentido, en el presente estudio se hallaron características positivas y negativas. Las características de la comunicación gubernamental en la MPT son variadas. Se tiene, por ejemplo, que la información que se publicita es muy general, sin mayores detalles o trasfondo necesario para el conocimiento de los ciudadanos. Presenta varias carencias entre ellas la propiedad de usabilidad enfocada en el usuario, falta de creatividad y equipo de respuesta, que hace que la comunicación sea vertical en contraposición con lo deseable, que es la interacción entre la municipalidad y los vecinos. Para una comunicación efectiva y un adecuado posicionamiento es

imprescindible aprovechar la omnicanalidad. Por último, es destacable y preocupante que existe una notoria politización de los medios de comunicación gubernamentales.

### **Describir las características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.**

En el caso de Rodríguez (2016), concluyó que en los espacios web actuales que se han abierto a la ciudadanía, la participación se reduce a preguntas, opiniones o información. La interacción que se esperaba que se propicie por parte de las plataformas web no se da por falta de educación de la ciudadanía al respecto, por falta de acceso de un gran parte de la población y porque no se fomenta la toma de decisiones ni consultas al ciudadano mediante estas plataformas. Sin embargo, en el caso de Ortega (2020) los pobladores de La Mesa no interactúan en la página por desconocimiento de la misma, y los temas que proponen, ya que estos no son de interés general para la comunidad.

La participación ciudadana es una de las metas principales de todo gobierno local y ello depende en gran medida de una adecuada gestión. En ese marco se identificaron con apoyo de los expertos algunas deficiencias muy marcadas en la gestión comunicacional de la MPT para favorecer la participación ciudadana. Cabe destacar que algunas deficiencias también se pueden perfilar como fortalezas siempre que sean utilizadas estratégicamente, entre ellas están: la interacción que requiere necesariamente de un buen equipo de respuesta, la planificación de comunicación, la creatividad, el recurso humano capacitado y la retroalimentación que empieza por la

medición a través de indicadores. Otras deficiencias identificadas son los reducidos horarios de atención, la extensa duración del material que se publica en las plataformas digitales que está reñido con la simplicidad que se requiere para que los mensajes sean recibidos eficazmente por los ciudadanos.

Algunas estrategias de mejora incluyen también el uso de la realidad virtual, inteligencia artificial, llamados de acción, segmentación, gamificación que genere entretenimiento, transmedia que permita captar la atención de los usuarios en las diversas plataformas, omnicanalidad, participación de influenciadores, ejecución y comunicación de proyectos de responsabilidad social, generación de comunidades con sus respectivos foros y el branding.

## V. CONCLUSIONES

- Las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la MPT presentan avances, aunque también importantes limitaciones. Dentro de los primeros se tiene el uso de la omnicanalidad y una importante presencia digital, especialmente en las redes sociales. Entre las limitaciones se cuenta la escasa interacción con el ciudadano, la falta de planificación y actualización. Es preocupante la politización de los medios de comunicación gubernamentales según el gobierno de turno.
- Las redes sociales y los medios digitales en conjunto son los canales que predominan en la escena comunicacional en la Municipalidad Provincial de Trujillo y que han llegado a desplazar a los medios tradicionales. Sin embargo, la efectividad de cualquier canal de comunicación depende siempre de los objetivos planteados y el público al que está dirigido el mensaje.
- Las características más importantes de la comunicación gubernamental incluyen el uso de mensajes con poco detalle, verticalidad, falta de interacción y la politización de los medios de comunicación.
- La forma en que se viene dando la comunicación digital actualmente no favorece la participación ciudadana debido a deficiencias como la falta de un equipo de respuesta, retroalimentación y un amplio tiempo de espera para lograr una contestación a solicitudes ciudadanas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- A las autoridades ediles, para que generen una planificada estrategia comunicacional gubernamental omnicanal con un fuerte componente digital, favoreciendo la horizontalidad en la comunicación, que promueva la participación ciudadana, la transparencia, la confianza y la credibilidad.
- A los funcionarios y servidores públicos, para que hagan cumplir las normativas de tal manera que se evite la politización de los medios de comunicación gubernamentales, de tal manera que se conserve la institucionalidad y el cumplimiento del orden legal.
- Al equipo de comunicaciones de la Municipalidad Provincial de Trujillo, para que realicen un análisis del público de tal manera que en función a sus necesidades y deseos se pueda generar una estrategia de comunicaciones que fortalezca la horizontalidad ciudadano – comuna.
- A los gerentes de la Municipalidad Provincial de Trujillo, para que capaciten a los equipos encargados de comunicaciones y marketing de la comuna, de tal manera que estén en mejores condiciones de enfrentar los recientes y vertiginosos cambios que se están suscitando a partir de la revolución digital que ha alcanzado también a las entidades públicas.

## REFERENCIAS

- Aguilera, D. (2020). *Calidad de la comunicación digital de los servicios públicos prestados por el estado municipal en Neuquén Capital* [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional de Comahue. <http://rdi.uncoma.edu.ar/handle/uncomaid/15798>
- Aguirre, M. (2018). *Análisis del manejo comunicacional digital en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito* [Tesis Maestría]. Universidad Internacional de la Rioja <https://reunir.unir.net/handle/123456789/7054>
- Amado, A., & Tarullo, R. (2015). Tuitear para agendar: el uso de Twitter como gacetilla de prensa en la comunicación gubernamental. *Revista mexicana de opinión pública*, 19, 127-145. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870730015000071>
- Ávila, E., Álvarez, J., & Zurita, I. (2020). Marketing digital y estrategias online en el sector de fabricación de muebles de madera. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 339-368 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7439112>
- Baldacci, A. (2021). *Comunicación gubernamental y democracia digital a partir de las políticas de Gobierno Abierto en la Municipalidad de Córdoba (2015-2019)* (Bachelor's thesis). <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/18302>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2020). *Tecnologías de la información y la comunicación en América Latina y el Caribe: Avances y desafíos*. <https://publications.iadb.org/es/tecnolog>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *Tecnologías de la información y la comunicación en la gestión gubernamental en América Latina*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/tecnologias-informacion-comunicacion-gestion-gubernamental-america-latina>

Cabrera, D. (2019). La participación ciudadana en la toma de decisiones gubernamentales a través de plataformas digitales: un estudio en el Perú. Universidad Nacional de Ingeniería.

Canel, M. (2019). *La comunicación de la administración pública: Para gobernar con la sociedad*. Fondo de Cultura Económica.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=PM6FDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Comunicaci%C3%B3n+gubernamental&ots=LVw74WpXLI&sig=5BMYIS990rIVPeNQvbIKiWzul8Y>

Chacón, J., Marín, D., & Vidal, M. (2019). Bibliometría aplicada a la gamificación como estrategia digital de aprendizaje. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 19(60)  
<https://revistas.um.es/red/article/view/386921>

Conde, M., Prada, O., & Pullaguari, K. (2021). Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34), 63-86.  
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-86342021000100063](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86342021000100063)

Cruz, R. (2021). *Comunicación digital: análisis de las estrategias comunicacionales en públicos externos del Municipio de Rumiñahui durante la crisis sanitaria por covid-19, periodo mayojulio de 2020* [Tesis de Bachillerato]. Universidad Central del Ecuador. Repositorio de la UCE.  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/26578>

Del Valle, F. (2020). *Estrategias de comunicación gubernamental de la municipalidad distrital de ATE, a través de los medios digitales en el año 2019* [Tesis Bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional de la USIL  
<https://repositorio.usil.edu.pe/items/0ba3f254-0b8e-4f72-bf47-33c7a73c3b56>

Díaz, J., Fernández, L., & Rojano, F. (2020). Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España. *Revista latina de comunicación social*, (78), 23-40  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7625683>

- Elías, C. (2020). Expertos/as científicos/as y comunicación gubernamental en la era de las fake news. *Prisma Social: revista de investigación social*, (31), 6-39  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7626015>
- Elías, C. (2020). Expertos/as científicos/as y comunicación gubernamental en la era de las fake news. *Prisma Social: revista de investigación social*, (31), 6-39.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7626015>
- Estepa, G., & Amara, D. (2017). La cooperación descentralizada como un nuevo modelo en cooperación para el desarrollo. *Revista Análisis Internacional*  
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/803>
- García, D. (2020). Comunicación digital: estrategias integradas de marketing. *Questiones publicitarias*, 3(26), 0057-58. <https://ddd.uab.cat/record/233767>
- Gobierno del Perú. (27 de agosto de 2020). *Municipalidad Provincial de Trujillo*. Gob.pe. <https://www.gob.pe/munitrujillo>
- Gutiérrez, C., & González, R. (2019). Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital. *Dixit*, (30), 98-107.  
<http://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1793>
- Hwang, Y., Kim, H., & Lee, J. (2020). Citizens' trust in government through online government presence and information quality on social media: A study of Korean local governments. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(5), 298-316.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). Encuesta Nacional de Hogares 2018: Tecnología de la Información y Comunicación. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1607/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1607/Libro.pdf)
- Ley Orgánica de Municipalidades N°27972.  
<https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0015/3-ley-organica-de-municipalidades-1.pdf>

- López, G. (2017). Comunicación política y discursos sobre el poder. *Profesional de la Información*, 26(4), 573-578.  
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2017.jul.01>
- Luna, L., Hernández, J., & Gil, J. (2009). Hacia un modelo de los determinantes de éxito de los portales de gobierno estatal en México. *Gestión y política pública*, 18(2), 307-340. <https://www.scielo.org.mx/pdf/gpp/v18n2/v18n2a3.pdf>
- Malca, A. (2022). Comunicación digital e imagen institucional en los usuarios de una entidad pública de administración tributaria Trujillo 2022. [Tesis de Mestría]. Universidad Cesar Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102369>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2018). Informe anual del servicio de servicios en línea del Gobierno peruano. Recuperado de <https://www.mtc.gob.pe/portal/servicios-en-linea/informe-anual>
- Moro, M., & Fernández, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias digitales*. ESIC Editorial.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hh0DEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA28&dq=estrategias+digitales&ots=g3YvZuVYws&sig=wj9GoNye6uaPnoEDnBHB DU0heiQ>
- Municipalidad Provincial de Trujillo lanza su canal digital para todo trujillo. (s. f.). Noticias - Municipalidad Provincial de Trujillo - Gobierno del Perú.  
<https://www.gob.pe/institucion/munitrujillo/noticias/547105-mpt-lanza-su-canal-digital-para-todo-trujillo>
- Naser, A. (2021). *Gobernanza digital e interoperabilidad gubernamental: una guía para su implementación*. CEPAL - Cooperación Española.  
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/47018>

- Navarrete, N. M. (2022). Aproximaciones a la Comunicación Gubernamental en la informatización del Estado Argentino. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, (24). <https://publicaciones sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/7604>
- Negrete, K., & Rivera, S. (2018). Estrategias de comunicación en redes sociodigitales desde la práctica del gobierno abierto. *Cuadernos. info*, (42), 183-196. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2018000100183&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2018000100183&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Ortega, A. (2020). *Estrategia de comunicación digital para que los pobladores de La Mesa, Cundinamarca interactúen, de manera frecuente, en la red social Facebook, que maneja la Alcaldía del Municipio* [Tesis de Grado, Fundación Universitaria Los Libertadores]. Repositorio institucional de la FULL <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/2940>
- Pedraja, L. (2017). Desafíos para la gestión pública en la sociedad del conocimiento. *Interciencia*, 42(3), 145. <https://www.redalyc.org/journal/339/33950011001/html/>
- Pew Research Center (2018). News use across social media platforms 2018. Recuperado de <https://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>
- Rodríguez, J. (2016). *La comunicación 2.0, un análisis de los sistemas de comunicación institucionales de participación e inclusión gubernamental a través del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA)* [Tesis Bachiller, Universidad Central de Ecuador]. Repositorio institucional de la UCE <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/7100>
- Rybnikova, I., Juknevičienė, V., Toleikienė, R., Leach, N., Āboliņa, I., Reinholde, I., & Sillamäe, J. (2022). Digitalisation and e-leadership in local government before COVID-19: Results of an exploratory study. In *Forum Scientiae Oeconomia*, 10(2), 173-191 <http://ojs.wsb.edu.pl/index.php/fso/article/view/532>
- Tapia, Y. (2021). *Estrategias de comunicación digital del gobierno autónomo descentralizado San Miguel de Bolívar e impacto de la red social facebook en la ciudadanía periodo febrero-julio de 2020* [Tesis Bachiller, Universidad Nacional

de Chimborazo]. Repositorio institucional de la UNC  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7299>

We Are Social & Hootsuite (2019). Digital 2019: Global Digital Overview.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>

Yaranga, E. (2017). *Factores de éxito de la estrategia de comunicación digital desarrollada por la Policía Nacional del Perú para generar interacción en facebook y twitter* [Tesis Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de la UNMSM  
<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/6945>

**ANEXOS**  
**ANEXO 1: INSTRUMENTO**

**Guía de entrevista para profesionales en comunicación política digital**

Estimado colaborador:

Mi nombre es Franco Cristian Aguilar Collantes y estoy realizando un estudio sobre la *Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022.*

En su condición de experto en comunicación política y/o digital, le solicito su colaboración mediante una entrevista estrictamente académica con la finalidad de conocer sus opiniones, a fin de analizarla con la información de otros colaboradores y poder resolver los objetivos de la investigación.

Le solicito su libre y sincera participación mediante sus opiniones sobre el tema descrito, enfatizando que no existe ningún juicio o valoración a sus respuestas de nuestra parte, respetamos absolutamente su posición.

Aclaremos que la información sólo será utilizada para los fines de esta investigación, reiterándole que las respuestas serán analizadas conjuntamente con **las opiniones de otros profesionales de manera anónima, evitando toda forma de alusión directa a los colaboradores, utilizando para ello un sistema de codificación.**

Para agilizar el uso de la información en relación a la transcripción y análisis, nos resultaría de mucha utilidad la grabación en audio o video, siempre que tengamos su aceptación. ¿Existe algún inconveniente para que se grabe la conversación? De lograr su aceptación puede realizarla vía plataforma zoom y enviarla mediante correo electrónico.

¡Muchas gracias por su tiempo y colaboración!

## **Datos personales:**

Organización que lo vincula con el asunto de su colaboración:

Antigüedad en el puesto laboral:

Cargo que ocupa en la organización:

## **Ítems de entrevista:**

- En el caso específico de la Municipalidad Provincial de Trujillo ¿cuáles son las características de la comunicación gubernamental?
- En el caso específico de las plataformas digitales ¿Considera que la Municipalidad Provincial de Trujillo está haciendo un uso estratégico de estos espacios de comunicación? ¿Por qué?
- De todos los medios utilizados ¿cuál es el que tiene un uso más efectivo? Y ¿cuál es el menos efectivo?
- ¿Cuán importante es el uso de los portales web en los procesos de comunicación gubernamental?
- ¿Cuán importante es el uso de las redes sociales en los procesos de comunicación gubernamental?
- ¿Cuál considera que es la red social más eficiente para el manejo de la comunicación gubernamental? ¿Por qué?
- ¿Qué otras plataformas digitales pueden utilizarse con fines de la comunicación gubernamental?
- Concretamente ¿Cuáles serían algunas de las estrategias de comunicación gubernamental que se pueden desarrollar en la Municipalidad Provincial de Trujillo para mejorar la participación ciudadana?
- ¿Qué deficiencias observa en los procesos de comunicación gubernamental digital para la promoción de la participación ciudadana en la MPT?

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título del Informe de Investigación			
<b>ESTRATEGIAS DIGITALES PARA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO, 2022</b>			
<b>Autor:</b>	Franco Cristian Aguilar Collantes		
<b>Propuesta:</b>	Guía de observación para el análisis de los contenidos de las plataformas digitales de entidades gubernamentales.		
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	CATEGORIAS APRIORÍSTICAS	METODOLOGÍA
<p><b><u>PROBLEMA GENERAL</u></b> ¿Cuáles son las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p> <p><b><u>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</u></b></p> <p>a. ¿Cuáles son las estrategias digitales de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p> <p>b. ¿Cuáles son las características de la comunicación gubernamental de la</p>	<p><b><u>OBJETIVO GENERAL</u></b> Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <p><b><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></b></p> <p>a. Identificar las estrategias digitales utilizadas en los procesos de comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <p>b. Determinar las características de la comunicación gubernamental de la</p>	<p><b><u>FENÓMENO DE ESTUDIO</u></b> La comunicación política en procesos de gobierno y sus relaciones con los ciudadanos.</p> <p><b><u>CATEGORIAS APRIORÍSTICAS</u></b></p> <p>a) Estrategias digitales b) Comunicación gubernamental</p> <p><b><u>SUBCATEGORÍAS</u></b></p> <p>a) Estrategias de comunicación digital b) Comunicación gubernamental c) Comunicación digital d) Gestión pública</p>	<p><b><u>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</u></b></p> <p><b><u>Tipo:</u></b> Investigación básica</p> <p><b><u>Diseño:</u></b> Hermenéutico interpretativo</p> <p><b><u>ESCENARIO DEL ESTUDIO</u></b> Contexto local, Municipalidad Provincial de Trujillo, Región La Libertad, Perú.</p> <p><b><u>TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</u></b></p> <p><b><u>Técnica:</u></b> Entrevista a profundidad (fuentes orales)</p> <p><b><u>Instrumentos:</u></b> Guía de entrevista</p>

<p>Municipalidad Provincial de Trujillo?</p> <p>c. ¿Qué medios predominan en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p> <p>d. ¿Cuáles son las características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo?</p>	<p>Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <p>c. Determinar los medios predominantes en la comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <p>d. Describir las características de la participación de los usuarios en los procesos de comunicación gubernamental digital de la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p>		<p><b><u>MÉTODO DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Análisis del contenido.</li> <li>● Identifica las unidades de significado.</li> <li>● Construcción de la categoría emergente.</li> <li>● Construcción de las subcategorías</li> <li>● Construcción de fenómeno de estudio</li> </ul>
--	---	--	--



## ANEXO 3: CONSENTIMIENTOS INFORMADOS

### Consentimiento Informado

**Título de la investigación:** Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022

**Investigador:** Franco Cristhian Aguilar Collantes

#### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022”, cuyo objetivo es: Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado, del programa de “Relaciones Públicas e Imagen Corporativa”, de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

**Impacto del problema de la investigación:** es importante investigar sobre estrategias digitales para la comunicación gubernamental en el contexto social de Trujillo para garantizar una gestión pública eficiente y transparente, ya que la implementación de tecnologías digitales en la comunicación gubernamental ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar la transparencia y la eficiencia en la toma de decisiones. Al investigar sobre las estrategias digitales para la comunicación gubernamental en Trujillo, se pueden identificar las fortalezas y debilidades del sistema actual y proponer soluciones para mejorarlo.

#### Procedimiento

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

Se realizará una entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022”.

Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos. Las respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.



Participación voluntaria (principio de autonomía):

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

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio permitirá tomar decisiones acertadas en implementar estrategias digitales de la actual gestión municipal y podrá convertirse en beneficio de la población.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante.

Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Aguilar Collantes, Franco Cristhian / email: [faquilarc@upao.edu.pe](mailto:faquilarc@upao.edu.pe) y Docente asesor Mg. Pereda Guanilo Ivan / email: [vperedag@ucvvirtual.edu.pe](mailto:vperedag@ucvvirtual.edu.pe)

Consentimiento

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

Nombre y apellidos: Ms. Valery Bazán Rodríguez Fecha y hora: 03-02-2023 16:30 hora de España



## Consentimiento Informado

**Título de la investigación:** Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022

**Investigador:** Franco Cristian Aguilar Collantes

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022”, cuyo objetivo es: Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado, del programa de “Relaciones Públicas e Imagen Corporativa”, de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

**Impacto del problema de la investigación:** es importante investigar sobre estrategias digitales para la comunicación gubernamental en el contexto social de Trujillo para garantizar una gestión pública eficiente y transparente, ya que la implementación de tecnologías digitales en la comunicación gubernamental ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar la transparencia y la eficiencia en la toma de decisiones. Al investigar sobre las estrategias digitales para la comunicación gubernamental en Trujillo, se pueden identificar las fortalezas y debilidades del sistema actual y proponer soluciones para mejorarlo.

### Procedimiento

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

Se realizará una entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022”.

Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos. Las respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

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

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio permitirá tomar decisiones acertadas en implementar estrategias digitales de la actual gestión municipal y podrá convertirse en beneficio de la población.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante.

Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Aguilar Collantes, Franco Crishtian / email: [faquilarc@upao.edu.pe](mailto:faquilarc@upao.edu.pe) y Docente asesor Mg. Pereda Guanilo Ivan / email: [vperedag@ucvvirtual.edu.pe](mailto:vperedag@ucvvirtual.edu.pe)

Consentimiento

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

Nombre y apellidos: Mg. Harly Zavaleta Rojas Fecha y hora: 31-01-2022 (10.00 pm)



## Consentimiento Informado

**Título de la investigación:** Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022

**Investigador:** Franco Cristian Aguilar Collantes

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022", cuyo objetivo es: Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado, del programa de "Relaciones Públicas e Imagen Corporativa", de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.



**Impacto del problema de la investigación:** es importante investigar sobre estrategias digitales para la comunicación gubernamental en el contexto social de Trujillo para garantizar una gestión pública eficiente y transparente, ya que la implementación de tecnologías digitales en la comunicación gubernamental ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar la transparencia y la eficiencia en la toma de decisiones. Al investigar sobre las estrategias digitales para la comunicación gubernamental en Trujillo, se pueden identificar las fortalezas y debilidades del sistema actual y proponer soluciones para mejorarlo.

### **Procedimiento**

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

1. Se realizará una entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos. Las respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

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

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio permitirá tomar decisiones acertadas en implementar estrategias digitales de la actual gestión municipal y podrá convertirse en beneficio de la población.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Aguilar Collantes, Franco Cristian / email: [faquilarc@upao.edu.pe](mailto:faquilarc@upao.edu.pe) y Docente asesor Mg. Pereda Guanilo Ivan / email: [vperedag@ucvvirtual.edu.pe](mailto:vperedag@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento**

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

Nombre y apellidos: Ms. Carlos Roberth Quiroz Castrejón

Fecha y hora: 31-01-2022 (9.30 pm)



*Carlos R*



## **Consentimiento Informado**

**Título de la investigación:** Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022

**Investigador:** Franco Cristian Aguilar Collantes

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022", cuyo objetivo es: Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado, del programa de "Relaciones Públicas e Imagen Corporativa", de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.



**Impacto del problema de la investigación:** es importante investigar sobre estrategias digitales para la comunicación gubernamental en el contexto social de Trujillo para garantizar una gestión pública eficiente y transparente, ya que la implementación de tecnologías digitales en la comunicación gubernamental ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar la transparencia y la eficiencia en la toma de decisiones. Al investigar sobre las estrategias digitales para la comunicación gubernamental en Trujillo, se pueden identificar las fortalezas y debilidades del sistema actual y proponer soluciones para mejorarlo.

### **Procedimiento**

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

1. Se realizará una entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos. Las respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

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

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio permitirá tomar decisiones acertadas en implementar estrategias digitales de la actual gestión municipal y podrá convertirse en beneficio de la población.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Aguilar Collantes, Franco Cristhian / email: [faquilarc@upao.edu.pe](mailto:faquilarc@upao.edu.pe) y Docente asesor Mg. Pereda Guanilo Ivan / email: [yperedaq@ucvvirtual.edu.pe](mailto:yperedaq@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento**

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

Nombre y apellidos: Lic. Víctor Manuel Cachay Dioses

Fecha y hora: 01-02-2023 (7.00 pm)



## Consentimiento Informado

**Título de la investigación:** Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022

**Investigador:** Franco Cristian Aguilar Collantes

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022", cuyo objetivo es: Analizar las estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado, del programa de "Relaciones Públicas e Imagen Corporativa", de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.



**Impacto del problema de la investigación:** es importante investigar sobre estrategias digitales para la comunicación gubernamental en el contexto social de Trujillo para garantizar una gestión pública eficiente y transparente, ya que la implementación de tecnologías digitales en la comunicación gubernamental ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar la transparencia y la eficiencia en la toma de decisiones. Al investigar sobre las estrategias digitales para la comunicación gubernamental en Trujillo, se pueden identificar las fortalezas y debilidades del sistema actual y proponer soluciones para mejorarlo.

### **Procedimiento**

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

1. Se realizará una entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Estrategias digitales para la comunicación gubernamental de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2022".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 a 30 minutos. Las respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

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

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá algún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio permitirá tomar decisiones acertadas en implementar estrategias digitales de la actual gestión municipal y podrá convertirse en beneficio de la población.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Aguilar Collantes; Franco Cristhian / email: [faguilarc@upao.edu.pe](mailto:faguilarc@upao.edu.pe) y Docente asesor Mg. Pereda Guanilo Ivan / email: [vperedag@ucvvirtual.edu.pe](mailto:vperedag@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento**

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

Nombre y apellidos: Mg. Jair Ramírez Almeri

Fecha y hora: 03-02-2023 (10.00 pm)



## ANEXO 4: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ....

N°	subcategoría	Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Estrategias de comunicación digital	1. En el caso específico de las plataformas digitales ¿Considera que la Municipalidad Provincial de Trujillo está haciendo un uso estratégico de estos espacios de comunicación? ¿Por qué? 2. ¿Cuán importante es el uso de los portales web en los procesos de comunicación gubernamental? 3. ¿Cuán importante es el uso de las redes sociales en los procesos de comunicación gubernamental?	x		x		x		Referir que la gestión comunicación digital es omnicanal entre plataforma web, redes sociales, blogs
2	Comunicación digital	4. De todos los medios utilizados ¿cuál es el que tiene un uso más efectivo? Y ¿cuál es el menos efectivo? 5. ¿Cuál considera que es la red social más eficiente para el manejo de la comunicación gubernamental? ¿Por qué? 6. ¿Qué otras plataformas digitales pueden utilizarse con fines de la comunicación gubernamental?	x		x		x		
3	Comunicación gubernamental	7. En el caso específico de la Municipalidad Provincial de Trujillo ¿cuáles son las características de la comunicación gubernamental?	x		x		x		
4	Gestión pública	8. Concretamente ¿Cuáles serían algunas de las estrategias de comunicación gubernamental que se pueden desarrollar en la relación Municipalidad Provincial de Trujillo para mejorar la participación ciudadana? 9. ¿Qué deficiencias observa en los procesos de comunicación gubernamental digital para la promoción de la participación ciudadana en la MPT?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Carlos Roberth Quiroz Castrejón    DNI: 26717456

Especialidad del validador: Innovación y Marketing Digital

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9099-5889>

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

29 de enero del 2023

Firma del Experto evaluador

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ....

N°	subcategoría	ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Estrategias de comunicación digital	1. En el caso específico de las plataformas digitales ¿Considera que la Municipalidad Provincial de Trujillo está haciendo un uso estratégico de estos espacios de comunicación? ¿Por qué?	X		X		X		
		2. ¿Cuán importante es el uso de los portales web en los procesos de comunicación gubernamental?	X		X		X		
		3. ¿Cuán importante es el uso de las redes sociales en los procesos de comunicación gubernamental?	X		X		X		
2	Comunicación digital	4. De todos los medios utilizados ¿cuál es el que tiene un uso más efectivo? Y ¿cuál es el menos efectivo?	X		X		X		
		5. ¿Cuál considera que es la red social más eficiente para el manejo de la comunicación gubernamental? ¿Por qué?	X		X		X		
		6. ¿Qué otras plataformas digitales pueden utilizarse con fines de la comunicación gubernamental?	X		X		X		
3	Comunicación gubernamental	7. En el caso específico de la Municipalidad Provincial de Trujillo ¿cuáles son las características de la comunicación gubernamental?	X		X		X		
4	Gestión pública	8. Concretamente ¿Cuáles serían algunas de las estrategias de comunicación gubernamental que se pueden desarrollar en la relación Municipalidad Provincial de Trujillo para mejorar la participación ciudadana?	X		X		X		
		9. ¿Qué deficiencias observa en los procesos de comunicación gubernamental digital para la promoción de la participación ciudadana en la MPT?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Lic: Victor Cachay Dioses DNI: 18114048

Especialidad del validador: COMUNICACIÓN DIGITAL

ORCID: ..... 0000-0002-0216-4282 .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

30 de enero del 2023

  
Firma del Experto evaluador

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE ....

N°	subcategoría	ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Estrategias de comunicación digital	1. En el caso específico de las plataformas digitales ¿Considera que la Municipalidad Provincial de Trujillo está haciendo un uso estratégico de estos espacios de comunicación? ¿Por qué? 2. ¿Cuán importante es el uso de los portales web en los procesos de comunicación gubernamental? 3. ¿Cuán importante es el uso de las redes sociales en los procesos de comunicación gubernamental?	X		X		X		
2	Comunicación digital	4. De todos los medios utilizados ¿cuál es el que tiene un uso más efectivo? Y ¿cuál es el menos efectivo? 5. ¿Cuál considera que es la red social más eficiente para el manejo de la comunicación gubernamental? ¿Por qué? 6. ¿Qué otras plataformas digitales pueden utilizarse con fines de la comunicación gubernamental?							
3	Comunicación gubernamental	7. En el caso específico de la Municipalidad Provincial de Trujillo ¿cuáles son las características de la comunicación gubernamental?							
4	Gestión pública	8. Concretamente ¿Cuáles serían algunas de las estrategias de comunicación gubernamental que se pueden desarrollar en la relación Municipalidad Provincial de Trujillo para mejorar la participación ciudadana? 9. ¿Qué deficiencias observa en los procesos de comunicación gubernamental digital para la promoción de la participación ciudadana en la MPT?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_  
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ ]      Aplicable después de corregir [x]      No aplicable [ ]  
 Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Giovanna Beltran Peláez      DNI: 18141671

Especialidad del validador: COMUNICACIÓN CORPORATIVA

ORCID: (0000-0001-9149-3055)

30-01-2023



<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.