



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Presupuesto por resultados y la planificación estratégica
de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima.
2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Br. Luisa Victoria Guerrero Medina

ASESOR:

Mg. Santiago A. Gallarday Morales

SECCIÓN

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Dirección

PERÚ – 2017

Dra. Flor de María Sánchez Aguirre
Presidente

Dr. Estrella Esquiagola Aranda
Secretaria

Mg. Santiago Gallarday Morales
Vocal

Dedicatoria

A las niñas de mi vida.

A mi gran y grande familia.

A tí.

Agradecimiento

A la plataforma educativa de la Universidad César Vallejo que nos permite realizar esta maestría.

Al asesor de la tesis por su esmerada orientación.

A cada servidora y servidor público de las áreas de Comunicaciones, Planeamiento. A las y los responsables de los programas presupuestales de los hospitales de Chancay, Huaral, Huacho y Barranca y de la Dirección Regional de Salud.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Luisa Victoria Guerrero Medina, estudiante de la Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N°15753147, con la tesis titulada “El presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 de marzo del 2017

Br. Luisa Guerrero Medina

DNI N° 15753147

Presentación

Señor presidente

Señores miembros del jurado

Presento la Tesis titulada: “El presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para optar el grado de Maestro.

Esta tesis está motivada por la necesidad de mejorar todos los procesos de la gestión pública, sobre todos aquellos que significan fortalecer la institucionalidad del estado que, estamos convencidos, es el mecanismo de inclusión y plataforma de ejercicio de derechos que merece todo ciudadano peruano.

Esta investigación se ha estructurado en siete capítulos según el esquema de investigación de la universidad. El primer capítulo presenta los antecedentes y las bases teóricas del problema. Expone el planteamiento la justificación y las hipótesis. Para el segundo capítulo se considera el marco metodológico que describe las variables y su operacionalización, así como metodología del estudio. En el capítulo tercero exponemos los resultados obtenidos después de la tabulación y análisis de los datos obtenidos y el capítulo siguiente presentamos la discusión. Los capítulos V y VI presentan las conclusiones y recomendaciones respectivamente, para finalizar con el capitulo VII con las referencias bibliográficas utilizadas en esta investigación. Se incluye una sección de anexos requeridos para el sustento de esta tesis.

La autora.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice de Contenidos	vii
Lista de tablas	x
Lista de figuras	xii
I. Introducción	15
1.1. Antecedentes	17
1.2. Fundamento teórico	19
1.2.1. Bases Teóricas de la variable Presupuesto por resultados	19
1.2.2. Bases Teóricas de la variable Planificación estratégica de la comunicación	30
1.3. Justificación	41
1.4. Problema	42
1.4.1. Planteamiento del problema	42
1.4.2. Formulación del Problema	44
1.5. Hipótesis	45
1.5.1. Hipótesis General	45
1.5.2. Hipótesis Específicas	45
1.6. Objetivos	46
II. Marco metodológico	47
2.1. Variables	48
2.1.1. Identificación de Variables	48
2.2. Operacionalización de variables	49

2.3.	Metodología	50
2.4.	Tipo de estudio	50
2.5.	Diseño de investigación	51
2.6.	Población y muestra	52
2.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
2.8.	Validación y confiabilidad del instrumento	54
2.8.1.	Validez del instrumento	54
2.8.2.	Prueba de confiabilidad	55
2.9.	Métodos de análisis de datos	56
III.	Resultados	58
3.1.	Descripción de resultados	59
3.2.	Resultados comparativos entre las variables de estudio	61
3.2.1.	Resultado general de la investigación	62
3.2.2.	Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	63
3.2.3.	Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	65
3.2.4.	Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	66
3.2.5.	Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016	68
3.3.	Contrastación de hipótesis	69
IV.	Discusión	75
V.	Conclusiones	85
VI.	Recomendaciones	89

VII. Referencias bibliográficas	93
Anexos	98
Anexo 1: Matriz de Consistencia	99
Anexo 2: Instrumento que mide el Presupuesto por Resultados	100
Anexo 3: Instrumento que mide la Planificación estratégica de la comunicación	102
Anexo 4: Confiabilidad	104
Anexo 5: Base de Datos	106
Anexo 6: Certificados de validez	110
Anexo 7: Artículo científico	128

Lista de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variable Presupuesto por resultados	49
Tabla 2 Operacionalización de variable Planificación estratégica de la comunicación	49
Tabla 3 Validez de los cuestionarios sobre el Presupuesto por resultados y la Planificación de la comunicación en los hospitales de la Región Lima. Año 2016	55
Tabla 4 Confiabilidad del cuestionario el presupuesto por resultados y la planificación de la comunicación en los hospitales de la Región Lima. Año 2016	55
Tabla 5 Grado de relación según coeficiente de correlación	57
Tabla 6 Niveles de Presupuesto por Resultados Hospitales de la Región Lima	59
Tabla 7 Niveles de la Planificación de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima	60
Tabla 8 Distribución de frecuencias entre Presupuesto por Resultados y la Planificación de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima	62
Tabla 9 Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados y Análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	63
Tabla 10 Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Diseño estratégico	65
Tabla 11 Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima	66
Tabla 12 Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima	68
Tabla 13 Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados y la planificación de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima	70

Tabla 14	Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	71
Tabla 15	Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	72
Tabla 16	Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	73
Tabla 17	Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima . Año 2016	74

Lista de figuras

Figura 1	Niveles porcentuales de Presupuesto por Resultados en Hospitales de la Región Lima. Año 2016	59
Figura 2	Niveles porcentuales de la Planificación de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	60
Figura 3	Niveles entre Presupuesto por Resultados y la Planificación de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	62
Figura 4	Niveles entre el presupuesto por resultados y Análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	64
Figura 5	Niveles entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Diseño estratégico. Año 2016	65
Figura 6	Niveles entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	67
Figura 7	Niveles entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016	68

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre El presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima. 2016. La metodología de la investigación es de enfoque cuantitativo, el diseño no experimental, el tipo de estudio es básica y correlacional.

La población del presente estudio estuvo constituida por servidores públicos de los cuatro hospitales nivel II-2 de la región Lima, relacionados a la unidad de investigación, siendo una población- muestra de carácter intencional no probabilística de 44 encuestados. Los datos se recolectaron mediante la aplicación de encuesta elaborando cuestionarios para ambas variables Presupuesto por resultados y Planificación estratégica de la comunicación. Se aplicó prueba piloto a 30 trabajadores para obtener la confiabilidad obteniéndose la alfa de Cronbach igual 0.872 para la primera variable y 0,955 para la segunda variable. La tabulación y análisis de los datos se realizaron haciendo uso del programa estadístico SPSS versión 22.0.

Se concluye que la percepción de los encuestados está en un nivel alto con el 54.5% en la variable presupuesto por resultados y el 52.3% perciben la variable de la planificación estratégica de la comunicación en nivel medio. En el análisis correlacional se determina que existe relación significativa y positiva media entre ambas variables con un valor de 0,429. De los resultados específicos, se demostró correlación positiva y media con un grado de 0,433 entre el presupuesto por resultados y análisis; correlación positiva y media entre Presupuesto por resultados y diseño estratégico con un grado de 0,334; relación significativa y positiva considerable entre presupuesto por resultados con ejecución y fiscalización con un Rho de 0,547; y por último, correlación de 0,341 entre el presupuesto por resultados y la evaluación de impacto demostrando una relación significativa y positiva media.

Palabras clave: presupuesto por resultados, planificación, comunicación, gestión pública

Abstract

The present research had as general objective to determine the relation between the budget by results and the strategic planning of the communication in the Hospitals of the Lima Region. 2016. The methodology of the research is of quantitative approach, non-experimental design, the type of study is basic and correlational.

The population of the present study was constituted by public servants of the four level II-2 hospitals of the Lima region, related to the research unit, being a sample population of intentional non-probabilistic nature of 44 respondents. Data were collected through the application of a survey, elaborating questionnaires for both variables Budget for results and Strategic planning of communication. A pilot test was applied to 30 workers to obtain reliability, with Cronbach's alpha being equal to 0.872 for the first variable and 0.955 for the second variable. The tabulation and analysis of the data were done using the statistical program SPSS version 22.0.

It is concluded that the perception of the respondents are at a high level with 54.5% in the variable budget by results and 52.3% perceive the variable of the strategic planning of communication in the middle level. In the correlation analysis it is determined that there is a significant and positive mean relationship between both variables with a value of 0.429. From the specific results, positive and mean correlation was demonstrated with a grade of 0.433 between the results-based budget and analysis; positive correlation and average between Budget for results and strategic design with a grade of 0,334; Significant and significant positive relationship between budget for results with execution and audit with a Rho of 0.547; and finally, a correlation of 0.341 between the results budget and the impact assessment showing a significant and positive mean ratio.

Key words: results budget, planning, communication, public management

I. Introducción

La finalidad de esta investigación es la de establecer la relación entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación en los hospitales de la Región Lima durante el año 2016.

En la actualidad se busca que todo proceso de gestión pública involucre una serie de mecanismos que permitan evidenciar y transparentar el gasto presupuestal traducidos en resultados. Para ello se debe contar con un proceso claro de planificación, programación ejecución y evaluación de las acciones estatales.

Pero se observa, aun, entidades públicas con poca articulación y eficacia en sus intervenciones. Hablar de eficacia es relacionarla a los costos que ella genera. Entonces es menester revisar la implementación del presupuesto por resultados analizando el uso de las herramientas de gestión destinadas para el logro propuesto.

En el ámbito comunicacional, el tema de gestión, de planificación, de evaluación aún es muy débil. Pero recurre en una necesidad ya que en los últimos años los programas presupuestales implementados en Perú han incorporado diferentes metas relacionadas a las actividades de comunicación.

Este documento estructurado en siete capítulos, esquematizado según propuesta de la universidad. El primer capítulo presenta los antecedentes y las bases teóricas del problema. El segundo capítulo contiene el marco metodológico que describe las variables y su operacionalización, y la metodología del estudio. En el capítulo tercero exponemos los resultados obtenidos después de la tabulación y análisis de datos y el capítulo siguiente presenta la discusión. Los capítulos V y VI presentan las conclusiones y recomendaciones respectivamente, para finalizar con el capitulo VII con las referencias bibliográficas utilizadas en esta investigación. Se incluye una sección de anexos requeridos para el sustento de esta tesis.

1.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

La comunicación en organizaciones de salud ha sido revisada e investigada en diferentes países desde el enfoque de comunicación organizacional.

Altamirano (2014) en su tesis *La Comunicación en el Hospital Metropolitano: Mecanismos para el análisis de la comunicación* analiza los mecanismos de comunicación que utiliza el Hospital Metropolitano, basado en sustento teórico y práctico obtenido de su investigación cualitativa, de revisión documentaria. Concluye que la proyección de una buena imagen responde a implementación tecnológica y de recursos humano, y luego se utiliza los recursos en procesos de recordación y en la promoción de la calidad y calidez de la atención. Se debe propender a la cualificación de liderazgos, mejoramiento de relaciones entre los miembros de la organización, mayor conocimiento interpersonal de sus lugares de trabajo, desarrollo de capacidades y habilidades de personas y grupos para el logro de los objetivos propuestos. El hospital responde a la satisfacción de los ciudadanos frente al servicio recibido, y que está construido por la imagen pública y reputación del Hospital, el clima laboral cuyas recomendaciones deben ser planteadas en el Plan de Comunicación Interna respaldadas por decisión política de las máximas autoridades del Hospital.

Morales (2006) en su tesis *La Comunicación planificada: estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores en las organizaciones*, nos habla de los enfoques y un modelo de construcción de planificación de la comunicación. Esta investigación cualitativa es proyectiva y retrospectiva, de tipo mixto, utilizando la entrevista y revisión documentaria. Sus conclusiones, referidas a la gestión de la comunicación, demuestran la indispensabilidad de la comunicación en la consolidación y reputación de la imagen, valorizándolo desde la demarcación del objetivo o eje de la marca, que operativizan sus acciones comunicacionales con herramientas, generalmente documentos escritos, para la gestión de presupuestos, ya sea planes de marketing o de comunicación interna. Sus herramientas y procesos responden al logro de tres

objetivos principales: las relaciones con los medios de comunicación, con los públicos objetivos, y las relaciones interinstitucionales y que debe enfocarse, de forma importante, la comunicación interna de la empresa para minimizar crisis y conflictos laborales.

Antecedentes Nacionales

En el escenario nacional y con una visión macro de la aplicación de la metodología de presupuesto por resultados (PpR) en el Perú hallamos a

Ramos y Albitres (2010) en su tesis *Sistema de gestión para resultados en el Perú. Aportes para su Aplicación* en el Capítulo 5 La Planificación En El Contexto De La Nueva Gestión Pública y Capítulo 7 Los indicadores como medida de desempeño en las Organizaciones nos describen procesos congruentes con nuestros objetivos de estudio. El método de investigación de esta tesis inductivo, deductivo, análisis – síntesis, estadístico, de naturaleza descriptiva, cuya muestra ha sido seleccionada de la población de 153 ejecutoras de la Administración pública. Su investigación concluye que a pesar de contar con adecuados planteamientos teóricos de la Gestión por Resultados en Perú, aún se observan dificultades para su óptima implementación Las principales causas son el inadecuado planeamiento público, la poca visibilidad de la puesta en operación de un sistema de monitoreo y evaluación de la gestión pública, la falta de una cultura de enfoque de desempeño institucional basado en resultados, baja flexibilidad de normas y sistemas administrativos, y por último el frágil enlace entre lo estratégico y lo presupuestal.

Tanaka (2011) en su tesis *Influencia del presupuesto por resultados en la Gestión Financiera Presupuestal del Ministerio de Salud* presentada en la Universidad Nacional Mayor De San Marcos, identifica la influencia de la aplicación progresiva del Presupuesto por Resultados, en la gestión financiera-presupuestal del Ministerio de Salud – MINSA. Esta investigación es descriptivo-explicativo, utilizando el método documental, revisando la documentación del Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Salud, e información teórica recolectada. Muestra la paulatina aplicación de la

metodología del PPR en las acciones del MINSA. Concluye que la eficacia y eficiencia del gasto público está conformado por la Relación Planes-Presupuesto, Capacitación e identificación de los Trabajadores encargados de las fases presupuestales, Participación Ciudadana en la toma de decisiones presupuestales y control del presupuesto, y Priorización de los resultados y efectos en lugar de insumos y gastos. Refiere que el MINSA no tiene una perspectiva de resultados pues tiene una débil articulación del planeamiento con el presupuesto. Se debe a que no existe instancias de coordinación sistemática, que no permite una sinergia natural de los instrumentos (Planes Estratégicos Sectoriales y Territoriales, la Programación Multianual y los Planes Estratégicos Institucionales).

Avances y perspectivas en la implementación del Presupuesto por resultados en Perú es una tesis de Delgado (2013) con un enfoque cualitativo, de revisión documentaria, evalúa la implementación del presupuesto por resultados de Perú. Busca determinar avances, propone medidas correctivas y hoja de ruta para continuar la implementación, considerando las particularidades del país basada en un modelo básico de presupuesto por resultados. Sus hipótesis permiten un análisis cualitativo y cuantitativo del grado de institucionalización logrado en la implementación del presupuesto por resultados. Las conclusiones obtenidas fueron que la estrategia de implementación del Presupuesto por Resultados en Perú es la adecuada, que existe un marco normativo que define los procesos claves para la implementación, que la información de desempeño se utiliza en el proceso presupuestario y, por último, que la sostenibilidad de la reforma presupuestaria está garantizada.

1.2. Fundamento teórico

1.2.1. Bases Teóricas de la variable Presupuesto por resultados

El presupuesto por resultados es un concepto que nace desde la Nueva gerencia Pública, (NGP) en la década de los setenta y que representa una

mirada diferente a la administración del estado, específicamente al sistema de presupuesto público.

El presupuesto público es un mecanismo a través del cual se implementan los planes del Gobierno y establece el manejo de los recursos financieros disponibles. En Perú, este mecanismo se establece, desde la gestión macro por la Ley Nacional de presupuesto Ley N° 28411 y por año mediante las leyes de presupuesto público que aprueba el Congreso de la República. Estas leyes expresan la intencionalidad del gasto, respondiendo a las prioridades, objetivos y metas del Estado. Además, se conoce el uso de los ingresos obtenidos del pago de impuestos, tarifas y tasas establecidas por ley.

Estos nuevos preceptos presupuestarios, como resultados del proceso de Modernización, incorpora por primera vez los elementos básicos del Presupuesto por Resultados con la aprobación de la Ley 28927- Ley del Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2008-, Capítulo IV, en el país, estableciendo una ruta para su progresiva implementación en todas las entidades de la administración pública peruana y en todos los niveles de gobierno.

Durante la aplicación del Presupuesto por Resultados se incorporaron diversos instrumentos como los Programas Presupuestales Estratégicos seguimiento de los productos planteados evaluaciones independientes, cuya finalidad es mejorar la calidad y gestión del gasto público en las entidades del estado.

Para Marc Robinson y Duncan Last del FMI (2009) la presupuestación por resultados busca mejorar la eficiencia y eficacia del gasto público instituyendo un vínculo entre el financiamiento de las entidades estatales y su desempeño. Utiliza para tal fin, la información sistematizada sobre los resultados obtenidos.

Este autor hace referencia a objetivos claros del presupuesto por resultados como es la eficiencia y la eficacia del financiamiento público. Como opinión expresada desde el Fondo Monetario Internacional como uno de los

think thank que han propulsado este mecanismo presupuestario es de interés promover el buen uso de los recursos públicos.

Guzmán (2011), vincula el concepto del presupuesto por resultados desde la obligación “a poner un mayor énfasis en relacionar los objetivos, los recursos y el desempeño” (p.10) en el proceso presupuestario. Refiere que el presupuesto que “es un ejercicio donde la asignación de recursos a funciones cada vez más complejas o avanzadas, y a través de procesos más exigentes —en particular por una mayor diversidad de actores que participan y por estándares de transparencia más altos.” (p.10).

Este autor pone mayor énfasis en la gestión de procesos del presupuesto para mejorar el gasto haciendo referencia a los participantes. Por un lado, se refiere a servidores públicos más idóneos ya que responderán una mayor especialización de las funciones, más compleja y avanzada. En contraparte, tácitamente, se refiere a la ciudadanía o a instituciones que ejercen contraloría social al manifestarse sobre los altos estándares de transparencia que, en el Perú, por ley, es ejercido por estos agentes sociales.

Según la Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto (2004)

El Presupuesto por Resultados es una estrategia de gestión pública que vincula la asignación de recursos a productos y resultados medibles a favor de la población, que requiere de la existencia de una definición de los resultados a alcanzar, la determinación de responsables, los procedimientos de generación de información de los resultados, productos y de las herramientas de gestión institucional, así como la rendición de cuentas. El Presupuesto por Resultados se implementa a través de los PP, las acciones de seguimiento, las evaluaciones y los incentivos a la gestión. Art.79. (p.39)

En la conceptualización de esta ley se define, como esencia de la norma, que el fin primordial es lograr objetivos o resultados a favor de la población especificando que la instrumentalización se realiza a través de los programas presupuestales, con seguimiento, evaluaciones y los incentivos. Es importante señalar que esta ley señala responsabilidades en la ejecución

presupuestaria, valora la generación de información que se obtendrá del proceso y que será elemento vital en la rendición de cuentas a la ciudadanía.

Años siguientes, el Ministerio de Economía y Finanzas (2008) en su documento de trabajo Conceptos y objetivos afirma que

el Presupuesto por Resultados (PpR) comprende la aplicación en el ciclo presupuestal, de principios y técnicas para el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de intervenciones con una articulación clara y sustentada entre bienes y servicios a ser provistos a un determinado grupo o población objetivo (productos) y los cambios generados en el bienestar ciudadano (resultados), a ser logrados, bajo criterios de eficiencia, eficacia y equidad.

El Presupuesto por Resultados implica un cambio de la forma tradicional de tomar decisiones de gestión presupuestaria, centrada en las líneas de gasto e insumos en una perspectiva puramente institucional, programática o sectorial, hacia otra que privilegia al ciudadano como eje de su atención. (p.8)

En este documento de trabajo el ente ministerial conceptualiza con mayor detalle el presupuesto por resultados como gestión presupuestaria, pero enfatiza la esencia de este mecanismo como generador de una mejor calidad de vida al ciudadano. Según la temporalidad, estos argumentos respondieron a un escenario de cambio donde era necesario incidir en la fase reflexiva y actitudinal de los procesos presupuestarios especialmente en los servidores públicos.

Reafirmando la iniciativa de mejorar los mecanismos de mejorar el uso de los recursos financieros el Ministerio de Economía y Finanzas (2011), sigue en el proceso de implementación del presupuesto por resultados y en la Guía Básica del Sistema Nacional de Presupuesto refiere

es una metodología que se aplica progresivamente al proceso presupuestario y que integra la programación, formulación, aprobación, ejecución y evaluación del presupuesto, en una visión de logro de

productos, resultados y uso eficaz y eficiente de los recursos del Estado a favor de la población Artº 79. literal 79.1 (p.18)

Con estas herramientas se trataba de consolidar la implementación del presupuesto por resultados en el Perú enfatizándolo como metodología progresiva y con fases secuenciales: programación formulación, aprobación, ejecución y evaluación. Estas herramientas son de uso obligatorio y referencial en las instituciones del Estado.

Lo que diferencia a este mecanismo de presupuestación de los otros que de desarrollaban en década pasada, es que enfatiza la retroalimentación como acción de mejora del presupuesto público y por ende de la gestión administrativa del Estado otorgándole así un cariz de valor público al presupuesto por resultados.

Dimensiones de la variable Presupuesto por resultados

La conceptualización de las dimensiones que se presentan a continuación responden a los componentes del presupuesto por resultados, y representarán ejes de análisis en la construcción de las herramientas de recojo de información.

Estas conceptualizaciones son recogidas de las normativas legales vigentes a la fecha como la Ley General de Presupuesto Ley N° 28411 y los documentos técnicos Guía Básica del Sistema Nacional de Presupuesto y Conceptos y Objetivos emitidos por el Ministerio de Economía y Finanzas Estas directrices son de aplicación obligatoria a todas las instituciones públicas, pero su ejecución depende del nivel de gobierno.

Primera dimensión: Programas presupuestales

Para el Ministerio de Economía y Finanzas (2008) en su documento de trabajo Conceptos y objetivos

Consiste en el proceso sistemático de determinación de resultados, productos e intervenciones, así como las metas a alcanzar y los recursos necesarios para ello. Al producto de este proceso se le denomina Programa Presupuestario Estratégico. La aplicación del proceso, permite una construcción articulada de intervenciones, posibilitando una mejora en los niveles de eficacia y eficiencia del Estado. (p.16)

Traduce al programa presupuestal como un resultado tangible, sistemático y articulado de acciones e intervenciones que dan productos y resultados que mejoran el nivel de eficacia y eficiencia del Estado. Para el año de emisión del documento era necesario establecer los marcos conceptuales del presupuesto por resultados y del cómo el programa presupuestal se convertía en el nuevo instrumento de programación de acciones y presupuesto de las instituciones públicas.

Para los años siguientes, el Ministerio de Economía y Finanzas (2011), refuerza su conceptualización y elabora la Guía Básica del Sistema Nacional de Presupuesto define al programa presupuestal como

una forma de organizar el presupuesto en función de actividades articuladas a productos que buscan la provisión de bienes y servicios a ser entregados a la ciudadanía.

Sustenta su formulación en un conjunto de evidencias lo que le asegura alcanzar los resultados previstos. (p.20)

En este documento se integra una arista social determinante: la orientación del programa presupuestal como generador de bienes y servicios a la ciudadanía. Esta es la finalidad de la implementación del presupuesto por resultados en la gestión presupuestaria del país.

También es de vital importancia mencionar que este mecanismo de presupuestación busca sustento más técnico, basados en evidencias. Es decir busca articular el conocimiento obtenido con la finalidad de programar actividades con una tengan una previsión de resultados exitosos. Todo esto en

contraste con la conducta “incrementalista” que marcaba, en esos años, la asignación presupuestal en el Perú.

En ese mismo año, el Ministerio de Economía y Finanzas (2011) en la Ley de Presupuesto Público para el año 2012 Ley N°29812, Artículo 79, literal 79.3 refiere que

Los programas presupuestales son unidades de programación de las acciones del Estado que se realizan en cumplimiento de las funciones encomendadas a favor de la sociedad. Su existencia se justifica por la necesidad de lograr un resultado para una población objetivo, en concordancia con los objetivos estratégicos de la política de Estado formulados por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), órgano rector del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico, pudiendo involucrar a entidades de diferentes sectores y niveles de gobierno.

Si bien es cierto que la primera ley de Presupuesto Público que incorpora el presupuesto por resultados como mecanismo oficial de presupuestación en el país data del 2008, la ley que se menciona (Ley N°29812) define (en el 2012) por primera vez el programa presupuestal como herramienta, como insumo primordial de la gestión presupuestaria en búsqueda de un resultado concreto.

Además, entrelaza este programa presupuestal con el sistema de planeamiento, aportando al programa presupuestal un componente estratégico de los objetivos nacionales. En esta ley también se inicia con los programas estratégicos de gestión territorial cuya finalidad es la de consolidar acciones comunes a diferentes sectores del estado

Es decir, se logró la participación activa y complementaria de varias instituciones en la consolidación de alguna de las políticas públicas prioritarias. Por ejemplo, en la Disminución de Desnutrición infantil participa el sector salud, educación vivienda y saneamiento ya que este problema tiene un origen multifactorial y varios sectores tienen incidencia en su resolución.

Segunda dimensión: Seguimiento

Uno del aspecto que otorga un valor relevante al presupuesto por resultados es el aspecto de control de las intervenciones y del uso de los recursos públicos. Este nuevo proceso origina nuevas herramientas de monitoreo y de comprensión sobre se conoce como revisión de la consistencia física-financiera. Se refiere a cuanto avance en metas físicas se han logrado con los recursos financieros asignados, por mes, por nivel de gobierno, por avance de los indicadores de desempeño.

Para el Ministerio de Economía y Finanzas (2008) en su documento de trabajo Conceptos y objetivos el seguimiento

Comprende la generación, registro y reporte de los valores alcanzados en los niveles de resultados y de productos generados por la ejecución de las intervenciones identificadas en el marco de la Programación Presupuestaria Estratégica. Proporcionan información sobre el avance que se logra en cada punto de la ruta causal de las intervenciones diseñadas y en períodos de tiempo, trimestral, semestral, anual y multianual, dependiendo de las características del producto y/o resultado. (p.18)

La temporalidad es un factor importante en este nuevo proceso y el documento en mención señala que las intervenciones serán revisadas en periodos de tiempo específicos y sobre una ruta programada. Nos expresa además la existencia de un sistema de registro e información estadística que permitirá verificar el avance de las actividades.

En ese sentido el Ministerio de Economía y Finanzas (2011), en la Guía Básica del Sistema Nacional de Presupuesto expone que

El seguimiento constituye una actividad permanente de recopilación, construcción, medición, y análisis de datos de indicadores de desempeño específicos sobre productos y resultados de los Programas Presupuestales desarrollados por las entidades del sector público, los cuales proporcionan indicaciones sobre el avance en el logro de sus

objetivos, así como el progreso en el uso de los recursos asignados. Así, se busca dar señales de alerta respecto de la ejecución de las metas previstas, y con ello propiciar decisiones correctivas oportunas. A partir de la información de indicadores se elaboran reportes anuales de Línea de Base y Progreso de resultados.

Una de las marcadas deficiencias del Estado es el manejo de información estadística que exprese el impacto de las intervenciones realizadas. El proceso de diseño de indicadores nacionales, tanto de proceso como de eficacia, estaba marcada por tendencias de corte político o para evidenciar acciones clientelistas de los gobiernos de turno.

Con el ingreso del presupuesto por resultados se elevó el grado de experticia en la estadística nacional. La homogenización de las fuentes primarias de la generación de datos, contrastar la inversión pública con productos (factores medibles y tangibles), y sobre todo la orientación de la medición colocando al ciudadano como eje del impacto de la actividad estatal, han sido los principales cambios en este escenario.

Otra premisa de interesante análisis es la búsqueda de acciones correctivas en la ejecución de las metas programadas cuando éstas presenten señales. Alude al tema de control en el estado que es usualmente se le atañe al sistema gubernamental de control que es la Contraloría de la República, pero que visto desde este enfoque se convierte en una herramienta de prevención ante las desviaciones o vicios administrativos que pudieran obstaculizar el logro de los resultados previstos.

Por el último y definido a través de ley, el Ministerio de Economía y Finanzas (2011) en la Ley de Presupuesto Público para el año 2012 Ley N°29812, Artículo 83 establece que

El seguimiento se realiza sobre los avances en la ejecución presupuestal y el cumplimiento de metas en su dimensión física. Dicho seguimiento está a cargo del Ministerio de Economía y Finanzas, a través de la Dirección General de Presupuesto Público, para lo cual los responsables

señalados en el artículo 82 de la presente Ley entregan información cierta, suficiente y adecuada que incluya las medidas adoptadas, las acciones desarrolladas para la mejora de la ejecución y los ajustes incorporados en los diseños de los programas presupuestales.

Como lo mencionamos párrafos anteriores el seguimiento se realiza sobre el avance de las metas físicas orientado sobre resultados tangibles que se convierte en indicadores de proceso, desempeño e impacto según el nivel de análisis que se realice. Es importante rescatar en esta ley la asignación de responsabilidades que se otorga a instituciones (y por supuesto a servidores públicos) sobre el seguimiento. Ello significó un cambio radical en la funcionalidad de los órganos de la administración y de asesoría como planeamiento, así como en todos los servidores públicos que se relacionaban con el manejo del presupuesto por resultados.

Tercera dimensión: Evaluaciones independientes

La última dimensión de la variable Presupuesto por resultados es la evaluación. Este es un proceso de mayor y profundo análisis cuya principal finalidad es la revisión del diseño de los programas presupuestales. Esta evaluación para el Ministerio de Economía y Finanzas (2008) en su documento de trabajo *Conceptos y objetivos*

consiste en la valoración de las intervenciones para determinar su relevancia, eficiencia, efectividad (eficacia), impacto y sostenibilidad. El propósito es la generación de información en profundidad sobre las intervenciones diseñadas en el marco de PpR, que permitan implementar correctivos, tanto a su diseño como a su ejecución. (p.19)

Asimismo, el Ministerio de Economía y Finanzas (2011) en la *Guía Básica del Sistema Nacional de Presupuesto* define la evaluación como el análisis sistemático y objetivo de un proyecto, programa o política en curso o concluido, respecto a su diseño, ejecución, eficiencia, eficacia, sostenibilidad para el logro de los resultados esperados en la población.

Producen información sobre el diseño, puesta en práctica y/o resultados de un conjunto de intervenciones públicas evaluadas (IPE). Estas IPE pueden ser programas, actividades, instituciones o líneas de gasto clasificadas dentro del presupuesto del Sector Público.

Esta guía organiza el presupuesto por resultados en los diferentes niveles de gobierno y la conceptualización vertida sobre las evaluaciones tienen un enfoque macro, es decir se refiere las intervenciones públicas constituidas en la política pública con productos más compuestos como los proyectos de inversión pública.

En la Ley de Presupuesto Público para el año fiscal 2011, Ley N°29465, el Ministerio de Economía y Finanzas (2010) en su Artículo 81 precisa que

La evaluación en el marco del Presupuesto por Resultados (PpR) consiste en el análisis sistemático y objetivo de un proyecto, programa o política en curso o concluido, en razón a su diseño, ejecución, eficiencia, eficacia e impacto y resultados en la población, sin perjuicio de las normas y procesos establecidos por el Sistema Nacional de Inversión Pública (SNIP) relativos a los proyectos de inversión. Los resultados de las evaluaciones vinculan a las entidades cuyas acciones han sido objeto de las mismas, las cuales deberán asumir compromisos formales de mejora sobre su desempeño.

La evaluación incluye los sistemas de información a través de los cuales se levanta, organiza y se provee la información sobre la operación de los programas, en especial la referida a los productos que estos entregan a la población para el logro de sus objetivos.

Esta ley precisa los criterios de la evaluación. Al evaluar el diseño se revisa la construcción de los productos, la previsión del impacto de los resultados, la proyección de objetivos, el uso de los recursos asignados entre otros. La ejecución está referida a la capacidad ejecutiva de las entidades para desarrollar las actividades propuestas. La eficiencia relacionada al proceso, donde prima el cumplimiento normativo como línea de ruta. La eficacia muy asemejada al impacto ya que el buen uso de los recursos conlleva a que el

producto o servicio haya logrado su finalidad que es generar valor público al ciudadano.

En el marco de esta ley, la vinculación del éxito o no de las intervenciones del presupuesto por resultados genera compromisos de mejora en las entidades responsables. Si bien, como lo expresa la ley, la evaluación es un proceso sistemático no se han definido aún estructuras de análisis que permitan una efectiva retroalimentación de la información obtenida, lo que se convierte en una tarea pendiente para los entes del estado.

1.2.2. Bases Teóricas de la variable Planificación estratégica de la comunicación

La comunicación como herramienta de desarrollo ha crecido raudamente. Se le reconoce valiosos aportes en los diferentes sectores sociales y entre ellos en el sector público. Uno de los ámbitos donde desarrolla relevantes acciones es la salud, pero no solo desde el cariz de la educación, - del cual es su principal fortaleza-, sino desde el aspecto organizacional, donde se convierte en una de las estrategias primordiales para el fortalecimiento de la institucionalidad y la creación de valor público para el ciudadano.

Por ello, para iniciar la conceptualización teórica de esta variable es necesario precisar, en primer lugar, qué es la comunicación. Según consulta (virtual) a la Real Academia Española (2017) significa

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.
3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
5. f. Medio que permite que haya comunicación (ll unión) entre ciertas cosas.

6. f. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente.
7. f. Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión.
8. f. Ret. Petición del parecer por parte de la persona que habla a aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio.
9. f. pl. Correos, telégrafos, teléfonos, etc.

Todas las acepciones mencionadas involucran interacción, que conlleva una intencionalidad a través de un mensaje usando algún medio. En este sentido, toda teoría comunicacional está construida sobre la relación emisor-mensaje- receptor. Las principales teorías comunicacionales existentes que guardan relación con esta investigación las mencionamos en los párrafos siguientes.

Empezamos con la Teoría de la comunicación de los efectos limitados conocida también como la Teoría del Conductismo. Expone los efectos que los medios logran en el público. Entiende y percibe que la gente se deja persuadir de los medios sólo si lo acepta. Por tanto, no asume al público como una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con capacidad de decidir qué es lo que quieren ver, cuándo y cómo. Los principales teóricos de esta corriente son Lasswell, Laszarsfeld, Katz, Klapper, Guerevicht y Blumer, quienes fundaron un terreno fecundo en los temas de estudios socioculturales y comunicacionales con un fuerte enfoque en las audiencias.

La teoría de los efectos limitados propone en esencia que no existen realmente efectos negativos de los medios hacia las audiencias y que si existieran estos efectos serían la consecuencia del acercamiento voluntario de las audiencias a los medios u otros factores extra mediáticos, y no al revés. En el plano del individuo propone que las audiencias están formadas por sujetos activos, conscientes y selectivos, con capacidad crítica y de discernimiento y que si bien los individuos no son los únicos responsables en los efectos que los

medios pudieran generar en ellos, sí tienen un peso importante en la configuración de los mismos.

Se entiende así la importancia del entorno frente a la información; es decir, que entre el emisor y el receptor hay un contexto por donde la información pasa y por donde ésta puede transformarse, pues no todo el público recibe una información del mismo modo, ya que el efecto que ésta produce depende del medio social, político, económico y cultural; es decir, depende del receptor.

Wilbur Schramm habla de la Comunicación Humana y los medios de comunicación masiva y escribe únicamente de la comunicación, de los medios y del periodismo. Habla de la comunicación como un proceso y fenómeno que adquiere relevancia, y la analiza tanto en su enfoque interpersonal como en el de la comunicación masiva.

Refiere dos nociones importantes en su esquema de la comunicación: La necesidad para el emisor y el receptor de hablar el mismo lenguaje y la influencia del comportamiento del receptor, notándose un nuevo concepto de feed-back. La fuente o emisor produce una señal después de haber procedido a una codificación de su mensaje. Pero no se trata de una codificación técnica sino de una puesta en condiciones del mensaje, en función de la experiencia o del conocimiento personal del emisor. El mismo proceso se opera a la inversa, a nivel del receptor, que procede a una decodificación del mensaje transmitido por la señal en función de su experiencia o de su conocimiento personal.

Para Schramm el feed-back es instantáneo: la codificación y la decodificación se hacen casi simultáneamente; y estas operaciones se “adornan” con una interpretación de los mensajes emitidos. Esto permite una reacción inmediata del receptor, la cual se traducirá por una reacción inmediata del emisor. Hace especial hincapié en la naturaleza de comunicación como proceso, y en la destilación de los efectos de los medios en el alambique social de los grupos primarios y secundarios, en los que se mueven las audiencias a partir de la dimensión individual de la recepción, profundizando en las ideas de

Katz y Lazarsfeld. Admite aquí una relativa acción de 'realimentación' o 'retroalimentación' (feedback) sobre el emisor.

En 1949, Shannon y Weaver plantean su modelo desde la teoría matemática de la comunicación, con enfoque en un flujo lineal y direccional de la comunicación. La eficacia en la transmisión de mensaje es el eje central de esta teoría, pero partía de una concepción amplia del fenómeno comunicativo. Según señala Rodrigo (2011) "Weaver consideraba la comunicación como el "conjunto de procedimientos por medio de los cuales un mecanismo (...) afecta a otro mecanismo". Como puede apreciarse esta idea sintoniza perfectamente con uno de los elementos fundamentales del proceso de comunicación como es su capacidad de influencia". (p.2)

Asimismo, se distinguen tres problemas distintos y progresivos según lo expresa Rodrigo (2011) citando a Weaver "...un problema técnico: ¿Con qué precisión se pueden transmitir la señal de la comunicación? El segundo problema es semántico: ¿Con qué precisión los mensajes son recibidos con el significado deseado? ... un problema de efectividad: ¿Con qué efectividad el significado recibido afecta a la conducta del destino en el sentido deseado por la fuente de la información?" (p. 2)

A partir de aquí se conceptualizará la planificación estratégica de la comunicación que, para esta investigación, debe ser entendida como planificación de la comunicación o como Gestión de la comunicación, denominación con la cual actualmente se divulga. Uno de los principales propulsores de este nuevo término es Daniel Prieto Castillo, quien en la década de los noventa, en varias publicaciones y exposiciones, expone que lo primordial de la gestión de la comunicación es lograr comunicabilidad convirtiéndola en la esencia de cualquier acción de comunicación.

La comunicabilidad permite una serie de funciones como las de monitoreo (información, personas, instituciones) de procesamiento (de información y su distribución) de construcción de memoria, de consolidación de redes, entre otras. El logro de la comunicabilidad tiene como objetivo la

comprensión y un sistema de acciones que permitan conseguir estadios superiores de información y de comunicación.

Para Prieto (2004) el concepto de Gestión de la Comunicación está en evolución y va cobrando relevancia en la medida que afecta el quehacer institucional. Vincula las fases de diagnóstico y planificación con una acción más concreta en pos de logro comunicacional, considerando que el diagnóstico es imprescindible, que debe estar relacionado al contexto y que dependerá de la estrategia empleadas y de los escenarios donde se desarrolle.

Un aporte que nos parece crucial para la aplicación en la gestión pública es que Prieto Castillo (2004) nos refiere que la gestión de la comunicación está condicionada a las formas de poder social e institucional, es decir que responden a políticas de estado o de gobierno.

Algunos autores diferencian los términos de gestión y planificación de la comunicación, incluyéndolos dentro del proceso comunicativo. Como lo menciona Uranga (2012) se debe

entender la planificación como una fase de la gestión. Es decir, afirmarnos en la idea de que el concepto integral y comprensivo es la gestión. Gestionamos desde el momento en que iniciamos el análisis situacional o el diagnóstico (de acuerdo a la perspectiva que asumamos) y también cuando discernimos, analizamos, concretamos un diseño para la acción (planificación en el sentido más estricto), ejecutamos y evaluamos. Todos estos movimientos y fases configuran modos de intervención en las prácticas sociales que se dan en el marco de la gestión entendida como proceso integral. (p.2)

Pero estos postulados son el resultado de una evolución comunicacional que nace en década de los 80. Por ejemplo, Middleton (1981) refiere que la planificación en la comunicación es tratar de producir “una acción que, de alguna manera, producirá efecto en la naturaleza futura de la sociedad” proyectándose “necesidades sociales e individuales para desarrollar sistemas de comunicación para llenar esas necesidades”. “La comunicación está

destinada al menos ostensiblemente, a llenar necesidades sentidas, o que han demostrado ser reales de individuos o grupos” (p. 21).

Este autor otorga a la comunicación un cariz de estrategia ya que relaciona acción con resultado inclusive dentro de un contexto de atención a las necesidades de los individuos. Sus premisas están íntimamente relacionadas al que rol de la comunicación dentro del sector público y con mayor apego al sector salud.

Un autor más vanguardista como Capriotti (1992) reconoce la planificación de la comunicación, desde una visión más organizacional (o empresarial) como parte de un proceso

una vez definida la identidad de la empresa, y reconocidos los atributos que identificarán a la organización, se pasa a la estructuración de la actuación, a través de la planificación de los recursos de comunicación que posee la organización, tomando como referencia y punto de partida la identidad de la empresa implantada. (p.117)

El enfoque comunicacional de este autor está relacionado netamente en la implementación de las acciones comunicacionales y el uso de los recursos necesarios para tal fin. Utiliza el término identidad de la empresa que para nuestro escenario es la misión y visión de las entidades públicas. Por tanto, esta premisa nos indica que las acciones comunicacionales responden al quehacer institucional.

Martin (2011) cita a Lammertyn (1997), quien define a la planificación de la comunicación

como una especie de “mapa” que permite “sistematizar, dar congruencia, coordinación y orden a las acciones comunicativas. Determinamos qué realizar, considerando los objetivos (que sean realizables, posibles), los niveles de responsabilidad (quiénes crean, aprueban y realizan las estrategias, quiénes los programas de detalle, quiénes los programas de rutina), las etapas o metas (hitos a alcanzar), el horizonte de planeamiento (plazos). En tanto que trazar estrategias sirve para definir

objetivos y métodos, la planificación prepara y optimiza los recursos para lograrlos. (p.1)

Es interesante mencionar a estos autores porque nos hablan de una comunicación más sistematizada, con carices más técnicos, como la evaluación y la medición, que hasta ahora suele ser ajeno es los espacios de desarrollo comunicacional. Describen la metodología de la planificación convirtiéndola en una herramienta para lograr la efectividad de las acciones a programarse que es, en esencia, lo que nos expone nuestra primera variable.

Mencionamos por ultimo a Beltrán (2004) quien define la planificación estratégica de la comunicación como el mecanismo para lograr la eficiencia y eficacia de los objetivos comunicacionales propuestos. Conceptualiza esta variable como el proceso secuencial, espiral y cíclico que busca lograr la eficiencia de la comunicación en salud. Aplica el Proceso P propuesto por la Universidad Jhon Hopkins en la década ochenta. Considera como instrumentos principales a la política, que sustenta la estrategia y que conduce a la acción por medio del plan; “la estrategia, que es un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos, y el plan que es el conjunto de prescripciones para regir operaciones” (p.34)

Beltrán es uno de los mayores expositores de la planificación con cariz “estratégico” de la comunicación y sus aportes han sido consignados en diferentes países de América Latina en temas relacionados a salud y desarrollo social. Su valor radica en la aplicación del proceso P, de cuna estadounidense, en la realidad latinoamericana construyendo una articulación indispensable de la comunicación a través de fases determinadas y sobre todo validadas por la universidad Jhon Hopkins otorgándole un valor científico a dicho proceso.

Este proceso considera fases o componentes los que se detallan a continuación:

a. Análisis. - Su valor radica en la importancia de la investigación con cariz científico reconociendo públicos y contextos, determinar los insumos y participantes y sobre todo las fortalezas del proceso comunicacional.

- b. Diseño estratégico. - Esta fase está relacionada a la esquematización de la acción a desarrollar desde el planteamiento de los objetivos hasta la metodología de evaluación.
- c. Desarrollo, prueba, revisión y producción de mensajes. - Beltrán (2011) refiere que es este es un proceso netamente comunicacional que estipula mensajes en mensaje y forma; que realiza muestreos en público escogido y con autoridades pertinentes sobre las percepciones y reacciones ante el contenido y a la forma de los mensajes; y sobre todo analiza las posibles consecuencias de estas reacciones.
- d. Ejecución y fiscalización. - En esta fase se busca el análisis del proceso antes descrito, inclusive se podría considerar la fase de desarrollo de materiales en este acápite. Aquí se puede considerar acciones de logro de objetivos y como las entidades se articulan para tal fin.
- e. Evaluación de impacto. - Beltrán refiere este proceso como el análisis de lo que se hizo bien y la intención se replicarse a intervenciones similares.
- f. Previsión de continuidad. - Fase que para Beltrán (2011) significa “hacer ajustes de acuerdo a las cambiantes condiciones identificadas por la evaluación y asegurar la continuación del impulso comunicador y anticipar medidas para lograr la autosuficiencia en el esfuerzo”. (p.32).

No se debe olvidar que el Proceso P que es utilizado por Beltrán buscaba en primer lugar cambios sobre las necesidades sentidas de las personas con el fin de mejorar su calidad de vida desde la intervención de su salud. Pero estos cambios debían ser sostenibles. Por ello esta última fase busca dar continuidad a las acciones desarrolladas que han tenido según los resultados esperados por lo cual se considera dentro de la fase anterior, por el grado de similitud en la intencionalidad de sus acciones.

Dimensiones de la Variable Planificación estratégica de la comunicación

Para esta investigación utilizaremos como dimensiones las fases conceptualizadas por Beltrán, ya que como lo mencionamos anteriormente han contado con validación académica y sobre todo han sido dirigidos para la implementación de programas comunicacionales en salud.

Observaremos además que no se han considerado dos fases por estar superpuestas dentro de las fases previas como es el caso de la fase de desarrollo de materiales y de previsión de continuidad. Además, la fase de desarrollo de materiales de comunicación, como lo ha expuesto Beltrán es un producto netamente comunicacional, que, en el escenario de esta investigación, no se desarrolla en las entidades públicas, y este estudio está abocado a la revisión del proceso comunicacional desde la mirada de planificación estratégica.

Primera dimensión: Análisis

Beltrán (2011) conceptualiza esta primera dimensión como un proceso que

Consiste en investigar sistemática y rigurosamente todo lo posible sobre tres áreas de interés: (a) la naturaleza del público al que se quiere alcanzar, paso fundamental para determinar todo el ejercicio; (b) la naturaleza de las políticas y los programas de salud: sus recursos; sus debilidades y fortalezas; y (c) los recursos de comunicación disponibles: humanos, financieros y materiales. (p.32)

Es indudable que esta dimensión es la fase de diagnóstico que se requiere para la programación de acciones. En el tema comunicacional debe ser considerada en primer lugar y requiere de información clave como es la caracterización de los públicos. No siempre se realiza en las instituciones de salud por el alto costo que conlleva y/o porque no se cuenta con capacidades técnicas.

Es esta dimensión se considera la revisión de las capacidades institucionales que conlleva una evaluación continua de la implementación de la comunicación en todos los niveles, es decir, cuanta importancia se le da a la comunicación desde el nivel jerárquico superior hasta los niveles operativos y cuanta capacidad organizativa se ha brindado para tal fin.

Segunda dimensión: Diseño estratégico

Después de haber realizado el diagnóstico y saber con qué se cuenta se debe proyectar lo que se quiere lograr. Beltrán (2011) nos habla del diseño estratégico como un proceso “cuyas tareas son: (a) trazar objetivos; (b) identificar los segmentos de audiencia pertinentes; (c) especificar los cambios de comportamiento apetecidos; (d) escoger los medios a usarse; y (e) diseñar la evaluación”. (p.32)

Si bien este autor manifiesta explícitamente en este párrafo la determinación de los objetivos y de los resultados que se desean conseguir, nos dice tácitamente que se debe priorizar las audiencias a intervenir, así como los medios a utilizarse. En esta dimensión ya se menciona el factor evaluación incluyéndolo como parte de la estrategia.

Tercera dimensión: Ejecución y fiscalización

Esta dimensión nos describe procesos organizacionales precisos para la planificación estratégica de la comunicación. La conceptualización de Beltrán (2011) dice que

Este proceso busca (1) movilizar a organizaciones clave; (2) crear un clima institucional favorable al planteamiento; (3) implementar el plan de acción; (4) fiscalizar (monitorear) el proceso de difusión, emisión y recepción de los productos del programa; y (5) volver a probar los materiales, tanto los ya disponibles como los nuevos. (p.32)

La primera premisa aduce la articulación interinstitucional para la implementación de las acciones comunicacionales otorgándole un valor extra a

las condiciones externas donde se desarrollarán. Seguidamente nos refiere que debe existir condiciones internas favorables de la organización donde se desarrollara las acciones de comunicación. Luego de eso recién nos permite la ejecución del plan de acción y la revisión continua de los procesos de difusión y de los materiales diseñados.

En esta dimensión, diseñada como fase, se expresa tácita pero notoriamente los procesos de evaluación continua del proceso de la comunicación, lo que permitiría asegurar la efectividad de los recursos utilizados y sobre todo ir midiendo el impacto de las acciones.

Cuarta dimensión: Evaluación de impacto

Según la exposición de Beltrán (2011) es un “proceso que (1) mide los efectos de los mensajes en el público y (2) determina cómo podrán mejorarse nuevos emprendimientos semejantes”. (p.32). Como revisamos en la dimensión del diseño estratégico se debe contar con indicadores que permitan cumplir con esta dimensión, basado en los objetivos y los resultados que se deseen conseguir.

Por lo que se describe en los postulados de esta dimensión se trata de indicadores de impacto ya son medidos a nivel de las personas y no sobre los procesos, lo que les otorga mayor validez a las acciones. Lo segundo y de valioso aporte es el proceso de retroalimentación sobre la información obtenida buscando la mejora de intervenciones similares. Todo proceso de planificación cobra mayor relevancia cuando cuenta con procesos de evaluación que permitan medir la eficacia y eficiencia que son los criterios de evaluación de mayor uso en la gestión pública.

1.3. Justificación

Justificación Teórica

Esta investigación intentará proveer una articulación de conceptos de presupuestación y gestión de la comunicación enfatizando los procesos comunicacionales como herramientas de gestión pública en el logro de resultados. Esta intersección es nueva en el escenario público que es necesario revisar y precisar para el mejor desempeño y conocimiento de los funcionarios públicos y del aprendizaje organizacional. Tenemos la seguridad será un valioso aporte a la formación de los nuevos profesionales en comunicación que deseen desempeñarse en el sector público.

Justificación Práctica

Los resultados de esta investigación serán de valor práctico para la aplicación y asertividad de las funciones de los sistemas de gestión y/o planificación de la comunicación, tanto en los niveles operativos como estratégicos, de planeamiento, ejecución y evaluación de las acciones comunicacionales en el sector salud. Del mismo modo ofrecerá una serie de aristas que permitan mejorar la asignación presupuestal dirigidas a este rubro.

Justificación Metodológica

Esta investigación aportará a la creación y/o afianzamiento de metodologías de trabajo para la gestión presupuestaria de la comunicación en el marco del presupuesto por resultados. Contribuirá en la creación de mecanismos de seguimiento y evaluación de las acciones comunicacionales a fin de asegurar la eficiencia, eficacia y la transparencia del uso de los recursos públicos asignados para tal fin.

Justificación Legal

Esta investigación contribuirá al fortalecimiento de la transparencia del gasto público y de la rendición de cuentas al ciudadano. Este aspecto es un mecanismo legal necesario que forma parte del sistema del presupuesto público nacional en el marco del presupuesto por resultados. Además, es de vital relevancia en el proceso de modernización del estado y de las mejoras de las políticas públicas.

El marco legal de esta investigación se centra en las siguientes leyes:

Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado. Ley N^a 27658

Ley general del Sistema de Presupuesto. Ley N^a 28411

Ley de presupuesto público para el año Fiscal 2016. Ley N^o 30372

Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2017. Ley N^o 30518

1.4. Problema

1.4.1. Planteamiento del problema

La comunicación es el eje primordial en los procesos de cambio de la sociedad. Durante muchas décadas ha sido considerada como estrategia de lujo, contraria al ejercicio de la gestión pública y sin reconocer su aporte al fortalecimiento de institucionalidad y la creación de valor público. Según refiere Uranga (2015)

La mirada reduccionista que limita la comunicación a los medios nos ha hecho perder de vista gran parte de la experiencia comunicacional que trasciende los medios y las técnicas y que nos habla de los modos de relacionamiento entre las personas y entre los actores sociales. Pero sobre todo nos ha impedido un reconocimiento más claro y directo de lo comunicacional que se constituye en el espacio de las prácticas sociales y de las organizaciones. (p.1).

En la actualidad, ingresa la línea comunicativa en las entidades públicas, pero con un cariz muy frágil, sesgada a lides políticas, muchas veces subdimensionada y con poca valoración al aporte que pueden brindar al mejoramiento de las organizaciones y su impacto en la calidad de vida del ciudadano.

Con el inicio del presupuesto por resultados en nuestro país, en el 2008, los programas presupuestales incluyen productos y finalidades de comunicación social que deben cumplirse como tareas inherentes en las instituciones públicas. A la fecha el sector salud cuenta con 10 programas presupuestales, a los cuales se asigna presupuesto en el rubro comunicacional.

Como sistema de presupuestación, el mayor aporte y valor del presupuesto por resultados es la mejora de la eficiencia y eficacia en el uso de los recursos públicos. Esto se lograría a través de una adecuada implementación de este mecanismo ordenando las acciones estatales desde la formulación a la evaluación. Además, debemos considerar la transparencia del uso del presupuesto del estado como un valor primordial en la gestión pública, y estos valores y ordenamiento, ha tenido varios desaciertos durante su ejecución.

Con la inclusión de la comunicación estos procesos se complejizan requiriendo de mayor conocimiento de cómo se han venido relacionando ambas variables. Se observa que la poca implicancia de la acción comunicacional en el sector gubernamental en salud ha estado relacionado a debilidades estructurales pero que no han sido identificadas en su oportunidad, lo que ha impedido un mejor aprendizaje organizacional al respecto. Este aprendizaje organizacional está relacionado con la aplicación de metodologías y revisión de continuo de procesos que permitan generar resultados óptimos, sobre todo capaces de evaluarse y medirse. Estas, que son consideraciones inherentes al presupuesto por resultados, aun son desconocidas o poco utilizadas en el entorno comunicacional.

En el nivel regional, estas falencias aún son más notorias. Una acción comunicacional responde, sobre todo, a una casuística multifactorial y,

aparentemente, no a procesos planificados creando un escenario de informalidad y por ende genera un inadecuado uso de recursos públicos sin ningún logro tangible.

Por ello consideramos de relevancia revisar e identificar como se viene utilizando el presupuesto por resultados en la implementación de las acciones de comunicación considerando que son de vital importancia en los procesos de las organizaciones públicas y por ende en una buena gestión pública que responda las expectativas ciudadanas.

1.4.2. Formulación del Problema

Problema general

¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el 2016?

Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016?

Problema específico 2

¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima en el 2016?

Problema específico 3

¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima en el 2016?

Problema específico 4

¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el 2016?

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

1.5.2. Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 1

Existe relación significativa y positiva el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Hipótesis específica 2

Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Hipótesis específica 3

Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Hipótesis específica 4

Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Establecer la relación el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

1.6.2. Objetivos Específicos

Objetivo específico 1

Determinar la relación entre el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016

Objetivo específico 2

Reconocer la relación entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima en el 2016.

Objetivo específico 3

Identificar la relación entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima en el 2016.

Objetivo específico 4

Reconocer la relación entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el 2016.

II. Marco metodológico

2.1. Variables

2.1.1. Identificación de Variables

Definición conceptual

Variable 1 Presupuesto por resultados

El Ministerio de Economía y Finanzas (2004) en la Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto en su artículo N° 79 lo define como

una estrategia de gestión pública que vincula la asignación de recursos a productos y resultados medibles a favor de la población, que requiere de la existencia de una definición de los resultados a alcanzar, la determinación de responsables, los procedimientos de generación de información de los resultados, productos y de las herramientas de gestión institucional, así como la rendición de cuentas. El PpR se implementa a través de los PP, las acciones de seguimiento, las evaluaciones y los incentivos a la gestión. (p.38)

Variable 2 Planificación estratégica de la comunicación

Beltrán (2004) define la planificación estratégica de la comunicación como

el mecanismo para lograr la eficiencia y eficacia de los objetivos comunicacionales propuestos. Conceptualiza esta variable como el proceso secuencial, espiral y cíclico que busca lograr la eficiencia de la comunicación en salud. Aplica el Proceso P propuesto por la Universidad Jhon Hopkins en la década ochenta. Considera como instrumentos principales a la política, que sustenta la estrategia y que conduce a la acción por medio del plan; “la estrategia, que es un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos, y el plan que es el conjunto de prescripciones para regir operaciones” (p.34).

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable Presupuesto por resultados

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Nivel y rango
Programas presupuestales	Diseño	1-4		Bajo 4 - 8 Medio 9 - 14 Alto 15-20
Seguimiento	Cumplimiento de metas	5-11	Siempre	Bajo 7 - 15
	Ejecución presupuestal		Casi siempre	Medio 16 - 25
			A veces	Alto 26 – 35
Evaluaciones independientes	Eficacia	12-20	Casi nunca	Bajo 9 - 20
	Eficiencia		Nunca	Medio 21 - 32
	Resultados en la población			Alto 33 – 45
Variable 1		20		Bajo 20-46 Medio 47 – 73 Alto 74 – 100

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2

Operacionalización de la variable Planificación estratégica de la comunicación

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Nivel y rango
Análisis	Identificación de públicos	1-7		Bajo 7 - 15
	Políticas y programas			Medio 16- 25
	Recursos disponibles			Alto 26 – 35
Diseño estratégico	Objetivos	8-13		Bajo 6 - 13
	Medios			Medio 14 - 21
Ejecución y fiscalización	Plan	14-19	Siempre	Bajo 6 - 13
			Casi siempre	Medio 14 - 21
			A veces	Alto 22- 30
Evaluación de impacto	Medición de efectos	20-22	Casi nunca	Bajo 3 - 6
			Nunca	Medio 7 - 10
				Alto 11 – 15
Variable 2		22		Bajo 20-46 Medio 47 – 73 Alto 74 – 100

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Metodología

Esta investigación es de enfoque cuantitativo. Como principales características según Hernández, Fernández y Baptista (2014) este enfoque tiene la intencionalidad de “medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de la investigación” (p.5), siguiendo un patrón predecible y estructurado para generalizar los resultados obtenidos de una población o muestra.

La investigación cuantitativa busca “confirmar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la formulación y demostración de teorías” (Hernández et al.,2014, p.6).

Para confirmar o no las teorías, este enfoque utiliza la lógica o lo que se denomina razonamiento deductivo, a través de las hipótesis que son expresiones lógicas que se prueban basados en la teoría existente. Por ello hablamos de una metodología hipotético-deductivo que, como lo manifiesta Bernal (2010), “es un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos”. (p. 60)

2.4. Tipo de estudio

La investigación que se presenta es básica de nivel correlacional. Es básica porque buscará un mayor conocimiento sobre la relación del presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación.

Desde el punto de vista de Hernández et al., (2014) los estudios correlacionales tienen “como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.81). El presente proyecto de investigación es correlacional dado que el objetivo general es determinar la relación entre el presupuesto por resultados y la

planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

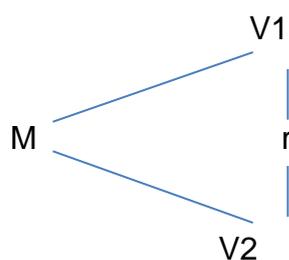
De acuerdo con Vara (2010):

Ésta es una investigación asociativa de encuesta. Asociativa por que mide el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables. Tiene un valor explicativo parcial entre menos variables estén correlacionad De encuesta por que utiliza general mente el diseño de encuestas para describir las características de una población. (p. 253).

2.5. Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es de tipo no experimental: Corte transversal y correlacional. No existirá manipulación ni se realizarán pruebas a las variables de estudio.

Es correlacional porque solo se obtendrá el grado de correlación de dos variables, que no significa necesariamente interdependencia ni una relación de causa efecto. Para esquematizar un diseño correlacional se puede ilustrar de la siguiente manera:



Dónde:

M = Muestra de estudio

V1 = Variable Presupuesto por resultados

V2 = Variable Planificación estratégica de la comunicación

r = Correlación entre variables

Es no experimental dado que “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (Hernández et al., 2014, p. 149).

Es transversal ya que su propósito es “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández et al., 2014, p.151).

2.6. Población y muestra

La población del presente estudio está constituida por los servidores públicos que laboran en los hospitales de la Región Lima que tienen un grado de relación funcional con los procesos comunicacionales y del manejo de los programas presupuestales. Es una muestra censal, donde se encuestaron a 44 servidores públicos pertenecientes a las áreas de comunicaciones, unidades de planeamiento y de la Dirección/áreas de salud integral.

La población-muestra seleccionada es intencional no probabilística debido a que el estudio está dirigido a un público especializado. Para Hernández et al., (2014) las muestras no probabilísticas pueden también llamarse muestras dirigidas, pues la elección de casos depende del criterio del investigador.

Para precisar este público son los comunicadores, especialistas administrativos y profesionales médicos y profesionales de la salud no médicos que laboran en las áreas antes mencionadas.

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.7.1. Técnica

Es esta investigación se empleó la técnica de encuesta para la recolección de datos. Se aplicó un cuestionario a la población muestra con escala de medición de las variables tipo Likert.

2.7.2. Instrumentos

Escala de percepción sobre presupuesto por resultados

Ficha técnica

Nombre Original	Escala de percepción sobre presupuesto por resultados
Autora	Br. Luisa Victoria Guerrero Medina
Procedencia	Hospital de Chancay
Objetivo	Medir el grado de percepción de los servidores públicos y profesionales sobre el presupuesto por resultados en los hospitales de la Región Lima.
Administración	Individual
Duración	Se utilizará un tiempo aproximado de 20 minutos
Significación	La escala está referida a determinar el grado de percepción del presupuesto por resultados en los hospitales de la Región Lima en el año 2016.
Estructura	La escala consta de 20 ítems, con alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Lickert. Cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuestas, como a) Siempre (S) =5, Casi Siempre(CS)=4, A veces (AV)=3,Casi Nunca (CN)=2, y Nunca (N)=1. Asimismo, la escala está construida por tres dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre la percepción de los servidores públicos y profesionales que trabajan en el escenario del estudio.

Escala de percepción sobre planificación estratégica de la comunicación

Ficha técnica

Nombre Original	Escala de percepción sobre la planificación estratégica de la comunicación
Autora	Br. Luisa Victoria Guerrero Medina
Procedencia	Hospital de Chancay
Objetivo	Medir el grado de percepción de los servidores públicos y profesionales sobre la planificación de la comunicación en los hospitales de la Región Lima.
Administración	Individual
Duración	Se utilizará un tiempo aproximado de 20 minutos
Significación	La escala está referida a determinar el nivel de percepción de la planificación estratégica de la comunicación en los hospitales de la Región Lima en el año 2016.
Estructura	La escala consta de 22 ítems, con alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Lickert, y cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuestas, como a) Siempre (S) =5, Casi Siempre (CS)=4, A veces (AV)=3, Casi Nunca (CN)=2, y Nunca (N)=1. Asimismo, la escala está estructurada por cuatro dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre la planificación de la comunicación en los hospitales de la Región Lima en el año 2016.

2.8. Validación y confiabilidad del instrumento

2.8.1. Validez del instrumento

Para Hernández (2014), la validez “es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que pretende medir” (p.201).

La escala de percepción de las variables del presupuesto por resultados y planificación estratégica de la comunicación en los hospitales de la Región Lima en el año 2016 será sometida a criterio Expertos, profesores con grado de Magíster o Doctores que laboran en la Escuela de Posgrado de la

Universidad Cesar Vallejo, quienes informarán sobre la aplicabilidad del instrumento de la presente investigación.

Tabla 3

Validez de los cuestionarios sobre el Presupuesto por resultados y la Planificación estratégica de la comunicación en los hospitales de la Región Lima. Año 2016

Expertos	Suficiencia del instrumento	Aplicabilidad del instrumento
Mg. Vladimir Tornero Cruzatt	Hay Suficiencia	Es aplicable
Dr. Darwin William Hidalgo Torres	Hay Suficiencia	Es aplicable
Dr. Luis Alberto Núñez Lira	Hay Suficiencia	Es aplicable

Fuente: Elaboración Propia

2.8.2. Prueba de confiabilidad

Según Hernández, et al (2014), la confiabilidad de un instrumento de medición “es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”. (p. 200).

Para establecer la confiabilidad del cuestionario, se utilizó la prueba estadística de fiabilidad alfa de Cronbach, con una muestra piloto de 30 e. Luego se procesarán los datos, haciendo uso del Programa Estadístico SPSS versión 22.0.

Tabla 4

Confiabilidad del cuestionario el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación en los hospitales de la Región Lima. Año 2016

Estadísticos de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Presupuesto por resultados	0.872	20
Planificación estratégica de la comunicación	0.955	22

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 4, las variables en estudio tienen coeficientes de Cronbach 0.872y 0.955 respectivamente, valores que hacen confiable al instrumento.

2.9. Métodos de análisis de datos

En primer lugar, se procederá a encuestar a la población - muestra conformada por servidores públicos de los cuatro Hospitales de la Región Lima que desarrollan actividades de comunicaciones en el marco del presupuesto por resultados. La población-muestra está conformada por 44 servidores públicos.

Por la ubicación y dispersión geográfica, previamente se deberá coordinar una agenda de visitas para realizar el traslado hacia los hospitales de las otras provincias. En sesión de 20 minutos aproximadamente, se empleará el instrumento de estudio con el objetivo de recolectar la información referente a las variables y dimensiones de la investigación.

Con los cuestionarios aplicados se procederá a la valoración y tabulación de los datos en una Hoja de Cálculo Excel para contar con una base de datos primaria. Los datos serán analizados con el programa estadístico SPSS versión 22 en español, obteniendo los resultados pertinentes al estudio, que serán expuestos en tablas y figuras, interpretados continuamente, respondiendo a los objetivos e hipótesis trazados para este estudio.

Para la contratación de las hipótesis planteadas en esta investigación utilizaremos la prueba del coeficiente de correlación de Spearman ya que nuestras variables son de carácter no paramétricas. La interpretación de los datos se realizará sobre la escala propuesta por Mondragón (2014) según la descripción siguiente:

Tabla 5

Grado de relación según coeficiente de correlación

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración de autor, basada en Hernández, Sampieri & Fernández Collado, 1998.

III. Resultados

3.1. Descripción de resultados

Para la presentación de los resultados, se asumirán las puntuaciones de las variables el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016, que han sido transformados a niveles y rangos para su interpretación según lo señalado en el capítulo anterior.

Tabla 6

Niveles de Presupuesto por Resultados Hospitales de la Región Lima.

Presupuesto por Resultados				
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	2,3	2,3	2,3
Medio	19	43,2	43,2	45,5
Alto	24	54,5	54,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

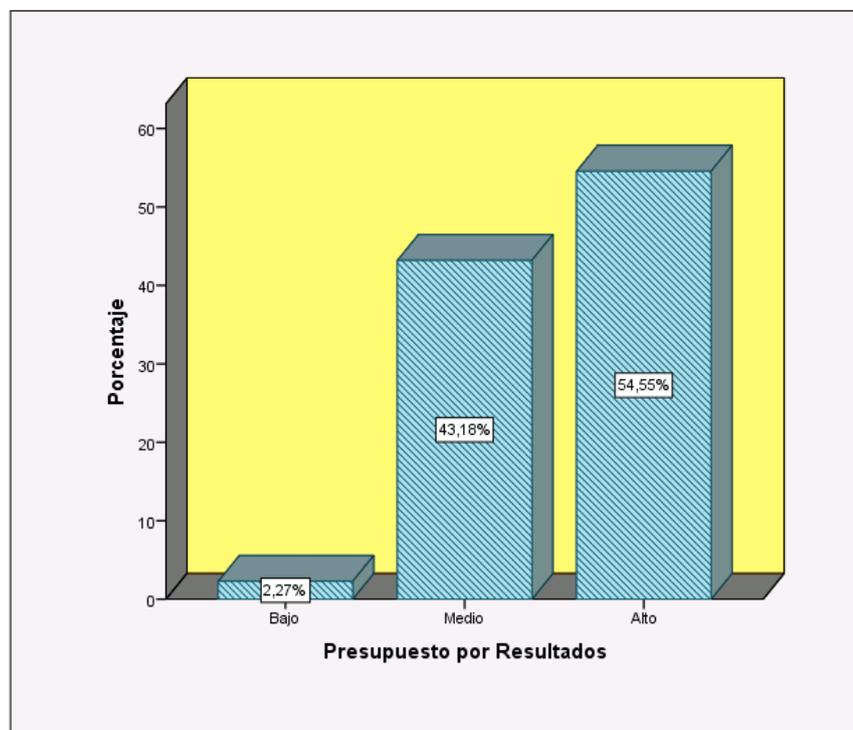


Figura 1. Niveles porcentuales de Presupuesto por Resultados en Hospitales de la Región Lima

Los resultados observados en la tabla 6 y figura 1, evidencia que los niveles de la variable del presupuesto por resultados son Alto con el 54.5% seguido por un 43.2% de los encuestados dentro del rango medio. Por último, sólo un 2.3% se encuentra en el nivel bajo en torno a la percepción medida.

Tabla 7

Niveles de la Planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima

Planificación estratégica de Comunicación				
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	2,3	2,3	2,3
Medio	23	52,3	52,3	54,5
Alto	20	45,5	45,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

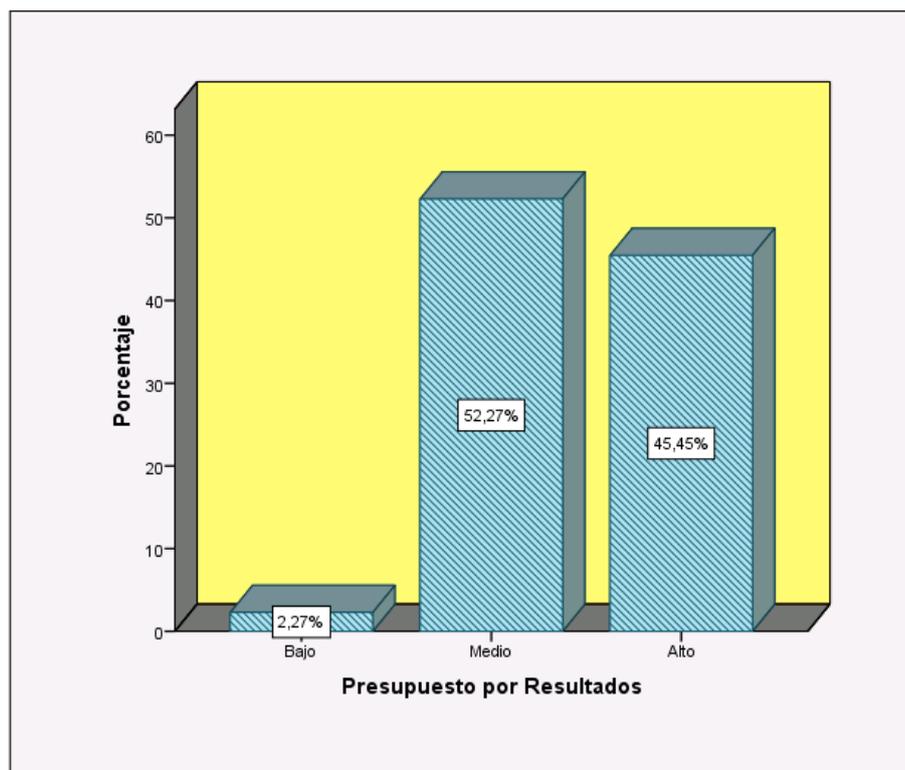


Figura 2. Niveles porcentuales de la Planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima

Del mismo modo se han obtenido los niveles que se muestran en la tabla 7 y figura 2 en cuanto a la segunda variable, Planificación estratégica de la Comunicación, en los Hospitales de la Región Lima donde el puntaje más alto de la medición lo tiene el nivel medio con un 52.3%. Es seguido por seis puntos porcentuales, con 45.5%, los encuestados manifiestan contar con un nivel alto de percepción sobre esta variable. Finalmente, el nivel bajo solo cuenta con un 2.3%.

3.2. Resultados comparativos entre las variables de estudio

Luego de la obtención de datos según los instrumentos antes mencionados, pasamos a realizar el análisis correspondiente. En primera instancia se presentan los resultados generales sobre los niveles obtenidos del Presupuesto por Resultados y la Planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima, de manera descriptiva en tablas cruzadas o de contingencia.

Con esta misma metodología se expondrán seguidamente los descriptivos sobre cada una de las dimensiones a analizarse, definidas en los objetivos de esta investigación.

3.2.1. Resultado general de la investigación

Tabla 8

Distribución de frecuencias entre Presupuesto por Resultados y la Planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima

Tabla Cruzada Presupuesto por resultados * Planificación estratégica de la Comunicación

		Planificación estratégica de la Comunicación			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Presupuesto por resultados	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	2,3%	0,0%	0,0%	2,3%
	Medio	Recuento	0	15	4	19
		% del total	0,0%	34,1%	9,1%	43,2%
	Alto	Recuento	0	8	16	24
		% del total	0,0%	18,2%	36,4%	54,5%
Total	Recuento	1	23	20	44	
	% del total	2,3%	52,3%	45,5%	100,0%	

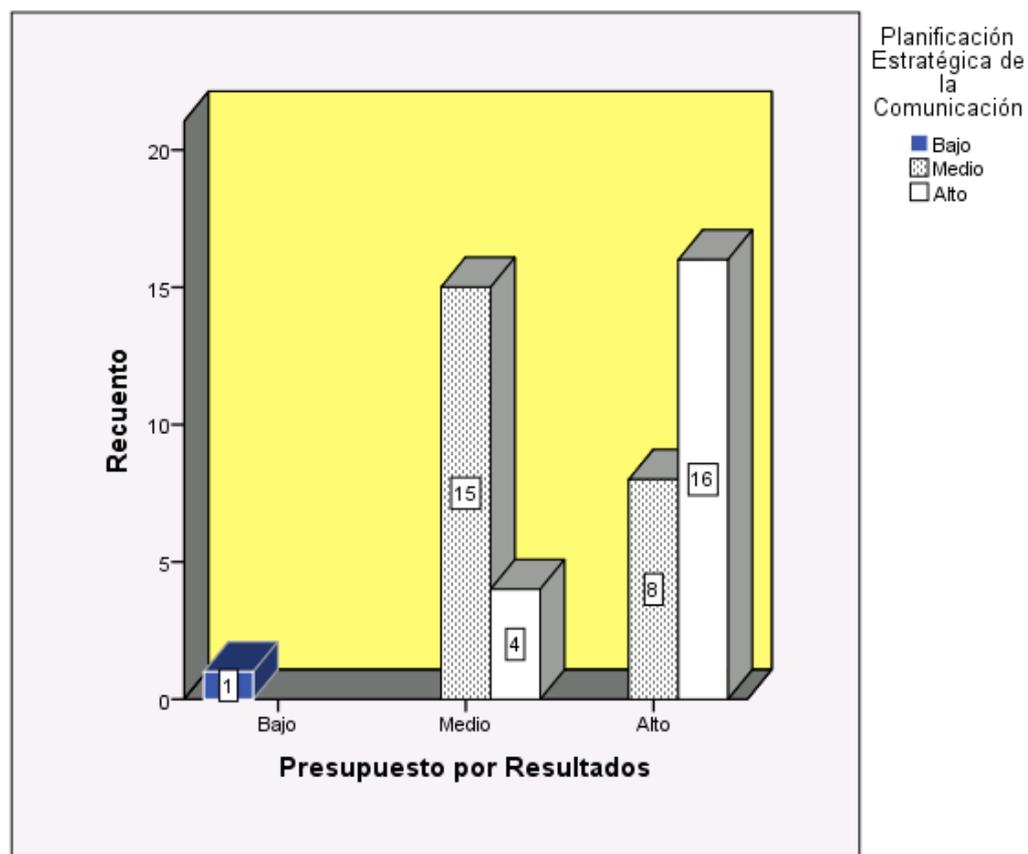


Figura 3. Niveles entre Presupuesto por Resultados y la Planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima

De lo observado en la Tabla 8 y figura 3 el 36,4% los encuestados consideran que el nivel de percepción ante la variable planificación estratégica de la comunicación es alto y el presupuesto de resultados es alto, el 34,1% considera que la planificación estratégica de la comunicación es medio y el presupuesto de resultados es medio, el 18,2% considera que la planificación estratégica de la comunicación y el presupuesto por resultados es alto, el 9,1% considera que la planificación estratégica de la comunicación es alto y el presupuesto por resultados es medio, y un 2,3% considera que la planificación estratégica de la comunicación es bajo y el presupuesto por resultados es bajo.

3.2.2. Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Tabla 9

Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados y Análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Tabla cruzada Presupuesto por Resultados* Análisis

		Análisis			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Presupuesto por Resultados	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	2,3%	0,0%	0,0%	2,3%
	Medio	Recuento	0	13	6	19
		% del total	0,0%	29,5%	13,6%	43,2%
	Alto	Recuento	0	10	14	24
		% del total	0,0%	22,7%	31,8%	54,5%
Total	Recuento	1	23	20	44	
	% del total	2,3%	52,3%	45,5%	100,0%	

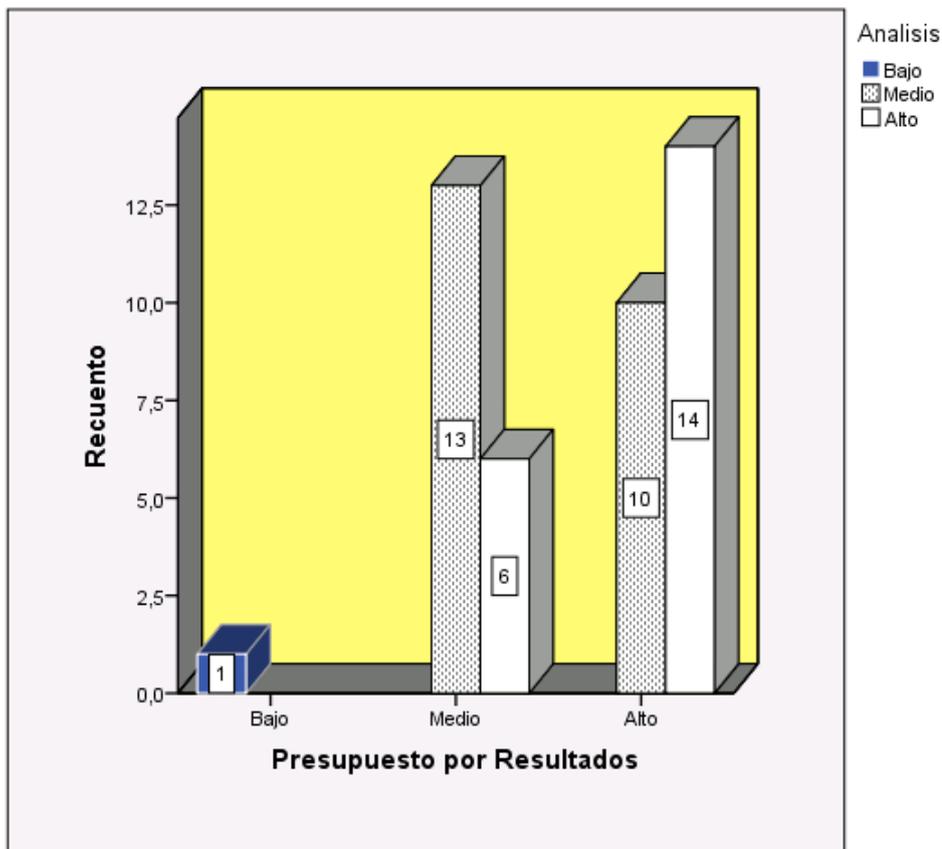


Figura 4. Niveles entre el presupuesto por resultados y Análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

En cuanto al resultado específico entre Presupuesto por resultados y la dimensión Análisis observamos, en la Tabla 9 y figura 4, que el 31,8% de los encuestados consideran que el nivel de percepción es alto y el presupuesto de resultados es alto, el 29,5% considera que el Análisis es medio y el presupuesto de resultados es medio, el 22,7% considera que el Análisis es medio y el presupuesto por resultados es alto, el 13,6% considera que el Análisis es alto y el presupuesto por resultados es medio, y un 2,3% considera que el Análisis es bajo y el presupuesto por resultados es bajo.

3.2.3. Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Tabla 10

Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Diseño estratégico

Tabla Cruzada Presupuesto por Resultados *Diseño estratégico

		Diseño estratégico			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Presupuesto por Resultados	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	2,3%	0,0%	0,0%	2,3%
	Medio	Recuento	0	5	14	19
		% del total	0,0%	11,4%	31,8%	43,2%
	Alto	Recuento	0	4	20	24
		% del total	0,0%	9,1%	45,5%	54,5%
Total		Recuento	1	9	34	44
		% del total	2,3%	20,5%	77,3%	100,0%

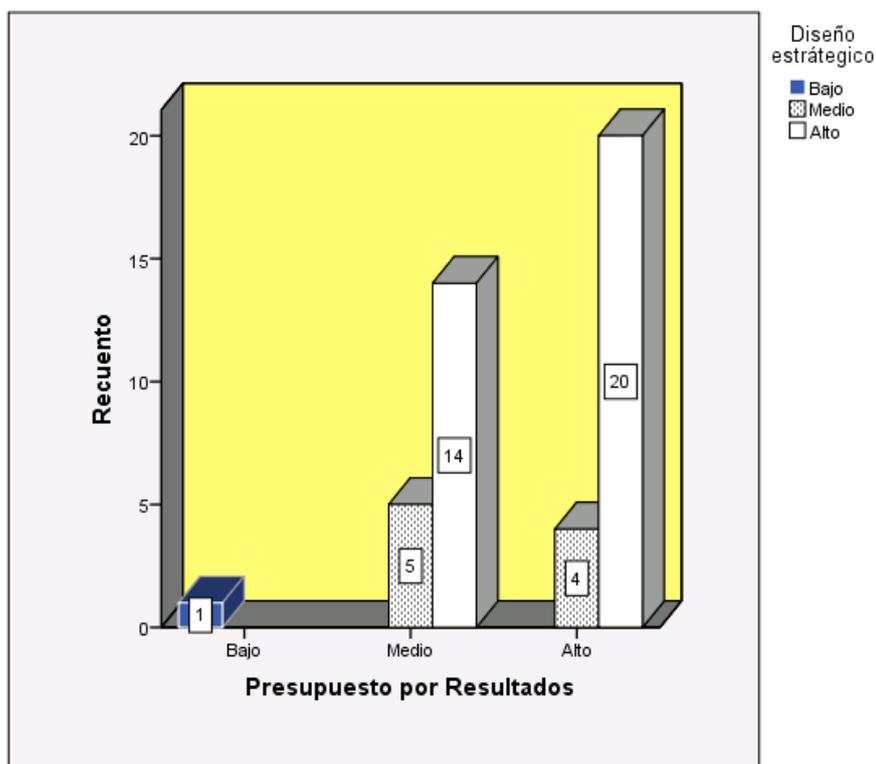


Figura 5. Niveles entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Diseño estratégico

En referencia al resultado específico entre Presupuesto por resultados y la dimensión de Diseño Estratégico observamos en la Tabla 10 y figura 5 que el 45,5% de los encuestados consideran el nivel de percepción ante el Diseño Estratégico es alto y el presupuesto de resultados es alto, el 31,8% considera que Diseño Estratégico es medio y el presupuesto de resultados es medio, el 11,4% considera que el Diseño Estratégico es medio y el presupuesto por resultados es medio, el 9,1% considera que Diseño Estratégico es medio y el presupuesto por resultados es alto, y por último una mínima proporción de 2,3% considera en esta medición que el Diseño Estratégico es bajo y el presupuesto por resultados es bajo.

3.2.4. Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Tabla 11

Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima

Tabla cruzada Presupuesto por resultados* Ejecución y fiscalización

		Ejecución y fiscalización			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Presupuesto por resultados	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	2,3%	0,0%	0,0%	2,3%
	Medio	Recuento	2	15	2	19
		% del total	4,5%	34,1%	4,5%	43,2%
	Alto	Recuento	1	13	10	24
		% del total	2,3%	29,5%	22,7%	54,5%
Total	Recuento	4	28	12	44	
	% del total	9,1%	63,6%	27,3%	100,0%	

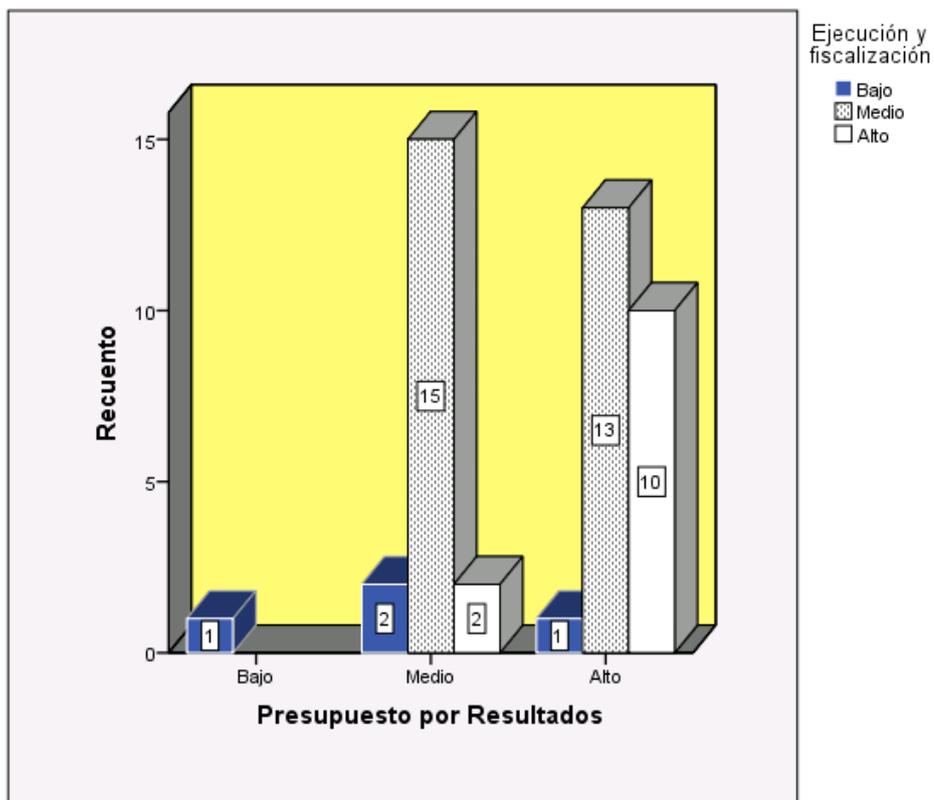


Figura 6. Niveles entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima

Los niveles de percepción del Presupuesto por resultados y la dimensión de Ejecución y fiscalización nos arroja en la Tabla 11 y figura6, que el 34,1% de los encuestados consideran que la Ejecución y fiscalización es medio y el presupuesto de resultados es medio, el 29,5% considera que Ejecución y fiscalización es medio y el presupuesto de resultados es alto, el 22,7% considera que Ejecución y fiscalización y el presupuesto por resultados es alto Se observa iguales resultados de 4,5% considerando que Ejecución y fiscalización es alto y bajo, y en ambos casos el presupuesto por resultados es medio. Al final un 2,3% considera que la Ejecución y fiscalización es bajo y el presupuesto por resultados es bajo.

3.2.5. Resultado específico entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016

Tabla 12

Distribución de frecuencias entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima

		Evaluación de impacto			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Presupuesto por Resultados	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	2,3%	0,0%	0,0%	2,3%
	Medio	Recuento	2	8	9	19
		% del total	4,5%	18,2%	20,5%	43,2%
	Alto	Recuento	2	5	17	24
		% del total	4,5%	11,4%	38,6%	54,5%
Total	Recuento	5	13	26	44	
	% del total	11,4%	29,5%	59,1%	100,0%	

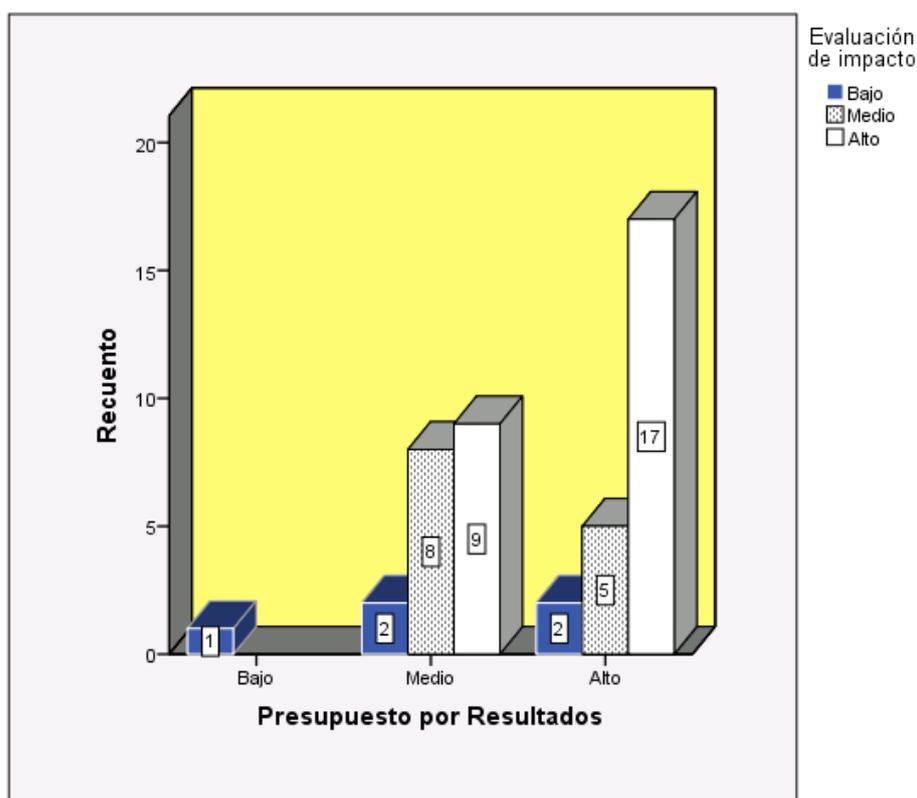


Figura 7. Niveles entre el presupuesto por resultados con la Dimensión de Ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima

En el resultado específico obtenido de la medición de los niveles de percepción del Presupuesto por resultados y la dimensión Evaluación de impacto observamos en la Tabla 11 y figura 9 que el 38.6% de los encuestados consideran que la Evaluación de impacto y el presupuesto de resultados es alto, el 20,5% considera que la Evaluación de impacto es alto y el presupuesto de resultados es medio, el 18,2% considera que la Evaluación de impacto y el presupuesto por resultados es medio, el 11,4% piensa que la Evaluación de impacto es medio y el presupuesto por resultados es alto. Porcentajes iguales de 4,5% considera que Evaluación de impacto es bajo, pero el presupuesto por resultados es medio y bajo respectivamente. Por último, un 2.3% dice que la Evaluación de impacto y el presupuesto por resultados es bajo.

3.3. Contrastación de hipótesis

En esta parte presentamos los resultados obtenidos en los procesos de análisis con el SPSS Versión 22. Se presentarán los valores en tablas de correlaciones y para verificar la aceptación o no de las hipótesis planteadas se revisará la significancia del valor de p de la siguiente manera: Si valor $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0), y si el valor $p < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Siguiendo la metodología descrita en el capítulo anterior y siguiendo el orden de análisis desarrollado: Primero la contratación de la hipótesis general de la investigación, considerando ambas variables, y luego por cada hipótesis específica según lo planteado en el Capítulo 1.

Hipótesis general de la investigación

H_0 : No Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

H_g : Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Tabla 13

Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima

Correlaciones				
			Presupuesto por Resultados	Planificación estratégica de la Comunicación
Rho de Spearman	Presupuesto por Resultados	Coeficiente de correlación	1,000	,429**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	44	44
	Planificación estratégica de la Comunicación	Coeficiente de correlación	,429**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

El coeficiente de correlación no paramétrico de Rho de Spearman que se obtuvo es de 0,429; lo que nos indica que el coeficiente de correlación entre las dos variables es positivo y media con un nivel de significancia menor de 0,004; siendo $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de que existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima.

Hipótesis específica 1

Ho: No Existe relación significativa y positiva el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

H1: Existe relación significativa y positiva el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Tabla 14

Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

		Correlaciones		
			Presupuesto por resultados	Análisis
Rho de Spearman	Presupuesto por resultados	Coeficiente de correlación	1,000	,433**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	44	44
	Análisis	Coeficiente de correlación	,433**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En la tabla 14, apreciamos los resultados específicos entre el presupuesto por resultados y la dimensión Análisis, que es componente de medición de la segunda variable. Se observa estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman de 0,433, lo que significa que existe una relación positiva media entre las variables, con un grado de significancia de 0,003, siendo menor a nuestro valor referencial de análisis $p < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima.

Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los hospitales de la Región Lima en el año 2016.

H2: Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Tabla 15

Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Correlaciones				
			Presupuesto por resultados	Diseño estratégico
Rho de Spearman	Presupuesto por resultados	Coeficiente de correlación	1,000	,334*
		Sig. (bilateral)	.	,027
		N	44	44
Diseño estratégico	Diseño estratégico	Coeficiente de correlación	,334*	1,000
		Sig. (bilateral)	,027	.
		N	44	44

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En cuanto al resultado específico de contrastación de hipótesis entre el Presupuesto por resultados y la dimensión de diseño, los resultados de la tabla muestra un grado de correlación entre las variables, determinada por el Rho de Spearman de 0,334, lo que evidencia una relación positiva media entre las variables, con el grado de significación estadística obtenido de 0,027, menor al valor referencial de $p < 0,05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna de que existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima.

Hipótesis específica 3

Ho: No Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

H3: Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Tabla 16

Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Correlaciones				
			Presupuesto por Resultados	Ejecución y fiscalización
Rho de Spearman	Presupuesto por Resultados	Coeficiente de correlación	1,000	,547**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
Ejecución y fiscalización	Ejecución y fiscalización	Coeficiente de correlación	,547**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En cuanto al resultado específico que se aprecia en la tabla 16 observamos que los estadísticos, en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman, es de 0,547 lo que significa que existe una considerable relación positiva entre las variables, con un grado de significancia de 0,00 ($p < 0,05$), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de que existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los hospitales de la Región Lima.

Hipótesis específica 4

Ho: No existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la evaluación de impacto en los hospitales de la Región Lima en el año 2016.

H4: Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Tabla 17

Grado de correlación y nivel de significación entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Correlaciones				
			Presupuesto por resultados	Evaluación de impacto
Rho de Spearman	Presupuesto por resultados	Coeficiente de correlación	1,000	,341*
		Sig. (bilateral)	.	,023
		N	44	44
Evaluación de impacto	Evaluación de impacto	Coeficiente de correlación	,341*	1,000
		Sig. (bilateral)	,023	.
		N	44	44

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

La Tabla 17 muestra los resultados obtenidos según el proceso estadístico del grado de correlación entre las variables del Presupuesto por Resultados y la dimensión de Evaluación de Impacto, determinada por el Rho de Spearman con un valor de 0,341, evidenciando una relación positiva media según nuestra escala de análisis, con un grado de significación estadística obtenido de 0,023, y se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de que existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima.

IV. Discusión

4.1 Discusión de resultados

En congruencia con el orden desarrollado a lo largo de este documento iniciaremos la discusión desde el objetivo general de la investigación y continuaremos con el orden de los objetivos específicos descritos en el primer capítulo, literal 1.6.

Esta investigación tuvo como objetivo general establecer la relación entre el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016. Como se aprecia en la Tabla 6, los encuestados refieren conocer en un nivel alto la variable presupuesto por resultados según lo evidencia el 54,5% obtenido, pero no tanto la Planificación estratégica de la comunicación, que obtuvo el mayor puntaje de 52,3% del nivel medio. (Ver Tabla 7).

Estos datos son coincidentes con los resultados obtenidos en las tablas cruzadas o de contingencia, donde el 36.4% de los encuestados confirma tener un alto grado de percepción sobre ambas variables siendo el porcentaje de mayor valor seguido por un 34.1% en un nivel medio.

En ambos resultados, nuestros encuestados cuentan con conocimiento sobre los procesos y actividades, que involucra el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación, en las diversas funciones donde se desempeñan dentro de las entidades públicas. Es necesario manifestar que la implementación de las dos variables en la gestión pública o en la dinámica de las entidades estatales es coincidente, ya que ambas buscan generar valor público o agregado para la atención de las necesidades sentidas de la población según lo manifiesta Middleton (1981) y las diferentes leyes promulgadas desde el Ministerio de Economía y finanzas.

Este escenario puede ser coincidente con lo manifestado por Altamariano (2014) quien considera como una de las conclusiones de su tesis *La Comunicación en el Hospital Metropolitano: Mecanismos para el análisis de la comunicación*, que el éxito de una buena comunicación (expuesta como producto la buena imagen) se debe al uso de la tecnología y a los recursos

humanos, haciendo referencia al desarrollo de capacidades y habilidades, tanto individual como grupal para el objetivo de los logros propuestos.

Los procesos de capacitación que continuamente se desarrollan en la gestión del presupuesto por resultados, se considera como uno de los determinantes del contexto expuesto pues, como se observa en el marco teórico presentado en el Capítulo 1, existen diferentes instrumentos de gestión sectoriales, así como un significativo grupo de leyes que han insertado este mecanismo dentro de la dinámica institucional del sector público. No es la misma situación de la Planificación estratégica de la comunicación. No cuenta con herramientas metodológicas dentro del sector público en relación a los mecanismos de presupuestación.

El acápite anterior guarda relación con una de las conclusiones de Morales (2006) quien en su tesis *La Comunicación planificada: estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores en las organizaciones* concluye que los objetivos comunicacionales (comunes a toda institución) que son las relaciones con los medios, con públicos objetivos y con las demás instituciones se debe operativizar basados en planes para gestionar presupuestos y dirigidos hacia fines específicos.

Del mismo modo, Uranga (2012) nos dice que se gestiona desde el análisis situacional o el diagnóstico, dependiendo de la posición que asumamos. Luego cuando discernimos, analizamos, concretamos un diseño para la acción (planificación en el sentido más estricto), ejecutamos y evaluamos.

Además, ante todo lo expuesto sobre el presupuesto por resultados y revalidando lo que manifiesta Rodrigo (2011) citando a Weaver, que la comunicación es un "conjunto de procedimientos por medio de los cuales un mecanismo (...) afecta a otro mecanismo" podríamos encontrar un punto de encuentro en la aplicación práctica de ambas variables en la gestión pública.

En resumen, ambas variables cuentan con una percepción favorable en la población muestra seleccionada para esta investigación. Siendo una muestra intencional, de carácter especializado era la intención reconocer si existía

relación entre ambas variables sobre todo porque el presupuesto de resultados es una tendencia de manejo sistemático de procesos, mientras que la planificación de la comunicación no cuenta con un sistema homogéneo de gestión en el sector público.

Es por ello que se asume el grado medio de percepción manifestado por los servidores públicos que se evidencia en la Tabla 13; y validamos la hipótesis de que existe una relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima determinado por el grado de correlación positiva y media entre las dos variables con un resultado de 0,429 y un grado de significancia de 0,004.

Es necesario puntualizar varias aristas que conforman las variables, por lo que revisaremos los resultados específicos obtenidos con la intención de validar nuestras hipótesis planteadas en esta investigación, lo que nos permitirá una mayor claridad sobre el comportamiento de las correlaciones obtenidas.

Empecemos con los resultados de la Tabla 9 que muestra la distribución de frecuencias de la variable presupuesto por resultados con la dimensión de Análisis que compone la Planificación estratégica de la comunicación. En esta tabla se observa que el 31.8% de los encuestados refiere tener percepción en un nivel alto de ambas variables, pero es un resultado casi proporcional al 29,5% que le sigue en un nivel medio.

En la Tabla 14 el valor de la correlación entre la primera variable y la dimensión Análisis es de 0,433 y el valor de significancia es de 0,003, validando la hipótesis existe relación significativa y positiva media entre el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima.

Estos resultados expresan el grado del conocimiento y la disposición de herramientas para la programación y/o planeamiento de ambas variables. Se corrobora lo dispuesto en la Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto (2004) que define los procedimientos necesarios para realizar la implementación del PpR a través de un ciclo que integra la programación,

formulación, aprobación, ejecución y evaluación de las actividades en busca de resultados tangibles para el beneficio ciudadano.

Estos resultados tangibles tienen un fuerte carácter técnico analítico, según lo expresa la Guía Básica del Sistema Nacional de Presupuesto. En este documento se precisa que la formulación está respaldada por un conjunto de evidencias que permiten esbozar estrategias para asegurar el logro previsto. Es concordante con lo expuesto por Beltrán (2011) que define que el análisis es un proceso sistemático de reconocimiento del público de intervención y los recursos de intervención determinando fortalezas y debilidades, haciendo hincapié en la presencia de políticas y reconociendo la naturaleza de las intervenciones. La correlación de ambas variables analizadas está respaldada, además, por las premisas de Prieto (2004) que vincula las fases de diagnóstico y planificación, reconociendo que debe hacerse dentro de un contexto y/o escenario.

El segundo objetivo específico de la investigación es reconocer la relación entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016. Los resultados obtenidos en la correlación son de 0,334 que evidencia una relación positiva media y un grado de significancia de 0,027 que valida la existencia de una relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico.

En la tabla 10 que analiza la distribución de frecuencias, se observa que los servidores públicos encuestados coinciden en un nivel alto de percepción ante las dos variables con un 45.5%, seguido por un 31,8% que tienen un nivel alto de percepción frente a la dimensión diseño estratégico y medio en presupuesto por resultados.

El grado de frecuencia mostrada en las tablas cruzadas son los dos resultados más representativos de la muestra intervenida, lo que nos evidencia que los encuestados tienen percepción entre altos y medios en referencia a estos temas. La medición realizada arroja resultados desde la perspectiva del funcionario reconociendo objetivos, medios y públicos como parte del diseño estratégico.

Se puede considerar que este grado de correlación positiva y media se refiere al hecho manifestado en el párrafo anterior y es coincidente con las premisas de Beltrán (2011) que el diseño estratégico es un proceso cuya tarea son el establecimiento de los objetivos, identificación de segmentos a intervenir, los cambios que se desean lograr, los medios y como se evaluara estas acciones.

Además, es refrendado por lo estipulado por Lammertyn (1997) citado por Martin (2011) que define sobre la planificación de la comunicación como un mapa que sistematiza, da congruencia, coordinación y orden a las acciones hacia un objetivo, con responsables y plazos. Esta dimensión mide además la disposición hacia el establecimiento de objetivos y de los medios (que son los recursos) para establecer la relación con los públicos objetivos de intervención. Esta acepción calza en el concepto de diseño estratégico que se deduce en esta discusión.

En contraparte, desde el presupuesto por resultados, los servidores públicos reconocen los objetivos estratégicos de la política de Estado como un insumo para la implementación de estrategias y lo evidencian a través de actividades dentro de los programas presupuestales, en concordancia con lo establecido en la Ley de Presupuesto Público para el año 2012, Ley N°29812.

Consideramos que esta correlación no es la adecuada, porque desde esta variable, dentro de su metodología no se considera el diseño estratégico desde la mirada comunicacional para su adecuada presupuestación. Es posible relacionarlo con la ausencia de políticas o normativas que sustente su desarrollo en las entidades públicas lo que hace que se realicen las acciones para su cumplimiento y no como engranaje orientados hacia un fin.

Como tercer acápite de discusión, las Tablas 11 y 16 nos muestran las distribución de frecuencias y el grado de correlación resultados de nuestro tercer objetivo específico de investigación que es identificar la relación entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016.

En la primera tabla observamos que el mayor porcentaje de 34,1% se encuentra en el nivel medio para ambas variables. El porcentaje siguiente es de 29,5% de conocimiento y actitud a nivel medio de la dimensión de ejecución y fiscalización y un nivel alto del presupuesto por resultados. La hipótesis alterna referida a este objetivo se ha validado con un 0,000 de grado de significancia y el grado de correlación es de 0,547, lo que significa que existe relación significativa y positiva considerable entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016.

Bajo estos resultados, lo primero que reluce es que el valor de este resultado específico es el más alto de correlación en comparación con los demás. La dimensión de Ejecución y fiscalización está compuesta por los criterios de diseño de planes de comunicación, cumplimiento de actividades programadas, revisión de metas y seguimiento.

Este considerable grado de correlación se puede traducir en el hecho que los encuestados reconocen los planes como herramientas de gestión necesarias para toda intervención. Se puede añadir una figura de similitud entre ambas variables debido a que el presupuesto por resultados tiene como componente al programa presupuestal, que contiene los mismos componentes de un plan de trabajo, es decir cuenta con diagnóstico, objetivos, estrategias, actividades y tareas, mecanismos de evaluación.

Es necesario recalcar el proceso de seguimiento que se realiza de planes y sobre todo de las actividades que se han planteado. Si bien desde el enfoque comunicacional, la ejecución y fiscalización responde a como se van realizando las acciones y el uso de los materiales comunicacionales, lo rescatable de este proceso es la continua revisión y vigilancia de las actividades corrigiendo los errores que se suscitan dentro de un mismo período, sin esperar evoluciones posteriores.

Lo antes señalado coincide en argumentación con lo que expone el Ministerio de Economía y Finanzas (2008) sobre el componente de seguimiento dentro del presupuesto por resultados. Este proceso provee de información sobre el avance de la ruta causal de las intervenciones diseñadas y en períodos de tiempo definidos según el producto y/o resultado. Este seguimiento

genera valores que son registrados y consolidados en reportes. Hallamos así una intersección metodológica entre la dimensión de ejecución y fiscalización y el proceso de seguimiento entre las variables de investigación.

Por último, con respecto a nuestro cuarto objetivo específico de investigación, reconocer la relación entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016, las Tablas 12 y 17 nos presentan los resultados de la distribución de frecuencia y del grado de correlación respectivamente.

En el primero, los encuestados refieren tener un nivel alto de percepción frente a la evaluación de impacto y al presupuesto por resultados con un porcentaje del 38.6%, seguido por un 20,5% que expresa tener un nivel alto en referencia a la evaluación de impacto y un nivel medio del presupuesto por resultados. Lo que es notorio en este cuadro es que hay varios porcentajes menores dentro de las escalas medio y bajo que, en sumatoria, representan una importante proporción de la muestra. Con respecto a la correlación, se obtuvo un valor de 0,341 y un valor de significancia de 0,023 que valida la hipótesis de relación significativa y positiva media entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016.

Con los resultados se deduce que existe un grupo representativo que tiene conocimiento y desarrolla actitudes frente a la evaluación, pero hay una marcada proporción que no está relacionada con el tema en ambas variables. En la dimensión de evaluación de impacto se considera el conocimiento sobre indicadores y el proceso de retroalimentación de la información obtenida durante los procesos de evaluación. Si revisamos la teoría ambas variables consideran la retroalimentación como elemento valioso en la implementación de acciones similares.

La discusión en esta parte se centra en el uso de los indicadores de evaluación, y los criterios sobre los cuales se puede deducir si se cumplieron los objetivos propuestos en total cabalidad, especialmente en el tema comunicacional. Es lo que la teoría del conductismo intenta al reconocer los efectos que tienen los medios en las personas y como ellas deciden la forma

en que estos medios los afecta. Del mismo modo lo plantea la teoría de los efectos limitados considerando que la persona tiene un peso determinante en la influencia que recibe de los medios ya que son sujetos activos, conscientes y selectivos, con capacidad crítica y de discernimiento. O el cuestionamiento de Weaver: ¿Con qué efectividad el significado recibido afecta a la conducta del destino en el sentido deseado por la fuente de la información?

Para una confrontación teórica más actual, Prieto (2004) precisaba que lo que primordial de la gestión (entendida para esta investigación como planificación) de la comunicación era lograr la comunicabilidad, que es un objetivo de comprensión y un sistema de acciones que logren niveles altos de información y comunicación. Se soslaya entonces el cuestionamiento básico de como medimos el impacto de la acción comunicacional sino se cuenta con indicadores y, sobre todo, cuan es difícil precisar objetivos si se obvia la primera parte del análisis y/o diagnóstico.

Por tanto, podemos asumir que este desconocimiento o vacío en el proceso de planificación es lo que evidencia el notorio segmento de encuestados que refieren un nivel medio a bajo en la evaluación de impacto. En contraposición, el presupuesto por resultados cuenta (o intenta contar) con un sistema más formal de evaluación. Según lo manifiesta el Ministerio Economía y Finanzas (2008) en su documento de trabajo Conceptos y objetivos, en la evaluación se busca valorar las intervenciones para determinar su relevancia, eficiencia, efectividad (eficacia), impacto y sostenibilidad. Una serie de criterios que podrían ser incluidos en el proceso de evaluación de la planificación de la comunicación.

Estos criterios pueden determinar el éxito del logro de los objetivos propuestos reafirmando lo mencionado por Delgado (2013) en su tesis *Avances y perspectivas en la implementación del Presupuesto por resultados en Perú*. Este autor concluye que la información de desempeño obtenida del proceso de evaluación se utiliza en el proceso presupuestario lo que garantiza sostenibilidad de la reforma presupuestaria en nuestro país.

El proceso de evaluación para ambas variables se convierte en determinante para su ciclo de vida, así como lo manifiesta Beltrán (2011) que la evaluación de impacto determina cómo podrán mejorarse nuevos emprendimientos semejantes; y lo estipulado por Ministerio de Economía y Finanzas (2010) en la Ley N°29465 donde la evaluación incluye los sistemas de información a través de los cuales se levanta, organiza y se provee la información sobre la operación de los programas, en especial la referida a los productos que estos entregan a la población para el logro de sus objetivos.

V. Conclusiones

Primera

Se valida la hipótesis general de que existe una relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima determinado por el grado de correlación positiva y media entre las dos variables con un resultado de 0,429 y un grado de significancia de 0,004. Con respecto a los niveles de percepción el 54.5% de los servidores públicos encuestados de los hospitales de la Región Lima perciben en un nivel alto la variable Presupuesto por resultados seguido por un 43.2% en nivel medio. El 52.3% de la misma muestra perciben la variable de planificación estratégica de la comunicación en nivel medio seguida por un 45.5 % el nivel alto.

Estos resultados cobran un valor relevante para la gestión pública pues la percepción óptima de ambas variables resultará en acciones que generan valor público para el ciudadano y consolidan la institucionalidad del estado. En el caso particular de esta investigación, consolida la dinámica del Gobierno Regional de Lima, a través de la Dirección Regional de Salud.

Segunda

Solo un 31.8% de los encuestados cuentan con un nivel alto de percepción para el presupuesto por resultados y la dimensión análisis, colocando la diferencia en el nivel medio. La correlación positiva y media (0,433) representan el carácter técnico basado en conocimiento y evidencias, la disposición de herramientas para la programación y/o planeamiento de ambas variables con mayor preponderancia del presupuesto por resultados.

Tercera

Con respecto a la correlación entre Presupuesto por resultados y el diseño estratégico se observa un grado de 0,334, probando una relación positiva media, y una distribución de frecuencia que muestra un 45,5% en nivel alto de percepción en ambas variables. Los encuestados reconocen que

establecimiento de los objetivos, identificación de segmentos a intervenir o públicos, los cambios que se desean lograr, los medios, los plazos, el seguimiento y la medición de las acciones son comunes a ambas variables, pero tienen una intersección débil en las acciones desplegadas en los hospitales de la Región Lima debido a la ausencia de una mirada estratégica de la comunicación en la gestión pública.

Cuarta

El grado de correlación más alto hallado en esta investigación es de 0,547 correspondiente a la contrastación entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización, pero con mayor distribución de frecuencia (34,1%) en el nivel medio. Estos resultados concluyen la existencia de una relación más estrecha entre ambas variables. Los encuestados refieren conocer y manejar los conceptos y criterios de las dos variables, pero de forma paralelo. No consideran una metodología entrelazada a pesar de que reconocen contar con herramientas similares en ambas como es el diseño de planes de trabajo y acciones de seguimiento.

Quinta

Existe mayor desconocimiento y manejo de la evaluación de impacto, como parte de la Planificación estratégica de la comunicación, más aún relacionado al presupuesto por resultados según lo evidencia el 0,341 del grado de correlación obtenido, y por el solo 38.6% de encuestados que refieren tener un nivel alto de percepción frente a estas variables. Se asume que es por la ausencia o debilidad en la consistencia de los indicadores, especialmente en el tema comunicacional, así como el hecho del exiguo análisis y/o diagnóstico basado en la información o evidencias lo que debilita la adecuada implementación de las acciones.

Sexta

El presupuesto por resultados cuenta con un enfoque de proceso, sistemático, ordenado y orientado hacia objetivos tangibles. Además, cuenta con respaldo normativo, instrumentos de gestión validados y estandarizados, y se promueve capacitaciones continuas dirigidas al funcionario público que asume esas funciones. No es el mismo escenario de la Planificación estratégica de la comunicación, desde un enfoque de gestión integral, a pesar de que se encuentra inmerso en la misma dinámica de la gestión pública.

VI. Recomendaciones

Primera

Se recomienda a los directivos y servidores públicos reconocer relevancia de la comunicación en la generación valor público como fin primordial de una buena gestión pública. Por lo que es necesario mantener la asignación de recursos a través del presupuesto por resultados que es el mecanismo sostenible para tal fin.

Segunda

A los directivos y los encargados de comunicación se les recomiendan incorporar criterios metodológicos del presupuesto por resultados dentro del proceso de la planificación estratégica de la comunicación dentro de los hospitales (y otras entidades públicas) y realizar el fortalecimiento de capacidades de esta metodología como parte de las funciones y actividades comunicacionales en el marco de la gestión pública.

Tercera

A la comunidad académica se le recomienda mejorar y/o alimentar las nuevas conceptualizaciones de la planificación versus la gestión de la comunicación, desde un enfoque integral de proceso y es que es transversal en la dinámica administrativa del estado. Este enfoque da un sentido estratégico y de sostenibilidad a la comunicación.

Cuarta

Se recomienda a los gestores de los niveles central, regional y entidades públicas asegurar la sostenibilidad de la intervención comunicacional con respaldo administrativo como directivas institucionales, unidades orgánicas reconocidas en documentos de gestión, entre otras. Esto permitirá una composición organizacional que facilite el permanente ejercicio de

planeamiento, programación, análisis y continuidad, otorgando un cariz técnico basado en evidencias, a la planificación estratégica de la comunicación.

Quinta

A los directivos, encargados de las oficinas de comunicación y servidores públicos en general se les recomienda reconocer, aceptar y aplicar la comunicación desde una visión estratégica con un enfoque de gestión integral en los hospitales y entidades públicas que afirme una acción comunicativa cíclica, gradual, intencional y sobre todo transformadora que asegure la eficacia de las intervenciones.

Sexta

A los profesionales y/o servidores públicos encargados y relacionados a las funciones del presupuesto por resultados y planificación estratégica de la comunicación se le recomienda revisar la funcionalidad de los planes de trabajo. La idoneidad de este documento radica en su utilidad para programación, ejecución y seguimiento, pero ante la incorporación del presupuesto por resultados se observa una intersección de criterios que pueden optimizar la eficiencia de ambas variables.

Séptima

A los gestores y a los responsables de comunicación se le recomienda establecer y hacer uso de indicadores para el seguimiento y la evaluación del impacto de las actividades de comunicación dentro del marco del presupuesto por resultados, especialmente en la asignación de los recursos financieros asignados para tal fin.

Octava

Se recomienda a los profesionales y/ o encargados de las oficinas de la comunicación y a las responsables de los programas presupuestales incorporar procesos de sistematización de experiencias para asegurar la retroalimentación de la información que se obtenga de las evaluaciones y mejorar similares intervenciones.

Novena

A la comunidad académica se le sugiere mejorar la malla curricular en el pregrado o formación universitaria que fortalezca la enseñanza de la comunicación en lo público, gubernamental, la gestión y planificación de la comunicación en la gestión pública.

VII. Referencias bibliográficas

- Altamirano, M. (2014) *La Comunicación en el Hospital Metropolitano: Mecanismos para el análisis de la comunicación* (tesis de posgrado) Universidad San Francisco de Quito. Quito Ecuador.
- Beltrán, L. (2004). *Comunicación educativa e información pública sobre desastres en América Latina*. Unesco EIRD Federación Internacional de la Cruz Roja OPS/OMS.
- Beltrán, R. (Setiembre del 2011) *Comunicación Para La Salud Del Pueblo. Una revisión de conceptos Básicos*. Exposición en el IV Foro Nacional De Salud Comunitaria. La Paz. Bolivia
- Beltrán, L. (1980) *Un adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal*. La Paz, Bolivia: Mimeo
- Bernal, C. (2010) *Metodología de la investigación*. Tercera edición, Colombia: Pearson Educación
- Capriotti, P. (1992). *La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada*. Barcelona: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España.
- Delgado, T. (2013) *“Avances y perspectivas en la implementación del presupuesto por resultados en Perú”* (Tesis de Posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014), *Metodología de la Investigación*. 6ª ed. México: Ed. McGraw-Hill,
- Martin, M. (2007) Planificación en Comunicación: Tres Aproximaciones a su Finalidad en las Organizaciones. *Razón y Palabra*. Numero 55
Recuperado de
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/mmartin.html>
02/09/2016
- Middleton, J. (1981) *Enfoques sobre la planificación de la comunicación*. Quito, Ecuador: CIESPAL UNESCO.

Ministerio de Economía y Finanzas (2007) Ley de presupuesto público para el año fiscal 2008 Ley N 29142. Lima. Perú. Recuperado de https://mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/sectr_publ/presu_2008/Ley29142_DePresupuesto2008.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (2004) Ley Nacional de presupuesto Ley N° 28411. Lima. Perú. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_docman&task=doc...

Ministerio de Economía y Finanzas (2008) *Conceptos y Líneas de Acción*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/documentac/generales/CONCEPTOS_Y_LINEAS_DE_ACCION_PPR.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (2008) Ley de presupuesto público para el año fiscal 2010 Ley N° 29289. Recuperado de https://mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/sectr_publ/presu_2009/Ley29289_DePresupuesto2009.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (2009) Ley de presupuesto público para el año fiscal 2010 Ley N° 29465. Recuperado de https://mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2327&Itemid=101158&lang=es

Ministerio de Economía y Finanzas (2011) *El Sistema nacional de presupuesto*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/capacita/guia_sistema_nacional_presupuesto.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (2011) Ley de presupuesto público para el año fiscal 2012 Ley N° 2981. Recuperado de https://mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2327&Itemid=101158&lang=es

Mondragón, M. (2014) Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico. Vol.8 (1)* .98-104

- Morales, F. (2006) *La comunicación Planificada: Estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores* (tesis de posgrado). Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra. España
- Prieto, D. (2004) Gestión de la comunicación, una práctica en medio de condicionamientos. *Dialoguemos. INTA Vol. 13*, pp 3-7. Buenos Aires, Argentina
- Ramos, L. y Albitres, R. (2010) *Sistema de gestión para resultados en el Perú* (tesis de posgrado). Universidad Nacional de Ingeniería, Lima. Perú
- Real Academia Española (2017). *Diccionario de la Lengua Española*, Edición de Tricentenario. Consultado el 27 de febrero de 2017 <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>
- Robinson, M. y Last, D. (2009) *Un modelo básico de presupuestación por resultados*. Notas Técnicas y Manuales. Washington, DC. Fondo Monetario Internacional.
- Rodrigo, M. (2011) Modelos de la comunicación. *Portal de la Comunicación InCom-UAB · Lecciones del portal*. Barcelona España. Recuperado http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=20
- Tanaka ,E. (2011) *Influencia del presupuesto por resultados en la Gestión Financiera Presupuestal del Ministerio de Salud* (tesis de posgrado) Universidad Nacional Mayor De San Marcos. Lima, Perú.
- Uranga, W. (2015) Gestionar desde la comunicación-gestionar procesos comunicación. *Universidad Nacional de la Plata. Argentina*. Recuperado http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/46822/Documento_completo.pdf?sequence
- Uranga, W. (2015) *Gestión comunicacional del cambio: El desafío de lo público. Terceras jornadas de comunicación institucional*. Simposio llevado a cabo en el Primer encuentro nacional de cátedras de comunicación institucional y planificación de la comunicación. Redcom. Tucumán. Argentina

Vara, A. (2010) *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales? Manual breve para los tesisistas de Administración, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing*. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de las Universidad De San Martin de Porres. Lima, Perú.

Anexos

Anexo 1: Matriz de Consistencia

El presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima 2016						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<p>Problema principal:</p> <p>¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016?</p> <p>¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima en el 2016?</p> <p>¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima en el 2016?</p> <p>¿Cómo se relaciona el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el 2016?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Establecer la relación el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar la relación entre el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.</p> <p>Reconocer la relación entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima en el 2016.</p> <p>Identificar la relación entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima en el 2016.</p> <p>Reconocer la relación entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el 2016.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>Existe relación significativa y positiva el presupuesto por resultados con el análisis en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.</p> <p>Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con el Diseño estratégico en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.</p> <p>Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la ejecución y fiscalización en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.</p> <p>Existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados con la Evaluación de impacto en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.</p>	Variable 1: Presupuesto por resultados			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	escala
			Programas presupuestales	Diseño	4	Siempre Casi Siempre A veces Casi Nunca Nunca
			Seguimiento	Cumplimiento de metas	7	
				Ejecución presupuestal		
			Evaluaciones independientes	Eficacia	9	
				Eficiencia		
				Resultados en la población		
			Variable 2: Planificación estratégica de la comunicación			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	escala
			Análisis	Identificación de públicos Políticas y programas Recursos disponibles	7	Siempre Casi Siempre A veces Casi Nunca Nunca
			Diseño estratégico	Objetivos Medios	6	
			Ejecución y fiscalización	Plan	6	
			Evaluación de impacto	Medición de efectos	3	

Anexo 2: Instrumento que mide el Presupuesto por Resultados



Cuestionario

Estimado(a) funcionario, el presente cuestionario tiene como propósito recoger información sobre el proceso del presupuesto por resultados y reconocer los avances y dificultades de su implementación. Es de carácter anónimo, por lo que te solicitamos responder con sinceridad, verdad y en total libertad marcando con una (x) el casillero con la alternativa que consideres verdadera.

Muchas Gracias.

LEYENDA		
Siempre	S	5
Casi Siempre	CS	4
A veces	AV	3
Casi Nunca	CN	2
Nunca	N	1

Nº	V1: Presupuesto por resultados	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN 1: Programas presupuestales	S	CS	AV	CN	N
1	¿Maneja los programas presupuestales que se desarrollan en su entidad?					
2	¿Recibe capacitación sobre cómo trabajar con el PPR?					
3	¿Participa directamente en el diseño de actividades de algún programa presupuestal?					
4	¿Considera que el desarrollo actual de los programas presupuestales en su institución es óptimo?					
	DIMENSIÓN 2: Seguimiento	S	CS	AV	CN	N
5	¿Conoce los objetivos metas, indicadores de los programas presupuestales de su institución?					
6	¿Tiene asignado la responsabilidad de alguna de las metas del presupuesto por resultados?					
7	¿Reconoce la diferencia entre meta física y meta financiera?					

8	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance física?					
9	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance financiero?					
10	¿Considera que el gasto está de acuerdo al avance de las metas físicas logradas?					
11	¿Considera que el gasto se realiza de forma oportuna y coherente a las necesidades de la institución?					
	DIMENSIÓN 3: Evaluaciones independientes	S	CS	AV	CN	N
12	¿Considera que las evaluaciones del PPR que se realizan son suficientes?					
13	¿Participa de las reuniones de evaluación de cumplimiento de metas?					
14	¿Considera que la información obtenida en las evaluaciones es suficiente?					
15	¿Cree usted que se aprende de las evaluaciones realizadas?					
16	¿Considera que todo el personal está comprometido en el cumplimiento de actividades?					
17	¿Cree usted que se repiten los mismos errores con respecto al PPR en los últimos 3 años?					
18	¿Considera que las actividades desarrolladas están mejorando las condiciones de vida de la población?					
19	¿La población conoce sobre las intervenciones del PPR en sus comunidades?					
20	¿La población organizada participa en algún proceso del PPR con su institución?					

Anexo 3: Instrumento que mide la Planificación estratégica de la comunicación

Cuestionario



Estimado(a) funcionario, el presente cuestionario tiene como propósito recoger información sobre el proceso de planificación estratégica de la comunicación en su hospital y reconocer el aporte en las labores diarias. Es de carácter anónimo, por lo que te solicitamos responder con sinceridad, verdad y en total libertad marcando con una (x) el casillero con la alternativa que consideres verdadera. Muchas Gracias.

LEYENDA		
Siempre	S	5
Casi Siempre	CS	4
A veces	AV	3
Casi Nunca	CN	2
Nunca	N	1

Nº	V2: Planificación estratégica de la comunicación	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN 1: Análisis	S	CS	AV	CN	N
1	¿Los públicos de intervención de las acciones de comunicación son identificados como uno de los primeros pasos de la planificación?					
2	¿Considera importante identificar estos públicos?					
3	¿Tiene información sobre la caracterización de los públicos que atiende su institución?					
4	¿Existe política de comunicación en su institución?					
5	¿Maneja normativas (nacionales y/o regionales) que relacione la acción de comunicación con la labor de su institución?					
6	¿Dispone de facilidades para desarrollar acciones de comunicación en su institución?					
7	¿Los planes de comunicación se aprueban con presupuesto asignado?					
	DIMENSIÓN 2: Diseño estratégico	S	CS	AV	CN	N

8	¿Considera necesario establecer objetivos de comunicación?					
9	¿Sus objetivos se relacionan con los públicos identificados?					
10	¿Sus objetivos de comunicación se relacionan con las metas de su institución?					
11	¿Conoce los medios disponibles para realizar las acciones de comunicación?					
12	¿Cuenta con suficiente cantidad de medios en su entorno para desarrollar las acciones de comunicación?					
13	¿Los medios son adecuados y oportunos para el desarrollo de las acciones de comunicación propuestas?					
	DIMENSIÓN 3: Ejecución y fiscalización	S	CS	AV	CN	N
14	¿Se diseñan los planes de comunicación con oportunidad?					
15	¿Se diseñan los planes de comunicación en coherencia con objetivos institucionales?					
16	¿Se cumple con la programación de actividades de comunicación?					
17	¿Se establecen metas de las acciones comunicacionales?					
18	¿Se relaciona el avance físico con el presupuesto de las acciones de comunicación?					
19	¿Existe responsabilidad por el incumplimiento de las acciones de comunicación?					
	DIMENSIÓN 4: Evaluación de impacto	S	CS	AV	CN	N
20	¿Existen indicadores que reflejen las acciones de comunicación?					
21	¿Se evalúa la planificación de las acciones de comunicación en su institución?					
22	¿Con la información disponible puede determinar si ha sido efectiva la planificación de la comunicación en su institución?					

Anexo 4: Confiabilidad

Variable 1 Presupuesto por resultados

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,872	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ppr1	68,87	95,016	,715	,857
ppr2	69,77	95,909	,625	,860
ppr3	69,30	97,114	,550	,863
ppr4	69,53	101,499	,486	,866
ppr5	68,87	97,913	,674	,860
ppr6	69,33	98,092	,314	,877
ppr7	68,63	102,102	,351	,870
ppr8	68,70	102,217	,409	,868
ppr9	68,73	101,375	,464	,866
ppr10	69,80	101,959	,434	,867
ppr11	69,90	102,162	,388	,869
ppr12	69,83	103,592	,335	,870
ppr13	69,37	92,861	,731	,855
ppr14	69,80	95,614	,670	,859
ppr15	69,27	98,616	,602	,862
ppr16	69,67	101,333	,463	,866
ppr17	69,63	107,964	,059	,878
ppr18	69,50	101,569	,485	,866
ppr19	70,30	95,666	,531	,864
ppr20	70,73	99,720	,325	,873

Variable 2 Planificación Estratégica de la Comunicación

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,955	22

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PC1	77,37	244,240	,743	,953
PC2	76,07	261,651	,428	,956
PC3	77,63	241,620	,733	,953
PC4	77,37	244,378	,686	,953
PC5	77,57	249,633	,467	,956
PC6	77,07	245,789	,665	,954
PC7	77,50	239,569	,678	,954
PC8	76,03	261,206	,489	,956
PC9	76,63	247,551	,698	,953
PC10	76,93	247,168	,841	,952
PC11	76,97	248,792	,641	,954
PC12	77,27	252,409	,511	,955
PC13	77,33	244,299	,713	,953
PC14	77,37	241,413	,710	,953
PC15	77,37	239,344	,849	,951
PC16	77,07	245,582	,798	,952
PC17	77,10	241,266	,732	,953
PC18	77,40	238,110	,788	,952
PC19	77,37	237,826	,735	,953
PC20	77,30	235,183	,789	,952
PC21	77,57	233,082	,790	,952
PC22	77,23	239,426	,773	,952

Anexo 5:Base de Datos

Base de datos Variable Presupuesto por resultados

	pr1	pr2	pr3	pr4	pr5	pr6	pr7	pr8	pr9	pr10	pr11	pr12	pr13	pr14	pr15	pr16	pr17	pr18	pr19	pr20
ppr1	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4
ppr2	3	4	4	3	5	1	5	4	5	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	4
ppr3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	3	2
ppr4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	5	3	3	5	4
ppr5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	2	1
ppr6	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
ppr7	4	3	1	4	4	2	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
ppr8	5	5	5	3	5	2	5	5	5	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4
ppr9	3	2	1	3	3	5	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	2	1
ppr10	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3
ppr11	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	1	1
ppr12	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	2	3	3	3	4	4	5	4	4	1
ppr13	5	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	3	3	4	3	5	5	5	3	1
ppr14	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	2
ppr15	4	2	5	3	4	5	5	5	5	2	2	2	5	2	3	2	4	3	2	1
ppr16	3	2	3	2	3	3	4	5	3	3	2	3	3	1	3	3	5	3	1	1
ppr17	1	1	3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	1
ppr18	5	4	3	3	5	1	5	5	5	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3
ppr19	5	3	4	3	4	4	5	5	5	2	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3
ppr20	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	5	4	3	4	1	3
ppr21	4	3	4	3	4	5	5	4	4	2	3	3	4	3	5	2	4	3	2	1
ppr22	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
ppr23	5	3	3	4	3	1	5	5	5	4	3	5	4	4	3	3	3	3	1	1

ppr24	5	3	3	4	3	2	5	5	5	4	3	5	4	4	3	3	3	3	1	1
ppr25	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4
ppr26	5	3	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
ppr27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	3	3	5	5	4
ppr28	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	1
ppr29	5	3	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	3	3
ppr30	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4
ppr31	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	2	3
ppr32	5	4	3	3	5	5	5	4	4	4	3	5	4	3	3	1	5	4	2	3
ppr33	5	2	3	5	4	5	5	2	5	3	5	4	5	4	4	5	3	4	3	4
ppr34	4	2	4	4	4	5	5	4	5	3	4	3	3	3	2	4	4	4	2	4
ppr35	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
ppr36	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3
ppr37	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	3
ppr38	4	3	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	2
ppr39	3	1	3	3	4	1	5	5	1	1	3	2	1	1	3	4	4	4	2	1
ppr40	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4
ppr41	4	3	5	3	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
ppr42	5	3	1	4	4	1	5	3	4	3	3	3	1	3	4	3	4	4	3	4
ppr43	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	2
ppr44	4	3	3	3	4	2	5	4	4	3	3	4	3	3	4	1	3	3	2	1

Base de datos Variable Planificación estratégica de la Comunicación

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
PC1	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	2	4
PC2	3	5	4	3	2	3	1	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	1	3	3	2	3
PC3	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
PC4	3	5	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
PC5	3	4	2	3	3	4	2	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3
PC6	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
PC7	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4
PC8	5	5	2	4	4	3	2	5	3	4	3	4	3	2	2	4	5	4	5	2	2	2
PC9	3	4	3	3	3	4	1	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	2	2	2	3
PC10	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	1	1
PC11	3	5	2	2	1	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3
PC12	4	5	3	1	1	5	3	5	4	4	4	5	4	1	3	4	3	2	1	5	2	4
PC13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
PC14	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5
PC15	1	5	1	3	5	5	1	5	5	3	5	4	2	1	1	3	1	1	1	1	1	4
PC16	3	5	3	3	3	3	2	5	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
PC17	1	4	1	2	2	1	2	4	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
PC18	3	4	2	2	2	3	3	4	2	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2
PC19	3	5	2	3	2	2	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3
PC20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5
PC21	3	5	3	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4
PC22	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
PC23	3	5	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	5	4
PC24	3	5	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
PC25	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5

PC26	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
PC27	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
PC28	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
PC29	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
PC30	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
PC31	3	5	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
PC32	4	5	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3
PC33	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4
PC34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	5
PC35	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
PC36	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
PC37	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
PC38	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3
PC39	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5
PC40	4	5	3	3	3	3	4	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4
PC41	2	5	3	1	2	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3
PC42	3	5	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	4
PC43	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
PC44	2	4	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2

Anexo 6: Certificados de validez



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA DE LA COMUNICACION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Análisis							
1	¿Los públicos de intervención de las acciones de comunicación son identificados como uno de los primeros pasos de la planificación?	✓		✓		✓		
2	¿Considera importante identificar estos públicos?	✓		✓		✓		
3	¿Tiene información sobre la caracterización de los públicos que atiende su institución?	✓		✓		✓		
4	¿Existe política de comunicación en su institución?	✓		✓		✓		
5	¿Maneja normativas (nacionales y/o regionales) que relacione la acción de comunicación con la labor de su institución?	✓		✓		✓		
6	¿Dispone de facilidades para desarrollar acciones de comunicación en su institución?	✓		✓		✓		
7	¿Los planes de comunicación se aprueban con presupuesto asignado?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Diseño estratégico							
8	¿Considera necesario establecer objetivos de comunicación?	✓		✓		✓		
9	¿Sus objetivos se relacionan con los públicos identificados?	✓		✓		✓		
10	¿Sus objetivos de comunicación se relacionan con las metas de su institución?	✓		✓		✓		
11	¿Conoce los medios disponibles para realizar las acciones de	✓		✓		✓		

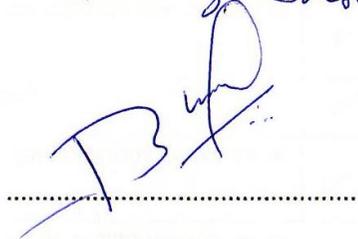
	comunicación?						
12	¿Cuenta con suficiente cantidad de medios en su entorno para desarrollar las acciones de comunicación?	✓		✓		✓	
13	¿Los medios son adecuados y oportunos para el desarrollo de las acciones de comunicación propuestas?	✓		✓		✓	
	DIMENSIÓN 3: Ejecución y fiscalización	Si	No	Si	No	Si	No
14	¿Se diseñan los planes de comunicación con oportunidad?	✓		✓		✓	
15	¿Se diseñan los planes de comunicación en coherencia con objetivos institucionales?	✓		✓		✓	
16	¿Se cumple con la programación de actividades de comunicación?	✓		✓		✓	
17	¿Se establecen metas de las acciones comunicacionales?	✓		✓		✓	
18	¿Se relaciona el avance físico con el presupuesto de las acciones de comunicación?	✓		✓		✓	
19	¿Existe responsabilidad por el incumplimiento de las acciones de comunicación?	✓		✓		✓	
	DIMENSIÓN 4: Evaluación de impacto	Si	No	Si	No	Si	No
20	¿Existen indicadores que reflejen las acciones de comunicación?	✓		✓		✓	
21	¿Se evalúa la planificación de las acciones de comunicación en su institución?	✓		✓		✓	
22	¿Con la información disponible puede determinar si ha sido efectiva la planificación de la comunicación en su institución?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg. TORNERO CRUZATT, VLADIMIR DNI: 10372957

Especialidad del validador: Mg. Educación con Metodología Investigativa I



¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL PRESUPUESTO POR RESULTADOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad ³		Sugerencias
		1		2				
	DIMENSIÓN 1: Programas presupuestales	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Maneja los programas presupuestales que se desarrollan en su entidad?	✓		✓		✓		
2	¿Recibe capacitación sobre cómo trabajar con el PPR?	✓		✓		✓		
3	¿Participa en el diseño de actividades de su institución de algún programa presupuestal?	✓		✓		✓		
4	¿Considera que el desarrollo actual de los programas presupuestales en su institución es óptimo?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Seguimiento	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Conoce los objetivos metas, indicadores de los programas presupuestales de su institución?	✓		✓		✓		
6	¿Le asignan la responsabilidad de alguna de las metas del presupuesto por resultados?	✓		✓		✓		
7	¿Reconoce la diferencia entre meta física y meta financiera?	✓		✓		✓		
8	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance física?	✓		✓		✓		
9	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance financiero?	✓		✓		✓		
10	¿Considera que el gasto está de acuerdo al avance de las metas físicas logradas?	✓		✓		✓		

11	¿Considera que el gasto se realiza de forma oportuna y coherente a las necesidades de la institución?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	DIMENSIÓN 3: Evaluaciones independientes	Si	No	Si	No	Si	No	
12	¿Considera que las evaluaciones del PPR que se realizan son suficientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	¿Participa de las reuniones de evaluación de cumplimiento de metas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14	¿Considera que la información obtenida en las evaluaciones es suficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15	¿Cree usted que se aprende de las evaluaciones realizadas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	¿Considera que todo el personal está comprometido en el cumplimiento de actividades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	¿Cree usted que se repiten los mismos errores con respecto al PPR en los últimos 3 años?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18	¿Considera que las actividades desarrolladas están mejorando las condiciones de vida de la población?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
19	¿La población conoce sobre las intervenciones del PPR en sus comunidades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
20	¿La población organizada participa en algún proceso del PPR con su institución?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. TORNERO CRUZATT, VLADIMIR

DNI: 10372957

Especialidad del validador: *Hg Educación - Metodología Investigación - J*

Bmp

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA DE LA COMUNICACION

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Análisis							
1	¿Los públicos de intervención de las acciones de comunicación son identificados como uno de los primeros pasos de la planificación?	X		X		X		
2	¿Considera importante identificar estos públicos?	X		X		X		
3	¿Tiene información sobre la caracterización de los públicos que atiende su institución?	X		X		X		
4	¿Existe política de comunicación en su institución?	X		X		X		
5	¿Maneja normativas (nacionales y/o regionales) que relacione la acción de comunicación con la labor de su institución?	X		X		X		
6	¿Dispone de facilidades para desarrollar acciones de comunicación en su institución?	X		X		X		
7	¿Los planes de comunicación se aprueban con presupuesto asignado?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Diseño estratégico							
8	¿Considera necesario establecer objetivos de comunicación?	X		X		X		
9	¿Sus objetivos se relacionan con los públicos identificados?	X		X		X		
10	¿Sus objetivos de comunicación se relacionan con las metas de su institución?	X		X		X		

11	¿Conoce los medios disponibles para realizar las acciones de comunicación?	X		X		X		
12	¿Cuenta con suficiente cantidad de medios en su entorno para desarrollar las acciones de comunicación?	X		X		X		
13	¿Los medios son adecuados y oportunos para el desarrollo de las acciones de comunicación propuestas?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Ejecución y fiscalización	Si	No	Si	No	Si	No	
14	¿Se diseñan los planes de comunicación con oportunidad?	X		X		X		
15	¿Se diseñan los planes de comunicación en coherencia con objetivos institucionales?	X		X		X		
16	¿Se cumple con la programación de actividades de comunicación?	X		X		X		
17	¿Se establecen metas de las acciones comunicacionales?	X		X		X		
18	¿Se relaciona el avance físico con el presupuesto de las acciones de comunicación?	X		X		X		
19	¿Existe responsabilidad por el incumplimiento de las acciones de comunicación?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Evaluación de impacto	Si	No	Si	No	Si	No	
20	¿Existen indicadores que reflejen las acciones de comunicación?	X		X		X		
21	¿Se evalúa la planificación de las acciones de comunicación en su institución?	X		X		X		
22	¿Con la información disponible puede determinar si ha sido efectiva la planificación de la comunicación en su institución?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): PROCEDE

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

Apellidos y nombres del juez validador: Hidalgo Torres Darwin William DNI: 09472551

Especialidad del validador: Metodólogo de la investigación científica.

Lima, 10 de diciembre de 2016.

HIDALGO TORRES DARWIN WILLIAM
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALISTA EN METODOLOGÍA
DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA



¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL PRESUPUESTO POR RESULTADOS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad ³		Sugerencias
		1		2				
	DIMENSIÓN 1: Programas presupuestales	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Maneja los programas presupuestales que se desarrollan en su entidad?	X		X		X		
2	¿Recibe capacitación sobre cómo trabajar con el programa presupuesto por resultados?	X		X		X		
3	¿Participa en el diseño de actividades de su institución de algún programa presupuestal?	X		X		X		
4	¿Considera que el desarrollo actual de los programas presupuestales en su institución es óptimo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Seguimiento	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5	¿Conoce los objetivos, metas, indicadores de los programas presupuestales de su institución?	X		X		X		
6	¿Tiene asignado la responsabilidad de alguna de las metas del presupuesto por resultados?	X		X		X		
7	¿Reconoce la diferencia entre meta física y meta financiera?	X		X		X		
8	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance física?	X		X		X		
9	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance financiero?	X		X		X		
10	¿Considera que el gasto está de acuerdo al avance de las metas físicas logradas?	X		X		X		
11	¿Considera que el gasto se realiza de forma oportuna y coherente a las necesidades de la institución?	X		X		X		

	DIMENSIÓN 3: Evaluaciones independientes	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
12	¿Considera que las evaluaciones del programa presupuesto por resultados que se realizan son suficientes?	X		X		X		
13	¿Participa de las reuniones de evaluación de cumplimiento de metas?	X		X		X		
14	¿Considera que la información obtenida en las evaluaciones es suficiente?	X		X		X		
15	¿Cree usted que se aprende de las evaluaciones realizadas?	X		X		X		
16	¿Considera que todo el personal está comprometido en el cumplimiento de actividades?	X		X		X		
17	¿Cree usted que se repiten los mismos errores con respecto al programa presupuesto por resultados en los últimos 3 años?	X		X		X		
18	¿Considera que las actividades desarrolladas están mejorando las condiciones de vida de la población?	X		X		X		
19	¿La población conoce sobre las intervenciones del programa presupuesto por resultados en sus comunidades?	X		X		X		
20	¿La población organizada participa en algún proceso del programa presupuesto por resultados con su institución?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **PROCEDE**

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. Hidalgo Torres Darwin William**

DNI: 09472551

Especialidad del validador: **Metodólogo en la investigación científica**

Lima, 10 de diciembre de 2016

HIDALGO TORRES DARWIN WILLIAM
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALISTA EN METODOLOGÍA
DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA



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

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL PRESUPUESTO POR RESULTADOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad ³		Sugerencias
		1		2				
	DIMENSIÓN 1: Programas presupuestales	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Maneja los programas presupuestales que se desarrollan en su entidad?	X		X		X		
2	¿Recibe capacitación sobre cómo trabajar con el programa presupuesto por resultados?	X		X		X		
3	¿Participa en el diseño de actividades de su institución de algún programa presupuestal?	X		X		X		
4	¿Considera que el desarrollo actual de los programas presupuestales en su institución es óptimo?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Seguimiento	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5	¿Conoce los objetivos, metas, indicadores de los programas presupuestales de su institución?	X		X		X		
6	¿Tiene asignado la responsabilidad de alguna de las metas del presupuesto por resultados?	X		X		X		
7	¿Reconoce la diferencia entre meta física y meta financiera?	X		X		X		
8	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance física?	X		X		X		
9	¿Cuenta con herramienta de verificación de avance financiero?	X		X		X		
10	¿Considera que el gasto está de acuerdo al avance de las metas físicas logradas?	X		X		X		
11	¿Considera que el gasto se realiza de forma oportuna y coherente a las necesidades de la institución?	X		X		X		

DIMENSIÓN 3: Evaluaciones independientes		Sí	No	Sí	No	Sí	No
12	¿Considera que las evaluaciones del programa presupuesto por resultados que se realizan son suficientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	¿Participa de las reuniones de evaluación de cumplimiento de metas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	¿Considera que la información obtenida en las evaluaciones es suficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	¿Cree usted que se aprende de las evaluaciones realizadas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	¿Considera que todo el personal está comprometido en el cumplimiento de actividades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	¿Cree usted que se repiten los mismos errores con respecto al programa presupuesto por resultados en los últimos 3 años?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	¿Considera que las actividades desarrolladas están mejorando las condiciones de vida de la población?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	¿La población conoce sobre las intervenciones del programa presupuesto por resultados en sus comunidades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	¿La población organizada participa en algún proceso del programa presupuesto por resultados con su institución?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Justo

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Benítez Lora Luis DNI: 080200
Especialidad del validador: Psicólogo

Lima, 10 de diciembre de 2016


.....
Firma

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA DE LA COMUNICACION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Análisis							
1	¿Los públicos de intervención de las acciones de comunicación son identificados como uno de los primeros pasos de la planificación?	X		X		X		
2	¿Considera importante identificar estos públicos?	X		X		X		
3	¿Tiene información sobre la caracterización de los públicos que atiende su institución?	X		X		X		
4	¿Existe política de comunicación en su institución?	X		X		X		
5	¿Maneja normativas (nacionales y/o regionales) que relacione la acción de comunicación con la labor de su institución?	X		X		X		
6	¿Dispone de facilidades para desarrollar acciones de comunicación en su institución?	X		X		X		
7	¿Los planes de comunicación se aprueban con presupuesto asignado?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Diseño estratégico							
8	¿Considera necesario establecer objetivos de comunicación?	X		X		X		
9	¿Sus objetivos se relacionan con los públicos identificados?	X		X		X		
10	¿Sus objetivos de comunicación se relacionan con las metas de su institución?	X		X		X		
11	¿Conoce los medios disponibles para realizar las acciones de	X		X		X		

	comunicación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
12	¿Cuenta con suficiente cantidad de medios en su entorno para desarrollar las acciones de comunicación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
13	¿Los medios son adecuados y oportunos para el desarrollo de las acciones de comunicación propuestas?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	DIMENSIÓN 3: Ejecución y fiscalización	Si	No	Si	No	Si	No
14	¿Se diseñan los planes de comunicación con oportunidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
15	¿Se diseñan los planes de comunicación en coherencia con objetivos institucionales?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
16	¿Se cumple con la programación de actividades de comunicación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
17	¿Se establecen metas de las acciones comunicacionales?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
18	¿Se relaciona el avance físico con el presupuesto de las acciones de comunicación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
19	¿Existe responsabilidad por el incumplimiento de las acciones de comunicación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	DIMENSIÓN 4: Evaluación de impacto	Si	No	Si	No	Si	No
20	¿Existen indicadores que reflejen las acciones de comunicación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
21	¿Se evalúa la planificación de las acciones de comunicación en su institución?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
22	¿Con la información disponible puede determinar si ha sido efectiva la planificación de la comunicación en su institución?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiente

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Señor Lic. Lora

DNI: 0801215

Especialidad del validador: Psicología

Lima, 10 de diciembre de 2016


Dr. Luis Alberto Núñez Lora
ASESOR PEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN

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

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

Anexo 7: Artículo científico



Presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la
comunicación en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016

Luisa Guerrero
Luisa.guerrero30@gmail.com

Resumen

El objetivo general de esta investigación es determinar la relación entre el presupuesto por resultados (PpR) y la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima. Año 2016. La metodología de la investigación es de enfoque cuantitativo, el diseño no experimental, el tipo de estudio es básica y correlacional. La población del presente estudio estuvo constituida por servidores públicos, relacionados a la unidad de investigación, de los cuatro hospitales nivel II-2 de la región Lima, siendo una población- muestra de carácter intencional no probabilística de 44 encuestados.

Los datos se recolectaron mediante la aplicación de encuesta usando cuestionarios para ambas variables. Se aplicó prueba piloto a 30 servidores para obtener la confiabilidad resultando el alfa de Cronbach igual 0.872 para la primera variable y 0,955 para la segunda variable. La tabulación y análisis de los datos se realizaron haciendo uso del programa estadístico SPSS versión 22.0.

Se concluye que los valores altos de percepción de los encuestados son en un nivel alto con el 54.5% en la variable presupuesto por resultados y el 52.3% perciben la variable de la planificación estratégica de la comunicación en nivel medio. En el análisis correlacional se determina que existe relación significativa y positiva media entre ambas variables con un valor de 0,429, con un nivel de significancia de 0,004.

PALABRAS CLAVE: presupuesto por resultados, planificación, comunicación, gestión pública

Abstrac

The general objective of this research is to determine the relationship between results budget (PpR) and strategic planning of communication in Hospitals in the Lima Region. Year 2016. The methodology of the research is of quantitative approach, non-experimental design, the type of study is basic and correlational. The population of the present study was constituted by public servants, related to the investigation unit, of the four hospitals level II-2 of the Lima region, being a sample population of intentional non-probabilistic character of 44 respondents.

The data were collected using the survey application using questionnaires for both variables. A pilot test was applied to 30 servers to obtain reliability resulting in Cronbach's alpha being equal to 0.872 for the first variable and 0.955 for the second variable. The tabulation and analysis of the data were made using the statistical program SPSS version 22.0.

It is concluded that the high values of perception of the respondents are at a high level with 54.5% in the variable budget by results and 52.3% perceive the variable of the strategic planning of communication in the middle level. In the correlation analysis it is determined that there is a significant and positive mean relationship between both variables with a value of 0.429, with a level of significance of 0.004.

KEY WORDS: budget for results, planning, communication, public management

Introducción

Hoy, en Perú, todo proceso de gestión pública busca mecanismos que permitan evidenciar y transparentar el gasto presupuestal. Para ello se debe contar con procesos claros de planificación, programación ejecución y evaluación de las acciones estatales traducidos en resultados, aún no observados en entidades públicas evidenciando poca articulación y eficacia en sus intervenciones. Hablar de eficacia es relacionarla a los costos que genera el logro de los resultados propuestos. En el ámbito comunicacional, el tema de gestión, de planificación, de evaluación es aún más débil. Es menester su revisión ya que en los últimos años los programas presupuestales han incorporado resultados en comunicación. La finalidad de esta investigación es establecer la relación entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación en los hospitales de la Región Lima durante el año 2016 desde la percepción de los servidores públicos relacionados en este proceso.

Esta tesis provee una articulación de conceptos de presupuestación y gestión de la comunicación enfatizando los procesos comunicacionales como herramientas de gestión pública en el logro de resultados. Esta intersección, nueva en el escenario público, es oportunidad de aporte metodológico, teórico,

práctico y legal para garantizar el mejor desempeño y conocimiento de los funcionarios públicos, revitalizar el aprendizaje organizacional orientadas a mejorar la asignación presupuestal en este rubro, aportar a la formación de los profesionales en comunicación que se desempeñen en el sector público. Otorgará además valor práctico para la aplicación y asertividad de las funciones de los sistemas de gestión y/o planificación de la comunicación, tanto en los niveles operativos como estratégicos, de planeamiento, ejecución y evaluación de las acciones comunicacionales en el sector salud.

Revisión de la literatura

El marco conceptual de esta investigación está definida por la normatividad vigente emitida por el Ministerio de Economía y Finanzas (2004) como la Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto para la variable Presupuestos por resultados. Los antecedentes van acompañados a la importancia de revisar el PpR en la medida de la su creciente aplicación en la gestión pública en el país. Ya manifestaba Ramos y Albitres (2010) que las principales dificultades para su implementación son el inadecuado planeamiento público, la poca visibilidad de la puesta en operación de un sistema de monitoreo y evaluación de la gestión pública, falta de una cultura de enfoque de desempeño institucional basado en resultados, baja flexibilidad de normas y sistemas administrativos, y el frágil enlace entre lo estratégico y lo presupuestal.

Delgado (2013), con una mirada distinta, concluye que la estrategia de implementación del PpR en Perú es la adecuada, que existe un marco normativo que define los procesos claves para la implementación, que la información de desempeño se utiliza en el proceso presupuestario y, por último, que la sostenibilidad de la reforma presupuestaria está garantizada. El aporte de Tanaka (2011) es la identificación de los factores influyentes del PpR en la gestión financiera-presupuestal del Ministerio de Salud concluyendo que la eficacia y eficiencia del gasto público está conformado por la Relación Planes-Presupuesto; Capacitación e identificación de los Trabajadores encargados de las fases presupuestales; Participación Ciudadana en la toma de decisiones presupuestales

y control del presupuesto; y Priorización de los resultados y efectos en lugar de insumos y gastos.

En las bases teóricas nos remitimos a la Nueva gerencia Pública (NGP), en la década de los setenta y que representa una mirada diferente a la administración del estado, específicamente al sistema de presupuesto público. El presupuesto público es un mecanismo a través del cual se implementan los planes del Gobierno y establece el manejo de los recursos financieros disponibles. En Perú, este mecanismo se establece, desde la gestión macro por la Ley Nacional de presupuesto Ley N° 28411 y por año mediante las leyes de presupuesto público que aprueba el Congreso de la República. Estas leyes expresan la intencionalidad del gasto, respondiendo a las prioridades, objetivos y metas del Estado. Autores como Guzmán (2011) vincula el concepto del presupuesto por resultados desde la obligación “a poner un mayor énfasis en relacionar los objetivos, los recursos y el desempeño” (p.10) en el proceso presupuestario. Robinson y Duncan Last del FMI (2009) la presupuestación por resultados busca mejorar la eficiencia y eficacia del gasto público instituyendo un vínculo entre el financiamiento de las entidades estatales y su desempeño.

Para la variable Planificación estratégica de la comunicación nos remitimos a Beltrán (2004) quien la define como el mecanismo para lograr la eficiencia y eficacia de los objetivos comunicacionales propuestos. Como antecedentes, Altamirano (2014) nos conduce hacia un concepto de imagen como resultado de la comunicación, y responde a implementación tecnológica y de recursos humano, y luego se utiliza los recursos en procesos de recordación y en la promoción de la calidad y calidez de la atención que debe responder a la satisfacción de los ciudadanos frente al servicio recibido, y que está construido por la imagen pública y reputación del Hospital, el clima laboral cuyas recomendaciones deben ser planteadas en un Plan de Comunicación. Morales (2006) nos habla de enfoques y un modelo de construcción de planificación de la comunicación referidas a la gestión de la comunicación, demuestran la indispensabilidad de la comunicación en la consolidación y reputación de la imagen, valorizándolo desde la demarcación del objetivo o eje de la marca, que operativizan sus acciones comunicacionales con herramientas, generalmente

documentos escritos, para la gestión de presupuestos, ya sea planes de marketing o de comunicación interna.

Las bases teóricas alusivas al concepto de la comunicación son la teoría del Conductismo con Laswell y Laszarsfeld, quienes exponen que el público no es una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con capacidad de decidir qué es lo que quieren ver, cuándo y cómo. Schramm que expone la necesidad para el emisor y el receptor de hablar el mismo lenguaje y la influencia del comportamiento del receptor, notándose un nuevo concepto de feed-back, basado en la experiencia o del conocimiento personal del emisor. Por último Rodrigo (2011) cita "Weaver consideraba la comunicación como el "conjunto de procedimientos por medio de los cuales un mecanismo (...) afecta a otro mecanismo". Como puede apreciarse esta idea sintoniza perfectamente con uno de los elementos fundamentales del proceso de comunicación como es su capacidad de influencia". (p.2)

En la vanguardia, autores como Prieto (2004) precisa que la Gestión de la Comunicación está en evolución y va cobrando relevancia en la medida que afecta el quehacer institucional. Vincula fases de diagnóstico y planificación con una acción más concreta en pos de logro comunicacional, considerando que el diagnóstico es imprescindible, que debe estar relacionado al contexto y que dependerá de la estrategia empleadas y de los escenarios donde se desarrolle.

Uranga (2012) nos dice que debemos entender la planificación como una fase de la gestión. Es decir, afirmarnos en la idea de que el concepto integral y comprensivo es la gestión. Gestionamos desde el momento en que iniciamos el análisis situacional o el diagnóstico (de acuerdo a la perspectiva que asumamos) y también cuando discernimos, analizamos, concretamos un diseño para la acción (planificación en el sentido más estricto), ejecutamos y evaluamos. Todos estos movimientos y fases configuran modos de intervención en las prácticas sociales que se dan en el marco de la gestión entendida como proceso integral. (p.2)

Beltrán (2004) define la planificación estratégica de la comunicación como el mecanismo para lograr la eficiencia y eficacia de los objetivos

comunicacionales propuestos. Conceptualiza esta variable como el proceso secuencial, espiral y cíclico que busca lograr la eficiencia de la comunicación en salud. Aplica el Proceso P propuesto por la Universidad Jhon Hopkins en la década ochenta. Considera como instrumentos principales a la política, que sustenta la estrategia y que conduce a la acción por medio del plan; “la estrategia, que es un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos, y el plan que es el conjunto de prescripciones para regir operaciones”(p.34).

Objetivo

Establecer la relación el presupuesto por resultados con la planificación estratégica de la comunicación en los Hospitales de la Región Lima en el año 2016.

Metodología

La investigación que se presenta es básica de nivel correlacional. Desde el punto de vista de Hernández et al.,(2014) los estudios correlacionales tienen “como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.81). Es de enfoque cuantitativo pues sus características según Hernández, Fernández y Baptista (2014) este enfoque tiene la intencionalidad de “medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de la investigación” (p.5), siguiendo un patrón predecible y estructurado para generalizar los resultados obtenidos de una población o muestra. El diseño de esta investigación es de tipo no experimental ya que no se manipulará ni se realizarán pruebas a las variables de estudio.

La población- muestra seleccionada es intencional no probabilística debido a que el estudio está dirigido a un público especializado. Para Hernández et al., (2014) las muestras no probabilísticas pueden también llamarse muestras dirigidas, pues la elección de casos depende del criterio del investigador. Estuvo constituido por 44 servidores públicos que laboran en los hospitales de la Región Lima que tienen un grado de relación funcional con los procesos comunicacionales y del manejo de los programas presupuestales de las áreas de comunicaciones, unidades de planeamiento y de la Dirección/áreas de salud integral. Para la recolección de datos se empleó la técnica de encuesta para la

recolección de datos. Se aplicó un cuestionario a la población muestra con escala de medición de las variables tipo Likert validado por juicio de expertos y con confiabilidad del alfa de Cronbach.

Resultados

Con respecto al Presupuesto por Resultados en Hospitales de la Región Lima se observa que los niveles es Alto con el 54.5% seguido por un 43.2% de los encuestados dentro del rango medio y sólo un 2.3% se encuentra en el nivel bajo en torno a la percepción medida. La variable Planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima el puntaje más alto es el nivel medio con un 52.3%, seguido por 45.5% de encuestados manifiestan contar con un nivel alto de percepción y el nivel bajo cuenta con un 2.3%.

En relación a la hipótesis general, el coeficiente de correlación no paramétrico de Rho de Spearman que se obtuvo es de 0,429; lo que nos indica que el coeficiente de correlación entre las dos variables es positivo y media con un nivel de significancia menor de 0,004; siendo $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de que existe relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima.

Discusión

En los resultados expuestos, los encuestados cuentan con conocimiento sobre los procesos y actividades que involucra el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la comunicación, en las diversas funciones donde se desempeñan dentro de las entidades públicas. Es necesario manifestar que la implementación de las dos variables en la gestión pública o en la dinámica de las entidades estatales es coincidente, ya que ambas buscan generar valor público o agregado para la atención de las necesidades sentidas de la población y las diferentes leyes promulgadas desde el Ministerio de Economía y finanzas.

Puede ser coincidente con Altamariano (2014) que manifiesta el éxito de una buena comunicación (expuesta como producto la buena imagen) se debe al uso de la tecnología y a los recursos humanos, haciendo referencia al desarrollo

de capacidades y habilidades, tanto individual como grupal para el objetivo de los logros propuestos. Además existen diferentes instrumentos de gestión sectoriales así como un significativo grupo de leyes que han insertado este mecanismo dentro de la dinámica institucional del sector público. No es la misma situación de la Planificación estratégica de la comunicación que no cuenta con herramientas metodológicas dentro del sector público en relación a los mecanismos de presupuestación.

Según lo revisado por los autores de la literatura, ambas variables son de conocimiento y manejo de la población-muestra seleccionada para esta investigación. Siendo una muestra intencional, de carácter especializado era la intención reconocer si existía relación entre ambas variables sobre todo porque el presupuesto de resultados es una tendencia de manejo sistemático de procesos, mientras que la planificación estratégica de la comunicación no cuenta con un sistema homogéneo de gestión en el sector público. Es por ello que se asume el grado medio de conocimiento y actitudes manifestado por los servidores públicos y validamos la hipótesis de que existe una relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima determinado por el grado de correlación positiva y media entre las dos variables con un resultado de 0,429 y un grado de significancia de 0,004.

Conclusiones

Se valida la hipótesis general de que existe una relación significativa y positiva entre el presupuesto por resultados y la planificación estratégica de la Comunicación en los Hospitales de la Región Lima determinado por el grado de correlación positiva y media entre las dos variables con un resultado de 0,429 y un grado de significancia de 0,004. El 54.5% de los servidores públicos encuestados de los hospitales de la Región Lima perciben en un nivel alto la variable Presupuesto por resultados seguido por un 43.2% en nivel medio. El 52.3% de la misma muestra perciben la variable de planificación estratégica de la comunicación en nivel medio seguida por un 45.5 % el nivel alto.

Con respecto a contrastación de las hipótesis específicas, basados en la operacionalización de la variable Planificación estrategia de la comunicación (se analizaron las dimensiones Análisis, Diseño estratégico, Ejecución y fiscalización y Evaluación de impacto), la correlación más alta obtenida es de 0,547 con un nivel de significancia de 0,000 referida al Presupuesto de resultados con la dimensión Ejecución y fiscalización, y la correlación más baja, es con la dimensión de diseño estratégico con un valor de 0,334 y un nivel de significancia de 0,027.

El presupuesto por resultados cuenta con un enfoque de proceso, sistemático, ordenado y orientado hacia objetivos tangibles. Además cuenta con respaldo normativo, instrumentos de gestión validados y estandarizados, y se promueve capacitaciones continuas dirigidas al funcionario público que asume esas funciones. No es el mismo escenario de la Planificación estratégica de la comunicación, desde un enfoque de gestión integral, a pesar de que se encuentra inmerso en la misma dinámica de la gestión pública. Estos resultados cobran un valor relevante para la gestión pública pues la percepción óptima de ambas variables resultará en acciones que generan valor público para el ciudadano y consolidan la institucionalidad del estado.

Referencias

- Altamirano, M.(2014) *La Comunicación en el Hospital Metropolitano: Mecanismos para el análisis de la comunicación* (tesis de posgrado) Universidad San Francisco de Quito. Quito Ecuador
- Beltrán, L. (2004). *Comunicación educativa e información pública sobre desastres en América Latina*. Unesco EIRD Federación Internacional de la Cruz Roja OPS/OMS.
- Beltrán, R. (Setiembre del 2011) *Comunicación Para La Salud Del Pueblo. Una revisión de conceptos Básicos*. Exposición en el IV Foro Nacional De Salud Comunitaria. La Paz. Bolivia
- Beltrán, L. (1980) *Un adiós a Aristóteles: la comunicación "horizontal*. La Paz, Bolivia. Mimeo

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014), *Metodología de la Investigación*, 6ª ed. México.Ed. McGraw-Hill.
- Ministerio de Economía y Finanzas (2007) Ley de presupuesto público para el año fiscal 2008 Ley N 29142. Lima. Perú. Recuperado de https://mef.gob.pe/contenidos/presu_publico/sectr_publico/presu_2008/Ley29142_DePresupuesto2008.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas (2004) Ley Nacional de presupuesto Ley N° 28411. Lima. Perú. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_docman&task=doc...
- Ministerio de Economía y Finanzas (2008) Ley de presupuesto público para el año fiscal 2010 Ley N° 29289. Recuperado de https://mef.gob.pe/contenidos/presu_publico/sectr_publico/presu_2009/Ley29289_DePresupuesto2009.pdf
- Morales, F. (2006) *La comunicación Planificada: Estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores* (tesis de posgrado). Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra. España
- Prieto C. Daniel. (2004) Gestión de la comunicación, una práctica en medio de condicionamientos. *Dialoguemos. INTA Vol. 13*, pp 3-7. Buenos Aires, Argentina
- Ramos, L. y Albitres, R. (2010) *Sistema de gestión para resultados en el Perú* (tesis de posgrado). Universidad Nacional de Ingeniería, Lima. Perú
- Robinson, M. y Last, D. (2009) *Un modelo básico de presupuestación por resultados*. Notas Técnicas y Manuales. Washington, DC. Fondo Monetario Internacional.
- Rodrigo, M. (2011) Modelos de la comunicación. *Portal de la Comunicación InCom-UAB · Lecciones del portal*. Barcelona España. Recuperado http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=20

Tanaka ,E. (2011) *Influencia del presupuesto por resultados en la Gestión Financiera Presupuestal del Ministerio de Salud* (tesis de posgrado) Universidad Nacional Mayor De San Marcos. Lima, Perú.

Uranga, W. (2015) Gestionar desde la comunicación-gestionar procesos comunicación. *Universidad Nacional de la Plata. Argentina*. Recuperado http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/46822/Documento_completo.pdf?sequence

Uranga, W. (2015) *Gestión comunicacional del cambio: El desafío de lo público. Terceras jornadas de comunicación institucional*. Simposio llevado a cabo en el Primer encuentro nacional de cátedras de comunicación institucional y planificación de la comunicación. Redcom. Tucumán. Argentina.