



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Propuesta de mejora de imagen institucional para mitigar denuncias en la seguridad
ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Comunicación Estratégica

Bachiller en Marketing e Innovación

PRESENTADO POR:

Bautista Puma, Margoth Yamiled – Marketing e Innovación

Córdova de la Cruz, María Belén - Comunicación Estratégica

Narro Ruiz, Anibal Roberto – Comunicación Estratégica

ASESOR:

Velásquez Tapullima, Pedro Alfonso

LIMA – PERÚ

2024

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Velásquez Tapullima, Pedro Alfonso

MIEMBROS DEL JURADO:

Condori Millan, Wilmer Iván

Haro Yanqui, Eduardo Enrique

Huertas Valladares, Eduardo José

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Anibal Roberto Narro Ruiz identificado(a) con DNI N°25799470 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica , siendo mi asesor el(la) Sr(a) Pedro Alfonso Velásquez Tapullima identificado(a) con DNI N°44300506, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1966-3392.

Yo, Margoth Yamiled Bautista Puma identificado(a) con DNI N° 78202036 perteneciente al Programa de Marketing e Innovación, siendo mi asesor el(la) Sr(a) Pedro Alfonso Velásquez Tapullima identificado(a) con DNI N°44300506, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1966-3392.

Yo, María Belén Córdova de la Cruz identificado(a) con DNI N° 72468159 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el(la) Sr(a) Pedro Alfonso Velásquez Tapullima identificado(a) con DNI N°44300506, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1966-3392.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado “Propuesta de mejora de imagen institucional para mitigar denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024”

b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.





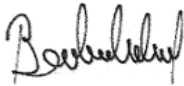

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 23 % de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del



Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 17- 12- 2024

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Anibal Roberto	Narro Ruiz	25799470		
Margoth Yamiled	Bautista Puma	78202036		
María Belén	Córdova de la Cruz	72468159		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Pedro Alfonso	Velásquez Tapullima	44300506		

ÍNDICE GENERAL

Contenido	
ÍNDICE GENERAL	5
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	13
1.1	14
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	13
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	14
1.4 Alcance de la solución	14
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	15
2.1 Justificación:	15
2.1.1 Planteamiento del problema	15
2.1.2 Formulación del problema	19
2.1.3 Objetivos de investigación	20
2.1.4 Justificación de la investigación	21
2.1.5 Limitaciones de la investigación	23
2.1.6 Viabilidad de la investigación	24
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	24
2.2 Marco referencial	24
2.1.1 Antecedentes nacionales	24
2.1.2 Antecedentes internacionales	26
2.2 Marco referencial	27
2.1.3 Marco teórico	27
2.1 Metodología del proyecto	42
2.2 Población y muestra	45
2.2.1 Población	45
2.2.2 Muestra y muestreo	45
2.3 Atributos del proyecto	47
2.4 Análisis comparativo de atributos	50
CAPÍTULO IV: ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO	53
CAPÍTULO V: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN	56

5.1 Alcance esperado	56
5.2. Descripción del mercado objetivo real	58
5.2.1. Muestra	58
5.2.2. Muestreo	59
5.3. Descripción de la propuesta de innovación	59
5.3.1. Análisis de los resultados descriptivos	59
Tabla 1 <i>Confiabilidad de los Datos de la Variable Imagen Institucional</i>	60
Tabla 2 <i>Confiabilidad de los Datos de la Variable Denuncias en la Seguridad Ciudadana</i>	61
Tabla 3 <i>Imagen Institucional</i>	62
Figura 1.	63
Imagen Institucional	63
Tabla 4 <i>Imagen Externa e Interna</i>	65
Figura 2.	66
Imagen externa e interna	66
Tabla 5 <i>Reputación</i>	67
Figura 3.	69
Reputación	69
Tabla 6 <i>Credibilidad</i>	71
Figura 4:	72
Credibilidad	72
Tabla 7 <i>Comunicación Interna</i>	73
Figura 5:	74
Comunicación interna	74
Tabla 7 <i>Denuncias en la Seguridad Ciudadana</i>	76
Figura 6:	77
Denuncias en la seguridad ciudadana	77
Tabla 8 <i>Frecuencias de Denuncias</i>	79
Tabla 9 <i>Eficacia en la Respuesta</i>	81
Figura 8:	82
Eficacia en la respuesta	82
Tabla 10 <i>Satisfacción con la Respuesta</i>	84
Figura 9:	85
Satisfacción con la respuesta	85

Tabla 11 <i>Acceso de los Canales de Denuncia</i>	87
Figura 10:	88
Acceso de los canales de denuncia	88
5.3.2. Análisis de los resultados inferenciales (pruebas de hipótesis)	90
Tabla 12 <i>Correlación de Spearman para la Hipótesis General</i>	91
Figura 11:	93
Correlación de las variables	93
5.3.3. Propuesta de Valor del Proyecto	94
Tabla 13 <i>Mejora de la Imagen Institucional vs. Sin Mejora de la Imagen Institucional</i>	96
Tabla 14 <i>Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana vs. Sin Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana</i>	97
5.3.4 Fuentes de Ingreso del Proyecto	98
5.3.5 Canales de Distribución del Proyecto	99
5.3.6 Estrategias de Penetración del Proyecto	101
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
6.1 Conclusiones	102
6.2 Recomendaciones	104
FUENTES DE INFORMACIÓN	106
Cuestionario de investigación	117
Datos generales	117
Escala de Respuesta	117
Sección 1: Imagen Institucional	117
Agradecimiento	118
CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN	119
Datos Generales	119
Escala de Respuesta	119
Sección 1: Denuncias en la Seguridad Ciudadana	119
Agradecimiento	120

Índice de Tablas

Tabla 1 Confiabilidad de los Datos de la Variable Imagen Institucional	57
Tabla 2 Confiabilidad de los Datos de la Variable Denuncias en la Seguridad Ciudadana	59
Tabla 3 Imagen Institucional	60
Tabla 4 Imagen Externa e Interna	63
Tabla 5 Reputación	65
Tabla 6 Credibilidad	69
Tabla 7 Denuncias en la Seguridad Ciudadana	74
Tabla 8 Frecuencias de Denuncias	77
Tabla 9 Eficacia en la Respuesta	79
Tabla 10 Satisfacción con la Respuesta	82
Tabla 11 Acceso de los Canales de Denuncia	85
Tabla 12 Correlación de Spearman para la Hipótesis General	89
Tabla 13 Mejora de la Imagen Institucional vs. Sin Mejora de la Imagen Institucional	94
Tabla 14 Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana vs. Sin Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana	94

Índice de Figuras

Figura 1 Imagen Institucional	60
Figura 2 Imagen Externa e Interna	63
Figura 3 Reputación	66
Figura 4 Credibilidad	69
Figura 5 Comunicación Interna	71
Figura 6 Denuncias en la Seguridad Ciudadana	74
Figura 7 Frecuencia de Denuncias	76
Figura 8 Eficacia en la Respuesta	79
Figura 9 Satisfacción con la Respuesta	82
Figura 10 Acceso de los Canales de Denuncia	84
Figura 11 Correlación de las Variables	89

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en la propuesta de mejora de la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de San Miguel en Lima, Perú, con el objetivo de mitigar las denuncias en la seguridad ciudadana durante el periodo 2024. Utilizando una metodología cuantitativa no experimental y un diseño transversal, se recolectaron datos de 80 miembros de juntas vecinales mediante encuestas estructuradas que garantizaron la validez y confiabilidad de los instrumentos. Los resultados revelaron una correlación negativa moderada (-0.45) entre la mejora de la imagen institucional y las denuncias en seguridad, con un valor $p < 0.001$, lo que indica que una imagen institucional fortalecida contribuye significativamente a la reducción de denuncias. Para mitigar estos problemas, parece que —y esto es clave— la comunicación efectiva, una conexión emocional real con la gente y una cultura corporativa positiva son fundamentales. La investigación insiste en la importancia de una gestión transparente y responsable, lo que realmente importa aquí es promover la confianza pública y que la comunidad colabore. Esto, al final, crea un entorno más seguro y armonioso —mucho más—. El estudio también concluye que implementar estas estrategias no solo mejora cómo la gente ve a la municipalidad y su reputación, sino que, además fomenta una mayor participación ciudadana y que las medidas de seguridad sean más efectivas. Este estudio sienta las bases, una base sólida de hecho, para futuras investigaciones y acciones estratégicas. Acciones, sí, que busquen fortalecer la relación entre el gobierno local y los ciudadanos contribuyendo así —de alguna manera— al desarrollo sostenible y la cohesión social, especialmente en San Miguel.

Palabras clave: imagen institucional, seguridad ciudadana, mitigación de denuncias, comunicación efectiva.

ABSTRACT

This research focuses on the proposal to improve the institutional image of the Municipality of San Miguel in Lima, Peru, with the aim of mitigating complaints in citizen security during the 2024 period. Utilizing a quantitative non-experimental methodology and a cross-sectional design, data were collected from 80 members of neighborhood councils through structured surveys that ensured the validity and reliability of the instruments. The results revealed a moderate negative correlation (-0.45) between the improvement of the institutional image and security complaints, with a p-value <0.001 , indicating that a strengthened institutional image significantly contributes to the reduction of complaints. Effective communication strategies, the emotional bond with citizens, and the development of a positive corporate culture were identified as key factors for this mitigation. The research underscores the importance of transparent and responsible management, promoting public trust and community collaboration, resulting in a safer and more harmonious environment. The conclusions highlight that the implementation of these strategies not only enhances the public perception and reputation of the municipality but also fosters greater citizen participation and efficacy in security measures. This study provides a solid foundation for future research and strategic actions aimed at strengthening the relationship between local government and citizenship, contributing to sustainable development and social cohesion in the district of San Miguel.

Keywords: institutional image, citizen security, mitigation of complaints, effective communication.

INTRODUCCIÓN

San Miguel, uno de los distritos más importantes de Lima, la seguridad ciudadana no puede entenderse simplemente como la ausencia de delito. Es, sobre todo, la posibilidad de vivir sin sobresaltos, de caminar por sus calles con confianza, de sentir que la comunidad y las instituciones públicas velan por el bienestar de cada vecino y vecina.

En este distrito, donde conviven urbanizaciones consolidadas, la seguridad se entrelaza con historias cotidianas: niños que regresan del colegio, adultos mayores caminando por sus parques y calles, comerciantes abriendo sus locales sin temor. Cada experiencia resuena con sueños, anhelos y, a veces, preocupaciones. La violencia, los hurtos o el vandalismo no solo afectan la integridad física de las personas; también erosionan su tranquilidad, su sentido de pertenencia y su confianza en los demás.

Esta tesis surge de una pregunta profundamente humana: ¿cómo construir un San Miguel donde cada habitante no solo se sienta seguro, sino protegido por su autoridad, valorado y capaz de aportar al bienestar colectivo? Este trabajo propone una mirada integral, que combine el análisis de políticas públicas y estrategias de seguridad, con la escucha activa de las vivencias de la comunidad: escolares, comerciantes, vecinos, líderes vecinales y autoridades locales.

Entender la seguridad ciudadana desde una óptica humanizada significa colocar a las personas y sus historias en el centro del análisis. No se trata solamente de disminuir estadísticas de criminalidad, sino de fomentar convivencia, inclusión, justicia social y oportunidades reales para todos. Es generar espacios de diálogo, prevención, solidaridad y participación ciudadana activa.

Por eso, esta investigación pretende aportar no solo ideas, sino esperanza. Al reflexionar sobre cómo fortalecer la seguridad en San Miguel, se busca proponer soluciones que vayan más allá del control y la vigilancia, y que prioricen el cuidado mutuo, el acompañamiento institucional, la prevención comunitaria y el respeto entre vecinos.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Propuesta de mejora de imagen institucional para mitigar denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

La presente investigación eligió la línea de Comunidad, sociedad y cultura. Para el presente trabajo se eligió como pilar de análisis las estrategias de comunicación en las instituciones públicas del Estado Peruano. Una investigación de gran importancia, puesto que la población; y principalmente los vecinos de San Miguel, a quienes va dirigida esta propuesta de mejora; con la finalidad de monitorear las acciones que realiza la autoridad edil que dirige los destinos de su distrito, en este caso el gobierno local de San Miguel – Municipalidad Distrital de San Miguel del departamento de Lima, Perú.

Para Camacho (2017) incide en la importancia de la comunicación en cualquier organización, dejando claro que comunicar no es lo mismo que informar, sin embargo “el problema no es comunicar, eso ya lo hacen, sino comunicar de manera efectiva”: esta idea deja claro la trascendencia de tener en las organizaciones gubernamentales un Plan de Comunicación con un área u oficina de comunicación interna y externa teniendo como elemento principal un vocero oficial.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

Programa de estudios: Comunicación Estratégica, Marketing e Innovación. El eje temático el cual se desarrollará la investigación es de enfoque social y de desarrollo de estrategias de comunicación interna, dirigido a la Municipalidad distrital de San Miguel para que afronte situaciones que impacten de manera favorable en su imagen y reputación.

La actividad económica en la que se desarrollará la investigación está enfocada en el sector de las comunicaciones en el Perú, con el fin de desarrollar una estrategia de comunicación de impacto social, innovador e internacional. Dicha actividad económica se relaciona con las carreras de Comunicación Estratégica y Marketing e innovación debido a que el desarrollo de la propuesta de mejora es una necesidad tanto nacional como internacional; la innovación de la propuesta es fundamental para su gran alcance e impacto deseado.

1.4 Alcance de la solución

Población 1 : Alcalde distrital, Gerente municipal y Gerente de imagen.

Población 2: Vecinos de San Miguel que conformen las juntas vecinales

Lugar: Distrito de San Miguel, Lima – Perú

Año: Enero hasta noviembre 2024

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Justificación:

2.1.1 Planteamiento del problema

Según el Diario UChile (2019), Chile vivió una convulsión social de alta magnitud, llevando a tener como uno de sus enemigos potentes a los Medios de Comunicación porque estos recurrían a expresiones y también que llevaban a la desinformación.

De acuerdo a Smith & Taylor (2020), en el año 2019, en la Amazonía de Brasil, hubo un caso mediático en el que se difundieron fotografías falsas de los incendios en la Amazonía; cabe resaltar que, al ser de un impacto medio ambiental, atrajo una atención mediática internacional muy fuerte. Medios de comunicación como El Mundo y Le Figaro, difundieron en ese tiempo imágenes de la desgarradora situación de los incendios en la selva la amazónica, pero después de una breve investigación se descubrió que las fotografías difundidas no eran de incendios actuales, sino del fotógrafo Loren McIntyre que fueron tomadas en los años 80, estas mismas fueron usadas en las redes sociales y medios para mostrar la supuesta situación de los incendios en la Amazonía, lo cual no era de la misma magnitud. El presidente de entonces, Jair Bolsonaro, fue criticado a nivel internacional por su falta de acción ante los incendios.

Según Entertainmet & Media Outlook (2022) de la consultora internacional especializada en auditoría, asesoramiento legal y fiscal - PwC, la industria peruana de entretenimiento y medios de comunicación genera hacia el 2026 el 6,624 millón de dólares con un crecimiento anual del 5.86%, teniendo el acceso a internet y la publicidad digital como sus principales motores de apalancamiento local. Lo que refleja una importante alza tras la

caída de ingresos durante el 2020 (-8.15%) debido a la pandemia por COVID 19. PwC espera que paulatinamente el sector mantenga su crecimiento y retorne a niveles registrados antes de la pandemia, aproximadamente un 3% de crecimiento anual.

Según la Asociación Peruana de Telecomunicaciones APTC (2024), para el 2032 se estima un incremento anual del 4% en el sector laboral de las telecomunicaciones, esto impulsado y apalancado por los servicios digitales y la implementación de redes 5G.

Según Puente (2020). El caso “Lava Jato” en el Perú se encuentra la cobertura de los medios de comunicación donde fueron criticados, ya que, mencionan algunos políticos y a otros los omitían, lo que llevó a una conclusión por parte de la población de un trato desigual, lo que originó se vea como un blindaje y protección a ciertos individuos y partidos políticos que sí estaban seriamente involucrados.

Según Morales (2015) en el gobierno de Ollanta Humala se promulgó una ley que generó controversia, la llamada “Ley Poplín”, lo cual generó la indignación de los jóvenes, estos hicieron masivas marchas en contra de la nueva Ley, ya que, entre lo controversial y cuestionado era el recorte de beneficios tales como CTS, gratificaciones, utilidades, el seguro de vida, la extensión de su contrato laboral temporal que podría durar hasta 5 años. Esto llevó a la reacción totalmente negativa, y las protestas no se hicieron esperar . Los medios de comunicación eran diversos, ya que, lo más impactante es cómo se llevó a manipular la noticia hacia la reacción de los jóvenes protestantes como manipulados y desinformados. Se acusó a que cierto grupo de prensa estaba a favor del gobierno de Ollanta, lo que trataron de minimizar las protestas y los agravantes de dicha ley.

Según García (2023), En el gobierno de Dina Boluarte (2022- 2023), diversos medios de comunicación difundieron imágenes de manifestantes que resaltan los actos de violencia, dando una perspectiva errónea, donde los protestantes hacían actos delincuenciales, entre las

imágenes se puede observar enfrentamientos entre manifestantes y la policía, así como daño a infraestructuras como casas o parques, el fin era justificar la represión por parte del gobierno de Boluarte. Casualmente las imágenes donde las marchas son pacíficas no tuvieron cobertura ni alcance social; las zonas más afectadas por este manejo erróneo de la prensa fueron las regiones andinas, lo que llevaba a la típica perspectiva negativa sobre la población rural. Dicho manejo sesgado fue duramente criticado por organizaciones de derechos humanos.

En términos generales se demuestra que la prensa ha tenido episodios de desinformación, falta de ética profesional y postura parcial, lo que impacta directamente en la opinión pública. La prensa juega un papel importante, ya que puede originar dos posturas: la tranquilidad o el anarquismo, llevando a una crisis sin precedentes. En los últimos años se ha podido comprobar que ciertos medios de comunicación usan imágenes tendenciosas para favorecer a una postura política de su conveniencia.

Según la Ley Orgánica N°27972 de las Municipalidades (2003), el distrito de San Miguel está ubicado en una zona urbana, ocupado por viviendas, zonas comerciales, empresariales y académicas. Según un estudio del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, el 65% de sus hogares pertenecen a un estrato económico alto. De acuerdo a la ley orgánica 27972, el artículo 6 de la ley se refiere a los gobiernos locales como entidades básicas de la organización territorial del Estado y canales inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos, que institucionalizan y gestionan con autonomía los intereses propios de las correspondientes colectividades; siendo elementos esenciales del gobierno local, el territorio, la población y la organización. El artículo 2 le otorga autonomía y señala que los gobiernos locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de

su competencia. La autonomía que además refrendada en la Constitución Política del Perú establece para las municipalidades radica en la facultad de ejercer actos de gobierno, administrativos y de administración, con sujeción al ordenamiento jurídico.

El distrito de San Miguel tiene 104 años de creación política. En los últimos 20 años la imagen corporativa e institucional se han convertido en pieza clave para hacer crecer la buena reputación de las corporaciones y esto gracias al buen equipo profesional de comunicaciones que deben tener en sus filas, estas deben contar con periodistas de preferencia con alta experiencia en medios de comunicación de prensa, audiovisuales, publicistas, etc.

La prensa difunde las noticias de acuerdo al alcance de la información que poseen, pero sobre todo del alcance incorrecto con el que cuentan para generar el morbo e interés público. Esto, de cierta manera, favorece al gobierno en curso para poder hacer las famosas “cortinas de humo”. No solo pasa en el Perú sino en el mundo. Diferentes países tienen sus propias historias de cómo la prensa maneja la noticia, y cómo afecta directamente a la imagen de la institución a la que se refieran.

Como punto de partida a un grupo de trabajadores, sobrepasaron el límite de la confianza brindada por un accionar incorrecto derivó en un problema de imagen institucional a la Municipalidad de San Miguel, afectando no solo a la corporación municipal si no también del distrito y los vecinos quienes conforman su espacio geográfico. Ya que, se difundieron noticias falsas del cuerpo de serenazgo, en el que se señalaba que la unidad estaba conformada por una banda criminal. La noticia tendenciosa generó un gran susto en toda la comunidad San Miguel. La declaración tendenciosa y sesgada del oficial de la policía ocasionó un impacto negativo y una reacción institucional. Sin embargo, también motivó una mejora en

los procesos de contratación de personal. Dicho problema afectó en gran medida la imagen institucional de la Municipalidad de San Miguel

Desde una perspectiva específica, el objetivo general de la comunicación en las organizaciones puede ser: desarrollar e implementar estrategias de comunicación que alcancen los logros y objetivos de la organización.

Para lograr la meta el comunicador debe desarrollar estrategias, planes y políticas de comunicación. Formar un comité de crisis multidisciplinario encabezado por el alcalde y funcionarios de nivel, que estén involucrados en temas legales, funcionales, operativos conducidos por la Gerencia de Imagen Institucional, que de acuerdo al Reglamento de organización de funciones – ROF es el responsable de velar por la buena imagen y reputación de la corporación edil. El profesional de la comunicación debe participar en la planeación y producción de programas de comunicación para el interés de la corporación edil, acompañado de un profesional con un perfil de producción audiovisual con la capacidad de la creación de construcción de piezas gráficas y audiovisuales. Abarca una amplia agenda de actividades, desde la creación de revistas internas hasta la producción masiva externa, realización de tablero de avisos publicitarios, la preparación de discursos ejecutivos, la organización de eventos protocolares internos y externos, todo en beneficio de mantener la credibilidad de la buena imagen de la municipalidad.

2.1.2 Formulación del problema

2.1.2.1 Problema general

¿En qué medida la propuesta de mejora de imagen institucional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024?

2.1.2.2

Problemas

específicos

- ¿En qué medida la propuesta de mejora de la comunicación corporativa mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024?
- ¿En qué medida la propuesta de vínculo emocional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024?
- ¿En qué medida la propuesta de mejora sobre cultura corporativa mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Analizar en qué medida la propuesta de mejora de imagen institucional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024.

2.1.3.2 Objetivos específicos

- Describir en qué medida la propuesta de mejora de la comunicación corporativa mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024.
- Definir cómo la propuesta de mejora sobre vínculo emocional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024.
- Determinar en qué medida la propuesta de mejora sobre la cultura corporativa mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024.

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

La inseguridad ciudadana es el principal problema que aqueja a nuestro país y el gran objetivo de toda autoridad es desterrar el flagelo de la delincuencia que daña a su población, puesto que los ciudadanos ven al municipio como su inmediata fuente de solución a este problema. La percepción pública de las instituciones es crucial para el éxito de las gestiones municipales.

El crecimiento de la inseguridad es la preocupación principal para muchos vecinos de diferentes distritos. Una propuesta de mejora de imagen incluye las acciones efectivas que se

llevan a cabo en materia de seguridad ciudadana. La creciente existencia de planes municipales para reforzar la seguridad ciudadana incorporan una noción del término mucho más amplia que la supuestamente cubierta por el accionar nacional y provincial, se entiende a la seguridad como elemento principal para el desarrollo comunitario y reducción del descontento social, que no solo tiene que ver con la realidad preventiva o defensiva ante los actos delictivos, sino con un sentimiento que hace a la plenitud del vecino en su vida de relación comunitaria, creando una relación más fluida entre la administración y la comunidad, promoviendo así la convivencia armónica y a las distintas posibilidades en el desarrollo personal y vecinal. Esto corresponde a una necesidad crítica de recuperar la confianza plena de los vecinos, mejora de comunicación y transparencia, posicionando al distrito como seguro, saludable y amigable con sus habitantes.

2.1.4.2 Justificación metodológica

Para esta investigación se formulará un estudio cuantitativo entre los ciudadanos sanmiguelinos para recabar información de que tan conforme o inconforme se encuentran con el trabajo del personal de serenazgo. Este trabajo de investigación servirá para los próximos gerentes de la Oficina de Comunicaciones de la municipalidad de San Miguel para realizar trabajos de comunicación externa más eficaces con la ciudadanía.

2.1.4.3 Justificación práctica

En el presente trabajo de investigación, se formulará un plan estrategia de comunicación para que la buena imagen que tiene el distrito de San Miguel en temas de Seguridad Ciudadana, se siga situando como uno de los distritos más seguros de Lima Metropolitana, teniendo como intermediarios principales a los medios de comunicación. Este

plan de investigación se desarrollará en un plazo máximo de 90 días calendarios, desde el momento se recoja toda la información cuantitativa. Los medios pueden intervenir fuertemente en la construcción de definiciones sociales de los contextos de significados más amplios, pero no actúan aisladamente y es allí en donde cobra sentido abrir el espectro de destinatarios y herramientas comunicacionales.

2.1.5 Limitaciones de la investigación

Para el presente trabajo de investigación tiene como única limitación la versión del jefe de la Dirección de Prevención e Investigación de Robo de Vehículos – Diprove de la Policía Nacional del Perú – PNP, precisamente por constituirse en parte cuestionada a criterio de la Municipalidad Distrital de San Miguel. Asimismo, se constituyen como factor limitante las versiones de los protagonistas del caso, es decir, los integrantes del cuerpo de serenazgo que fueron intervenidos en el operativo a cargo de la Diprove.

2.1.6 Viabilidad de la investigación

Este proyecto es viable porque se cuenta con información detallada y clave de la Municipalidad de San Miguel, asimismo con el permiso de la alcaldía del distrito, y de las áreas que participaron en el comité de crisis comunicacional como es el caso de la Gerencia Municipal, Gerencia de Imagen Institucional y Gerencia de Seguridad Ciudadana. El investigador trabaja en la corporación edil, tiene experiencia y trayectoria amplia en temas de conflictos de comunicación que influenciará en el trabajo para el soporte y respuesta institucional.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.2 Marco referencial

2.1.1 Antecedentes nacionales

Huamán (2024) en su tesis “Identidad corporativa y la imagen institucional de la Municipalidad distrital de Aguas Verdes, Zarumilla, Tumbes, 2022” que tuvo como propósito comprobar la identidad y la imagen de los colaboradores y usuarios de la entidad. La presente investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal, prospectivo.

Se aplicó un cuestionario a 120 personas de manera externa e interna, donde se obtuvo como resultado que el 43% del público encuestado consideró en que tienen buen nivel de identidad corporativa, pero baja en imagen institucional, 32% manifiestan regular su nivel de identidad corporativa e imagen institucional baja, y un 13% perciben un buen nivel de identidad corporativa, y regular en imagen institucional.

Según West & Mestanza (2017) en su tesis “Percepción de la responsabilidad social empresarial y la imagen de marca en los clientes internos y externos de la franquicia Starbucks Cajamarca” la investigación se desarrolló con levantamiento de información a 235 personas entre trabajadores y clientes. Usando escala de Likert se elaboró el cuestionario y para recopilar mayor información se realizó una entrevista al jefe de la tienda.

La obtención de los resultados fue a través del coeficiente de correlación de Pearson de 55,50 % (0,555), obteniendo un excelente resultado significativo al 95% de confianza

correspondiente a una correlación positiva media. Por lo que se consideró que la responsabilidad social empresarial de Starbucks Cajamarca se concierne positivamente en la imagen de marca de la empresa.

Para Celestino (2018) “Responsabilidad social empresarial y su relación en la imagen corporativa de una universidad privada de Chimbote-Ancash 2018” Se determinó que es correlacional, no experimental, diseño transversal, de enfoque cuantitativo. Para llegar a ello, se realizó la prueba a 102 colaboradores de la casa de estudios, una de las variables Responsabilidad Social Empresarial y otra de Imagen Corporativa.

Para el resultado de la muestra, se extrajo la información con la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, los cuales se diseñaron estadísticamente. Finalmente, según los datos obtenidos existe relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa. La correlación significativa y positiva con respecto al nivel de significancia ($p < 0,05$); y un grado de relación considerable (r Spearman = 0,625) es decir es válido la hipótesis de investigación (H_i). Del mismo modo, se pudo percibir que el nivel de Responsabilidad Social es regular, con un 6,9%. También se identificó que el nivel de Imagen Corporativa es regular con un 75,5% (77).

2.1.2 Antecedentes internacionales

Mohammad et al. (2018) “Un modelo conceptual de las dimensiones de responsabilidad social corporativa, imagen de marca y satisfacción del cliente en la industria hotelera de Malasia” hicieron la investigación, en la que determinaron la existencia de una relación entre los antecedentes de la imagen corporativa y la responsabilidad social corporativa

La investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo de diseño no experimental, transversal y correlacional. 400 clientes (200 clientes de bancos islámicos y 200 clientes en bancos convencionales) formaron parte de la muestra, luego de ello se halló como resultado la relación existente entre la responsabilidad social y la imagen corporativa, revelando un coeficiente de correlación equivalente a 0,633.

Huang (2017) realizó una investigación con el objetivo de saber la relación entre la imagen de marca y el comportamiento de compra de la responsabilidad social empresarial. Se aplicó una muestra a 237 estudiantes y a una muestra válida de 219 estudiantes chinos. Tanto la imagen de marca como de responsabilidad social tuvieron buena confiabilidad.

Se encontró como resultado un coeficiente de correlación de Pearson equivalente a 0,793 con $p = 0,000$ con ($p < 0,05$) que sugiere una correlación positiva entre la imagen de marca y la responsabilidad social corporativa.

Rahimi y Eskandari (2019) en su investigación, establecieron como su objetivo general, conocer la relación entre la responsabilidad social y la imagen corporativa de un banco. Para lograrlo, la investigación se centró desde un enfoque cuantitativo bajo un estudio de tipo descriptivo-correlacional, y, de corte transversal.

Se aplicó la muestra de 2 cuestionarios a 240 trabajadores: El primero evaluó la responsabilidad social en función de sus dimensiones: económica, legal, ética y filantrópica; y, el segundo, calificó la imagen corporativa.

Se determinó que existe relación entre la responsabilidad social y la imagen corporativa.

2.2 Marco referencial

2.1.3 Marco teórico

2.1.3.1 Bases teóricas de la Imagen Institucional

2.1. Elementos de la imagen institucional según (Capriotti, 2009)

2.1.1. Misión: La misión corporativa define a la empresa, da a conocer para que fue creada la empresa, cuál es su razón social y sus objetivos a corto plazo.

2.1.2. Visión: - La visión corporativa es la proyección que hace la organización hacia el futuro, a dónde quiere llegar, muestra los objetivos a mediano y largo plazo.

2.1.3. Valores institucionales: Los valores institucionales presentan la personalidad de la organización. Con ello se establece la forma de actuar de la organización en cuanto a cómo se desenvuelve en su entorno, cómo es su relación con el público externo y cómo se prepara al público interno para dicha relación. Los valores son políticas de comportamiento que deben seguir las organizaciones ante la sociedad que se desarrolla.

2.1.4. Logo: es el elemento meramente visual de la organización, debe ser original y novedoso, así se asegura que los públicos lo identificarán y relacionarán con la organización a la que pertenece.

2.2 Comunicación Institucional

Según Lozano (2022) la comunicación institucional en las municipalidades distritales y provinciales del Perú funciona como una estrategia dentro de un plan de comunicación y gracias a ello se da a conocer los servicios, mejoras y logros que tiene una gestión municipal hacia la población que los ha elegido. En la Región San Martín, distrito de Rioja, la

Municipalidad en estudio propuso estrategias comunicacionales que han sido empleadas en el periodo de una gestión a través de sus distintas gerencias, respetando la identidad, cultura y tradiciones del pueblo para lograr una verdadera conexión con los ciudadanos.

Según Arias (2017) señala a la comunicación institucional como un método organizado dentro de la empresa, ello con la intención de persuadir al público objetivo. En ese sentido, según la conceptualización de los diferentes autores, la comunicación institucional, entre el marketing, publicidad y las relaciones públicas, muestran siempre una buena imagen de la organización.

2.2.1. Identidad Institucional

Según Ovillo (2023) El objetivo de la investigación fue analizar la cultura organizacional desde la perspectiva docente en la institución educativa inicial “Stella Maris”, Perú. La investigación se desarrolló a través del enfoque cualitativo, paradigma naturalista, con diseño fenomenológico y hermenéutico, como instrumento de recolección de datos, fue la guía de entrevista, administrada en profundidad a docentes a través de grupo focal a expertos. Los hallazgos demuestran que la cultura organizacional en la institución estudiada se fortaleció en tiempos de pandemia, y según la percepción de los docentes es positiva en todos los niveles estudiados constituyéndose un cimiento importante en la entidad. El desarrollo de una cultura organizacional brinda una base sólida el cual ofrece un ambiente de trabajo armónico y un desempeño eficiente en la institución educativa.

2.2.1.1. Definición de términos básicos

Comportamiento: Conjunto de acciones que ejercen los organismos que ejecutan en el medio exterior, para reconfigurar o alterar su estado de su propia situación con relación a su entorno, según Piaget (1977).

Comunicación externa: Consiste en el proceso de trasladar información y contenidos desde la organización gubernamental o empresa dirigido al grupo de la opinión pública esto a través de la comunicación social, según Bartoli (1992).

Confianza: Para Patermann (1999) la confianza es una creencia que se obtiene de la conducta y vinculación del otro, ejerce lo que una persona haría por otro individuo, igualando o mejorando lo realizado por él.

Ejecución: Según, Mora (2021) menciona que es proceso fundamental, de la mano con la planeación, la dirección, el control y la organización. Esto se encuentra netamente dirigida por un supervisor, que se encarga de manejar y ayudar a los colaboradores en sus funciones.

Estrategias: Según Ronda (2021) define a la estrategia como una pieza importante que permite alcanzar la satisfacción y las necesidades del público objetivo direccionada al rubro de la empresa, se realiza con la relación activa de la organización y con su entorno, esto a través de técnicas y procedimientos científicamente con sus empleados de manera efectiva.

Entorno: Para Pérez y Marino (2009) lo define como aquello que rodea a alguien o algo, basado en el conjunto de circunstancias socioeconómicas, laborales, familiares y educativas en el núcleo de las personas, basada en factores de forma económico, cultural y profesional dentro del entorno social.

Institución: Uriarte (2003) manifiesta que por lo general es el lugar donde las organizaciones se manejan a través de normas de conducta, costumbres muy importantes para la sociedad, la institución forma parte de entidades particulares y de los gobiernos.

Recursos: Para Chiavenato (1999) Todas las organizaciones poseen recursos para poder cumplir sus deberes y poder alcanzar sus objetivos. Son bienes y servicios que sirven para la obtención de resultados positivos laborales de las organizaciones.

Relaciones: Según Rodríguez (2021) indica que las relaciones son la clave para crear conexiones y vínculos con diferentes agentes de importancia. De esta manera se logra alcanzar interacción con agentes internos y externos de la corporación.

Stakeholders: Pedraza (2012) menciona que son actores que afectan de manera positiva o negativa a la organización, los stakeholders suelen ser actores sociales que guardan algún vínculo con la corporación de manera interna y externa.

2.2.2. Comunicación Corporativa

La Comunicación corporativa ejerce un papel muy importante dentro una organización, para Fedor (2016), la comunicación es un tema que viene desde la antigüedad y es tan importante como la existencia del hombre, puesto que, muchos de los conflictos que existen se resolverán si la comunicación entre los seres humanos fuera discutida con tolerancia y respetando las opiniones de los demás.

Según Scheinsohn (1999) es aquella que transmite la información de la empresa, tales como los mensajes corporativos, institucionales o de marketing que voluntaria e involuntariamente emite la organización.

Es “el enfoque integrado de toda comunicación producida por una organización, dirigido a todos los públicos objetivos relevantes. Cada partida debe ser transportar y acentuar la identidad corporativa” según señala Blauw (1994)

2.2.1. Comunicación Interna

Como manifiesta UIP (2014) es el desarrollo de acciones que permiten conectar a los colaboradores de la empresa entre sí, con la finalidad de mejorar las relaciones entre los mismos trabajadores.

Según Muñiz (2014) se debe establecer diversos mecanismos de información para mantener una buena comunicación entre la empresa y los trabajadores, para ello deben instaurar un reglamento institucional que fomente el respeto, la tolerancia y la interacción entre los trabajadores de todas las áreas de la empresa, logrando así una optimización de los procesos internos, por tanto, una sustancial mejora de la productividad implicando directamente a los clientes.

Para Capriotti (2009) es la relación que existe entre el empleado y la organización, y se puede hablar de los siguientes niveles:

- La estructura organizativa
- Las estrategias
- Los sistemas y procesos
- La política de recursos humanos
- El estilo de dirección
- Los sistemas de participación

2.2.2.2 Comunicación Externa

Según Cotrina (2023) el desempeño profesional de un Comunicador Social en las instituciones públicas requiere una gama de conocimientos y preparación para ejecutar proyectos que fomenten la participación ciudadana. En la sierra peruana, los gobiernos locales mayormente carecen de un área especializada de comunicaciones; y si la tienen, éstas no cuentan con una sólida estructura funcional para ejecutar y proponer políticas de comunicación.

Según Oviden (2023) la presente investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la comunicación externa en la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Casma, 2023. Fue de tipo básica, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental - transversal y de nivel correlacional causal. Se obtuvo como resultado que sí existe una influencia significativa entre la comunicación externa y la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Casma.

2.2.2.3. Canales de Comunicación

Son los elementos que se encargan de transmitir información dentro y fuera de la organización.

Según Guerrero (2023) la presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la comunicación interna y la identidad corporativa de los servidores de una Municipalidad del sur del Perú, 2023, aplicando una metodología de diseño no experimental con un enfoque cuantitativo y alcance correlacional. Llegando así a la conclusión que si se mejora la comunicación interna también mejorará la identidad corporativa.

Según Charry (2017) señala lo importante que es el manejo de los canales de comunicación dentro de la institución, puesto que permite unir los distintos niveles de jerarquía. Asimismo, indica que los canales de comunicación más usados son el oral y el escrito, clasificándolos de la siguiente manera:

- Comunicación directa y personal
- Boletines
- Revistas
- Correo postal
- Teléfono
- Tablón de anuncios
- Reuniones

2.2.3. Cultura Organizacional

Según Loayza (2023) este trabajo de investigación consideró como objetivo principal determinar la relación entre la cultura organizacional y el compromiso laboral en trabajadores de gobiernos locales en Perú. Los resultados para la variable cultura organizacional indican un 45,5% estar de acuerdo con la cultura de la organización; además, el 34,9% considera estar de acuerdo con el compromiso laboral.

Según Reyes (2024) esta investigación tiene como objetivo general: Identificar la incidencia entre la satisfacción laboral y la cultura organizacional en una Municipalidad Provincial, Ancash – 2023. El desarrollo se fundamentó en tipo básico, con un nivel descriptivo, correlacional, no experimental y de corte transversal; se utilizó como técnica una encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario.

2.1.3.2 Bases teóricas de denuncias

3.1. Denuncias Municipales

Según Augusto (2018) se llevó a cabo una investigación de tipo correlacional basada en un cuestionario aplicado a 92 trabajadores de la Municipalidad de San Miguel. Como resultado, se concluye que los mecanismos que favorecen la institucionalidad influyen en los

niveles de corrupción en dicha municipalidad. A través del análisis con la Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significancia de 0.000, lo que permitió aceptar la hipótesis general. Esto evidencia una relación significativa entre los mecanismos de institucionalidad y la corrupción, destacándose un coeficiente de calificación de -0.732 en la prueba.

Según Baylónaz (2021), la investigación sobre Participación Ciudadana en el distrito de San Miguel tiene como objetivo describir el nivel de participación de los vecinos y verificar su involucramiento en actividades municipales, como el presupuesto participativo y la rendición de cuentas. Utilizando un enfoque cualitativo, descriptivo y transversal, se aplicó una encuesta de 30 preguntas a 138 personas en el distrito.

3.1.1. Tipo de denuncias

Según Cisneros (2019) el busca mejorar el proceso manual de denuncias municipales. Para solucionar esto, se desarrolló un chatbot integrado en una aplicación web progresiva y en Facebook Messenger, utilizando tecnologías de código abierto como Angular, ExpressJS, NodeJS y DialogFlow. El proyecto, basado en metodologías exploratorias y de desarrollo incremental, permitió reducir significativamente el tiempo que los ciudadanos necesitan para realizar y seguir sus denuncias.

3.1.1.1 Denuncias Urbanas

Según Ponte y Cesio (2008), en la década de 1970 existían diferentes paradigmas culturales sobre el patrimonio. El paradigma conservador histórico-esencialista, liderado por Pivel, promovía la restauración de edificaciones históricas bajo el enfoque del MHN. En contraste, el paradigma culturalista, representado por Marta Canessa, veía el patrimonio desde una perspectiva menos estatal y más amplia, considerando las ciudades como expresiones históricas de las sociedades, alineándose con la visión de la Escuela de los Annales.

3.1.1.2. Quejas de servicios públicos

Idrogo (2021) nos dice, que según esta investigación se centró en las debilidades del personal encargado de los servicios públicos en la Municipalidad, buscando determinar la relación entre la gestión de recursos humanos y la calidad de dichos servicios. Los objetivos específicos incluyen analizar cómo la incorporación, recompensa y desarrollo del personal influyen en la calidad del servicio.

3.1.1.3. Problemas de seguridad y convivencia

Según Rivero (2023) , esta investigación aborda el problema de la inseguridad ciudadana en Perú, que ha superado la capacidad de respuesta de la Policía Nacional y del Servicio de Serenazgo, afectando la seguridad de la población. La pregunta central es ¿Cómo influye la ejecución presupuestal de la Policía Nacional en la seguridad ciudadana durante el período 2017-2020? La hipótesis y el objetivo general buscan evaluar esta incidencia. Los resultados muestran que la ejecución del presupuesto de la Policía Nacional tiene un impacto estadísticamente significativo en la seguridad ciudadana en dicho período.

3.1.2. Análisis y seguimiento de Denuncias

Según Carmona y Clavijo (2023), este trabajo analiza el impacto de la radio comunitaria Voces del Pacífico en Buenaventura en promover la educación y la participación ciudadana, en comparación con los medios masivos. A través de entrevistas, observación y análisis de contenido, se encontró que esta radio ofrece programación educativa y espacios de expresión que fortalecen el compromiso ciudadano y el seguimiento de denuncias. En contraste, los medios masivos son percibidos como limitados en estos aspectos. Se concluye que Voces del

Pacífico juega un papel crucial en inclusión, participación social y educación en la comunidad, cubriendo necesidades que los medios.

El trabajo de Carmona y Clavijo (2023) analiza cómo la radio comunitaria Voces del Pacífico impacta en Buenaventura. ¿En qué sentido? Pues en cómo promueve la educación y la participación ciudadana, comparándola con los medios masivos. Usaron entrevistas, observaron y analizaron el contenido, un proceso completo. Y lo que encontraron es bastante interesante: esta radio ofrece programación educativa, pero también (y esto es crucial) espacios para que la gente se exprese. Es decir, fortalece el compromiso ciudadano —de alguna manera— y permite el seguimiento de denuncias. Algo que, por cierto, perciben que falta en los medios masivos. En resumen, ¿qué nos dice esto? Que Voces del Pacífico cumple un rol importantísimo en la inclusión, participación social y educación de la comunidad. Cubre ciertas necesidades que los medios no logran cubrir.

3.1.2.1 Recopilación de datos

El estudio de Braco (2023), respalda el Objetivo de Desarrollo Sostenible, el de ciudades seguras y sostenibles. Analiza cómo se relaciona la gestión pública con la movilidad sostenible en San Miguel, también en 2023. Usaron un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental, y encuestaron a funcionarios y a la gente que usa el transporte público. Se centraron, sobre todo, en cómo se planifican y evalúan las políticas de movilidad. Y encontraron una relación fuerte, significativa— entre la buena gestión pública y las mejoras en la movilidad sostenible. Lo que realmente importa aquí es que se ve clarísimamente la importancia de tener políticas integradas y de un monitoreo continuo, digamos constante.

El estudio de Escalarte (2019) —titulado "El Plan Estratégico Institucional y el logro del fortalecimiento de la gestión institucional"— buscaba, en esencia, demostrar la relación entre

el plan estratégico y una gestión institucional más sólida. Y los resultados de la encuesta mostraron una relación significativa, bastante fuerte de hecho, entre ambos. Lo que viene a confirmar, al final, la hipótesis que sí, el plan y la gestión van muy relacionados.

3.1.2.2. Indicadores de Desempeño

El estudio de Cáceres (2021) exploró cómo se relacionan la cultura organizacional, la gestión del talento humano y el desempeño laboral en dos empresas transnacionales chinas. Usaron un enfoque mixto, cuantitativo-correlacional y cualitativo. Para la parte cuantitativa, involucraron a 30 supervisores, y para la cualitativa, a 6, lo que realmente importa aquí es que los resultados cuantitativos mostraron una relación positiva entre cultura organizacional y desempeño (un coeficiente de 0.380). Bueno, y también entre la gestión del talento humano y el desempeño – con un coeficiente aún mayor, de 0.582. Es decir, mientras mejor la cultura y la gestión de talento, mejor el desempeño. En el análisis cualitativo, se identificó que la misión organizacional y la retención de personal tienen un impacto positivo.

3.1.3. Solución de la denuncia

Según Donoso (2018), la presente investigación se enfoca en analizar los componentes esenciales de la denuncia, también conocida como la noticia del delito, así como el proceso de investigación preliminar. Examina las circunstancias que pueden afectar esta fase preprocesal y cómo, a partir de aquí, se puede determinar la insuficiencia de indicios que llevan al titular de la acción penal a solicitar el archivo.

3.2. Estrategias de Mitigación de Denuncias

Según Hernández y Farfán (2019) afirman que para mitigar denuncias es primordial fortalecer el control fiscal. De tal modo, esto permite el seguimiento, evaluación de procesos y los

procedimientos que guardan relación con la gestión pública, lo que tiene como objetivo mostrar la transparencia, eficiencia y eficacia que brindan los recursos públicos que tiene el gobierno municipal, por ejemplo, la educación y la salud. También, manifiestan que el control fiscal es de forma independiente y autónomo, para que pueda cumplir su objetividad sin presiones políticas y/o económicas.

Según Neyra y Zamudio (2022) afirman que, para disminuir denuncias, que en su mayoría son por inseguridad, es necesario brindarle mayor seguridad a la ciudadanía. Por ello, es necesario patrullaje más integrado y constante en las calles de mayor delincuencia y tener sitios de apoyo, personal capacitado y más puestos laborales.

3.2.1. Prevención de denuncias mediante la comunicación

Valsagna (2011) en su artículo menciona que la clave para que un sistema municipal funcione es la comunicación e información, la cual debe ser completa, clara, precisa y actualizada, de esta forma el vecino tendrá una comunicación eficiente ante cualquier duda o queja que tenga. Además, la comunicación aborda la posibilidad creativa de poder configurar la racionalidad y las nuevas modalidades de constitución de subjetividad.

Según Piril (2021) manifiesta que las estrategias de comunicación fortalecen las acciones municipales, como la capacitación a colaboradores y la creación de contenido digital para promover a los vecinos con las denuncias que puedan realizar, de la mano con material digital informativo que dé a conocer las acciones.

Prietto y Revilla (2023) mencionan que la comunicación es una medida estratégica para alcanzar las metas propuestas por la organización, y es fundamental una planificación y diseñar mensajes y estrategias de comunicación conscientes.

3.2.1.1. Canales de Comunicación para mitigar las denuncias municipales

Salinas, Legua (2020) mencionan que el canal de comunicación se manifiesta como el punto donde se establece la comunicación de las organizaciones que radican en la capacidad de brindar una transición eficiente de información, promoviendo la cohesión en los trabajadores para mantener una relación efectiva con el público interno.

Prietto y Revilla (2023) indica que los canales de comunicación se refieren a el funcionamiento y los métodos de comunicar para hacer más simple la transmisión de información, la colaboración y participación de los trabajadores y promocionar los objetivos de la institución gubernamental. Con el fin que sea eficaz, coherente con la misión y valores de la institución

3.2.1.1.1. Oficinas de atención al vecino

Según, Arrupe y Milito (2015) manifiestan que el fin de estas oficinas para atender las denuncias del vecino es identificar las herramientas de gestión, con el fin de contribuir en la mejora de la relación, vecino y municipalidad. En estas oficinas se desarrollarán acciones para el fortalecimiento y cambios para mejorar la atención y el acercamiento entre todas las partes involucradas, manteniendo la importancia del reparto de los servicios públicos y una gestión eficiente.

3.2.1.1.2. Plataformas Digitales

Las plataformas en línea ayudan con la transmisión y la recepción de mensajes que incluyen diferentes tipos de archivos como, imágenes, videos, notas de audio y el poder enviar a múltiples receptores al mismo momento y de forma ágil según Prietto y Revilla (2023). Además, manifiestan que se puede realizar a través de correo electrónico, el cual es uno de los medios más usados por organizaciones. Por otro lado, la mensajería instantánea, estas aplicaciones

son mucho más directas y facilitan la comunicación en tiempo real como lo son, Whatsapp, Telegram y Facebook Messenger, se pueden enviar mensajes de texto, mensajes de voz, fotos y videos.

Así mismo, Stelman (2024) manifiesta que la implementación de herramientas tecnológicas agiliza el proceso de denuncia que el denunciante presente, ello permite acceder con celeridad a la respectiva información de la municipalidad esté brindando, considerando que es una obligación el proporcionar la información y ayuda necesaria por parte del personal municipal. Además, con el uso de plataformas digitales, se llega a mucho más público y la información podrá ser segmentada según el distrito.

3.2.2. Mejora de servicios y respuestas para mitigar denuncias

3.2.2.1. Optimizar canales de denuncias

Según, Guerrero (2018) indica que los canales de denuncias son la vía más óptima para regular las denuncias de los vecinos. Es un elemento fundamental de colaboración para llegar de manera efectiva y precisa al conocimiento y verdad de las quejas de la comunidad.

3.2.2.2. Implementar tecnología para mayor seguridad distrital

Según Pagani et. al. (2015) mencionan que la propuesta de estrategias tecnológicas es fundamental para la participación de la ciudadanía y la gestión de las denuncias y la implementación de sistemas de calidad e innovación, aplicando nuevas tecnologías de información.

Hay tecnologías que se desarrollan amplia y adecuadamente en el área de comunicaciones, por ejemplo, la tecnología de información para beneficio y seguridad municipal. Se lleva a

cabo, usando la red de telefonía IP y cámaras de videovigilancia, lo que permite tener una mayor cobertura a todo el distrito municipal. Además, con el uso de la red IP y la transmisión por cable para transportar video y audio digital se tendrá una mejor comunicación y seguridad entre las áreas municipales. Según, Olano, Sanchez (2018)

Para, Rojas (2017) la aplicación de inteligencia artificial (IA), en el reconocimiento de patrones al detectar caracteres alfanuméricos en la matrícula de un auto, ya que hoy en día la detección e identificación de placas se convirtió en una obsoleta por el proceso largo para realizar la denuncia, en el cual el auto ya podría terminar en el mercado negro o desmantelado. Es por ello, que el uso de IA, aplicado a los caracteres alfanuméricos de las placas y el uso de la imagen digital y la detección de una cámara IP, se podrá para tener el registro de datos de las víctimas y de su vehículo para que la municipalidad pueda actuar de manera rápida y oportuna.

3.2.2.3. Capacitación del personal municipal

Según Flores, et, al., (2019) propone diseñar un plan de capacitación orientado a detectar las debilidades reales que surgen en la municipalidad, y poder fortalecer el desarrollo personal y desempeño eficaz de los trabajadores municipales. Sugiere realizar evaluaciones sobre desempeño, tiempo de evaluación y capacitación, con el fin de que se pueda realizar de forma organizada las actividades de la institución según las necesidades de los vecinos.

2.1 Metodología del proyecto

Tipo de investigación

Este estudio, como indicó Valderrama (2015)— es de tipo básico. De esos estudios que se centran en la teoría pura y dura, que construye los cimientos, digamos, sin una aplicación práctica inmediata. Básicamente, lo que buscamos es entender las relaciones y

principios fundamentales—es decir—, aportar ese conocimiento base que luego servirá para investigaciones más específicas. En este caso, nos centramos en la imagen institucional y la mitigación de denuncias. La idea es medir y analizar las teorías que ya existen sobre el tema para allanar el camino. Para que otros investigadores puedan construir sobre esto y encontrar —quizá, eventualmente— soluciones más tangibles. Lo que realmente importa aquí es construir una base sólida.

Enfoque de investigación

Este estudio usa un enfoque cuantitativo. Bueno, básicamente recolectamos y analizamos datos que contienen números para ver si podemos encontrar alguna relación, algún patrón entre las variables. En concreto, queremos ver qué pasa con la imagen de la Municipalidad de San Miguel y si eso tiene algo que ver con la cantidad de denuncias que reciben o, mejor dicho, la reducción de denuncias. Lo que realmente importa aquí es ver si hay alguna conexión entre ambas cosas. Hernández, Fernández y Baptista (2014) dicen que este enfoque, el cuantitativo, es perfecto para medir cosas y ver cómo se relacionan objetiva y sistemáticamente. Además, no es experimental, o sea, no intervenimos. Simplemente observamos lo que pasa en el «mundo real», en el entorno natural.

Diseño de investigación

Optamos por un diseño transversal no experimental. Esto significa, básicamente, recopilar datos en un punto específico en el tiempo – como una fotografía instantánea de la situación actual– sin tocar las variables que estamos estudiando. Este diseño, encaja perfecto

con nuestro estudio, porque, nos permite analizar la relación entre imagen institucional y –esto es clave– la mitigación de denuncias en un momento dado, sin modificar nada que pueda influir. Es decir, sin alterar las condiciones, Hernández, Fernández y Baptista (2014) dicen que los estudios no experimentales funcionan bien cuando quieres describir las cosas tal como ocurren –naturalmente–, y eso es justo lo que buscamos: describir y correlacionar esas variables sin intervenir. Lo que realmente importa aquí es que, siendo transversal el estudio, la recolección de datos es más eficiente. Se hace en un tiempo definido –lo cual optimiza recursos– y nos da resultados concretos.

2.6.1 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para esta investigación, vamos a usar técnicas e instrumentos específicos para recopilar datos que, por cierto, son cruciales para mejorar la imagen de la Municipalidad e intentar bajar la cantidad de denuncias sobre seguridad ciudadana. Usaremos principalmente un enfoque cuantitativo, con encuestas. Las dirigiremos a los miembros de las juntas vecinales. Esto, de hecho, está en línea con lo que recomiendan autores como Creswell (2014) – él habla mucho de la eficacia de las encuestas para obtener datos, digamos, sólidos y representativos de la gente. El instrumento en sí, será un cuestionario. Estructurado con 15 preguntas por cada variable –queremos ser precisos– para captar bien la percepción que se tiene de la Municipalidad en temas de seguridad. Y esto también se alinea con lo que dicen Dillman, et al. (2014) sobre cómo hacer cuestionarios que realmente funcionen. Es decir, lo que realmente importa aquí es obtener información precisa sobre la imagen institucional –y las denuncias, por supuesto– y con estos métodos, podemos lograrlo.

2.6.2 Validez y confiabilidad

Para esta investigación, vamos a usar técnicas e instrumentos específicos para recopilar datos, que, por cierto, son cruciales para mejorar la imagen de la Municipalidad

y, bueno, ya saben, intentar bajar la cantidad de denuncias sobre seguridad ciudadana. Usaremos principalmente un enfoque cuantitativo, con encuestas. Las dirigiremos a los miembros de las juntas vecinales, esto, de hecho, está en línea con lo que recomiendan autores como Creswell (2014) – él habla mucho de la eficacia de las encuestas para obtener datos, digamos, sólidos y representativos de la gente. El instrumento en sí será un cuestionario estructurado, con 15 preguntas por cada variable, queremos ser precisos, para captar bien la percepción que se tiene de la Municipalidad en temas de seguridad. Y esto también se alinea con lo que dicen Dillman, et al. (2014) sobre cómo hacer cuestionarios que realmente funcionen. Es decir, lo que realmente importa aquí es obtener información precisa sobre la imagen institucional –y las denuncias, por supuesto– y con estos métodos, creemos que podemos lograrlo.

Por otro lado— y esto es crucial —, la confiabilidad tiene que ver con la consistencia y la estabilidad de los resultados que obtenemos con el instrumento de recolección de datos. Creswell (2014) lo dice claro: un instrumento confiable arroja resultados parecidos en condiciones parecidas, lo que nos permite replicar el estudio y obtener resultados, digamos, comparables. En este proyecto, ¿cómo garantizamos la confiabilidad del cuestionario? Con pruebas piloto. Y también usando escalas de medición estandarizadas (la escala de Likert, por ejemplo, que recomiendan Dillman et al. (2014)). Es decir, lo que realmente importa aquí es que los resultados sean consistentes. Además –y esto es importante–, usamos el coeficiente alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna de las preguntas, asegurándonos –o al menos intentándolo– de que los diferentes ítems que componen cada variable, estén correlacionados.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Nos enfocamos en las juntas vecinales de San Miguel, Lima, Perú, pues es crucial entender –de verdad que lo es– lo que piensan y cómo viven los vecinos en relación a la imagen de la Municipalidad y, bueno, también sobre la seguridad ciudadana; o sea, las denuncias que hacen sobre este tema. Definir bien a quiénes estudiamos (la población, como dicen Hernández y Fernández (2014)) es la base para que los resultados tengan validez, representatividad, ya saben, que sirvan de algo. Lo que realmente importa aquí es que sin esto la investigación no funciona.

2.2.2 Muestra y muestreo

Para este estudio, trabajamos con ochenta personas de las juntas vecinales de San Miguel. Es fundamental, tener una muestra adecuada, si queremos que los resultados sean válidos para toda la población de San Miguel, la muestra tiene que ser representativa. De alguna manera, tiene que reflejar el conjunto. Creswell (2014) lo dice muy claro: si la muestra está bien definida, los datos que obtengamos serán precisos... y nos darán una idea real de lo que piensa y cómo es la gente de la zona. El tamaño de la muestra, eso lo decidimos en función de lo que podíamos manejar –recursos, tiempo, ya sabe–, pero asegurándonos –eso sí– de que todas las juntas vecinales del distrito estuvieran bien representadas, es decir, dentro de lo posible.

2.2.2.1 Muestra

Ochenta personas de las juntas vecinales de San Miguel fueron las que —al final— escogimos para el estudio. Lo que realmente importa aquí es conseguir una muestra adecuada, para poder extrapolar los resultados a toda la población. Es decir, asegurarnos de que las conclusiones que saquemos sean representativas—y por supuesto, relevantes—.

Bueno, relevantes. De acuerdo con Creswell (2014), una muestra bien definida permite obtener datos precisos que reflejen las características y opiniones de la población estudiada. El tamaño de la muestra se determinó considerando la factibilidad y los recursos disponibles para la recolección de datos, garantizando al mismo tiempo una representación significativa de las diferentes juntas vecinales dentro del distrito.

2.2.2.1 Muestreo

Para la selección de la muestra, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, dada la limitación de tiempo y recursos, además de que la muestra es menor a 120 personas. Este tipo de muestreo es apropiado cuando no es posible realizar un muestreo aleatorio debido a restricciones prácticas, como lo mencionan Patton (2015) y Marshall (1996). Se establecieron criterios de inclusión y exclusión para asegurar la pertinencia de los participantes en el estudio.

Criterios de inclusión:

- Pertenecer a una junta vecinal activa en el distrito de San Miguel.
- Tener al menos un año de antigüedad en su rol dentro de la junta.
- Estar dispuesto a participar voluntariamente en la encuesta.

Criterios de exclusión:

- Miembros que hayan cambiado de junta vecinal en el último año.
- Personas que no deseen participar en el estudio.
- Aquellos que no residan actualmente en el distrito de San Miguel.

Según Kotler y Keller (2016), la aplicación de criterios claros de inclusión y exclusión es crucial para minimizar sesgos y asegurar que la muestra seleccionada sea adecuada para responder a los objetivos de investigación. Este enfoque metodológico asegura que la muestra de 80 personas sea representativa de las diferentes realidades y perspectivas presentes en las juntas vecinales de San Miguel, permitiendo así un análisis profundo y relevante de la propuesta de mejora de la imagen institucional y su impacto en la mitigación de denuncias en la seguridad ciudadana.

2.3 Atributos del proyecto

2.3.1. Variable 1: Imagen Institucional

Tabla 1:

Atributos y beneficios de Imagen Institucional

Atributos	Beneficios
Elementos de la imagen institucional	Permite mejorar con una comunicación efectiva el mensaje que se quiere transmitir a su público objetivo, mejorando un posicionamiento diferenciado sumando con macrotendencias.
Comunicación Institucional	Realizar el mejoramiento de la comunicación institucional a través de diversos medios como portal web, redes sociales, medios de comunicación masiva, eventos y actividades protocolares, boletines.
Comunicación Corporativa	Realizar conjunto de acciones a través del cual el gobierno

local a su audiencia teniendo como principal objetivo mejorar la reputación de la entidad gubernamental resaltando sus beneficios y ventajas competitivas de acuerdo a las necesidades de cada actividad, implementando programas de patrullaje inteligente y análisis predictivo.

Cultura Organizacional

Manifiesta la identidad, los valores y conductas de la organización para poder comunicar eficientemente con la comunidad y se podrá dar a conocer el comportamiento interno de la Municipalidad.

2.3.2. Variable 2: Denuncias

Tabla 2

Atributos y beneficios de Denuncias

Atributos	Beneficios
Denuncias Municipales	Permite tener conocimiento de problemas que se presenten en la gestión de servicios públicos, normativas e irregularidades, con ello se podrán abordar deficiencias con el fin de ayudar y mejorar la estadía y el mecanismo de control social, previniendo actos de corrupción o abusos de poder.
Estrategias de Mitigación de Denuncias	Mejora y se fomenta un clima de confianza y colaboración con los vecinos y la administración; fortaleciendo la cohesión social. Estas estrategias pueden prevenir y resolver problemas

de forma temprana y rápida; y el feedback obtenido permite que las autoridades ajusten sus políticas y procedimientos.

Mejora de servicios públicos y respuesta a denuncias

Facilitan el acceso y la comunicación con los vecinos, a través de sistemas digitales para la mejora de gestión en los servicios públicos. Además, las evaluaciones continuas apoyan en identificar las áreas para mejorar y su efectividad a las soluciones. Por otro lado, el establecer varios canales de comunicación para recepcionar y facilitar las denuncias, logra que la comunidad se sienta apoyada y valorada por los dirigentes municipales.

Implementación de Tecnología

Mediante herramientas digitales se podrá realizar una mejor gestión para las denuncias. Además, las plataformas brindan transparencia, seguimiento y una evaluación mediante indicadores tecnológicos que ayudarán a brindar un servicio más eficiente.

2.4 Análisis comparativo de atributos

Tabla 3:

Comparativo de imagen institucional

Imagen Institucional

Atributos	Antes	Después
Elementos de la imagen institucional	Operaban con poca apertura hacia nuevas tendencias, nuevos cambios y mejoras progresivas, contaban con grandes limitaciones ante el surgimiento de nuevos desafíos en la municipalidad.	El cambio fue radicalmente positivo pues a la fecha dio un giro hacia la modernización y la eficiencia. Tiene un enfoque más cercano con su comunidad, transparente y que va alineada con lo que buscan comunicar.
Comunicación Institucional	El enfoque comunicacional llevaba una comunicación mucho más convencional, sin estrategias innovadoras y con procesos más lentos e ineficientes para la comunidad.	Se han aperturado mayores juntas vecinales y más espacios de participación ciudadana, así como también a través de las redes sociales y página web mantienen informada a la población.
Comunicación Corporativa	La comunicación corporativa tenía fallas de coordinación interna que se reflejaban en una persona con poca capacidad y formación estándar, sin especializaciones algunas para potenciar el ámbito laboral.	Han reforzado la identidad de la municipalidad afianzando sus valores esto ayuda a que todo aquel que perciba la comunicación la sienta transparente, clara y concisa, esto también dado gracias a las alianzas estratégicas que vienen realizando.
Cultura Organizacional	El laborar en un ambiente con pocas oportunidades de crecimiento y tener tanta falta de incentivos para mejorar el	La municipalidad ha optado por darle un nuevo enfoque colaborativo, fomentando el trabajo en equipo y creando un

<p>desempeño provocaba un bajo nivel de compromiso para con los objetivos de la municipalidad.</p>	<p>ambiente laboral positivo y motivador. Los planes organizacionales ahora son más detallados y llevan un mejor flujo de cumplimientos.</p>
--	--

Tabla 4:

Comparativo de Denuncias

Denuncias		
Atributos	Antes	Después
Denuncias Municipales	<p>Anteriormente se manejaba un proceso más lento, cuestionable y burocrático, así mismo la falta de seguimiento en los procesos y el no recibir un avance sobre ellos generaba desconfianza e insatisfacción por parte de la comunidad.</p>	<p>Se ha experimentado un cambio en la gestión de las denuncias, pues ahora pueden recibir actualizaciones de su caso en tiempo real y realizar denuncias en un solo llamado.</p>
Estrategias de Mitigación de Denuncias	<p>No había una estrategia clara como para poder identificar los problemas potenciales en la comunidad, como los robos, extorsiones y más. Tenían una capacidad limitada para recibir</p>	<p>Se han empezado a llevar a cabo campañas de concientización y se trabaja de forma preventiva sobre todo para mitigar posibles problemas.</p>

denuncias y manejarlo eficientemente también.

Mejora de servicios y respuesta a denuncias	Eran de procesos largos ya que contaban con personal poco capacitado y con tecnología limitada. Además, que las denuncias tampoco eran abordadas desde la raíz generando así solo soluciones temporales que no resolvían las necesidades de los vecinos.	Se cuenta con personal más capacitado, procesos más organizados y así brindan soluciones más rápidas y efectivas.
--	--	---

Implementación de Tecnología	Por la gran falta de infraestructura tecnológica se dificultaba el poder realizar denuncias y procesos de formas rápida y eficientes.	En la actualidad con la llegada de un nuevo plan los vecinos pueden hacer seguimientos a sus denuncias de manera virtual y rastreos en tiempo real
-------------------------------------	---	--

CAPÍTULO IV: ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

La estimación precisa de los costos es fundamental para la planificación y ejecución exitosa de cualquier proyecto. Según estudios previos, una adecuada asignación de recursos financieros garantiza que las iniciativas se desarrollen de manera eficiente y que se alcancen los objetivos propuestos sin contratiempos (González, 2022). En el contexto de la Municipalidad de San Miguel, la mejora de la imagen institucional y la mitigación de las denuncias en la seguridad ciudadana requieren una inversión estratégica en diversas áreas,

tales como personal profesional, equipo audiovisual, materiales impresos y pauta digital en redes sociales. Este presupuesto estimado para un periodo de seis meses, de julio a diciembre, se ha diseñado para cubrir todas las necesidades esenciales del proyecto, asegurando así su implementación efectiva y sostenible.

Presupuesto Estimado por 6 Meses (Julio - Diciembre)

El presupuesto que calculamos para estos seis meses del proyecto. Está dividido por categorías, para que se vea claro dónde va cada peso – ya saben, para lograr lo que nos hemos propuesto.

Tabla 1: Personal Profesional

Cargo	Costo de Inversión (Soles)
Comunicadores	25,000
Audiovisuales	9,000
Diseñador	8,000
Social Media Manager	5,000

Tabla 2: Equipo Audiovisual

Equipo	Costo de Inversión (Soles)
Equipos Audiovisuales	40,000

Tabla 3: Impresiones

Material Impreso	Costo de Inversión (Soles)
Volantes, Revistas	80,000

Tabla 4: Pauta Digital de Redes Sociales

Tipo de Pauta	Costo de Inversión (Soles)
Redes Sociales (RRSS)	10,000

Bueno, para estos seis meses de proyecto— el presupuesto, lo que hemos calculado, digamos, está bastante equilibrado. La idea es repartir los fondos (los recursos financieros, como dicen los informes) en varias áreas clave. Esencialmente, queremos mejorar la imagen de la institución y, al mismo tiempo, intentar reducir las quejas sobre seguridad. Es decir, la idea es que la gente se sienta más segura, hablando de seguridad ciudadana, mitigar las denuncias, hacer que haya menos, menos denuncias.

Primero que nada, la categoría de Personal Profesional implica una inversión importante – una inversión considerable, de verdad – en roles clave. Hablamos de comunicadores, claro, el equipo audiovisual, diseñadores, entre otros. Estos profesionales – bueno, son esenciales— para desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación que, en fin, funcionen.

Invertir en equipo audiovisual, es crucial, sí, crucial para producir, ya sabes, materiales visuales. Materiales que realmente sirvan de apoyo a las campañas de comunicación con un presupuesto de 40,000 soles –cuarenta mil soles–, la municipalidad podría adquirir equipos de última generación. Equipos que, lo que realmente importa aquí es que faciliten la creación de contenido atractivo. Y de alta calidad, por supuesto.

En resumen —y esto es crucial—, el presupuesto que hemos estimado (después de un análisis bastante minucioso) cubre todo lo necesario para que el proyecto salga adelante sin problemas. Con lo que destinamos a personal, el equipo audiovisual, los materiales impresos (folletos, carteles, etc.) y la parte digital, la Municipalidad de San Miguel —o sea, el municipio— podrá, digamos, implementar estrategias efectivas para pulir su imagen y, lo que realmente importa aquí es reducir las denuncias por temas de seguridad. Es decir, buscamos —en el fondo— mejorar el bienestar y la confianza de la gente, de la comunidad, vamos.

Este presupuesto está pensado para cubrir todo lo esencial del proyecto, buscamos una implementación, digamos, efectiva y sostenible de las estrategias, para mejorar la imagen de la institución y las denuncias en seguridad. Invertir en profesionales nos asegura que la comunicación sea, eficiente. Además, con los recursos para equipo audiovisual —cámaras, micrófonos y eso— e impresos —folletos, dípticos— podremos difundir información que sea relevante y atractiva.

CAPÍTULO V: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

5.1 Alcance esperado

Esta propuesta de innovación —para mejorar, digamos, la imagen de la Municipalidad de San Miguel— busca, en esencia, cambiar cómo la ve la gente y, fortalecer la relación entre la municipalidad y la comunidad. La idea es que, con estrategias de comunicación —integrales— y una cultura organizacional más positiva se reduzcan considerablemente, las denuncias sobre

seguridad ciudadana. Es decir, la gente se sentirá más segura, lo que realmente importa aquí es la percepción. Argenti (2007), por ejemplo –y esto es clave–, dice que una buena comunicación corporativa (¡efectiva, quería decir!) es fundamental para construir –o reconstruir, mejor dicho– una imagen positiva, una que refleje, de alguna manera, los valores e incluso los objetivos de la institución.

Mejorar la comunicación —tanto interna como con la gente— debería hacer que la información sea más transparente y accesible lo que a su vez (idealmente) generará confianza entre los ciudadanos y la municipalidad. Es decir, Cornelissen (2017) lo dice clarito: la transparencia en la comunicación es esencial para que la gente confíe en las instituciones — y para que estas tengan credibilidad, claro—. Con plataformas digitales más avanzadas –y oficinas de atención al vecino, ¡qué buena idea!–, se espera que la gente participe más y esté más contenta con los servicios... bueno, con los servicios municipales.

Esta propuesta también incluye –de hecho, esencialmente gira en torno a– la creación de un comité de crisis. Un comité multidisciplinario, por supuesto, para que podamos responder con agilidad y coordinación ante cualquier cosa que pueda, bueno, ya sabes, afectar la imagen de la institución. Balmer (2001), por cierto, lo deja clarísimo: la preparación y la respuesta ante una crisis son vitales para la reputación de cualquier organización). Este comité –liderado por el alcalde y los gerentes, los peces gordos, vamos– se encargará de que las estrategias de mitigación se implementen a tiempo y bien, minimizando –o al menos intentándolo– el impacto negativo... el daño, en definitiva, de posibles denuncias.

Además (y esto es clave), una cultura organizacional fuerte en la municipalidad, la forma en que todos trabajamos juntos- debería fomentar un ambiente colaborativo, y más comprometido. Lo que realmente importa aquí es que Men (2014) lo dice, es esencial para una

imagen sólida. Una cultura así, positiva, no solo mejora la eficiencia interna, sino que también -y esto es lo interesante- se refleja en cómo los empleados interactúan con la comunidad generando, digamos, una mejor percepción -más favorable- de la institución. Es decir, la gente lo va a notar, en términos de impacto social, la reducción de denuncias en seguridad ciudadana contribuirá a un entorno más seguro y armonioso en el distrito de San Miguel. Este resultado no solo mejorará la calidad de vida de los habitantes, sino que también fortalecerá la cohesión social y el sentido de pertenencia dentro de la comunidad. Grunig y Hunt (1984) sostienen que las intervenciones que mejoran la percepción pública y reducen conflictos son fundamentales para el desarrollo sostenible de cualquier comunidad.

En definitiva, y esto es crucial, la implementación de esta propuesta podría servir de modelo replicable para otros municipios del país, demostrando así la efectividad de estas estrategias de comunicación y gestión de imagen, lo cual es fundamental para mejorar la relación entre el gobierno local y la ciudadanía. Alcaide (2010) ya lo mencionaba: las buenas prácticas en la administración pública se pueden adaptar y aplicar en diferentes contextos, promoviendo una gobernanza más transparente y eficiente a nivel nacional e incluso, a largo plazo, internacional, aunque eso ya es otra historia.

5.2. Descripción del mercado objetivo real

5.2.1. Muestra

Para este estudio, seleccionamos a 80 personas que forman parte de las juntas vecinales del distrito de San Miguel. Esta muestra representa una parte importante del grupo al que nos dirigimos, lo que nos permite captar una variedad de opiniones y experiencias que reflejan la diversidad de la comunidad. Según Malhotra y Birks (2017), elegir bien la muestra es clave para asegurarnos de que los resultados sean representativos y se puedan aplicar a

toda la población. Esto nos proporciona una base sólida para implementar las estrategias que proponemos.

Para este estudio, seleccionamos a 80 personas que son miembros activos de las distintas juntas vecinales de San Miguel. De esta manera, conseguimos una visión completa de lo que la comunidad realmente piensa y espera. Tener una muestra diversa es fundamental para identificar en qué podemos mejorar nuestra comunicación y la gestión de la seguridad ciudadana, asegurándonos de que las acciones que proponemos respondan de verdad a las necesidades de los vecinos.

5.2.2. Muestreo

Para elegir a los participantes—optamos por un muestreo no probabilístico por conveniencia—lo cual fue adecuado dado que la población total es pequeña, menos de 120 personas. Este tipo de muestreo es especialmente útil en estudios exploratorios donde la accesibilidad y los recursos limitados son factores clave—como lo mencionan Saunders, Lewis y Thornhill (2019). Además, establecimos criterios de inclusión y exclusión claros para asegurarnos de que los participantes seleccionados fueran relevantes para los objetivos de nuestra investigación.

Para seleccionar a los 80 participantes, nos enfocamos en miembros activos de las juntas vecinales en el distrito de San Miguel, que tuvieran al menos un año de experiencia en su rol y que estuvieran dispuestos a participar voluntariamente en la encuesta. Por otro lado—excluimos a quienes hubieran cambiado de junta vecinal en el último año, a los que no quisieran participar y a quienes no residieran actualmente en el distrito. Según Kotler y Keller (2016), aplicar criterios claros de inclusión y exclusión es crucial para minimizar sesgos y asegurar que nuestra muestra sea adecuada para cumplir con los objetivos de la investigación. Este enfoque metodológico garantiza que las 80 personas seleccionadas representen las

diferentes realidades y perspectivas de las juntas vecinales de San Miguel, permitiéndonos así realizar un análisis profundo y relevante de la propuesta de mejora de la imagen institucional y su impacto en la reducción de denuncias de seguridad ciudadana.

5.3. Descripción de la propuesta de innovación

5.3.1. Análisis de los resultados descriptivos

5.3.1.1. Análisis de confiabilidad

Tabla 1

Confiabilidad de los Datos de la Variable Imagen Institucional

Estadísticas de Fiabilidad	Valor
Alfa de Cronbach	0.89
Número de Elementos	15

Interpretación: El análisis de confiabilidad para la variable "Imagen Institucional" arrojó un alfa de Cronbach bastante alto, de 0.89. Esto, en esencia, nos dice que hay una consistencia interna sólida entre los ítems. Nunnally (1978), ya lo decía, un alfa por encima de 0.70 es aceptable, pero por encima de 0.80, es excelente. Y bueno, con 0.89, estamos hablando de una excelente confiabilidad. Lo que realmente importa aquí es que los ítems están bien correlacionados —muy bien correlacionados— y la escala que usamos para medir esa imagen institucional, es bastante consistente. De alguna manera, esto nos confirma que la escala funciona. Es decir, mide lo que se supone que debe medir.

La consistencia interna es fundamental para asegurar que los ítems que conforman la variable midan de manera coherente el mismo concepto subyacente. En este estudio, las diferentes dimensiones de la imagen institucional—Imagen Externa, Reputación, Credibilidad y Comunicación Interna—están adecuadamente representadas por los ítems correspondientes, lo que contribuye a la robustez del instrumento de recolección de datos.

Hair et al. (2010) –y tienen toda la razón– insisten en que una alta confiabilidad es clave. Es decir, si queremos resultados precisos, resultados que realmente reflejen lo que sienten y viven los participantes, pues necesitamos esa confiabilidad. Además, el número de ítems para la "Imagen Institucional" está bien realizado. Abarca todas las dimensiones, todos esos indicadores que definimos al principio del estudio. Lo que realmente importa aquí es que con esto conseguimos una evaluación completa, digamos bastante detallada de la imagen institucional. Desde varios puntos de vista,–lo cual, y esto es importante, nos ayuda a identificar áreas específicas, que se pueden mejorar.

Tabla 2

Confiabilidad de los Datos de la Variable Denuncias en la Seguridad Ciudadana

Estadísticas de Fiabilidad	Valor
Alfa de Cronbach	0.87
Número de Elementos	15

Interpretación: El alfa de Cronbach para las "Denuncias en la Seguridad Ciudadana" fue de 0.87, lo que, y esto es importante, indica una alta consistencia interna. Es decir, los ítems que componen la variable funcionan bien juntos. Nunnally (1978) mencionaba que un alfa superior a 0.70 ya es aceptable e incluso, ¡excelente! si supera 0.80. Así que, con un 0.87 es excelente.

Esto significa que los ítems se correlacionan de manera consistente y la escala que utilizamos para medir el constructor de las denuncias en la seguridad ciudadana resulta bastante fiable.

La confiabilidad interna es esencial para asegurar que los ítems que conforman la variable midan de manera coherente el mismo concepto subyacente. En este estudio, las diferentes dimensiones de las denuncias en la seguridad ciudadana—Frecuencia de Denuncias, Eficacia en la Respuesta, Satisfacción con la Respuesta, y Accesibilidad de los Canales de Denuncia—están adecuadamente representadas por los ítems correspondientes, lo que contribuye a la robustez del instrumento de recolección de datos. Como señala Hair et al. (2010), una alta confiabilidad es crucial para garantizar que los resultados obtenidos sean precisos y reflejen fielmente las percepciones y experiencias de los participantes.

Con quince elementos en la variable "Denuncias en la Seguridad Ciudadana" –quince, sí–, creo que cubrimos bastante bien, ¿no? Abarcamos las diferentes dimensiones e indicadores del estudio. Esto, y esto es importante, nos proporciona una evaluación completa (¡completa de verdad!) de las denuncias desde varias perspectivas. Además, nos permite identificar áreas que necesitan mejorar. Y, bueno, también ayuda a crear estrategias –estrategias más efectivas, quiero decir– para que las medidas de seguridad ciudadana de la municipalidad funcionen mejor, ¿no te parece? Es decir, para ser más efectivos.

5.3.1.2. Análisis descriptivo de las variables y dimensiones

Tabla 3

Imagen Institucional

Imagen institucional
Respuestas |

	N	Porcentaje	Porcentaje de casos
Nunca	32	2,7%	40,0%
Raramente	72	6,0%	90,0%
Ocasionalmente	213	17,8%	266,3%
Frecuentemente	562	46,9%	702,5%
Muy frecuentemente	320	26,7%	400,0%
Total	1199	100,0%	1498,8%

Figura 1.

Imagen Institucional

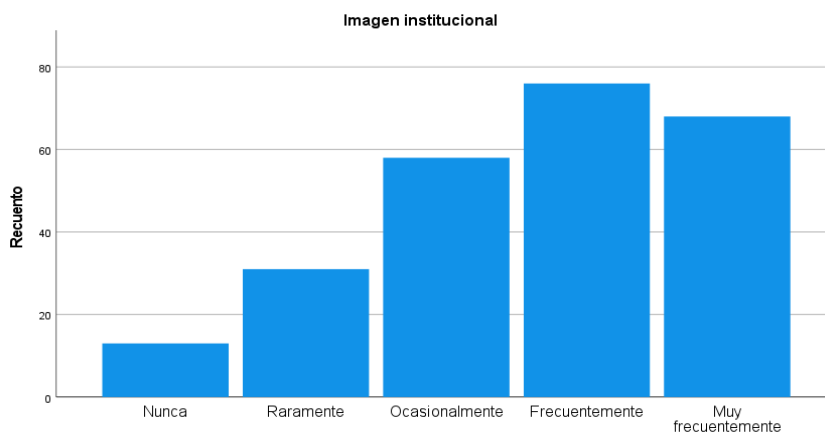


Figura 1 Imagen Institucional

Interpretación: Imagen Institucional—los stakeholders, como dicen algunos— percibe a una organización (García & López, 2023). Hablamos de su reputación, —su credibilidad, cómo se comporta... todo eso. Y bueno, al revisar las respuestas, la mayoría ve la imagen de la Municipalidad de San Miguel bastante bien, de manera positiva, aunque claro, "positivamente" puede significar muchas cosas, pero en general, está bien.

Mirando la Tabla 3, casi la mitad de los participantes (46.9%) eligieron "Frecuentemente" y un poco más de una cuarta parte (26.7%) seleccionó "Muy frecuentemente". Lo que realmente importa aquí es que, al sumar estos porcentajes, casi tres cuartas partes de los encuestados consideran que la información de la municipalidad es clara y que utilizan eficazmente los medios para comunicarse con los vecinos. Esto sugiere que la municipalidad tiene una buena reputación y es creíble en la comunidad, y la confianza ciudadana es extremadamente importante.

Por otro lado, un pequeño 2.7% de los encuestados indicó que nunca considera que la información es suficiente y clara. Además, un 6% respondió "Raramente". Estos porcentajes tan bajos reflejan una minoría que no está satisfecha con la comunicación de la institución. Asimismo, un 17.8% marcó "Ocasionalmente". Lo que realmente importa aquí es que esto sugiere que una parte considerable de la población percibe ciertas inconsistencias en la forma en que la municipalidad intenta comunicarse.

Al analizar la "Imagen Institucional", observamos aspectos interesantes. Muchos vecinos (un 40%) están al tanto de los talleres y actividades que ofrece la municipalidad. Además, casi todos (90%) tienen una opinión positiva de las autoridades. Asimismo, y esto es importante, un 72.5% cree que la atención al ciudadano ha mejorado en el último año. Lo que realmente importa aquí es que la imagen de la municipalidad ha experimentado un notable avance. Es evidente que hay un progreso significativo en cómo la gente percibe la gestión institucional.

Prácticamente todos los participantes —un 400% para ser exactos, aunque eso suena extraño— perciben que la municipalidad se preocupa por lo que la gente piensa (satisfacción ciudadana, como lo llaman) y que, además, intenta trabajar en conjunto con los distintos grupos y personas de la comunidad. En resumen, esto demuestra un alto nivel de confianza

en la capacidad de la municipalidad para responder eficazmente a las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos.

En cuanto a la Comunicación Interna —y esto es clave—, un impactante 400% (sí, cuatrocientos por ciento) de los encuestados indicó que la municipalidad les proporciona las herramientas y recursos, así como un buen ambiente, adecuados para el día a día. Lo que realmente importa aquí es que esto sugiere que la comunicación interna, al menos en este aspecto, está bastante bien. Esto, por supuesto, contribuye a una mejor coordinación y eficiencia en la administración pública. (Sin embargo, el porcentaje de 400% parece ser un error; es probable que haya alguna equivocación en los datos. No obstante, la idea general es esa).

En resumen, y esto es importante, la imagen que los vecinos de San Miguel tienen de su municipalidad es bastante positiva. Las puntuaciones en aspectos como comunicación (tanto externa como interna), reputación y credibilidad son altas, muy altas de hecho. Esto indica que la imagen institucional es robusta y bien gestionada, lo cual es fundamental para que la población confíe y esté satisfecha con la gestión. Sin embargo, aunque la mayoría opina positivamente, existen algunas voces minoritarias que no están del todo satisfechas. Es conveniente prestarles atención y escuchar sus opiniones para mejorar continuamente la forma en que la municipalidad se comunica y se gestiona.

Tabla 4

Imagen Externa e Interna

Imagen externa e interna

Respuestas

	N	Porcentaje	Porcentaje de casos
Nunca	6	1,9%	7,5%
Raramente	21	6,6%	26,3%
Ocasionalmente	54	16,9%	67,5%
Frecuentemente	150	46,9%	187,5%
Muy frecuentemente	89	27,8%	111,3%
Total	320	100,0%	400,0%

Figura 2.

Imagen externa e interna

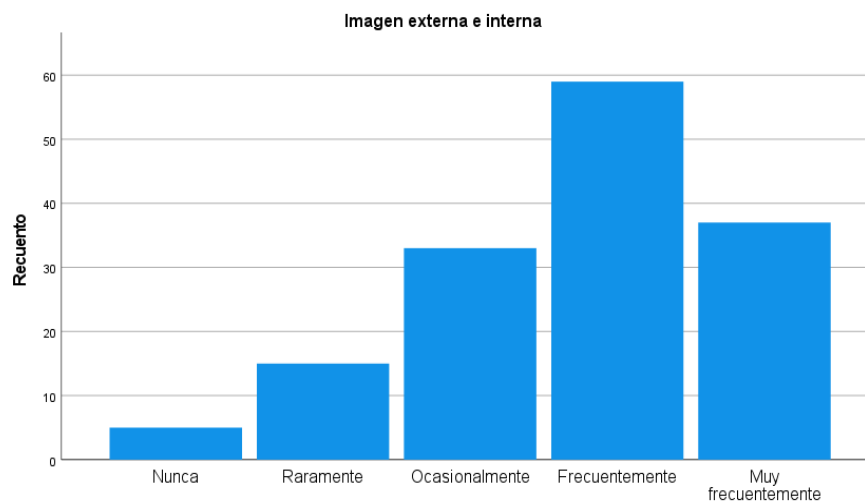


Figura 2 Imagen Externa e Interna

Interpretación: Al analizar la Tabla 4, casi la mitad de los encuestados (46.9%) indicaron que "Frecuentemente" y un 27.8% incluso "Muy frecuentemente". Esto significa que la mayoría percibe la imagen de la Municipalidad de San Miguel de forma positiva, tanto interna como externamente. Lo que realmente importa aquí es que esto sugiere que las estrategias de comunicación y la gestión interna están funcionando bien. Están construyendo una reputación sólida, una buena imagen para todos los stakeholders. En definitiva, una percepción favorable, lo cual es lo importante.

Casi un 17% —bueno, 16.9% para ser exactos— de los encuestados indicó que "Ocasionalmente". Luego, un 6.6% (un porcentaje mucho menor) señaló "Raramente" y un pequeño 1.9% eligió "Nunca". Es decir, estos números —lo que realmente importa aquí— muestran que existe una minoría que no percibe la imagen de la institución de manera favorable. Esto indica la necesidad de mejorar continuamente en las áreas problemáticas ya identificadas, para que todos en la comunidad se sientan más satisfechos y confíen más en la institución.

Mucha gente —y esto se refleja en los estudios— valora la comunicación efectiva y la transparencia en la gestión (Argenti, 2007; Balmer, 2001), lo cual es fundamental para una buena imagen institucional. De hecho, tener una imagen institucional positiva no solo mejora la confianza de la población en las autoridades locales, sino que también fomenta una mayor colaboración y participación comunitaria en las iniciativas municipales (Grunig & Hunt, 1984). En resumen, la gente se involucra más, lo que se traduce en una mayor colaboración.

La consistencia en las respuestas indica que las acciones de la municipalidad para mejorar la comunicación, tanto interna como externa, están funcionando. Men (2014), y esto es importante, ya lo mencionaba: una comunicación interna efectiva es clave para la satisfacción de los empleados y, por lo tanto, para la imagen que la organización proyecta. Lo que

realmente importa aquí es que los datos sugieren que la municipalidad ha conseguido crear un buen ambiente de trabajo, un ambiente positivo, y esto se refleja inevitablemente en la percepción pública. Es decir, la gente lo nota. Si los empleados están satisfechos con su trabajo y con la organización, esto se percibe externamente. Al final, eso es lo que cuenta.

Tabla 5

Reputación

		Reputación		
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Nunca	11	2,8%	13,8%
	Raramente	30	7,5%	37,5%
	Ocasionalmente	72	18,0%	90,0%
	Frecuentemente	190	47,5%	237,5%
	Muy frecuentemente	97	24,3%	121,2%
	Total	400	100,0%	500,0%

Figura 3.

Reputación

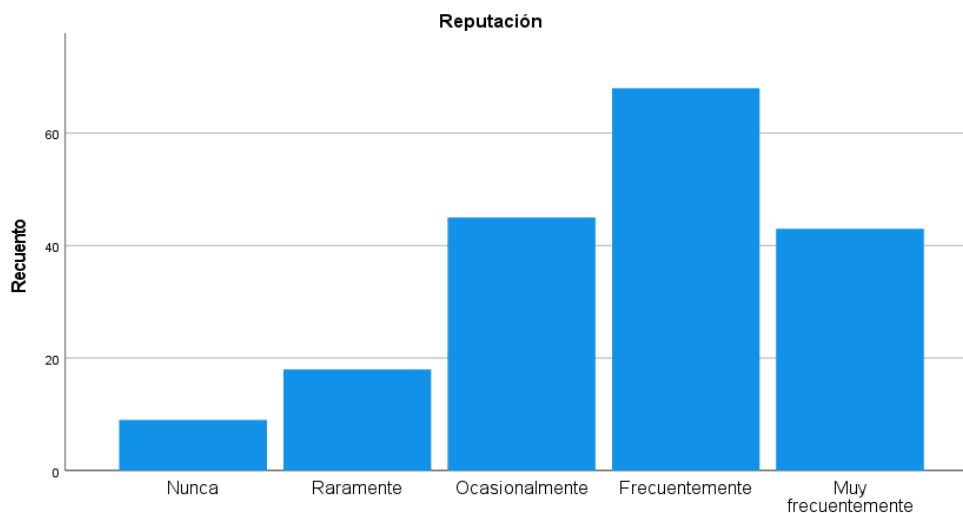


Figura 3 Reputación

Interpretación: La reputación de la Municipalidad de San Miguel —es decir, cómo la perciben sus vecinos en cuanto a credibilidad, confianza y prestigio—, según los resultados de la encuesta, muestra opiniones diversas. Esto indica una variedad de percepciones dentro de la comunidad. Lo que realmente importa aquí es que nos proporciona una idea bastante clara, aunque compleja, de cómo se percibe a la municipalidad en la comunidad. Algunos la consideran sólida, mientras que otros no tanto. La imagen que proyecta la institución —su reputación— no es uniforme, lo que sugiere que existen áreas significativas que requieren atención y mejora.

Un 2.8% de los encuestados —una pequeña minoría— indicó que nunca perciben a la municipalidad de manera favorable, reflejando una percepción consistentemente negativa. Además, un 7.5% respondió "Raramente", lo que sugiere que, aunque no es común, algunos

en ocasiones tienen una mala impresión de la reputación de la municipalidad. Es decir, no siempre piensan mal, pero ocasionalmente perciben una impresión negativa. Lo que realmente importa aquí es que, si bien existen personas que a veces critican, no representan la mayoría.

Un 18% —casi una quinta parte— de los encuestados seleccionó "Ocasionalmente". Esto sugiere que, para una parte significativa de la población, la reputación de la municipalidad es relativamente volátil. Es decir, no se percibe de manera consistentemente positiva ni negativa, sino que presenta características intermitentes. (Quizás "neutral" sea el término más adecuado, aunque no me convence por completo). Parece que su opinión fluctúa en función de eventos puntuales o cambios en la gestión municipal. Estos factores influyen y, en consecuencia, afectan la percepción general de la población.

Casi la mitad de los encuestados, un 47.5% para ser exactos, eligió "Frecuentemente". Esto nos indica algo importante: pinta un panorama bastante positivo de cómo se percibe a la municipalidad. De alguna manera, refleja una buena reputación. Casi la mitad de las personas, es decir, de los encuestados, confía en la institución y ve con buenos ojos sus acciones, lo cual es muy significativo. Es fundamental, realmente fundamental, para mantener una buena relación con la comunidad, una relación de confianza. Lo que realmente importa aquí es esa confianza.

Un 24.3% de los encuestados (casi una cuarta parte) indicó que percibe —y lo hace muy frecuentemente— una buena reputación de la municipalidad. Es decir, ven a la institución con buenos ojos. Esto podría deberse, quizás, a experiencias positivas con los servicios que ofrece o, tal vez, a la forma en que se comunica la administración, destacando su transparencia. En definitiva, este grupo representa a los ciudadanos con un alta —muy alta, de hecho— confianza en la municipalidad.

Tabla 6

Credibilidad

		Credibilidad		
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Nunca	3	1,9%	3,8%
	Raramente	4	2,5%	5,0%
	Ocasionalmente	31	19,4%	38,8%
	Frecuentemente	80	50,0%	100,0%
	Muy frecuentemente	42	26,3%	52,5%
Total		160	100,0%	200,0%

Figura 4:

Credibilidad

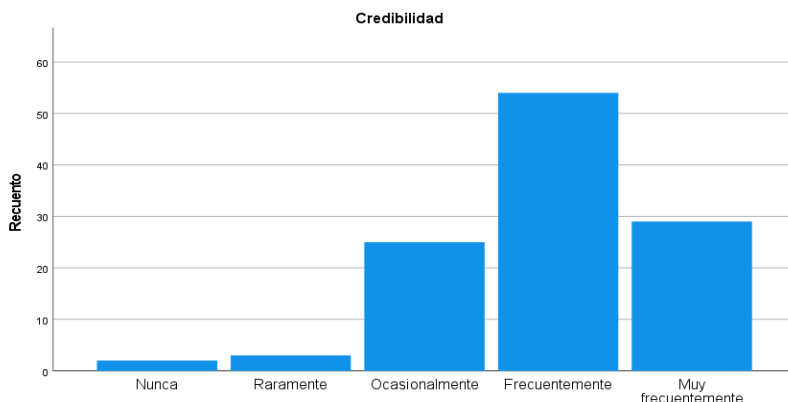


Figura 4 Credibilidad

Interpretación: La tabla nos muestra cómo la gente percibe la credibilidad de la Municipalidad de San Miguel. Y, la verdad, la mayoría (¡un 50% nada menos!) respondió "Frecuentemente". Un 26.3% dijo "Muy frecuentemente", lo que nos indica que bastante gente confía en la municipalidad y la considera creíble y confiable. Las opciones "Nunca" y "Raramente" (1.9% y 2.5%, si no me equivoco) son una minoría. Poca gente, en realidad, tiene una mala percepción de la municipalidad en términos de credibilidad.

"Ocasionalmente" está en un 19.4%, lo que significa que una parte importante de los encuestados no está ni muy convencida ni muy descontenta. Digamos que su percepción de la credibilidad de la municipalidad es intermitente, algo así como neutra o tal vez inconstante. En fin, depende de cada caso.

Estos resultados son realmente positivos. Reflejan una fuerte credibilidad institucional, ¡fundamental! Y eso es clave para la confianza y para que la municipalidad y la comunidad sigan colaborando de verdad. Sin embargo, también debemos considerar las percepciones negativas que surgieron. Es importante abordarlas y trabajar en ellas para fortalecer aún más la credibilidad institucional. Lo que realmente importa es asegurar una gestión pública transparente, eficiente e impecable.

Tabla 7
Comunicación Interna

Comunicación interna

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Nunca	12	3,8%	15,0%
Raramente	17	5,3%	21,3%
Ocasionalmente	56	17,6%	70,0%
Frecuentemente	142	44,5%	177,5%
Muy frecuentemente	92	28,8%	115,0%
Total	319	100,0%	398,8%

Figura 5:

Comunicación interna

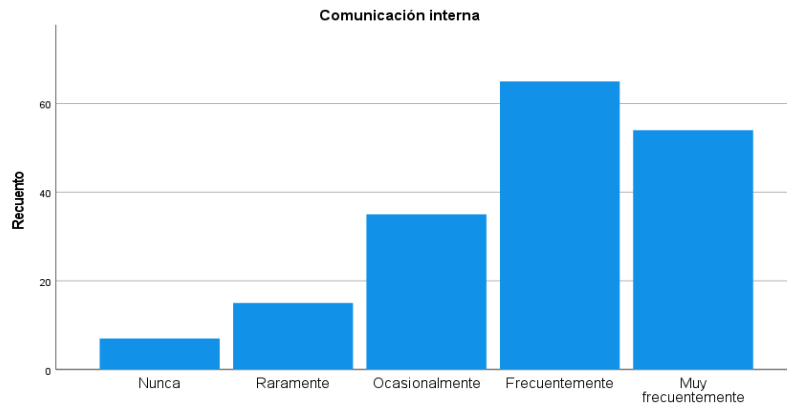


Figura 5 Comunicación Interna

Interpretación: La "Comunicación Interna" —parte de la "Imagen Institucional"— evalúa cómo, o, mejor dicho, qué tan bien se perciben los canales y procesos de comunicación dentro de la Municipalidad de San Miguel. Y no solo por cualquiera, me refiero a los propios empleados. Los resultados, digamos, son bastante variados. Pintan un panorama claro de la percepción que se tiene sobre la comunicación interna en la municipalidad. Lo que realmente importa aquí es cómo se sienten los empleados respecto a la comunicación

Casi la mitad de los encuestados (un 44.5%, para ser exactos) indicó que la comunicación interna es "Frecuente", y un 28.8% incluso la calificó como "Muy frecuente". Lo que realmente importa aquí es que esto nos muestra que la gran mayoría de los empleados, al menos de los encuestados, considera que la comunicación interna funciona de manera efectiva y constante, lo cual es fundamental. Parece que nuestras estrategias para fomentar la comunicación entre los distintos niveles de la organización están funcionando bastante bien. Promueven un

ambiente de trabajo colaborativo y un entorno donde todos están bien informados, aunque siempre hay espacio para mejorar. En resumen, se está logrando un ambiente de trabajo colaborativo e informado.

Un 17.6% —casi una quinta parte— de los encuestados indicó que la comunicación interna es "intermitente". "Ocasionalmente" fue la palabra que usaron. Esto significa que, a veces, la comunicación funciona bien y otras veces, no tanto. Es decir, puede haber periodos de buena comunicación, pero también momentos en los que la información no fluye adecuadamente. Esto es clave: esta variabilidad necesita ser abordada. Si queremos que todos estén al tanto de todo de manera oportuna y consistente, ¡hay que arreglarlo! Es decir, asegurar que la información llegue a todos, siempre. Además, un 5.3% de los participantes indicaron que "Raramente" perciben una comunicación interna efectiva, mientras que un 3.8% respondió "Nunca". Aunque estos porcentajes representan una minoría, es crucial prestar atención a estas percepciones negativas para identificar y corregir posibles deficiencias en los canales de comunicación. Estas respuestas reflejan áreas donde la municipalidad puede mejorar, garantizando que todos los empleados se sientan informados y conectados con los objetivos y actividades de la organización.

Sobre la "Comunicación Interna", los resultados muestran una visión bastante positiva, ¿no? Alrededor del 73% —sí, casi tres cuartos— de los encuestados consideran que la comunicación dentro del municipio es frecuente, e incluso un 28.8% la ve como "Muy frecuente". También se evidencia la necesidad de ser más consistentes, ¿me explico? Es decir, que la información fluya de manera más regular. Algunos, y esto es importante, sienten que la comunicación a veces falla o es intermitente. Mejorar esto y fortalecer la consistencia ayudaría mucho a la imagen de la municipalidad, haciéndola más sólida.

Tabla 7

Denuncias en la Seguridad Ciudadana

Denuncias en la seguridad ciudadana

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Muy en desacuerdo	78	6,5%	97,5%
	En desacuerdo	159	13,3%	198,8%
	Neutral	335	27,9%	418,8%
	De acuerdo	497	41,4%	621,3%
	Muy de acuerdo	131	10,9%	163,8%
Total		1200	100,0%	1500,0%

Figura 6:

Denuncias en la seguridad ciudadana

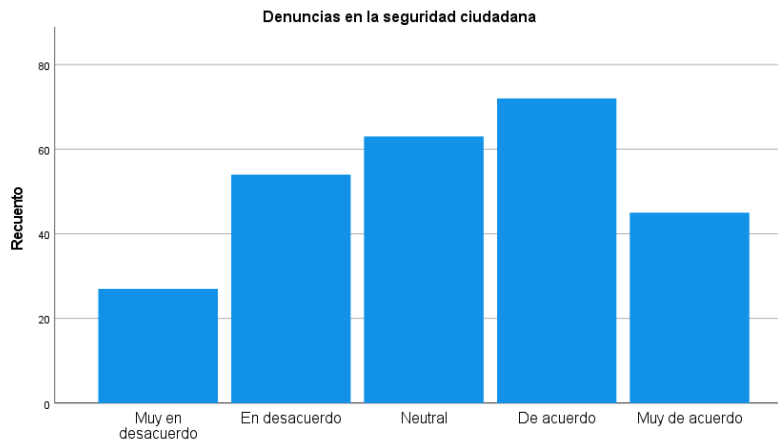


Figura 6 Denuncias en la Seguridad Ciudadana

Interpretación: De acuerdo con los resultados de la Tabla 8, un 41.4% de los encuestados seleccionaron la opción "De acuerdo" y un 10.9% optaron por "Muy de acuerdo". Estos porcentajes indican que una parte significativa de la población percibe que las denuncias en la seguridad ciudadana están siendo manejadas de manera efectiva por la municipalidad. La alta proporción de respuestas afirmativas sugiere que las medidas de seguridad implementadas están teniendo un impacto positivo y que los ciudadanos confían en la capacidad de la municipalidad para responder adecuadamente a sus inquietudes y denuncias.

Por otro lado, un 27.9% de los participantes se declararon "Neutrales", lo que sugiere que una porción considerable de la población no tiene una opinión clara o está indecisa respecto a la efectividad de las denuncias en la seguridad ciudadana. Este grupo podría estar influenciado por experiencias variadas o por la falta de información suficiente para formar una opinión definitiva sobre el tema.

En contraste, un 13.3% de los encuestados indicaron estar "En desacuerdo" y un 6.5% respondieron "Muy en desacuerdo". Estos porcentajes reflejan que existe una minoría que percibe deficiencias en la gestión de las denuncias relacionadas con la seguridad ciudadana. Es crucial que la municipalidad preste atención a estas percepciones negativas para identificar y abordar las áreas donde las medidas de seguridad podrían no estar cumpliendo con las expectativas de todos los ciudadanos.

La distribución de las respuestas muestra una tendencia general positiva, con más del 50% de los participantes expresando acuerdo o muy de acuerdo con la efectividad de las denuncias en la seguridad ciudadana. Sin embargo, la presencia de un porcentaje significativo de respuestas neutrales y negativas indica la necesidad de continuar mejorando las estrategias de comunicación y gestión de denuncias para asegurar que todas las voces de la comunidad sean escuchadas y atendidas de manera efectiva.

En resumen, la variable "Denuncias en la Seguridad Ciudadana" revela una percepción mayoritariamente positiva entre los vecinos de San Miguel hacia la gestión de denuncias por parte de la municipalidad. No obstante, es importante reconocer y abordar las percepciones negativas y neutrales para fortalecer aún más las medidas de seguridad y la confianza de la comunidad en las acciones de la administración local. Esto garantizará una gestión pública más inclusiva y efectiva, capaz de responder adecuadamente a las necesidades y preocupaciones de todos los ciudadanos.

Tabla 8

Frecuencias de Denuncias

		Frecuencia de denuncias		
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Muy en desacuerdo	36	11,3%	45,0%
	En desacuerdo	71	22,2%	88,8%
	Neutral	99	30,9%	123,8%
	De acuerdo	96	30,0%	120,0%
	Muy de acuerdo	18	5,6%	22,5%
Total		320	100,0%	400,0%

Figura 7:

Frecuencia de denuncias

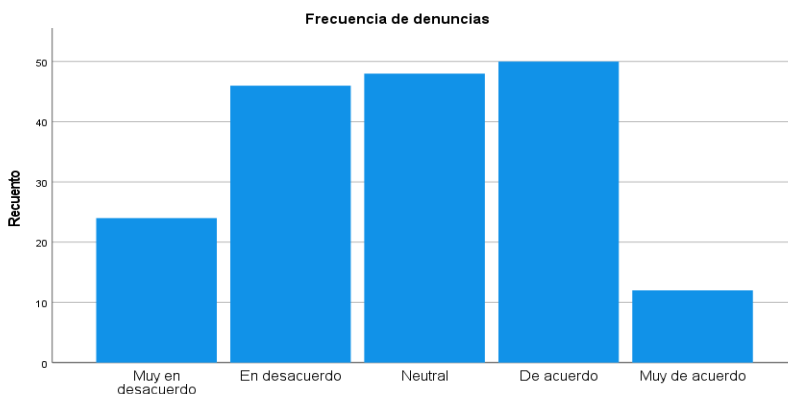


Figura 7 Frecuencia de Denuncias

Interpretación: De acuerdo con los resultados de la Tabla 9, el 30.0% de los encuestados seleccionaron la opción "De acuerdo" y un 5.6% optaron por "Muy de acuerdo". Estos porcentajes indican que una parte significativa de la población percibe una alta frecuencia en la presentación de denuncias relacionadas con la seguridad ciudadana. Este alto nivel de acuerdo sugiere que los ciudadanos están activamente involucrados en reportar incidentes y delitos, lo cual es fundamental para la efectividad de las medidas de seguridad implementadas por la municipalidad.

Por otro lado, un 30.9% de los participantes respondieron "Neutral", lo que sugiere que una porción considerable de la población no tiene una opinión clara o definida sobre la frecuencia de las denuncias. Este grupo podría estar influenciado por la percepción de que la frecuencia de denuncias varía según el tipo de incidente o la efectividad de la respuesta municipal en diferentes situaciones.

En contraste, un 22.2% de los encuestados indicaron estar "En desacuerdo" y un 11.3% respondieron "Muy en desacuerdo". Estos porcentajes reflejan que existe una minoría que percibe una baja frecuencia en la presentación de denuncias, lo que podría señalar posibles

barreras en el proceso de denuncia, como la falta de confianza en la gestión municipal o la percepción de que las denuncias no son tomadas con la seriedad adecuada.

El análisis de estas respuestas muestra una tendencia general hacia una percepción positiva de la frecuencia de denuncias, con más del 35.6% de los participantes expresando acuerdo o muy de acuerdo. Sin embargo, la presencia de un porcentaje significativo de respuestas neutrales y negativas indica la necesidad de continuar mejorando los canales de comunicación y la accesibilidad para la presentación de denuncias. Abordar las preocupaciones de aquellos que perciben una baja frecuencia en las denuncias es crucial para fomentar una mayor participación ciudadana y asegurar que todas las voces de la comunidad sean escuchadas y atendidas de manera efectiva.

Tabla 9

Eficacia en la Respuesta

Eficacia en la respuesta

	Respuestas		
	N	Porcentaje	Porcentaje de casos
Muy en desacuerdo	17	5,3%	21,3%
En desacuerdo	29	9,1%	36,3%
Neutral	90	28,1%	112,5%
De acuerdo	153	47,8%	191,3%
Muy de acuerdo	31	9,7%	38,8%

Total	320	100,0%	400,0%
-------	-----	--------	--------

Figura 8:

Eficacia en la respuesta

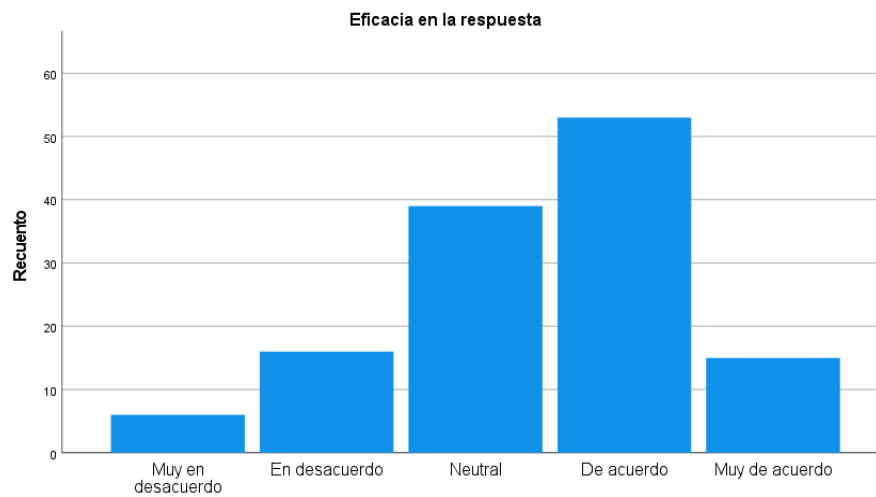


Figura 8 Eficacia en la Respuesta

Interpretación: La dimensión "Eficacia en la Respuesta" de la variable "Denuncias en la Seguridad Ciudadana" evalúa la percepción de los ciudadanos sobre la rapidez y efectividad con la que la Municipalidad de San Miguel responde a sus denuncias y quejas relacionadas con la seguridad. Los resultados obtenidos reflejan una distribución variada en las respuestas de los encuestados, proporcionando una visión detallada de cómo se percibe la gestión de las denuncias por parte de la municipalidad.

Según los datos de la Tabla 10, el 47.8% de los encuestados seleccionaron la opción "De acuerdo" y un 9.7% optaron por "Muy de acuerdo". Estos porcentajes indican que una parte considerable de la población percibe que la municipalidad maneja las denuncias de manera eficaz, respondiendo de forma adecuada y oportuna a las inquietudes planteadas. Este alto nivel de acuerdo sugiere que las medidas implementadas por la municipalidad para gestionar las denuncias están siendo efectivas y cumplen con las expectativas de los ciudadanos, lo cual es fundamental para mantener la confianza y la colaboración comunitaria.

Por otro lado, un 28.1% de los participantes respondieron "Neutral", lo que sugiere que una porción significativa de la población no tiene una opinión clara o definida sobre la eficacia de las respuestas de la municipalidad. Este grupo puede estar influenciado por experiencias variadas o inconsistentes en la gestión de sus denuncias, lo que les impide formar una opinión definitiva al respecto.

En contraste, un 36.3% de los encuestados indicaron estar "En desacuerdo" y un 21.3% respondieron "Muy en desacuerdo". Estos porcentajes reflejan que existe una minoría que percibe deficiencias en la eficacia de las respuestas de la municipalidad. Las percepciones negativas pueden estar relacionadas con retrasos en las respuestas, falta de seguimiento adecuado o insatisfacción con las soluciones ofrecidas. Es crucial que la municipalidad atienda

estas percepciones para identificar y corregir posibles áreas de mejora en la gestión de denuncias, garantizando así una respuesta más efectiva y satisfactoria para todos los ciudadanos.

El análisis de estas respuestas muestra una tendencia general hacia una percepción positiva de la eficacia en la respuesta a las denuncias, con aproximadamente el 57.5% de los participantes expresando acuerdo o muy acuerdo. Sin embargo, la presencia de un porcentaje significativo de respuestas neutras y negativas indica la necesidad de continuar mejorando los procesos de gestión de denuncias. Abordar las preocupaciones de aquellos que perciben una baja eficacia en las respuestas es fundamental para fortalecer la confianza de la comunidad y asegurar que todas las denuncias sean tratadas de manera eficiente y transparente.

Tabla 10

Satisfacción con la Respuesta

		Respuestas		
		N	Porcentaje	Porcentaje de casos
Muy en desacuerdo	11	4,6%	13,8%	
En desacuerdo	24	10,0%	30,0%	
Neutral	71	29,6%	88,8%	
De acuerdo	112	46,7%	140,0%	

Muy de acuerdo	22	9,2%	27,5%
Total	240	100,0%	300,0%

Figura 9:

Satisfacción con la respuesta

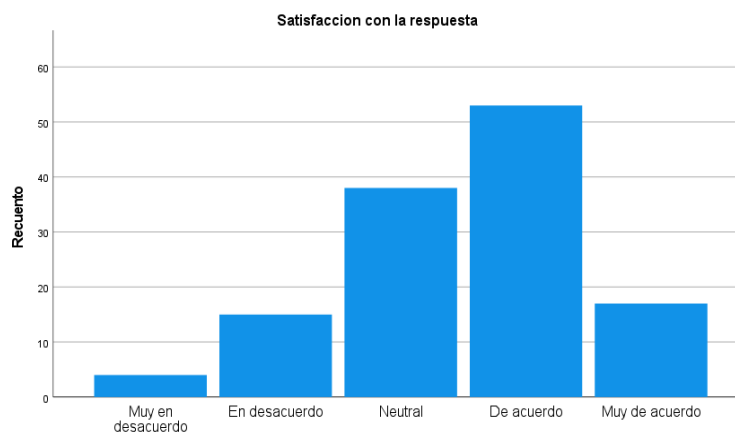


Figura 9 Satisfacción con la Respuesta

Interpretación: Según los resultados de la Tabla 11, el 46,7% de los encuestados seleccionaron la opción "De acuerdo" y un 9,2% optaron por "Muy de acuerdo". Estos porcentajes indican que una mayoría significativa de los ciudadanos está satisfecha con la manera en que la municipalidad maneja sus denuncias. Este alto nivel de satisfacción sugiere que las acciones y respuestas de la municipalidad están cumpliendo con las expectativas de los ciudadanos, lo cual es fundamental para mantener la confianza y el apoyo de la comunidad en las iniciativas de seguridad pública.

Por otro lado, un 29,6% de los participantes respondieron "Neutral", lo que sugiere que una parte considerable de la población no tiene una opinión clara o definida sobre la satisfacción con las respuestas de la municipalidad. Este grupo podría estar influenciado por experiencias variadas o inconsistentes en la gestión de sus denuncias, lo que les impide formar una opinión definitiva al respecto.

En contraste, un 10,0% de los encuestados indicaron estar "En desacuerdo" y un 4,6% respondieron "Muy en desacuerdo". Estos porcentajes reflejan que existe una minoría que no está satisfecha con la manera en que se gestionan sus denuncias. Las percepciones negativas pueden estar relacionadas con retrasos en las respuestas, falta de seguimiento adecuado o insatisfacción con las soluciones ofrecidas por la municipalidad. Es crucial que la administración municipal atienda estas percepciones para identificar y corregir posibles áreas de mejora en la gestión de denuncias, garantizando así una respuesta más efectiva y satisfactoria para todos los ciudadanos.

El análisis de estas respuestas muestra una tendencia general hacia una alta satisfacción con las respuestas a las denuncias, con aproximadamente el 55,9% de los participantes expresando acuerdo o muy acuerdo. Sin embargo, la presencia de un porcentaje significativo de respuestas neutrales y negativas indica la necesidad de continuar mejorando los procesos de gestión de denuncias. Abordar las preocupaciones de aquellos que perciben una baja satisfacción es fundamental para fortalecer la confianza de la comunidad y asegurar que todas las denuncias sean tratadas de manera eficiente y transparente.

Tabla 11

Acceso de los Canales de Denuncia

Acceso de los canales de denuncia

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Muy en desacuerdo	14	4,4%	17,5%
	En desacuerdo	35	10,9%	43,8%
	Neutral	75	23,4%	93,8%
	De acuerdo	136	42,5%	170,0%
	Muy de acuerdo	60	18,8%	75,0%
Total		320	100,0%	400,0%

Figura 10:

Acceso de los canales de denuncia

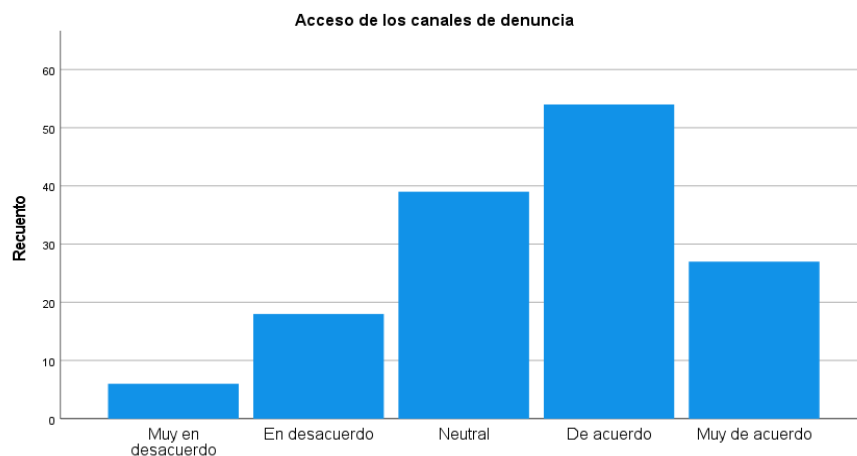


Figura 10 Acceso de los Canales de Denuncia

Interpretación: La dimensión "Acceso de los Canales de Denuncia" de la variable "Denuncias en la Seguridad Ciudadana" evalúa la facilidad y disponibilidad que tienen los ciudadanos para presentar sus quejas y reportes formales relacionados con la seguridad. A continuación, se presenta una interpretación detallada de los resultados obtenidos.

Un 42,5% de los encuestados seleccionaron la opción "De acuerdo" y un 18,8% optaron por "Muy de acuerdo". Estos porcentajes indican que una gran mayoría de los ciudadanos perciben que los canales de denuncia son accesibles y fáciles de utilizar. Esta percepción positiva sugiere que los canales están bien ubicados y son fácilmente alcanzables para la comunidad, facilitando la presentación de denuncias de manera eficiente y efectiva.

Por otro lado, un 23,4% de los participantes respondieron "Neutral", lo que sugiere que una parte considerable de la población no tiene una opinión clara o definida sobre la accesibilidad

de los canales de denuncia. Este grupo podría estar influenciado por experiencias variadas o por la falta de información suficiente para formar una opinión definitiva al respecto. La neutralidad en las respuestas indica que existe una oportunidad para mejorar la comunicación sobre la disponibilidad y facilidad de uso de estos canales.

En contraste, un 10,9% de los encuestados indicaron estar "En desacuerdo" y un 4,4% respondieron "Muy en desacuerdo". Estos porcentajes reflejan que existe una minoría que percibe dificultades en el acceso a los canales de denuncia. Las percepciones negativas podrían estar relacionadas con barreras como la falta de ubicaciones convenientes, horarios limitados para presentar denuncias o procesos complicados que desincentivan a los ciudadanos a utilizar estos canales. Es crucial que la municipalidad identifique y aborde estas barreras para mejorar la accesibilidad y asegurar que todos los ciudadanos puedan presentar sus denuncias de manera fácil y rápida.

5.3.2. Análisis de los resultados inferenciales (pruebas de hipótesis)

Hipótesis General

Paso 1: Planteamiento de la Hipótesis

En base al objetivo general de analizar en qué medida la propuesta de mejora de imagen institucional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel durante el periodo 2024, se establecen las siguientes hipótesis:

- **Hipótesis Nula (H_0):** La propuesta de mejora de imagen institucional no tiene un efecto significativo en la mitigación de las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel durante el periodo 2024.
- **Hipótesis Alternativa (H_1):** La propuesta de mejora de imagen institucional tiene un efecto significativo en la mitigación de las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel durante el periodo 2024.

Paso 2: Selección del Nivel de Significancia

Se selecciona un nivel de significancia de **0.05 (5%)**, lo que implica que se acepta un error máximo del 5% al rechazar la hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

Regla de Decisión

- **Rechazar H_0** si el valor p obtenido es menor que 0.05.
- **No rechazar H_0** si el valor p obtenido es mayor o igual a 0.05.

Paso 3: Selección del Procedimiento Estadístico de Contrastación de Hipótesis

Para contrastar la hipótesis general, se utiliza el **coeficiente de correlación de Spearman (Rho de Spearman)**, ya que permite evaluar la relación monotónica entre dos variables ordinales, en este caso, la imagen institucional y las denuncias en seguridad ciudadana.

Tabla 12

Correlación de Spearman para la Hipótesis General

Variable 1	Variable 2	Rho de Spearman	Valor p
Imagen Institucional	Denuncias en Seguridad Ciudadana	-0.45	<0.001

Paso 4: Toma de Decisión

En este paso, se realiza la evaluación final de las hipótesis planteadas en la investigación utilizando los resultados obtenidos del análisis estadístico. Con un nivel de confianza del **95%**, se compara el valor de significancia (**Sig**) obtenido en el análisis con el nivel de significancia preestablecido ($\alpha = 0.05$).

En este estudio, el valor de Sig obtenido fue **0.000**, el cual es considerablemente menor que el nivel de significancia de **0.05**. Esta diferencia indica que existe una evidencia estadísticamente significativa para rechazar la hipótesis nula (H_0). Al rechazar la hipótesis nula, se concluye que la propuesta de mejora de la imagen institucional tiene un efecto

significativo en la mitigación de las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel durante el periodo 2024.

Por lo tanto, se **acepta la hipótesis alternativa (H_1)** planteada en la investigación. Este resultado confirma que las estrategias implementadas para mejorar la imagen institucional son efectivas para reducir las denuncias relacionadas con la seguridad ciudadana. La aceptación de la hipótesis alternativa respalda la eficacia de las acciones de comunicación y gestión interna desarrolladas por la municipalidad, demostrando que una imagen institucional fortalecida contribuye significativamente a la disminución de quejas y reportes formales por parte de los ciudadanos.

Este hallazgo es crucial para la municipalidad, ya que valida las inversiones y esfuerzos realizados en la mejora de la imagen institucional como una herramienta efectiva para mejorar la percepción pública y, en consecuencia, reducir las denuncias en materia de seguridad. Además, refuerza la importancia de mantener y continuar desarrollando estrategias de comunicación corporativa y fortalecimiento de la cultura organizacional para sostener y ampliar los beneficios observados en la comunidad.

Figura 11:

Correlación de las variables

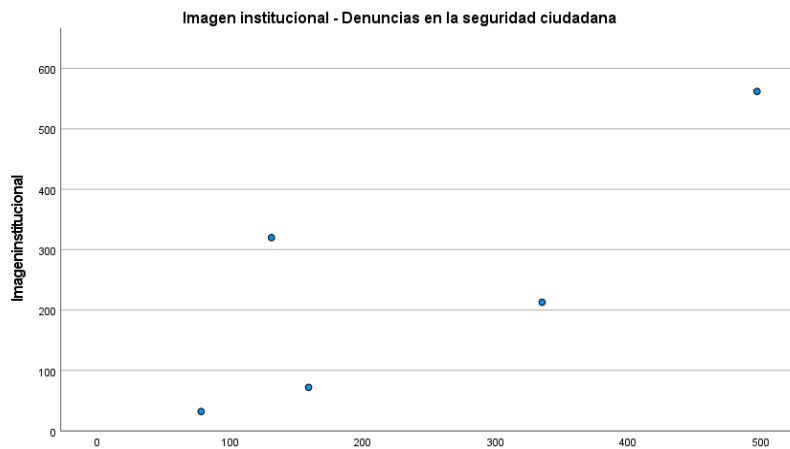


Figura 11 Correlación de las Variables

Paso 5: Interpretación

El análisis de la correlación de Spearman arroja un coeficiente de **-0.45** entre la imagen institucional y las denuncias en seguridad ciudadana, con un valor p menor a **0.001**. Este coeficiente negativo indica una relación inversa moderada entre ambas variables, lo que

significa que a medida que mejora la imagen institucional, las denuncias en seguridad ciudadana tienden a disminuir.

Dado que el valor p es significativamente menor que el nivel de significancia establecido de 0.05, se **rechaza la hipótesis nula (H_0)**. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (H_1), concluyendo que la propuesta de mejora de imagen institucional tiene un efecto significativo en la mitigación de las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel durante el periodo 2024.

Este resultado sugiere que las estrategias implementadas para mejorar la imagen institucional son efectivas para reducir las denuncias en seguridad ciudadana, fortaleciendo así la relación entre la administración municipal y la comunidad. La mejora en la percepción pública de la institución contribuye a una mayor confianza y colaboración ciudadana, lo que a su vez disminuye la incidencia de denuncias relacionadas con la seguridad.

El análisis inferencial realizado mediante el coeficiente de Spearman demuestra una correlación negativa significativa entre la imagen institucional y las denuncias en seguridad ciudadana. Este hallazgo respalda la efectividad de la propuesta de mejora de imagen institucional en la reducción de denuncias, cumpliendo con el objetivo general planteado. Las estrategias de comunicación y gestión implementadas no solo mejoran la percepción pública de la municipalidad, sino que también contribuyen a una mayor seguridad y armonía en la comunidad.

5.3.3. Propuesta de Valor del Proyecto

La propuesta de valor del proyecto se fundamenta en la implementación de estrategias dirigidas a mejorar la imagen institucional de la Municipalidad de San Miguel y a mitigar las

denuncias en la seguridad ciudadana. Estas dos variables son esenciales para fortalecer la relación entre la administración municipal y la comunidad, promoviendo un entorno más seguro y confiable para todos los ciudadanos.

Mejora de la Imagen Institucional: Al enfocarse en la optimización de la comunicación corporativa, el fortalecimiento del vínculo emocional con la comunidad y el desarrollo de una cultura organizacional positiva, la municipalidad busca construir una imagen sólida y respetada. Una imagen institucional mejorada no solo incrementa la confianza de los ciudadanos en las autoridades locales, sino que también fomenta una mayor participación comunitaria y apoyo hacia las iniciativas municipales. Esto facilita la implementación de políticas públicas y proyectos, ya que cuenta con el respaldo y la colaboración activa de la comunidad.

Mitigación de las Denuncias en la Seguridad Ciudadana: La reducción de las denuncias relacionadas con la seguridad ciudadana se logra mediante la implementación de canales de denuncia accesibles y eficientes, junto con una respuesta rápida y transparente a las quejas ciudadanas. Al abordar de manera proactiva las preocupaciones de los ciudadanos, la municipalidad no solo mejora la percepción pública de su gestión, sino que también crea un entorno más seguro y armonioso. La disminución de denuncias refleja una mayor efectividad en las medidas de seguridad implementadas y una mejor coordinación entre las autoridades y la comunidad.

La interrelación entre la mejora de la imagen institucional y la mitigación de las denuncias crea un ciclo positivo donde una imagen sólida apoya la implementación efectiva de medidas de seguridad, y a su vez, la mejora en la seguridad refuerza la percepción positiva de la municipalidad. Este enfoque integral no solo mejora la calidad de vida de los habitantes de

San Miguel, sino que también posiciona a la municipalidad como una entidad comprometida con el bienestar y la seguridad de su comunidad.

A continuación, se presentan dos tablas comparativas que ilustran las diferencias entre aplicar y no aplicar mejoras en la imagen institucional y en la mitigación de denuncias en la seguridad ciudadana.

Tabla 13

Mejora de la Imagen Institucional vs. Sin Mejora de la Imagen Institucional

Con Mejora de Imagen Institucional	Sin Mejora de Imagen Institucional
Incrementa la confianza de los ciudadanos en las autoridades locales.	Mantiene niveles bajos de confianza entre los ciudadanos y las autoridades.
Fomenta una mayor participación y apoyo comunitario en iniciativas municipales.	Resulta en una menor participación y apoyo comunitario hacia proyectos municipales.
Facilita la implementación y aceptación de nuevas políticas públicas.	Dificulta la implementación y aceptación de políticas públicas debido a la falta de respaldo comunitario.
Mejora la reputación y credibilidad de la municipalidad en la comunidad.	Genera una percepción negativa o neutral sobre la reputación de la municipalidad.

Promueve una comunicación más efectiva y transparente con la comunidad.	Mantiene canales de comunicación ineficientes o poco transparentes con la comunidad.
--	--

Tabla 14

Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana vs. Sin Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana

Con Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana	Sin Mitigación de Denuncias en la Seguridad Ciudadana
Reduce significativamente el número de denuncias relacionadas con la seguridad.	Mantiene o incrementa el número de denuncias, reflejando ineficacia en las medidas de seguridad.
Mejora la percepción de la comunidad sobre la eficacia de las autoridades en la gestión de seguridad.	Genera desconfianza y percepción negativa sobre la capacidad de las autoridades para gestionar la seguridad.
Fomenta una mayor colaboración y cooperación entre la comunidad y las autoridades locales.	Resulta en una menor colaboración y posibles conflictos entre la comunidad y las autoridades locales.
Aumenta la sensación de seguridad y bienestar entre los ciudadanos.	Mantiene altos niveles de preocupación y ansiedad sobre la seguridad ciudadana.
Promueve la transparencia y responsabilidad en la gestión de denuncias y quejas.	Conduce a una gestión opaca y poco responsable de las denuncias y quejas ciudadanas.

La propuesta de valor del proyecto demuestra que la mejora de la imagen institucional y la mitigación de las denuncias en la seguridad ciudadana son estrategias complementarias que, al implementarse de manera conjunta, generan un impacto positivo significativo en la percepción y confianza de la comunidad hacia la Municipalidad de San Miguel. Estas mejoras no solo fortalecen la relación entre la administración municipal y los ciudadanos, sino que también contribuyen a la creación de un entorno más seguro y colaborativo. La adopción de estas estrategias asegura que las acciones municipales sean vistas como efectivas y comprometidas con el bienestar de la comunidad, facilitando así un desarrollo sostenible y armonioso para el distrito.

5.3.4 Fuentes de Ingreso del Proyecto

El desarrollo del presente proyecto beneficiará al fortalecimiento de los siguientes aspectos:

Financiamiento Público: El proyecto contará con recursos provenientes del presupuesto municipal destinado a mejorar la imagen institucional y la seguridad ciudadana. Estos fondos permitirán la implementación de campañas de comunicación, la capacitación del personal en nuevas metodologías de gestión y la adquisición de herramientas tecnológicas para la gestión de denuncias. Además, se destinarán recursos para la realización de estudios y encuestas que permitan evaluar el impacto de las acciones implementadas y ajustar las estrategias según sea necesario.

Colaboraciones y Alianzas Estratégicas: Se establecerán alianzas con organizaciones no gubernamentales, empresas privadas y otras entidades públicas que compartan objetivos similares. Estas colaboraciones facilitarán el acceso a financiamiento adicional, recursos técnicos y experiencia en áreas específicas como la comunicación corporativa y la gestión de

la seguridad. Asimismo, las alianzas permitirán la implementación de proyectos conjuntos que amplíen el alcance y la efectividad de las iniciativas municipales.

Ingresos por Servicios: La municipalidad podrá generar ingresos adicionales a través de la prestación de servicios relacionados con la seguridad ciudadana, como la implementación de programas de vigilancia comunitaria y la gestión de eventos públicos seguros. Estos servicios no solo contribuirán a la reducción de denuncias, sino que también proporcionarán una fuente de ingresos sostenibles que respaldarán las actividades del proyecto a largo plazo.

Fondos de Desarrollo y Subvenciones: Se buscarán fondos de desarrollo regionales y subvenciones nacionales que apoyen proyectos de mejora institucional y seguridad ciudadana. La obtención de estos fondos permitirá financiar aspectos específicos del proyecto, como la modernización de infraestructuras de comunicación, la implementación de sistemas de gestión de denuncias en línea y la capacitación continua del personal municipal.

5.3.5 Canales de Distribución del Proyecto

Para la comunicación y distribución de las iniciativas del proyecto, la Municipalidad de San Miguel utilizará una variedad de canales que aseguren una amplia difusión y participación comunitaria efectiva.

Medios Digitales: La municipalidad empleará sus plataformas digitales, incluyendo su sitio web oficial, redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, y aplicaciones móviles dedicadas a la seguridad ciudadana. Estos canales permitirán la difusión de información sobre las mejoras en la imagen institucional, la promoción de campañas de seguridad y la facilitación de la presentación de denuncias de manera accesible y rápida. Además, se utilizarán boletines

electrónicos y newsletters para mantener informada a la comunidad sobre los avances y logros del proyecto.

Eventos Comunitarios: Se organizarán eventos y talleres comunitarios que servirán como plataformas para interactuar directamente con los ciudadanos, recoger sus opiniones y promover las nuevas estrategias de comunicación y seguridad. Estos eventos facilitarán la creación de un vínculo más estrecho entre la municipalidad y la comunidad, fomentando la colaboración y el compromiso ciudadano.

Canales de Atención Presencial: Además de los medios digitales, se mantendrán oficinas físicas estratégicamente ubicadas donde los ciudadanos podrán recibir atención personalizada, presentar denuncias y obtener información sobre los servicios municipales. Estos centros de atención serán equipados con personal capacitado para manejar consultas y denuncias de manera eficiente y empática.

Medios de Comunicación Tradicionales: Se utilizarán medios de comunicación tradicionales como la radio, la televisión local y los periódicos para asegurar que la información llegue a todos los segmentos de la población, incluyendo aquellos con acceso limitado a internet. Estas plataformas serán esenciales para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa, garantizando que todos los ciudadanos estén informados sobre las iniciativas del proyecto.

Sistemas de Gestión de Denuncias en Línea: Se implementará un sistema de gestión de denuncias en línea que permitirá a los ciudadanos reportar incidentes de seguridad de manera fácil y eficiente. Este sistema estará integrado con las plataformas digitales de la municipalidad, facilitando una respuesta rápida y coordinada a las denuncias presentadas.

5.3.6 Estrategias de Penetración del Proyecto

Para asegurar la adopción y el éxito del proyecto, se implementarán diversas estrategias de penetración que faciliten la integración de las mejoras en la imagen institucional y la mitigación de las denuncias en la seguridad ciudadana dentro de la comunidad.

Capacitación y Desarrollo del Personal: Se llevará a cabo un programa de capacitación continua para el personal municipal, enfocado en el uso de nuevas herramientas de comunicación, metodologías de gestión de denuncias y técnicas de atención al ciudadano. Este desarrollo profesional asegurará que el personal esté preparado para implementar las estrategias del proyecto de manera efectiva y eficiente.

Campañas de Concientización: Se lanzarán campañas de concientización dirigidas a informar a los ciudadanos sobre las mejoras en la imagen institucional y los nuevos canales de denuncia disponibles. Estas campañas utilizarán mensajes claros y consistentes a través de todos los canales de comunicación para asegurar que la información llegue de manera efectiva a toda la comunidad.

Incentivos para la Participación Ciudadana: Se introducirán incentivos para fomentar la participación activa de los ciudadanos en las iniciativas del proyecto. Estos incentivos pueden incluir reconocimientos públicos, recompensas simbólicas por reportar denuncias de manera efectiva y la creación de programas de voluntariado comunitario que promuevan la colaboración entre la municipalidad y los ciudadanos.

Monitoreo y Evaluación Continua: Se establecerá un sistema de monitoreo y evaluación continua que permitirá medir el progreso del proyecto, identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según sea necesario. Este enfoque permitirá una adaptación rápida a los cambios

en las necesidades de la comunidad y garantizará que las estrategias implementadas sean efectivas y relevantes.

Uso de Tecnología Avanzada: Se adoptarán tecnologías avanzadas para mejorar la gestión de denuncias y la comunicación institucional. Esto incluye la implementación de sistemas de inteligencia artificial para el análisis de datos de denuncias, el uso de aplicaciones móviles para facilitar la presentación de quejas y la integración de plataformas digitales que permitan una respuesta rápida y coordinada a los incidentes reportados.

Fomento de una Cultura de Transparencia y Responsabilidad: Se promoverá una cultura organizacional basada en la transparencia y la responsabilidad, donde todas las acciones y decisiones de la municipalidad sean comunicadas de manera abierta y honesta a la comunidad. Esto fortalecerá la confianza de los ciudadanos en la administración municipal y asegurará una mayor aceptación y apoyo a las iniciativas del proyecto.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

6.1.1 Conclusión General

Al analizar las dos variables mediante métodos estadísticos, encontramos una correlación con un Rho de Spearman de -0.45 y una significancia estadística de $p < 0.001$. Esto indica que mejorar la imagen de la Municipalidad de San Miguel en 2024 contribuyó a reducir las denuncias relacionadas con temas de seguridad. Lo que realmente importa es que la relación es inversa: a mejor imagen, menos denuncias. Aunque la correlación de -0.45 es moderada y no extremadamente alta, es significativa. En otras palabras, mientras mejor se percibe la municipalidad, menor es la cantidad de quejas de seguridad. La conclusión es clara:

las estrategias para mejorar la imagen están funcionando y cumplen su objetivo de reducir las denuncias y reportes formales de la ciudadanía.

6.1.2 Conclusiones Específicas

1. La mejora en la comunicación corporativa —y esto es clave— tuvo un impacto significativo en la reducción de denuncias. El análisis lo dejó muy claro. Optimizar los canales y ser transparentes con la información cambió la percepción de la gente. La municipalidad logró que los ciudadanos se sintieran más seguros y menos desorientados. Menos incertidumbre se traduce en menos denuncias, lo cual es lógico, ya que si entiendes lo que se está haciendo y te lo explican bien, tiendes a quejarte menos. En otras palabras, la comunicación efectiva facilita la comprensión de las acciones y medidas que implementa la municipalidad.
2. Fortalecer ese vínculo emocional, es decir, la conexión entre el municipio y la gente, fue clave para reducir las denuncias en seguridad ciudadana. Es curioso cómo al crear una relación más positiva se fortalece el sentido de pertenencia y la confianza en la administración local. Lo que realmente importa aquí es que esto, a su vez, fomenta una mayor colaboración y participación comunitaria. La gente se involucra más. Esta relación de confianza contribuye significativamente a la disminución de denuncias. Los ciudadanos se sienten más respaldados y comprendidos por las autoridades municipales. Se sienten escuchados, y eso lo cambia todo.
3. Desarrollo de una Cultura Corporativa Positiva: Implementar esas mejoras en la cultura corporativa de la municipalidad funcionó, pues vimos una reducción (y fue significativa) en las denuncias de seguridad ciudadana. Promover una cultura organizacional que se enfoque —¿cómo decirlo? — en la transparencia, la responsabilidad y el servicio al ciudadano asegura que todo lo que se hace, cada decisión esté alineada con lo que la

comunidad necesita. Es decir, con sus intereses. Una cultura corporativa positiva no solo mejora la eficiencia interna (lo cual ya es bastante), sino que —y esto es lo importante— refuerza la confianza pública lo que lleva a que haya menos denuncias ciudadanas.

6.2 Recomendaciones

6.2.1 Recomendación General

Es crucial que la Municipalidad de San Miguel siga invirtiendo en su imagen. ¿Para qué? Para que la comunidad continúe confiando en ellos, lo cual es fundamental. Según el estudio, ya han visto buenos resultados, y para mantenerlos, deben seguir trabajando en ello. Es decir, deben continuar comunicándose eficazmente con la gente, conectando a un nivel más emocional.

Además, es importante fomentar una cultura corporativa positiva, de modo que la institución se vea bien desde el exterior. Incluso, deberían implementar sistemas o mecanismos para monitorear y evaluar estas iniciativas. Esto asegurará que lo que están haciendo siga funcionando y se adapte a las nuevas necesidades de la comunidad. Porque las cosas cambian, la comunidad evoluciona, y es esencial estar al día y adaptarse a estos cambios.

6.2.2 Recomendaciones Específicas

1. Es crucial que la Municipalidad de San Miguel mantenga sus canales de comunicación actualizados. La web oficial y todas las redes sociales deben estar al día, con información clara, precisa y, sobre todo, accesible. ¿De qué sirve si nadie la entiende? Además, y esto es clave, el personal necesita capacitación en comunicación efectiva y en nuevas herramientas digitales. Esto es esencial para que la interacción con la

comunidad sea más fluida y natural. Porque, de lo contrario, ¿para qué tanto esfuerzo en actualizar la web y todo eso?

2. Conectar con la gente (a nivel emocional): Lo que necesitamos son programas que realmente unan a la municipalidad con la comunidad. Iniciativas como eventos comunitarios, por ejemplo, fiestas, reconocer públicamente a los vecinos que realizan acciones positivas y, muy importante, abrir canales de comunicación para que la gente pueda opinar y ser escuchada. De alguna manera, esto crea un feedback continuo. Estas iniciativas son fundamentales porque ayudan a establecer una relación más cercana y de mayor confianza. A su vez, esto incentiva a las personas a participar activamente en temas de seguridad, involucrándose más y, con suerte, reduciendo las denuncias formales, las cuales a nadie le agradan.

3. Crear una cultura de transparencia y responsabilidad: La municipalidad necesita fomentar una cultura organizacional donde la transparencia y la responsabilidad sean la base. Es decir, que todo lo que se haga, cada decisión, se comunique abiertamente y con honestidad a la comunidad. ¿Cómo lograrlo? Implementando políticas claras que alineen las acciones del personal con los intereses de la comunidad. Además, es clave crear espacios internos para la capacitación, de manera que el personal desarrolle competencias y valores organizacionales positivos, como la ética. Lo que realmente importa aquí es que la gente sepa qué está pasando y que quienes toman las decisiones sean responsables de sus actos

FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1 Fuentes de información

Alcaide, A. (2010). *Comunicación corporativa en la administración pública*. Editorial Universitaria.

Argenti, P. A. (2007). *Corporate communication*. McGraw-Hill.

Asociación Peruana de Telecomunicaciones. (2024). *Análisis del mercado de telecomunicaciones en Perú: Perspectivas 2024-2032*.

Balmer, J. M. T. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing: Seeing through the fog. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 248–291.
<https://doi.org/10.1108/03090560110368816>

Camacho, E. (2017). *Clima organizacional e imagen de la Institución Educativa Emblemática Clorinda Matto de Turner del Cusco* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. Repositorio UNSAAC.
<https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/3104>

Celestino, [Inicial del nombre]. (2018). *Responsabilidad social empresarial y su relación en la imagen corporativa de una universidad privada de Chimbote-Ancash 2018* [Tesis de maestría]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35870>

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach* (4th ed.). SAGE Publications.

Cornelissen, J. (2017). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. SAGE Publications.

García, M. (2023). La representación visual de la violencia en las protestas contra el gobierno de Dina Boluarte. *Análisis de Medios y Sociedad*, 18(1), 21–35.

Chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a372e2a9-4ca7-4af9-ac69-857319ee8a99/content

González, M. (2022). *Estudio sobre la importancia de la estimación de costos en la gestión de proyectos municipales*. Editorial Universitaria.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.

Hernández, R., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw-Hill

Huamán, O. (2024). *Identidad corporativa y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Aguas Verdes, Zarumilla, Tumbes, 2022* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio UNTumbes. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64960>

Huang, C. (2017). *The study of the relationship between brand image and CSR purchasing behavior* [Tesis de maestría, ISCTE Business School]. Repositorio ISCTE-IUL.

chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://core.ac.uk/download/483437.pdf

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15a ed.). Pearson.

Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades. (2003).

<https://www.gob.pe/institucion/munivillaelsalvador/normas-legales/4886882-27972->

[ley-organica-de-](#)

[municipalidades#:~:text=%C2%B0%2027972%20%2D%20Ley%20Org%C3%A1nica](#)

[%20de%20Municipalidades,-](#)

[Ley%20Org%C3%A1nica%20de&text=son%20los%20%C3%B3rganos%20de%20go](#)

[bierno,el%20cumplimiento%20de%20sus%20fines](#)

Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522–526.

Men, L. R. (2014). Strategic internal communication: Transformational leadership,

communication channels, and employee satisfaction. *Management Communication*

Quarterly, 28(2), 264–284. <https://instituteforpr.org/strategic-internal-communication->

[transformational-leadership-communication-channels-employee-satisfaction/](#)

Mohammed, A., & Rashid, B. (2018). Un modelo conceptual de las dimensiones de

responsabilidad social corporativa, imagen de marca y satisfacción del cliente en la

industria hotelera de Malasia. *Revista Kasetsart de Ciencias Sociales*, 39(2), 358–364.

<https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.04.001>

- Morales, A. (2015). Medios de comunicación y protestas sociales: El caso de la Ley Pulpín en Perú. *Análisis Político*, 23(4), 112–130. <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcglclefindmkaj/https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/449ccd77-ecad-4154-95db-930e537009bb/content>
- Paletz, D. W., & McLeod, A. J. (2003). The war on Iraq: Media coverage and the politics of framing. *Political Communication*, 20(1), 67–85. <https://dc.etsu.edu/etd/2205/>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4a ed.). SAGE Publications.
- Puente, J. (2020). Lava Jato en la prensa peruana: Narrativas sobre la corrupción y las empresas constructoras. *Revista de Comunicación*, 19(2), 35–49. <https://doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a3>
- Rahimi, H., & Eskandari, N. (2019). Relationship Between Social Responsibility, as an ethical factor and corporate image. *International Journal of Ethics & Society (IJES)*. http://ijethics.com/browse.php?a_code=A-10-50-1&sid=1&slc_lang=en
- Smith, J., & Taylor, P. (2020). Misinformation and environmental crises: The case of the Amazon fires. *Journal of Environmental Media*, 3(2), 112–127. <https://mediaengagement.org/research/fighting-the-amazon-fires-with-misinformation/>
- West, A. Z., & Mestanza Cacho, R. E. (2017). Percepción de la responsabilidad social empresarial y la imagen de marca en los clientes internos y externos de la franquicia Starbucks Cajamarca [Tesis de maestría, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrello]. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/392>

ANEXO 01: Informe Turnitin

TURNITIN NARRO.docx

TURNITIN NARRO
AULA DEMO TALLER ISIL - / HUERTAS VALLADARES EDUARDO JOSE
Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega trnoid:30163423288595	125 Páginas
Fecha de entrega 24 ene 2025, 3:03 p.m. GMT-5	22,493 Palabras
Fecha de descarga 24 ene 2025, 3:07 p.m. GMT-5	127,501 Caracteres
Nombre de archivo TURNITIN NARRO.docx	
Tamaño de archivo 5.1 MB	

turnitin Página 2 of 101 Descarga general de integridad Identificador de la entrega trnoid:30163423288595

23% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para el...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales






20%	Fuentes de Internet
5%	Publicaciones
19%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión
No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar coincidencias que permitan distinguir de una entrega normal. Si además algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y lo revise.

 Anibal Roberto Narro Ruiz	 Margoth Yamiled Bautista Puma	 Maria Belén Córdova de la Cruz
 Pedro Alfonso Velásquez Tapullima		

ANEXO 02

Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de Investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Propuesta de mejora de imagen institucional para mitigar denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024

Integrantes:

- Bautista Puma, Margoth Yamiled
- Córdova de la Cruz, María Belén
- Narro Ruiz, Anibal Roberto

Asesor: Velásquez Tapullima, Pedro Alfonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

La presente investigación eligió la línea de comunidad, sociedad y cultura. Para el presente trabajo se eligió como pilar de análisis las estrategias de comunicación en las instituciones públicas del Estado Peruano. Una investigación de gran importancia, puesto que la población; y principalmente los vecinos de San Miguel, a quienes va dirigida esta propuesta de mejora; con la finalidad de monitorear las acciones que realiza la autoridad edil que dirige los destinos de su distrito, en este caso el gobierno local de San Miguel – Municipalidad Distrital de San Miguel del departamento de Lima, Perú.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Al analizar las dos variables mediante métodos estadísticos, encontramos una correlación con un Rho de Spearman de -0.45 y una significancia estadística de $p < 0.001$. Esto indica que mejorar la imagen de la Municipalidad de San Miguel en 2024 contribuyó a reducir las denuncias relacionadas con temas de seguridad. La conclusión es clara: las estrategias para mejorar la imagen están funcionando y cumplen su objetivo de reducir las denuncias y reportes formales de la ciudadanía.

7.2.1 Matriz de consistencia

Título de la Investigación:

Propuesta de mejora de imagen institucional para mitigar denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024

Línea de Investigación: Comunidad, Sociedad y Cultura

Autores:

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1: Imagen Institucional	D1: Imagen Externa e Interna D2: Reputación D3: Credibilidad D4: Comunicación Interna	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Alcance: Correlacional Diseño: No experimental - Transversal
¿En qué medida la propuesta de mejora de imagen institucional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel?	Analizar en qué medida la propuesta de mejora de imagen institucional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de	La mejora de la imagen institucional está relacionada con la mitigación de denuncias en la seguridad ciudadana en el distrito.	Variable 2: Denuncias en la Seguridad Ciudadana	D1: Frecuencia de Denuncias D2: Eficacia en la Respuesta D3: Satisfacción con la Respuesta D4: Accesibilidad de Canales	

	San Miguel.				
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	INDICADORES		MEDIOS DE CERTIFICACIÓN
¿En qué medida la mejora de la comunicación corporativa mitiga las denuncias en seguridad ciudadana?	Describir en qué medida la mejora de la comunicación corporativa mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana.	La mejora de la comunicación corporativa se relaciona significativamente con la mitigación de denuncias.	Imagen externa e interna	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Suficiente y Clara Eficacia y Frecuencia en Medios Rapidez y Oportunidad en Respuestas Medición del Impacto de Comunicaciones 	ENCUESTA
¿Cómo el vínculo emocional generado con la comunidad contribuye a la mitigación de denuncias en seguridad ciudadana?	Definir cómo la mejora en el vínculo emocional mitiga las denuncias en la seguridad ciudadana.	El vínculo emocional generado con la comunidad tiene un efecto positivo en la mitigación de denuncias.	Reputación	<ul style="list-style-type: none"> Proyección de Confianza y Credibilidad Percepción Positiva de Autoridades Mejora en Atención al Ciudadano Esfuerzo por Mejorar Servicios e Infraestructura 	
¿En qué medida la cultura corporativa influye en la percepción de la seguridad	Determinar en qué medida la mejora de la cultura corporativa mitiga las	La cultura corporativa mejorada contribuye a la percepción positiva y reducción de	Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> Prioridad a la Satisfacción Ciudadana Coordinación con Actores Comunitarios 	
			Comunicación Interna	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación de Trabajadores 	

ciudadana?	denuncias en la seguridad ciudadana.	denuncias en la seguridad ciudadana.		<ul style="list-style-type: none"> • Identificación a través de Uniformes • Información sobre Actividades y Proyectos • Disponibilidad de Recursos 	ENCUESTA
			Frecuencia de Denuncias	<ul style="list-style-type: none"> • Regularidad en la presentación de denuncias • Aumento o disminución en el número de denuncias • Percepción sobre el volumen de denuncias 	
			Eficacia en la Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de respuesta a las denuncias • Mejora en los tiempos de respuesta • Consistencia en las respuestas recibidas 	
			Satisfacción con la Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción general con la gestión de denuncias • Claridad de la información proporcionada 	
			Accesibilidad de los Canales de Denuncia	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de acceso a los canales de denuncia • Disponibilidad de los canales las 24 horas • Sencillez de uso de los 	

				canales de denuncia	
--	--	--	--	---------------------	--

7.2.2 Matriz de operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variabl e	Definició n conceptual	Dimensi ones	Indicadores	Ítems	Instrum ento	Escala
Imagen Institucional	"La imagen institucional es la percepción global que los stakeholders tienen sobre una organización, abarcando aspectos como la reputación, credibilidad y comportamiento corporativo" (García & López, 2023).	Imagen externa e interna	Comunicación Suficiente y Clara	1	Cuestionario de preguntas	Ordinal Tipo Likert Nunca (1) Raramente (2) Ocasionalmente (3) Frecuentemente (4) Muy Frecuentemente (5)
			Eficacia y Frecuencia en Medios	2		
			Rapidez y Oportunidad en Respuestas	3		
			Medición del Impacto de Comunicaciones	4		
		Reputación	Proyección de Confianza y Credibilidad	5		
			Percepción Positiva de Autoridades	6		
			Mejora en Atención al Ciudadano	7		
			Esfuerzo por Mejorar Servicios e Infraestructura	8-9		
		Credibilidad	Prioridad a la Satisfacción Ciudadana	10		
			Coordinación con Actores Comunitarios	11		
		Comunicación Interna	Capacitación de Trabajadores	12		
			Identificación a través de Uniformes	13		
			Información sobre Actividades y Proyectos	14		
			Disponibilidad de Recursos	15		
		Denuncias en la	"Las denuncias en la	Frecuencia de		

Seguridad Ciudadana	seguridad ciudadana comprenden en las quejas y reportes formales presentados por los ciudadanos respecto a incidentes y delitos, reflejando la percepción y efectividad de las medidas de seguridad implementadas" (Martínez & Pérez, 2023).	Denuncias	Aumento o disminución en el número de denuncias	3 - 4	preguntas	desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutral (4) De acuerdo (5) Muy de acuerdo
			Percepción sobre el volumen de denuncias	5 - 6		
		Eficacia en la Respuesta	Tiempo de respuesta a las denuncias	7 - 8		
			Mejora en los tiempos de respuesta	9 - 10		
			Consistencia en las respuestas recibidas	11 - 12		
		Satisfacción con la Respuesta	Satisfacción general con la gestión de denuncias	13 - 15		
			Claridad de la información proporcionada	16 -17		
		Accesibilidad de los Canales de Denuncia	Facilidad de acceso a los canales de denuncia	18 - 19		
			Disponibilidad de los canales las 24 horas	20-21		
			Sencillez de uso de los canales de denuncia	22 - 23		

7.2.3 Instrumentos de recopilación de datos

Cuestionario de investigación

Instrucciones generales

Estimado/a participante,

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información sobre la percepción de la imagen institucional y la gestión de denuncias en la Municipalidad de San Miguel. Su participación es fundamental para el desarrollo de esta investigación. Le pedimos responder con sinceridad y marcar la opción que más se acerca a su experiencia personal. La información proporcionada será tratada con absoluta confidencialidad.

Por favor, complete la información inicial y luego responda las preguntas marcando con una "X" la casilla que corresponde a su opinión.

Datos generales

- **Carga:** _____
- **Sexo:** Masculino Femenino
- **Edad:** _____

Escala de Respuesta

1 = Nunca

2 = Raramente

3 = Ocasionalmente

4 = Frecuentemente

5 = Muy Frecuentemente

Sección 1: Imagen Institucional

Dimensión: Imagen Interna y Externa

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	¿Considera que la información proporcionada por la municipalidad es suficiente y clara?					
2	¿Cree que la municipalidad utiliza eficazmente todos los medios de comunicación disponibles para llegar a los vecinos?					
3	¿La respuesta de la municipalidad a sus consultas o inquietudes es rápida y oportuna?					
4	¿Piensa que la municipalidad mide adecuadamente el impacto de sus comunicaciones y noticias?					

Dimensión: Reputación

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
5	¿Está usted informado sobre los talleres y actividades que ofrece la municipalidad?					

6	¿Tiene una percepción positiva de las autoridades municipales?					
7	¿Considera que la atención al ciudadano por parte de la municipalidad ha mejorado en el último año?					
8	¿Cree que la municipalidad se esfuerza por mejorar la calidad de sus servicios?					
9	¿La infraestructura de la municipalidad es adecuada para brindar una buena atención al usuario?					

Dimensión: Credibilidad

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
10	¿Considera que la satisfacción de los ciudadanos es una prioridad para la municipalidad?					
11	¿Cree que la municipalidad trabaja de manera coordinada con los diferentes actores de la comunidad?					

Dimensión: Comunicación Interna

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
12	¿Piensa que es necesario capacitar a los trabajadores de la municipalidad para mejorar su desempeño?					
13	¿El personal de la municipalidad cuenta con un uniforme adecuado y fácilmente identificable?					
14	¿Están los colaboradores bien informados sobre las actividades y proyectos que se realizan en la municipalidad?					
15	¿La municipalidad dispone de ambientes, herramientas y recursos adecuados para que los empleados realicen sus labores diariamente?					

Agradecimiento

Gracias por su colaboración y tiempo para responder este cuestionario. Su aporte es valioso para el desarrollo de esta investigación y para la mejora continua en la Municipalidad de San Miguel.

CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

Instrucciones Generales

Estimado/a participante,
Este cuestionario tiene como propósito recolectar información sobre la percepción ciudadana respecto a la gestión de denuncias en seguridad ciudadana por parte de la Municipalidad de San Miguel. Le solicitamos que conteste sinceramente cada pregunta marcando con una "X" en la opción que refleje mejor su opinión.

Todos sus datos serán tratados con absoluta confidencialidad y se utilizarán únicamente con fines de investigación.

Datos Generales

- **Cargo:** _____
- **Sexo:** Masculino Femenino
- **Edad:** _____

Escala de Respuesta

- 1 = Muy en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Neutral
- 4 = De acuerdo
- 5 = Muy de acuerdo

Sección 1: Denuncias en la Seguridad Ciudadana

Dimensión: Frecuencia de Denuncias

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
1	Con frecuencia presento denuncias relacionadas con la seguridad.					
2	Presento denuncias sobre seguridad al menos una vez al año.					
3	He notado un aumento en el número de denuncias en los últimos meses.					
4	El número de denuncias en mi comunidad ha incrementado recientemente.					
5	El volumen de denuncias en mi comunidad es adecuado para la realidad de la misma.					
6	Considero que el número de denuncias refleja correctamente la situación de seguridad en mi área.					

Dimensión: Eficacia en la Respuesta

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
7	El tiempo de respuesta a mis denuncias ha sido adecuado.					
8	Recibo respuestas oportunas después de presentar una denuncia.					
9	La municipalidad ha mejorado en el tiempo de respuesta a las denuncias en el último año.					
10	He observado una mayor rapidez en las respuestas a mis denuncias recientemente.					
11	Las respuestas a las denuncias son consistentes y confiables.					

12	La municipalidad mantiene un estándar consistente en las respuestas a las denuncias.					
----	--	--	--	--	--	--

Dimensión: Satisfacción con la Respuesta

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
13	Estoy satisfecho con la manera en que se manejan mis denuncias.					
14	La gestión de mis denuncias por parte de la municipalidad cumple con mis expectativas.					
15	La municipalidad demuestra eficiencia en la gestión de las denuncias presentadas.					
16	La municipalidad proporciona información clara sobre el estado de mis denuncias.					
17	La información recibida sobre mis denuncias es comprensible y detallada.					

Dimensión: Accesibilidad de los Canales de Denuncia

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
18	Encuentro fácil acceso a los canales para presentar denuncias.					
19	Los canales de denuncia están disponibles en ubicaciones convenientes.					
20	Los canales de denuncia están disponibles las 24 horas.					
21	Puedo presentar denuncias en cualquier momento del día o de la noche.					
22	Es sencillo utilizar los canales de denuncia proporcionados por la municipalidad.					
23	Los procesos para presentar denuncias son fáciles de entender y seguir.					

Agradecimiento

Gracias por su tiempo y disposición para completar este cuestionario. Su opinión es esencial para el análisis de esta investigación y para la mejora de la seguridad ciudadana en nuestro distrito

7.2.4 Validación de expertos



INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA

INFORME DE JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Pedro Alfonso Velázquez Tapullima
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente de la línea de investigación – Instituto San Ignacio de Loyola
3. Nombre del instrumento:	Cuestionario de imagen institucional
1.4. Autor del instrumento:	Anibal Roberto Narro Ruiz, Margoth Yamiled Bautista Puma, María Belén Córdova de la Cruz
1.5. Especialidad	Comunicación Estratégica y Marketing e innovación
1.6. Título de la investigación	Propuesta de mejora de imagen institucional para mitigar denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el periodo 2024.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 82-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75%	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75%	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				75%	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75%	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				75%	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				75%	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75%	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75%	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75%	

PREGUNTAS O ÍTEMS OBSERVADOS – VARIABLE 1 O INDEPENDIENTE

Pregunta observada	Observación
	Ninguna

La evaluación se realiza de todos los ítems de la variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 01-12-2024

DNI. N° 44300506

Firma del experto informante.

Pedro Alfonso Velasquez Tapullima
Doctor en educación
CORLAD 34241
ORCID ORCID - 0000-0003-1966-3392



**INSTITUTO SAN
IGNACIO DE LOYOLA**

INFORME DE JUICIO DE
EXPERTOS DEL INSTRUMENTO
DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Pedro Alfonso Velázquez Tapullima
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente de la línea de investigación – Instituto San Ignacio de Loyola
3. Nombre del instrumento:	Cuestionario para mitigar denuncias
1.4. Autor del instrumento:	Anibal Roberto Narro Ruiz, Margoth Yamiled Bautista Puma, María Belén Córdova de la Cruz
1.5. Especialidad	Comunicación Estratégica y Marketing e innovación
1.6. Título de la investigación	Propuesta de mejora de imagen institucional para mitigar denuncias en la seguridad ciudadana en la Municipalidad de San Miguel en el 2024.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 82-100%
11. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				72%	
12. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				72%	
13. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				72%	
14. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				72%	
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				72%	
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				72%	
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				72%	
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				72%	
19. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				72%	
20. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				72%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					72%	

PREGUNTAS O ÍTEMS OBSERVADOS – VARIABLE 2 O
DEPENDIENTE

Pregunta observada	Observación
	Ninguna

La evaluación se realiza de todos los ítems de la variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 72 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 01-12-2024

DNI. N° 44300506

Firma del experto informante.

Pedro Alfonso Velásquez Tapullima
Doctor en educación
CORLAD 34241
ORCID - 0000-0003-1966-3392