



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

**Facultad de Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación**

**Estrategias de comunicación en participación de jóvenes en consultas
públicas de seguridad ciudadana Caleta
de Carquín, 2023**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autora

Andrea Celeste Chirre Minaya

Asesor

Lic. Henry Antonio Morales Gamarra

Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sinrestricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la
conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INFORMACION DE METADATOS

| DATOS DEL AUTOR (ES): | | |
|--|----------|-----------------------|
| NOMBRES Y APELLIDOS | DNI | FECHA DE SUSTENTACIÓN |
| Chirre Minaya Andrea Celeste | 73055221 | 29 de febrero 2024. |
| DATOS DEL ASESOR: | | |
| NOMBRES Y APELLIDOS | DNI | CÓDIGO ORCID |
| Lic. Henry Antonio Morales Gamarra. | 15735709 | 0000-0002-6853-2244 |
| DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO: | | |
| NOMBRES Y APELLIDOS | DNI | CODIGO ORCID |
| Henry William Marcelo Castillo | 07801377 | 0000-0001-6465-7755 |
| Hemerson Rostay Paredes Jiménez | 44470184 | 0000-0002-1798-6481 |
| Judith Johana Cabanillas Barreto | 41284870 | 0000-0003-0959-5234 |

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN PARTICIPACIÓN DE JÓVENES EN CONSULTAS PÚBLICAS DE SEGURIDAD CIUDADANA CALETA DE CARQUÍN, 2023

INDICEL DE ORIGINALIDAD

15%

INDICÉ DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet | 4% |
| 2 | hdl.handle.net Fuente de Internet | 3% |
| 3 | repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 4 | repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 5 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 6 | repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 7 | ori.swissinfo.ch Fuente de Internet | <1% |
| 8 | Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante | <1% |

**Estrategias de comunicación en participación de jóvenes en
consultas públicas de seguridad ciudadana**

Caleta de Carquín, 2023

Lic. Henry Antonio Morales Gamarra

ASESOR

Dr. Henry William Marcelo Castillo.

PRESIDENTE

Dr. Hemerson Rostay Paredes Jimenez

SECRETARIO

M(a). Judith Johana Cabanillas Barreto

VOCAL

DEDICATORIA

A mi padre, pese a que esta vida nos quedó cortay no hubo un manual de como asumir su ausencia terrenal, desde la eternidad siempre haya la manera de hacerse presente.

A mi madre, quien nos enseñó a nunca rendirnos.

A mi hermano, por demostrar valentía y serenidad para afrontar las adversidades que se nos presentaron y seguir construyendo el camino.

Andrea Celeste Chirre Minaya.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por todas las bendiciones y dosis de fortaleza.

A Abal y mami Celia, mis ángeles, hubiese cambiado años de vida porque estén presente en esta etapa.

A mi mama, ‘Colorado’ y mi abuelo ‘Nato’, por ser el mayor soporte este año.

A mi prima Jenn, que en muchos trabajos siempre estuvo dispuesta a apoyarme, a mis tías Marina, Chivi y Rosa, a mis primos Martín, Susan, Velita, Jeremie, mis sobrias Daphne y Audrey por su respaldo, que Dios siempre nos mantenga unidos y existan muchísimas tardes de cafés y risas.

Al profesor; Lic. Henry Morales Gamarra por ser mi asesor y ser la guía académica. A los pobladores de Carquín y a todo ciudadano que hicieron viable el proceso de esta tesis.

Andrea Celeste Chirre Minaya

ÍNDICE

| | |
|----------------------|------|
| DEDICATORIA..... | vii |
| AGRADECIMIENTO | viii |
| Resumen | xiv |
| Abstract..... | xv |
| INTRODUCCIÓN..... | 16 |

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

| | |
|---|----|
| 1.1 Descripción de la realidad problemática | 17 |
| 1.2 Formulación del problema..... | 20 |
| 1.2.1 Problema general | 20 |
| 1.2.2 Problemas específicos..... | 20 |
| 1.3 Objetivos de la investigación..... | 20 |
| 1.3.1 Objetivo general..... | 20 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 20 |
| 1.4 Justificación de la investigación | 21 |
| 1.5 Delimitaciones del estudio..... | 22 |
| 1.6 Viabilidad del estudio | 22 |

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

| | |
|---|----|
| 2.1 Antecedentes de la investigación..... | 23 |
| 2.1.1 Investigaciones internacionales | 23 |
| 2.1.2 Investigaciones nacionales..... | 24 |
| 2.2 Bases teóricas | 27 |
| 2.3 Bases filosóficas | 37 |
| 2.4 Definición de términos básicos..... | 38 |

| | |
|---|----|
| 2.5 Hipótesis de investigación | 39 |
| 2.5.1 Hipótesis general..... | 39 |
| 2.5.2 Hipótesis específicas..... | 39 |
| 2.6 Operacionalización de las variables | 41 |

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

| | |
|---|----|
| 3.1 Diseño metodológico | 42 |
| 3.1.1 Tipo de investigación..... | 42 |
| 3.1.2 Nivel de investigación | 42 |
| 3.1.3 Diseño de investigación | 42 |
| 3.1.4 Enfoque de investigación..... | 42 |
| 3.2 Población y muestra..... | 42 |
| 3.2.1 Población | 42 |
| 3.2.2 Muestra | 43 |
| 3.3 Técnicas de recolección de datos..... | 44 |
| 3.4 Técnicas para el procesamiento de la información..... | 44 |

CAPÍTULO IV RESULTADOS

| | |
|--------------------------------------|----|
| 4.1 Análisis de resultados | 45 |
| 4.2 Contrastación de hipótesis | 60 |

CAPÍTULO V DISCUSIÓN

| | |
|---------------------|----|
| 5.1 Discusión | 63 |
|---------------------|----|

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|-------------------------------|-----------|
| 6.1 Conclusiones..... | 66 |
| 6.2 Recomendaciones | 67 |
| REFERENCIAS..... | 69 |
| 7.1 Fuentes documentales..... | 69 |

| | |
|--|-----------|
| 7.2 Fuentes bibliográficas | 72 |
| 7.3 Fuentes hemerográficas | 74 |
| 7.4 Fuentes electrónicas..... | 74 |
| ANEXOS..... | 76 |
| 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA..... | 76 |
| 02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS..... | 78 |
| 03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO | 81 |
| 04 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS..... | 83 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura N°01 Emisoras Radiales Locales..... | 45 |
| Figura N°02 Contenido de Emisoras Radiales Locales | 46 |
| Figura N°03 Programas Televisivos Locales... .. | 47 |
| Figura N°04. Contenido de Programas Televisivos Locales... .. | 48 |
| Figura N°05 Prensa Local... .. | 49 |
| Figura N°06 Contenido de Prensa Local... .. | 50 |
| Figura N°07 Portal Web Municipal... .. | 51 |
| Figura N°08 Información del Portal Web Municipal... .. | 52 |
| Figura N°09 Información en Redes de Municipalidad | 53 |
| Figura N°10 Contenido en Redes de Municipalidad... .. | 54 |
| Figura N°11 Contenido en Redes Municipalidad. | 55 |
| Figura N°12 Participación en Espacios Públicos | 56 |
| Figura N°13 Actividad en Espacios Públicos | 57 |
| Figura N°14 Participación de Vecinos Organizados... .. | 58 |
| Figura N°15 Invitación de Vecinos Organizados | 59 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla N°01 Emisoras Radiales Locales. | 45 |
| Tabla N°02 Contenido de Emisoras Radiales Locales. | 46 |
| Tabla N°03 Programas Televisivos Locales... .. | 47 |
| Tabla N°04. Contenido de Programas Televisivos Locales... .. | 48 |
| Tabla N°05 Prensa Local | 49 |
| Tabla N°06 Contenido de Prensa Local... .. | 50 |
| Tabla N°07 Portal Web Municipal | 51 |
| Tabla N°08 Información del Portal Web Municipal... .. | 52 |
| Tabla N°09 Información de Redes Sociales de la Municipalidad | 53 |
| Tabla N°10 Contenido en Redes Municipalidad... .. | 54 |
| Tabla N°11 Contenido en Redes Sociales de la Municipalidad | 55 |
| Tabla N°12 Participación en Espacios Públicos. | 56 |
| Tabla N°13 Actividad en Espacios Públicos. | 57 |
| Tabla N°14 Participación de Vecinos Organizados | 58 |
| Tabla N°15 Invitación de Vecinos Organizados | 59 |
| Tabla N°16 Estrategias de Comunicación. | 60 |
| Tabla N°17 Medios de Comunicación Tradicionales | 60 |
| Tabla N°18 Medios de Comunicación Digitales | 61 |
| Tabla N°19 Participación Ciudadana | 62 |

Resumen

Objetivo: Fue determinar estrategias de comunicación en la participación de jóvenes sobre consultas públicas Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023. **Métodos:** La tesis fue básica, a partir originariamente de un marco referencial o dogmático, con la finalidad de potenciar la información, aportando respuestas a cuestionamientos vinculados a sola variable con un diseño no experimental, siendo descriptivo con método cuantitativo. El presente estudio compuesta por un universo de 741 jóvenes de 20 - 24 años del distrito Carquín, 2023. Para la ejecución de la investigación se consiguió una parte muestral de 253 jóvenes del distrito Caleta de Carquín, 2023, se empleó el instrumento de la encuesta con un total de 15 ítem cada uno con cinco opciones de respuesta en la escala de Likert. **Resultados:** Ejecutada la tesis se verifica que más del 50 % de los jóvenes encuestados toma en consideración que las estrategias de comunicación que utiliza el Comité de Seguridad Ciudadana en la convocatoria a la ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana, es baja **Conclusión:** En virtud del propósito general de esta tesis plantease determinar estrategias de comunicación en participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023; más del 50 % de encuestados afirmaron que las estrategias de comunicación empleadas para que los jóvenes se involucren en esta actividad de interés público y puedan contribuir sugerencias que ayuden a frenar o disminuir las series de incertidumbre ciudadana en la Caleta de Carquín, es baja.

Palabras clave: Estrategias de Comunicación, medios digitales, Televisión, Participación Ciudadana

Abstract

Objective: It was to determine communication strategies in the participation of young people in public consultations Citizen Security Committee Caleta de Carquín, 2023. **Methods:** The thesis was basic, originally based on a referential or dogmatic framework, with the purpose of enhancing the information, providing answers to questions linked to a single variable with a non-experimental design, being descriptive with a quantitative method. The present study consists of a universe of 741 young people aged 20 - 24 years from the Carquín district, 2023. To carry out the research, a sample of 253 young people from the Caleta de Carquín district, 2023, was obtained, the survey instrument was used. with a total of 15 items each with five response options on the Likert scale. **Results:** Once the thesis has been executed, it is confirmed that more than 50% of the young people surveyed take into consideration that the communication strategies used by the Citizen Security Committee in calling on citizens to participate in Public Consultations on Citizen Security are low. **Conclusion:** By virtue of the general purpose of this thesis, it is proposed to determine communication strategies for the participation of young people in public consultations of the Citizen Security Committee Caleta de Carquín, 2023; More than 50% of respondents stated that the communication strategies used to get young people involved in this activity of public interest and can contribute suggestions that help stop or reduce the series of citizen uncertainty in Caleta de Carquín, is low.

Keywords: Communication Strategies, digital media, Television, Citizen Participation.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca identificar las estrategias comunicacionales para la colaboración de jóvenes sobre Consultas Públicas Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.

El cap. I, se precisa Planteamiento del problema, describiendo una problemática sobre estrategias comunicacionales para la colaboración de jóvenes sobre Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023. Además, se plantea el problema, objetivos, justificación y se describen aspectos considerables.

El cap. II, diseñase un marco referencial, teniendo pilar fundamental las referencias internacionales, nacionales como locales; además elaborase un marco teórico consistente con teorías sobre estrategias de comunicación, elementos de las incidencias públicas en medios de comunicación tradicional y digital, fortalecido con conceptos sobre participación ciudadana, las cuales han sido trascendentales para el estudio.

El cap. III, se desarrolló marco metodológico, donde se puntualiza un diseño y método de estudio, también se manifiesta un sistema en la creación de muestra y detallándose la técnica de cogida de información donde se eligió para compilación de la información de la tesis.

El cap. IV, considerase las consecuencias representadas mediante gráficos y tablas con un total de quince (15) Ítems detallados con las estadísticas procesadas en el software SPSS26 para realizar la discusión de lo investigado.

En el cap. V, elaborase la discusión con índices emanados de la tesis.

El cap. VI, presentase conclusiones como recomendaciones a razón de investigaciones y bases teóricas en relación de las estrategias comunicacionales.

En el cap. VII, por último, explicase la recopilación en referencias documentales, bibliográficas, virtuales; entre otras permitiendo la elaboración de este tratado.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Durante los últimos años la inseguridad ciudadana se ha convertido en una problemática que afecta a los ciudadanos de diversas partes del mundo y no escatima sexo, edad o clase social generando zozobra e incertidumbre para el desarrollo de las actividades cotidianas.

El constante aumento de índices criminalidad en América Latina ha hecho que los Gobiernos implementen estrategias conceptuales y operativas en materia de prevención y dominio; en tal sentido, el Banco Interamericano de Desarrollo (2018) precisa que, una buena gestión institucional es indispensable para una efectiva política de seguridad ciudadana. (p. 10), donde los elementos de voluntad política, una adecuada administración, proyectos que permitan la participación ordenada y coordinada de los agentes determinantes, es clave para la lucha contra la inseguridad ciudadana.

La integración de la ciudadanía en políticas, planes o proyectos, programas en materia de seguridad ciudadana para que coadyuven en la implementación y el desarrollo de las mismas, en el ensayo realizado por Cortés (2021) afirma:

La seguridad no puede plantearse como la simple idea de un servicio unidireccional del Estado hacia la sociedad, ya que se trata más de una construcción permanente entre los distintos actores de una nación, así como de la atención integral de los diferentes componentes que son determinantes y polivalentes en la construcción de contextos de paz y seguridad. (p. 5)

Durante el año 2003 el Estado Peruano consciente de la importancia de fortalecer las acciones a favor de la seguridad ciudadana crea la Ley 27933, Ley del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana (SINASEC) y define como órgano instructor al Consejo Nacional de Seguridad Ciudadana (CONASEC) que es el responsable de la conducción de las políticas públicas de Seguridad ciudadana, el CONASEC cuenta con una Secretaría Técnica. El SINASEC también está conformado por Comités Regionales (CORESEC), Provinciales (COPROSEC) y Distritales (CODISEC) de Seguridad Ciudadana.

Mediante Decreto Supremo N° 011-2014-IN de fecha 03 de diciembre de 2014 en el periodo presidencial de Ollanta Moisés Humala Tasso se aprueba del Reglamento de la Ley 27933 y durante el gobierno del presidente; Martín Alberto Vizcarra Cornejo con Decreto Supremo N° 010-2019-IN del 08 de mayo de 2019 se modifica cierta cantidad de artículos de dicho Reglamento.

El Decreto Supremo N° 010-2019-IN señala que los Comités Regionales, Provinciales y Distritales son los encargados de proponer ante el Gobierno Regional, Municipalidad Provincial y Municipalidad Distrital la aprobación de los Planes de Acción de Seguridad Ciudadana.

La Directiva N° 010-2019-IN sobre los ‘Lineamientos Técnicos y Procedimientos para el Diseño, Formulación, Aprobación, Implementación, Seguimiento y Evaluación de los Planes de Acción Provincial de Seguridad Ciudadana’ establece que , la Secretaría Técnica del CODISEC es la encargada de elaborar el Plan Distrital de Seguridad Ciudadana el cual deberá ser formulado bajo los enfoques del Plan Nacional de Seguridad Ciudadana 2019- 2023 y tienen un periodo de duración de un (01) año, siendo elaborados un año antes de implementarlos.

Los Planes de Acción establecen acciones estratégicas transversales que son propias del Comité de Seguridad Ciudadana (sesiones ordinarias, consultas públicas, etc.) y Operativas que incorporan actividades en relación a la priorización de hechos delictivos a nivel provincial, cada actividad se divide con una programación mensual y meta anual.

El D.S. N° 010-2019- IN en su artículo 39 señala que los CODISEC y COPROSEC deberán convocar como mínimo una Consulta Pública cada trimestre con la asistencia bajo responsabilidad todos los integrantes del Comité, teniendo como finalidad informar a la ciudadanía las acciones ejecutadas en materia de seguridad ciudadana; asimismo, es la tribuna para que la población proponga, debata e intercambie opiniones y sugerencias a favor de la seguridad ciudadana asegurándose la participación ecuaníme de hombres y mujeres.

Las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana son el escenario adecuado para que la sociedad civil organizada a través de sus experiencias junto a las principales autoridades que conforman el Comité Provincial de Seguridad Ciudadana planteen alternativas de solución frente al problema público de inseguridad ciudadana que afecta a la mayoría de los peruanos,

porque si solo se determinan acciones a nivel de las reuniones ordinarias o extraordinarias del Comité no se obtendrían resultados tangibles; es por ello la importancia de que como gobierno local se fortalezca la comunicación con la ciudadanía y motive su participación, en el informe especial de Valdiviezo (2013) sostiene que:

Es importante que el Estado, como actor y principal gestor de las políticas públicas, no solo se dedique a dictar las normas jurídicas adecuadas para proteger y, fundamentalmente, promover la participación ciudadana de las personas en la toma de decisiones públicas, sino que también debe promover e incentivar la participación ciudadana en la toma de decisiones, para que luego dichas políticas sean la base de un desarrollo sostenible. (p.1)

Revisada la Plataforma Digital Única del Estado Peruano Gob.pe, se observa que la Municipalidad Distrital Caleta de Carquín en el año 2022 programó la ejecución de cuatro (04) Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana en el Plan de Seguridad Ciudadana, teniendo en cuenta lo normado en el Decreto Supremo N° 010-2019-IN se debe realizar cuatro consultas ordinarias anuales, en base a esa estadística para el 2023 también se habría programado cuatro (04) consultas y ya se habrían ejecutado dos (02) es decir el 50 %; asimismo, en la red social Facebook de la Municipalidad se da cuenta del desarrollo de la primera y segunda Consulta Pública y se aprecia en la fotografía la poca presencia de jóvenes entre 20 y 24 años.

Ante la aparente poca concurrencia de los jóvenes a las Consultas Públicas en Seguridad Ciudadana, se identificó las estrategias de comunicación que se emplean durante la invitación y convocatoria a la actividad, por su parte, el portal web Santander Becas en su artículo 10 pasos para crear estrategias de comunicación efectivas define a las Estrategias de comunicación como el conjunto de acciones comunicativas que se realizan para lograr los objetivos planteados en torno a la imagen corporativa, las ventas o la reputación.

Las herramientas comunicacionales que el Comité de Seguridad Ciudadana de Caleta de Carquín está utilizando para que la afluencia de los jóvenes en las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana sea significativa probablemente sean endebles.

La problemática sustentada líneas arriba es con el propósito de realizar un diagnóstico el que ayudaría a explicar cuáles son las estrategias de comunicación para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023. Así mismo,

este trabajo servirá como aporte para futuras investigaciones.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son las estrategias de comunicación para la participación de jóvenes en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín 2023?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuáles son las incidencias de los medios de comunicación tradicional para la participación de jóvenes en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín 2023?
- ¿Cuáles son las incidencias de los medios de comunicación digital para participación de jóvenes en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín 2023?
- ¿Cuáles son los elementos de participación ciudadana para la participación de jóvenes en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín 2023?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar estrategias comunicacionales para la participación en jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar incidencias en los medios de comunicación tradicional para participación jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.
- Determinar las incidencias de medios de comunicación digital para la participación de jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.
- Determinar los elementos de participación ciudadana para la participación de jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación Teórica

Este estudio aplicó la variable ‘Estrategias de Comunicación’ cuyo propósito de identificar estrategias comunicacionales adecuadas para la intervención de jóvenes para consultas públicas de Seguridad Ciudadana, teniendo en cuenta que dicha elección es a razón de las limitadas estrategias de comunicación que se estarían empleando para incentivar la participación de la juventud.

Por su parte, Hernández, Fernández y Baptista (2014), afirman que un tratado se justifica teóricamente al identificarse una brecha en un campo científico, la investigación ayudará a reforzarlo parcialmente o totalmente.

1.4.2 Justificación Práctica

La tesis tiene como finalidad identificar las estrategias comunicacionales adecuada para motivar la participación de los jóvenes en Consultas Públicas de Protección del Ciudadano Caleta - Carquín 2023, todo ello a raíz de los resultados que se obtengan con el estudio y se pueda lograr la colaboración de jóvenes en Consultas Públicas de Protección Ciudadana.

Asimismo, esta investigación aportará directa o indirectamente a para futuras investigaciones en relación a la problemática identificada; tal y como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014).

1.4.3 Justificación Metodológica

Una investigación puede argumentarse técnicamente cuando plantea utilizar el cuestionario de la encuesta para la cogida de los datos y poder analizar su variable en una forma adecuada (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Con el propósito de consolidar la base informativa de la presente tesis, aplicase una técnica a pobladores de 20 y 24 años del distrito de Carquín.

1.5 Delimitaciones del estudio

Lugar de estudio enfocado en Caleta - Carquín concerniente a Provincia de Huaura - Lima, el tratado se realizó entre agosto – setiembre 2023, enfocándose en los jóvenes del grupo etario 20 a 24 años.

1.6 Viabilidad del estudio

La tesis considerase factible al compromiso asumida de la tesista, la disponibilidad de tiempo, los medios económicos para resguardar los egresos que demandaron, se cuenta de fuentes bibliográficas, el apoyo de trabajadores administrativo del área pertinente de Grados y Títulos - facultad CC.SS y el asesoramiento del docente; además, el distrito donde se desarrollará la investigación es zona urbana de fácil acceso, todos estos factores establecerán el ámbito del estudio.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Sarzosa (2011) en su tesis: *Estrategias de Comunicación Interna en Difusión de Información Institucional en Tecna - Ecuador*. Estudio realizado en optar el título en Comunicador Social Universidad Internacional SEK. Esta investigación tiene como propósito, determinar los nuevos y habituales medios comunicacionales que existen dentro de las organizaciones existentes. Se utilizó como metodología la cualitativa, la población en este caso son dos conjuntos de públicos muy definidos de la institución; se tiene como resultado la existencia de dos grupos considerablemente característicos en la institución, el grupo compuesto por la oficina de ingeniería y otro compuesto por los participantes de la oficina administrativa, ya que inquieran conseguir como participar los datos de formas totalmente disímiles, lo que en diferentes asuntos se ha transformado en problemas forjando rumores en la parte comunicacional de los datos. Concluye que TECNA - ECUADOR compañía que siendo una estructura magnánima, ostenta con medios comunicacionales organizacionales como técnicos y habituales, En ese sentido, el problema reside en no conocer cómo esgrimir cómo manejar estos elementos de conseguir comunicarse, trasladar y propagar los datos operativos como los datos organizacionales en la corporación

Zambrano (2010), tesis: *Estrategias de Comunicación para la Participación Ciudadana en Tibaná* y obtener la licenciatura de Comunicadora Social en la Pontificia Universidad Javeriana, Cuyo objetivo fue: plantear material teórico como metodológico que consienta enunciar unas tácticas o maneras comunicacionales convenientes al entorno particular de la institución edil de Tibaná. Se utilizó técnicas cuantitativas como cualitativas de estudio. Setuvo como población y muestra a personas nativas del municipio, participaron 27 personas. Se logró como efecto de la presente investigación que comunicación es abolida en dicha institución y que su aplicación de campo ejecutado durante esta misma fue una faena ínfima para el objetivo presentado, ya que los métodos esgrimidos nos

dieron una mínima aproximación, denegando una representación integral del problema para intervención en la población. En ese sentido, se concluyó que el método oportuno al estudio comunicacional de la colaboración municipal contiguo a los financiamientos etnográficos, ya que consientena determinada población efectuar la delineación de ella misma, enunciar su protagonismo en los procedimientos de ciertos inconvenientes cotidianos. Asimismo, el acercamiento del trabajo ejecutado consintió determinar los componentes en los cuales los organismos establecen una cooperación en la localidad de Tibaná y los componentes con los que se tiene la colectividad para informarse en conocimientos de resolver inconvenientes específicos.

Aquino (2018) en su trabajo de investigación titulado: *Estrategias de Comunicación y Organización Institucional en la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea: evolución y retos en la comunicación interna y comunicación externa a través de la Oficina de Comunicación (2012-2017)*. Estudio realizado para obtener el grado de Doctor en la Universidad del País Vasco. La finalidad del tratado es identificar los compendios que en la actualidad acceden a una comunicación institucional. El método esgrimido en esta tesis, teniendo forma exploratoria, considerase de triangulación y corte mixto, se inicia de un adiconamiento de sistemas cualitativas, la población son los diferentes colectivos de la Universidad que son más de 47.000 personas. Asimismo, se constató que la comunicación como las tácticas son piezas para obtener el desempeño de las faenas comunicativas con la población de la institución superior y también, la Comunicación Institucional consiente que la institución registre a las personas como aspectos técnicos presentes del lugar para el progreso de sus propósitos. Se concluye que las estrategias comunicacionales al igual que sus tácticas son muy extensas modifican menudamente pendiendo de las insuficiencias encontradas en la estimación y constitución de Centros superiores de Comunicación Corporativa como componente clave para estas instituciones.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Todelano, (2016) estudio: *La Comunicación en procesos de Participación Ciudadana Distrito de Carmen Alto*, para optar título en Comunicación Universidad San Cristóbal - Huamanga., el estudio buscó determinar la relación y tipologías comunicacionales predomina bajo entornos participativos. Fundamentando comunicacionalmente es muy importante en el trabajo, mejoramiento y edificación en los ciudadanos de métodos interactivos. La metodología fue descriptiva y la práctica que lo rigió fue hermenéutico.

Tuviese un apartado de estudio a la comunidad Vista Alegre de Carmen Alto, formada de regentes, exdirigentes como población civil. Los resultados obtenidos fueron que al generarestrategias de convocatoria para participar en los espacios Alternativos, los colaboradores en los entornos originan contactos horizontales. Conclusiones: La tesis determinó que lo comunicativo desempeña un rol facilitador en los sistemas de participación con la población, siendo así, que la comunicacional crea posible la participación de la población originando el interés en los ambientes de participación desde el diálogo y el pacto de beneficios.

Montenegro (2019) en su investigación: *Estrategia comunicacional para promover participación ciudadana en Valle Palmeras de San Andrés, Plan Distrital de Seguridad Ciudadana Víctor Larco Herrera, Trujillo, 2019*, tesis de título profesional de Ciencias de la Comunicación en Universidad Antenor Orrego. La tesis tuvo como propósito identificar la estrategia comunicacional más conveniente para originar la intervención ciudadana en Valle Palmeras de San Andrés, en el marco del Plan Distrital de Seguridad Ciudadana de Víctor Larco Herrera, Trujillo, 2019. Metodología; se esgrimió el enfoque cualitativo y el diseño designado fue el descriptivo simple. Población; se desplegaron cuatro sesiones de focus group con 23 colaboradores en total, como consecuencias se consiguió que la opción de suceso público con medios comunicacionales alternativos es la más apropiada para suscitar la participación ciudadana en los habitantes de Valle Palmeras de San Andrés en labatalla contra la inseguridad ciudadana. Conclusiones, la implementación de la estrategia de incidencia pública con medios de comunicación alternativos permitiría que la comunicación sea eficaz y que la comunicación permita un cambio social, donde la actitud positiva y el buen comportamiento del ciudadano hacia la participación ciudadana, predominen.

Villoslada y Calixtro (2009) en su investigación titulada: *Estrategias de Comunicación y Participación Ciudadana en Comités del Vaso de Leche Distrito - San Juan de Iscos*, tesis para optar título profesional en Comunicación Universidad Centro del Perú. Tesis ubicándose en estudio comunicacional siendo el propósito de conocer sus estrategias comunicacionales esgrimidas por las juntas Vaso de Leche, como establecer la participación del ciudadano en San Juan de Iscos. Se empleó la metodología descriptiva. El universo fue de 340 favorecidos del evento de Vaso de Leche y la parte muestral fue de 70 favorecidas de los CPVL. Como resultado se evidencia la tercera hipótesis específica del tratado que plantea: “Existe relación significativa entre las estrategias

comunicacionales y la participación ciudadana en los CPVL del distrito de San Juan de Iscos – Chupaca” y, en la culminación del estudio en los CPVL del distrito de San Juan de Iscos los resultados emanados que el manejo de las estrategias comunicacionales esgrimidos por los CPVL sonno convencionales porque usan medios comunicacionales alternativos y la colaboración ciudadana es deficiente según muestran las propias favorecidas al responder los interrogatorios de preguntas, finalmente la reciprocidad de las estrategias de comunicación y la participación ciudadana es significativa dentro de los CPVL del distrito de San Juan de Iscos.

2.1.3. Investigaciones Locales

Matencio y Ortiz (2017) tesis titulada: *Estrategias de Comunicación de la Oficina de Imagen Institucional Adulto Mayor del Policlínico Zavaleta – Barranca, 2017*, para obtenerla licenciatura en Comunicación Universidad Sánchez Carrión. La tesis tuvo como finalidad el Identificar estrategias comunicacionales del área de Imagen que benefician al Adulto mayor del nosocomio Zavaleta; además de emplear una metodología básica descriptiva. El universo estudiado fue de 98 adultos personas que concurren al sanatorio para su cuidado médico. Resultados: muestran 73% de adultos discurren que la atención es excelente, también de ubicar al sanatorio en el top 3 de Barranca, por su atención como numerosas maneras de comunicar (medios de comunicación) campañas. Conclusión: exponen que existe una sucesión de técnicas comunicacionales esgrimidas en el área de Imagen, lo que benefician a usuarios.

Cornelio, C. (2022) en su investigación titulada *Estrategias de Comunicación en Trabajadores de Quimpac S.A. Paramonga, 2019*, para obtener título en Comunicación en la Universidad Sánchez Carrión. Teniendo como objetivo: Identificar estrategias comunicacionales que esgrime el personal de Quimpac de Paramonga, 2019, esgrimiese la técnica cuantitativa, básica descriptiva, no experimental. Siendo una población con 500 trabajadores y 217 participantes. Resultados: En estrategias comunicacional oral 28% del personal discurren que los adiestramientos corporativos estando muy constituidas, 46 % aducen que los ítems en el adiestramiento también muy bien ordenados, 14% relatan que los colaboradores en círculos de trabajo se desempeñan en propósitos bien planteados como un 6% tratan opiniones y sapiensas en consumir fines organizacionales. Respecto a estrategia comunicacional escrita 14% discurren que folletos están compuestos de información comprensiva, 16% narran que los datos de los documentos institucionales son

muy atractivos, 20% aluden que los diseños de documentos legales corporativos son eficientes como entendibles un 9% siempre esgrimen tareas, memorándum y diversos documentos. Respecto a estrategia comunicacional en línea 12% siempre esgrimen Facebook como medio de información en el trabajo, 22% siempre esgrimen WhatsApp, 8% siempre manejan intranet como 20% piensan que intranet puede ser veloz como eficiente. Conclusión: El personal de la empresa en mención utiliza estrategias comunicacionales como tipo verbal y escrita, sin embargo, deben fortificar su adiestramiento, reuniones de trabajo, optimar la información de sus documentos y ablandar el uso de documentos oficiales. A su vez manejan estrategias comunicacionales de tipo digital como el WhatsApp.

León y Pastrana (2022) en su investigación titulada *Estrategias de Comunicación para la Prevención de la Covid – 19 en personal del nosocomio Chancay – 2021*, para obtener Licenciatura en Comunicación Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. El propósito fue: Describir estrategias comunicacionales para la prevención de la COVID-19 deslucidas en personal del nosocomio de Chancay – 2021. Con metodología, básica El universo es de 450 colaboradores, sin embargo, contase con la intervención de 142 colaboradores. Se obtuvo como resultados que: El 1% observa que las estrategias comunicacionales para la prevención de la COVID – 19 se halla en un grado bajo, 87% en un grado moderado y 13% en un grado alto. En otras palabras, mayormente sí perciben a las estrategias comunicacionales para la aprensión de la COVID – 19 como un buen instrumento de rutina. Conclusión: Nivel que logra más consecuencia es un grado moderado con 87 %, el grado alto de 13 % y el grado bajo de 1 % en tanto a las estrategias comunicacionales para prevenir de la COVID – 19 deslucidas al personal nosocomio de Chancay.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Comunicación.

El propósito comunicacional es que un interlocutor logre transmitir los mensajes para que la audiencia tenga su propia perspectiva; además, podemos afirmar que especie humana naturalmente es comunicativa en todo su contexto, tal y como manifiestan los autores:

(Baylon y Mignot, 1996, como se cita en Aquino, 2018)

Naturalmente el individuo es un ente que transfiere ideas a través de formas técnicas utilizables para transcribir y transferir, resonancias, representaciones, textos, creando acciones que muden en un hecho civilizado y ser emprendido bajo numerosas representaciones (p.18).

Podríamos definir a la comunicación como la interacción entre dos individuos siendo una actividad principal de la humanidad. Asimismo, (Thompson, 2008, como se cita en Rodríguez, 2016) sostiene que, “comunicación es un sistema donde el emisor y el receptor instituyen una relación en un determinado momento y lugar para transmitir, intercambiar o cooperar ideas, información o significados que son perceptibles para uno y otro” (p.3).

Al emplearse correctamente la comunicación en cualquier organización gubernamental o no gubernamental se pueden obtener resultados tangibles y eficaces; en el ensayo elaborado por Rodríguez (2016) se indica que, en comunicación diversas corporaciones fracasan, porque verdaderamente no se están esgrimiendo o efectuando los instrumentos apropiados, para trascender datos o informar a sus colaboradores sobre la empresa aspectos afines con su operación diaria (p. 2).

2.2.2. Comunicación Organizacional

Comunicación empresarial considerase instrumento donde las empresas, organizaciones o entidades plantean acciones para transmitir de forma eficaz el mensaje entre sus colaboradores y generar un clima laboral positivo. Lindo (2018) manifiesta:

Una efectiva comunicación empresarial es significativo porque promueve la permuta de datos en la organización, provoca la creación reduciendo la intransigencia a los cambios, crea mayor producción debido a que pretenda un contexto de cordialidad, optimar las relaciones con los jefes, colegas y dependientes finalmente induce la identificación organizacional (p.17)

Desde la postura que la comunicación organizacional sea eficaz el portal web Banco Central de Cuba en su artículo Importancia de la Comunicación en la las Organizaciones precisa que al existir una transmisión fluida de los mensajes a los empleados, garantizaría que los propósitos institucionales sean comprendidos y establece cuatro funciones generales de la comunicación organizacional como son:

- Satisfacer las necesidades personales.

- Establecer relaciones con otras personas.
- Crear un clima de comprensión.
- Persuadir y conseguir.

Podemos concluir, que la comunicación organizacional es el mecanismo que empleado de manera adecuada promueve la relación entre la entidad y los servidores; como consecuencia se potencializará el trabajo en equipo creando la identidad hacia al empresa, organización o entidad.

2.2.3. Estrategias de Comunicación

Podemos definir estrategias comunicacionales al conjunto de programaciones que servirán para transmitir de manera eficiente en mensaje que quiere transmitir la empresa al público objetivo como se precisa Arellano (como se citó en Arévalo 2020) “Es una sucesión de tareas proyectadas y planificadas que se efectúan desde ciertos logros y necesidades, en un lugar de relación humana, en una gran diversidad de períodos” (p. 18).

Para lograr la efectividad de las estrategias de comunicación es indispensable tener definido los lineamientos de actividades, acciones y metas, con un tiempo determinado para ejecutar de tal forma que se pueda efectuar con los propósitos establecidos y por consiguiente la empresa logró llegar al receptor de forma eficiente con lo programado; en relación a ello encontramos la afirmación de Castillo como se cita en Aquino, (2018) “las estrategias comunicacionales que se despliegan en los establecimientos siguen un patrón, estas se encuadran dentro de una serie de acciones mediáticas de organización de los eventos”(p.13).

Teniendo en consideración que una buena comunicación se traduce en alcanzar de forma efectiva lo planificado, la página web Hubspot.es en su artículo ‘Estrategias comunicacionales: qué son, tipologías y modelos, precisa la importancia de crear un manual donde se establezcan los criterios en una formulación de un Plan comunicacional donde se determine mensajes, acciones y objetivos teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

- Fines generales
- Mensajes a notificar

- Trabajos a ejecutar
- Variables
- Herramientas a utilizar
- Plazos de tiempo de realización.

La empresa, organización y entidad que accione por medio de un plan de trabajo tiene una ventaja ante los competidores y las metas que se quieran lograr.

A lo largo del tiempo la tecnología ha ido creando nuevos canales digitales de interacción entre las empresas, organizaciones o entidades caracterizado por su rápido alcance con el público objetivo; a razón de ello el sitio web becas-santander.com en su artículo ‘10 Intentos para Establecer Estrategias comunicacionales Efectivas’ afirma que las tácticas podrían ser online en blogs o redes sociales u offline utilizando las herramientas tradicionales.

La importancia de fortalecer las estrategias de comunicación en las entidades radica principalmente en que la comunicación y la participación trabajan complementariamente teniendo una relación directa que se reflejan en los resultados de las acciones de las instituciones públicas o privadas; tal y como precisa el portal web scielo.org.co en su artículo ‘Comunicación pública como táctica instructora en métodos de intervención de jóvenes’; asimismo, puntualiza que las Estrategias de Comunicación son una tribuna para promover la intervención ciudadana partiendo de diálogo y la concertación.

2.2.4. Incidencia pública en medios de comunicación tradicional.

2.2.4.1. Radio.

La radio es un medio de comunicación que se canaliza con la emisión de ondas electromagnéticas donde se trasladan las ondas auditivas que serán recibidas en el radio receptor, su origen se confiere a más de un inventor tal y como refieren Álvarez, Enríquez y Hurtado (2013) que entre ellos encontramos a Aleksandro Stepánovich Popov, Nikola Tesla y Guillermo Marconi, obteniendo en Reino

Unido la patente de la radiodifusión, llevando a cabo las primeras pruebas con pequeños equipos para probar la transmisión de ondas, lo que sería el comienzo de la radiodifusión y Estados Unidos fue uno de los países que mostró intenciones para profundizar en el desarrollo de este medio.

En la actualidad la radio se ha ido adaptando al avance de la tecnología, porque podemos escuchar la señal digitalmente; sin embargo, en temas de seguridad ciudadana sigue siendo un elemento de vital importancia debido a su inmediatez para la transición de la información entre el emisor y el receptor. Por su parte la página web concepto en su artículo Radio afirma que, “la radiodifusión acarreo consigo un canje significativo a nivel mundial en el área de telecomunicaciones, pues consintió la vertiginosa y fácil concesión de información a lo largo de magnos trayectos”, lo que reafirma la importancia ante emergencias suscitadas en materia de seguridad ciudadana para la atención oportuna de las emergencias.

2.2.4.2. Televisión

Conseguimos precisar a la televisión un medio de comunicación tradicional con gran popularidad a nivel mundial y accesible a los hogares por su forma de transmisión, además es un canal para una interacción instantánea entre el emisor y los receptores, tal y como manifiesta Cazeneuve (como se cita en Arévalo, 2020) “La televisión es un elemento de comunicación, información y entretenimiento. En un inicio, comunicar es, etimológicamente, cambiar algo en común. En consecuencia, la comunicación es, en su sentido inicial, el paso de lo particular a lo colectivo” (p. 19).

La televisión al ser un medio audiovisual impactante en la ciudadanía con un correcto uso de sus recursos es una estrategia de comunicación idónea para emitir mensajes a las masas sobre paz, principios, cultura y poder desarrollar conocimientos en la teleaudiencia a la que esté dirigida. Asimismo, la línea virtual de Universidad Isabel I en el artículo ‘La televisión, una de las herramientas comunicacionales más prestigiosas del orbe’ puntualiza que la televisión tiene la capacidad de informar sucesos en vivo impulsando la opinión pública, además, puede lograr cambiar la ideología de las personas y ofrece al público un amplio contenido sin salir del hogar.

Con un mundo digitalizado, la televisión también ha tenido que adaptarse a los cambios, implementándose plataformas digitales donde permite al televidente una interacción más eficaz ya que existen plataformas digitales donde los usuarios participan a través de comentarios durante el desarrollo de la programación. Millones (2020) sostiene que, “Una subida al empleo de internet como la televisión han llevado a un giro en los consumidores, a tal manera de vivir en las redes literalmente. Estas ya conciernen a la vida diaria y les ofrecen una extensa cantidad de tiempo” (p.10).

2.2.4.3. Prensa Escrita.

Al hablar de Prensa Escrita tradicional nos referimos a una serie de publicaciones de forma física en papel que en algunos casos pueden ser diarias, semanales, mensuales, trimestrales o anuales donde se abordan diversos temas que se presenten en lo cotidiano. Por su parte, la plataforma digital Hiru.eus en su artículo denominado ‘¿Qué es la Prensa Escrita?’ señala que la prensa de información diaria tiene mayor difusión, con publicaciones a diario donde se promociona información en general abordando temas como política, sociales, deportivos, culturales, etc. Por otro lado, en relación a la prensa escrita tradicional sobre los periódicos Plaza (2019) afirma que, “un diario refiere a divulgación con cierta periodicidad a su vez compuesta de datos selectos de conjuntos particulares de espectadores. Esta particularidad lo cristianiza en un medio comunicacional muy trascendental” (p. 29).

Con el adelanto del conocimiento tecnológico el periodismo escrito también es considerado medio comunicacional pues ha tenido que ajustarse a los cambios y pasar de la tradicional imprenta a la digitalización, haciendo que progresivamente el medio impreso vaya desapareciendo del mercado por su poco consumo tal y como suscribe el sitio digital JFrias en su artículo; ‘De lo Impreso a lo digital: Digitalización de comunicación escrita como y Ciberperiodismo’, que al ser el medio digital es más económico que el impreso, se convertiría en una de las principales razones por la que podría desaparecer el periodismo impreso; además que la juventud de ahora está creciendo en el mundo de la multitarea, es decir pueden ejecutar diversas acciones en distintas pantallas paralelamente.

2.2.5. Incidencia pública en medios de comunicación digitales

2.2.5.1. Portal Web.

Un Portal web es un espacio digital donde la empresa, asociación u organización transmite a los usuarios información de los múltiples servicios, permitiendo agilizar el trámite o servicio al que deseen acceder, el sitio web Hubspot en el artículo ‘Todo sobre los portalesweb: qué son, tipos y características’, señala que un portal web es un mecanismo digital donde las organizaciones buscan interactuar de manera eficaz con el usuario, compartiendo e intercambiando información el relación al servicio que brinda; además , precisa que su contenido debe estar protegido, y la información debe ser dinámica para mantener la interacción con los usuarios.

En la actualidad un portal web es una de las estrategias de comunicación más efectivas por la conectividad del usuario en internet, además de facilitar algunos trámites porque se pudiese conseguir los datos que se necesita desde casa y en algunas situaciones susnecesidades son atendidas online.

Siguencia (2011) sostiene que, “Los portales deben ser accesible a los hechos que toda información referida presenta en sus temas, lo digital se faculta de concentrar enlaces de forma factible y organizada proporcionando así el recorrido sobre un tema determinado en la web”. (p.22)

2.2.5.2. Redes Sociales.

Durante los novísimos años y con el progreso de tecnologías en redes sociales han tomado mayor protagonismo, siendo una de las estrategias comunicacionales más esgrimidas por su inmediatez como eficacia de interacción con el receptor, donde a través de la pantalla delordenador, Tablet o celular te puedes conectar con personas de cualquier parte del mundo siendo uno de los más grandes beneficios de estas plataformas ; el sitio web Cyberclick enel artículo, ‘¿Qué son redes sociales y cuáles son las más significativas?’ puntualiza que para una empresa, organización o entidad una red social es oportuna para dar a conocer el servicio o producto que se brinda porque al poder conectar a personas con intereses, actividades o relaciones en común y se pueda generar el feedback.

Asimismo, las redes sociales pertenecen al grupo de la social media, porque se

da a conocer el servicio o información de forma digital.

Por su parte Balarezo y Llivichuzca (2015) determinan que, “a partir del punto de vista de la computación las redes sociales hace leyenda al sitio web que esgrimen los individuos para formar su perfil, participar información, favoreciera en la reproducción de contenidos y anunciar en corrientes sociales” (p.16).

2.2.6. Elementos para la Participación ciudadana

Participación ciudadana y comunicación tienen cierta vinculación al desarrollar dinámicas donde intervienen diversos factores que permiten generar la interacción en la sociedad. Así como la investigación realizada por Zambrano (2010) afirma que,

Participación como comunicación son métodos sociales, que envuelven a disímiles actores o personas, al momento de interactuar. La interacción como choque de dos dependientes, enlaza métodos de pacto, en los que los beneficios particulares de cada quien de los agentes deben someterse en favor de los intereses grupales, tratando la situación mediante la cual será viable en lograrlos” (p.15).

Un espacio de políticas estatales, la participación ciudadana es vital trascendencia porque ninguna de estas acciones tendría resultados de la realidad si solo se implementan de dirección única por parte de las entidades, al no existir la participación ciudadana se podría definir que solo se implementan estrategias en una oficina. En su informe especial Valdiviezo (2009) expone que, “la participación ciudadana es definida como un conjunto de sistemas o mecanismos por medio de los cuales los ciudadanos, es decir, la sociedad civil en su conjunto, pueden tomar parte de las decisiones públicas” (p.9).

Asimismo, la norma fundamental que determina los lineamientos para la legislación, la Constitución Política del Perú (1993) en su apartado 31 insta “Los habitantes tienen derecho a participar en temas públicos”, estableciendo participación ciudadana como derecho fundamental de los peruanos de intervenir en cualquier asunto de interés nacional, así como son las políticas públicas, ya sea en su proceso de implementación, ejecución o modificación.

Por consiguiente, el motivar e incentivar la participación ciudadana en asuntos

públicos es necesario para la conducción de las políticas, los planes, proyectos, programas o actividades que se programen con la finalidad de atender un asunto en particular ya sea en temas como, iniciativas legislativas, paz, salud, violencia o seguridad ciudadana.

2.2.6.1. Espacios Públicos

Partiendo del punto de vista urbano, los Espacios Públicos son sectores donde la ciudadanía tiene el derecho a transitar libremente y ajustándose las normas establecidas en cada jurisdicción, tal y como lo establece la Constitución Política del Perú (1993) en su artículo 2° inciso 11 donde expresa que, toda persona tiene derecho “A elegir su residencia, a transitar por el territorio nacional y a salir de él y entrar en él, salvo las limitaciones por razones de sanidad o por mandato judicial o por aplicación de la ley de extranjería”.

Asimismo, también es fundamental que los espacios públicos sean ambientes de paz social y tranquilidad; el sitio web, Plataforma Urbana y de Ciudades en su artículo ‘Orientación del Territorio’, indica que los espacios públicos deben proveer un acceso universal, donde niños, adultos, personas con habilidades diferentes, accedan de forma segura y plena.

Los espacios públicos pueden ser plazuelas, parques, mercados, iglesias, palyas, bibliotecas, museos, calles, campos deportivos, etc; como en su investigación Holguín (2018) sostiene que, “los espacios públicos podrían ser un cúmulo de bienes de uso colectivo que se destinan para satisfacer necesidades colectivas sin importar su escala y función” (p. 35).

2.2.6.2. Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana

Al hablar de Juntas Vecinales de protección al ciudadano nos referimos al conjunto de vecinos organizados voluntariamente en un sector determinado con la finalidad de trabajar articuladamente junto a la PNP y diferentes niveles gubernamentales, mediante acciones preventivas a favor de protección del ciudadano; por su parte, el MOF de las Juntas Vecinales Suscitadas por la PNP (2015) instituye que:

Las Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana son organizaciones

sociales de base, integradas por agrupaciones de vecinos, que son promovidas y organizadas por la Policía Nacional del Perú. Tienen por misión apoyar a las Oficinas de Participación Ciudadana (OPC) de las Comisarías en las actividades de coordinación, prevención y proyección social” (p.3).

El artículo 5° del Manual de Organización F. de Juntas Vecinales Promovidas por la PNP(2015) establece que: “Las JVSC, son estructuras sociales de colindantes sin personería jurídica, suscitadas únicamente por la PNP” (p.4), si bien es cierto que la participación ciudadana es fundamental y abierta en el caso de las Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana existen Lineamientos que deben respetarse, el grupo de vecinos que se organice deberá estar creada mediante Resolución por parte del Comisario(a) de su Jurisdicción y pertenecerá al padrón que se maneje la Comisaría por medio del área de Participación Ciudadana.

Organizaciones vecinales de seguridad del ciudadano al ser un elemento de la participación ciudadana pueden incorporarse en cuestiones de interés estatal donde puedan sumar para el descenso de las incidencias delictivas a nivel local. Por tal motivo, el Decreto Supremo N° 010-2019-IN, que modifica el Reglamento de la Ley N° 27933 Ley del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana aprobado por D.S. N° 011-2014-IN, en su artículo 27, inciso g) implanta que el Comité Distrital de Seguridad del ciudadano (CODISEC) está integrado por: “El/La Coordinador/a Distrital de Asociaciones Vecinales de Protección al Ciudadano suscitadas por la PNP”.

Con esto se reafirmaría la importancia de participación del ciudadano porque al ser las asociaciones vecinales de Seguridad Ciudadana parte titular del Comité Distrital de Seguridad Ciudadana, están involucrados en diferentes acciones como en la elaboración del diagnóstico de la Planificación Distrital de Seguridad del ciudadano, en un análisis cuya problemática, la articulación con los diferentes actores que puedan intervenir en el proceso de proponer, implementar, ejecutar o modificar estrategias a favor de la seguridad ciudadana.

Asimismo, las juntas vecinales de seguridad ciudadana al ser miembro titular del comité están obligadas a participar en las Consultas Públicas que se realizan

por lo menos una cadatrimestre, siendo el canal oportuno para incentivar la participación de sus vecinos, familiares y amigos en esta actividad pública que es la tribuna ideal para junto a las principales autoridades proponer alternativas de solución en materia de seguridad ciudadana.

Ante lo expuesto podemos afirmar que los vecinos no solo son beneficiarios de las acciones que se implementen, sino son piezas fundamentales para encaminar los proyectos y poder obtener resultados donde los índices de victimización se puedan ir reduciendo significativamente.

2.3 Bases filosóficas

El Positivismo

Con una planificación previa en la investigación se efectuó partiendo de una orientación filosófica del positivismo, siendo sistema filosófico que discurre que no existe otro discernimiento que el adquirido por medio de la usanza, negando así la posibilidad de que el enfoque sea una partida de la sapiencia y que la filosofía contribuya al mismo.

A lo largo del tiempo la dependencia de la filosofía como la comunicación ameritó muchas investigaciones ya que la filosofía contribuye en el proceso comunicativo; asimismo, Rizo (2012) afirma que la filosofía ha propuesto a la comunicación como un sentido de conocimiento por lo que se podría tratar desde una postura filosófica, alcanzando a las consecuentes terminaciones.

- La correlación de comunicación y filosofía se analiza en el pensamiento filosófico del siglo XX.
- El sentido de la experiencia es lo que más ha aportado a una lectura filosófica de la comunicación.
- La filosofía frente a la comunicación toma dos posturas una donde se sostiene que comunicación en un diálogo directo con el conocimiento de su tiempo, y una filosofía que coloca a la comunicación en el proceso contemporáneo.
- En el siglo XX, la comunicación es consecuencia teórica del interés filosófico por su relación con el lenguaje.

La investigación se centrará al modelo positivista dado que la comunicación es observable, medible y cuantificable siendo una realidad la participación de los jóvenes en Consultas Públicas de Protección al ciudadano en Caleta de Carquín debe ser medido estadísticamente.

Posteriormente se rebatirá el cuestionario de investigación tras ejecutar la codificación y análisis de referencias por medio del cuestionario escogido, consintiendo cada réplica e equilibrar las estrategias comunicacionales para la intervención de jóvenes sobre Consultas Públicas en Seguridad Ciudadana en Caleta de Carquín (objeto de estudio). Con el resultado, la medición cuantitativa permitirá tener una información completa que inferirá con la contestación al problema.

2.4 Definición de términos básicos

Estrategias de la Comunicación: “Es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos.” (Arellano, 2003, como se citó en Arévalo, 2020).

Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana: “Son ordenaciones sociales de base, integradas por agrupaciones de vecinos, que son promovidas y organizadas por la Policía Nacional del Perú. Tienen por misión apoyar a las Oficinas de Participación Ciudadana (OPC) de las Comisarías en las actividades de coordinación, prevención y proyección social, así como brindar información que contribuya a mejorar la seguridad ciudadana mediante el trabajo voluntario y solidario, no remunerado, participativo y de servicio a la comunidad.” (D.S. 010-2019-IN-DGSC, 2019).

Juntas Vecinales Comunes: “Son organizaciones sociales encargadas de supervisar la prestación de servicios públicos locales, el cumplimiento de las normas municipales, la ejecución de obras municipales y otros servicios que se indiquen de manera precisa en la Ordenanza de su creación. Los concejos municipales convocan a elecciones de Juntas Vecinales Comunes, a propuesta del Alcalde, los Regidores o los vecinos.” (D.S. 010-2019-IN-DGSC, 2019).

Participación Ciudadana: “La participación ciudadana es un elemento fundamental en la implementación de toda política pública. Para el caso de los temas de inseguridad y violencia la integración de las personas, así como la conjunción de otros elementos, es clave para lograr contextos de cohesión, paz y seguridad” (Cortez, 2021).

Planes de Acción Regionales, Provinciales y Distritales de seguridad ciudadana: “Los planes de acción de seguridad ciudadana son los instrumentos de gestión que orientan el quehacer en materia de seguridad ciudadana en los ámbitos regional, provincial y distrital” (D.S. 010-2019-IN-DGSC, 2019).

Prensa: “Son un conjunto de publicaciones que son escritas e impresas en papel y tiene el objetivo de informar y entretener a las personas, en este caso se encuentran los diarios informativos más conocidos como periódicos, revistas etc” (Plaza, 2019).

Redes Sociales: “Plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. Desde el punto de vista de la informática las redes sociales hacen referencia al sitio web que utilizan las personas para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales”. (Balarezo y Llivichuzca, 2015).

Secretaría Técnica del CODISEC: “órgano técnico, ejecutivo y de coordinación del Comité Distrital de Seguridad Ciudadana, la cual contará con profesionales, personal técnico y especialistas en temas de seguridad ciudadana” (D.S. 010-2019-IN-DGSC, 2019).

Seguridad Ciudadana: “La seguridad ciudadana es concebida como aquella situación donde las personas pueden vivir libres de las amenazas generadas por la violencia y el delito, a la vez que el Estado tiene las capacidades necesarias para garantizar y proteger los derechos humanos directamente comprometidos frente a las mismas”. (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2009).

Social Media: “Conjunto de herramientas y plataformas basadas en internet que nos permiten compartir información y un estrecho contacto con otros, convirtiendo la comunicación en un diálogo interactivo”. Balarezo y Llivichuzca, (2015).

Televisión: “Medio trivial que penetra en la audiencia a través del entretenimiento. Como tal, reclama programas de ritmo rápido, de alta velocidad en la sucesión de imágenes” Hernández y Robles (1995) como se citó en Arévalo, (2020).

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

Las estrategias de comunicación en participación de jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.

2.5.2 Hipótesis específicas

- Las incidencias de los medios de comunicación tradicional en participación de jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es

baja.

- Las incidencias de los medios de comunicación digital en participación de jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.
- Los elementos de participación ciudadana en participación de jóvenes en consultas públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.

2.6 Operacionalización de las variables

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS |
|--|---|--|----------|
| <p>Estrategias de Comunicación: (Mefalopulos y Kamlongera 2008, como se cita en Montenegro, 2019) “las estrategias comunicacionales que se desenvuelven en las corporaciones siguen un patrón, estas se encuadran dentro de un diferentes técnicas mediáticas de conformación de los sucesos” (p.47).</p> | Incidencia pública en medios de comunicación tradicional. | Radio. | 1,2 |
| | | Televisión. | 3,4 |
| | | Prensa Escrita. | 5,6 |
| | Incidencia pública con medios de comunicación digital. | Portales Web. | 7,8 |
| | | Redes Sociales | 9,10, 11 |
| | Elementos para la Participación ciudadana. | Espacios Públicos. | 12, 13 |
| | | Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana. | 14, 15 |

Capítulo III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

La tesis de investigación ha sido desarrollada con una tipología básica, a partir originariamente por un marco teórico o dogmático, con la finalidad de potenciar la información. En tal sentido, se ha tenido como base los antecedentes en artículos y libros, para la variable, permitiendo aportar conocimientos a partir de las recomendaciones (Muntané, 2010).

3.1.2 Nivel de investigación

Estudio descriptivo; es decir, analizó y recopiló datos del fenómeno a estudiar de forma autodidacta sobre los conceptos y variable, y podrá servir como base a futuros estudios. (Muntané, 2010).

3.1.3 Diseño de investigación

Es no experimental-transversal; pues se define como el estudio que se ejecuta sin la manipulación de la variable y donde solo se emplea la observación de la problemática. Este estudio se llevó a cabo en el año 2023. (Hernández, 2014).

3.1.4 Enfoque de investigación

Investigación cuantitativa, esta metodología estuvo orientada a la recolección teórica de forma sistemática y ordenada para la construcción de la hipótesis. (Hernández 2014).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Se determinó un universo de jóvenes siendo grupo etario entre 20 a 24 años que viven distrito Caleta - Carquín, Provincia de Huaura; Lima, en base al censo nacional 2017, Caleta de Carquín cuenta con una población de 741 jóvenes.

3.2.2 Muestra

Con los datos obtenidos del Instituto de Estadística e Informática a razón del Censo Nacional 2017, se realizó una muestra probabilística con el siguiente proceder:

Dónde:

n= Número de muestra

N= Número de población (741)

Z2= Nivel de confianza de 95% (Z= 1.96)

P= Probabilidad de que ocurra el evento

(P=0.5) Q= Probabilidad de que ocurra el

evento (Q= 0.5)E2= Error muestral (E=5%)

$$n = \frac{NZ^2 PQ}{(N - 1)E^2 + Z^2 PQ}$$

Reemplazando:

$$\frac{(741 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5)}{(741 - 1) \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} = 253.2224594$$

El resultado de la parte muestral en base al método: 253 encuestados.

La muestra probabilística-aleatoria simple, se empelará este muestreo porque los jóvenes entre 20 a 24 años del distrito Caleta de Carquín presentaron las mismas características para conformar la muestra. Se obtuvo el resultado de: (n=253).

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Encuesta

Podría definirse como encuestas a un grupo de preguntas uniformes a la problemática planteada y a la hipótesis, está dirigidas a la población establecida, para lograr la medición de la variable cabe indicar, que la encuesta para la presente investigación se realizará de manera presencial. (Hernández, 2014).

Se utilizó el instrumento y su aplicación fue directa utilizando la técnica de encuesta al grupo etario de jóvenes de 20 y 24 años del distrito Caleta - Carquín.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Emplease el software SPSS versión 26, programa estadístico perfeccionado por IBM para conseguir los efectos de nuestra población a estudiar sobre la utilidad de estrategias comunicacionales para la intervención de los jóvenes sobre Consultas Públicas de Seguridad del ciudadano en Caleta - Carquín, 2023.

Capítulo IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Ítem N° 01.- ¿He escuchado en las emisoras radiales locales sobre la convocatoria alas Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 01: Emisoras radiales locales.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 142 | 56,1 | 56,1 | 56,1 |
| CASI NUNCA | 110 | 43,5 | 43,5 | 99,6 |
| A VECES | 1 | ,4 | ,4 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

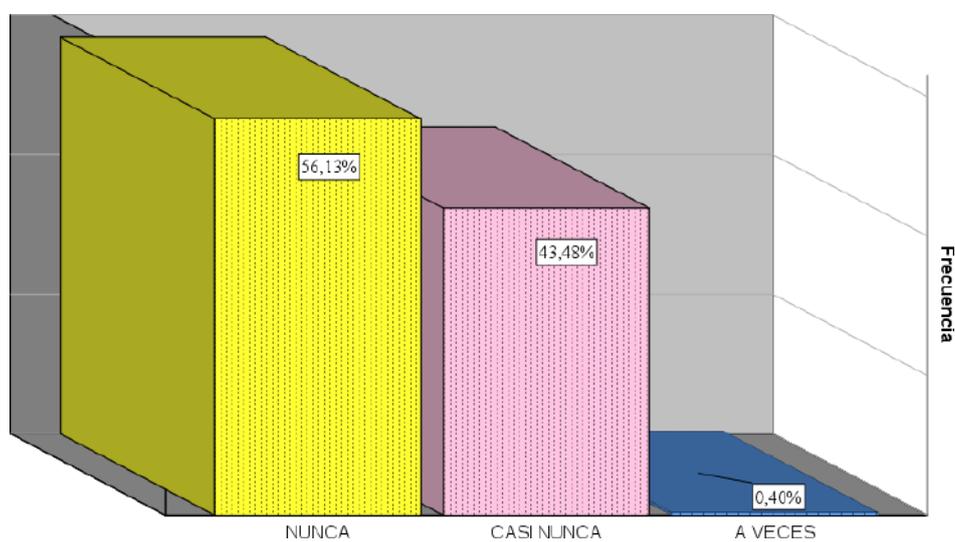


Figura N° 01: Distribución y Porcentaje en emisoras radiales locales.

Interpretación: Según la Tabla N° 01 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 56,13 % de la población estudiada, equivalente a 142 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, 110 encuestados que simbolizan el 43,48 % aseveran ‘Casi Nunca’ y tan solo 1 precisa que ‘A Veces’ que es proporcional al 0,40 %.

Ítem N° 02.- *¿Comprendo los contenidos que las emisoras de radios locales transmiten sobre la convocatoria a las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?*

Tabla N° 02: Contenido de emisoras radiales locales.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 143 | 56,5 | 56,5 | 56,5 |
| CASI NUNCA | 109 | 43,1 | 43,1 | 99,6 |
| Válido A VECES | 1 | ,4 | ,4 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

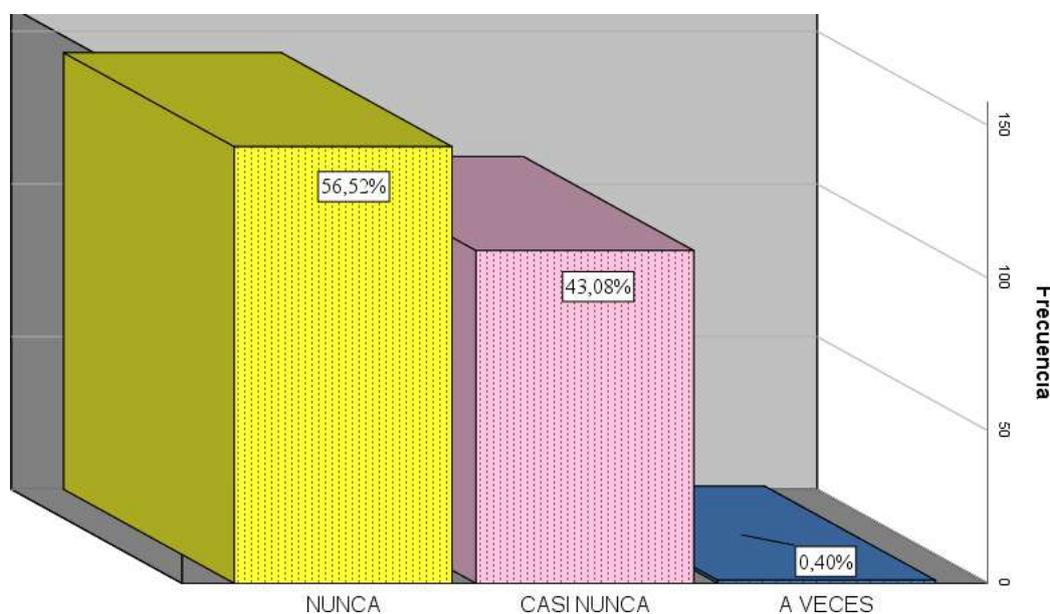


Figura N° 02: Distribución y Porcentaje contenido de emisoras radiales locales.

Interpretación: Según la Tabla N° 01 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 56,52 % de la población estudiada, equivalente a 143 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, 109 encuestados que simbolizan el 43,08 % alegan que ‘Casi Nunca’ y tan solo 1 precisa que ‘A Veces’ que es proporcional al 0,40 %.

Ítem N° 03.- ¿He visto notas informativas en los programas de televisión locales sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 03: Programas Televisivos Locales.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 153 | 60,5 | 60,5 | 60,5 |
| CASI NUNCA | 98 | 38,7 | 38,7 | 99,2 |
| Válido A VECES | 1 | ,4 | ,4 | 99,6 |
| CASI SIEMPRE | 1 | ,4 | ,4 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

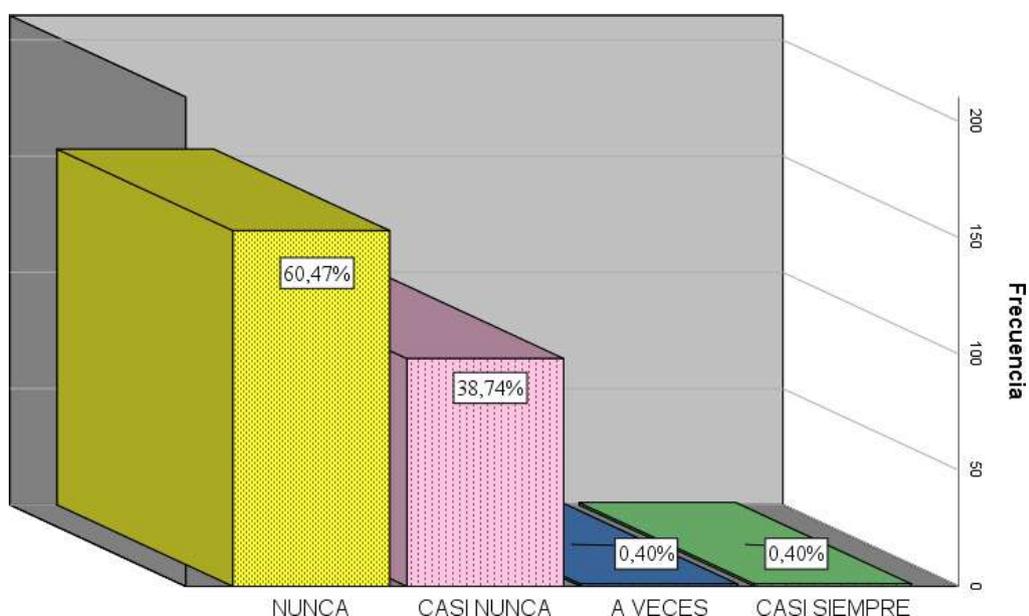


Figura N° 03: Distribución y Porcentaje en Programas Televisivos Locales.

Interpretación: Según la Tabla N° 03 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 60,47 % de la población estudiada, equivalente a 153 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, 98 encuestados que constituyen el 38,74 % alegan ‘Casi Nunca’, tan solo 1 precisa que ‘A Veces’ que es proporcional al 0,40 %; asimismo, 1 también indica que ‘Casi Siempre’ siendo igual al 0,40 %.

Ítem N° 04.- ¿Comprendo los mensajes que programas locales de televisión transmiten sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 04: Contenido de Programas Televisivos Locales.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 153 | 60,5 | 60,5 | 60,5 |
| CASI NUNCA | 98 | 38,7 | 38,7 | 99,2 |
| Válido A VECES | 1 | ,4 | ,4 | 99,6 |
| CASI SIEMPRE | 1 | ,4 | ,4 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

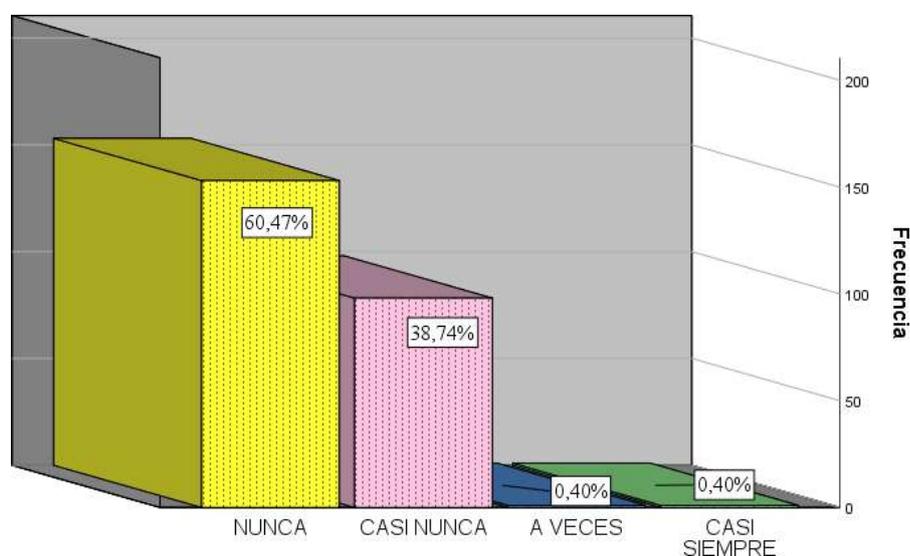


Figura N° 04: Distribución y Porcentaje Contenidos de Programas Televisivos Locales.

Interpretación: Según la Tabla N° 04 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 60,47 % de la población estudiada, equivalente a 153 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, 98 encuestados que simbolizan el 38,74 % alegan ‘Casi Nunca’, tan solo 1 precisa que ‘A Veces’ que es proporcional al 0,40 % y 1 indica que ‘Casi Siempre’ siendo igual al 0,40 %.

Ítem N° 05.- ¿He leído notas informativas en los diarios sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 05: Prensa Local.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NUNCA | 40 | 15,8 | 15,8 | 15,8 |
| | CASI NUNCA | 83 | 32,8 | 32,8 | 48,6 |
| | A VECES | 75 | 29,6 | 29,6 | 78,3 |
| | CASI SIEMPRE | 40 | 15,8 | 15,8 | 94,1 |
| | SIEMPRE | 15 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

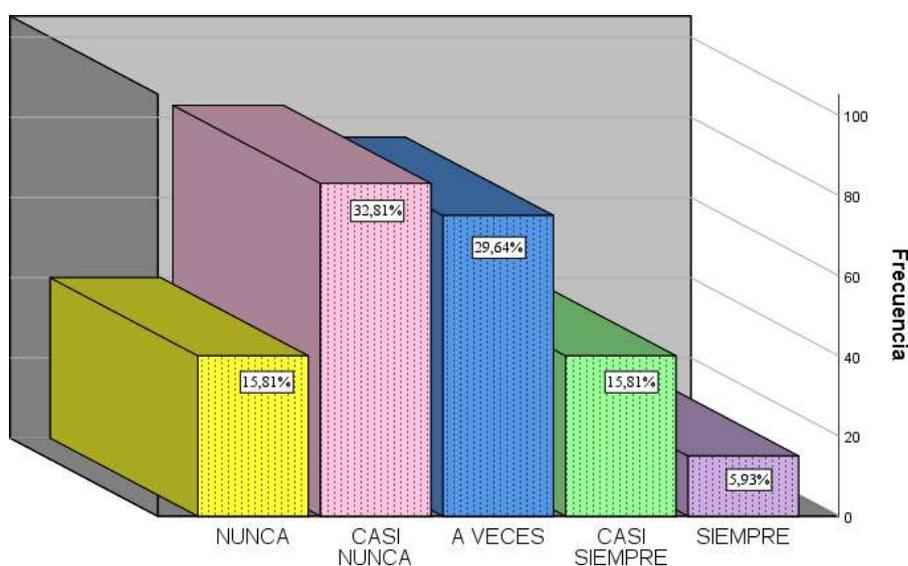


Figura N° 05: Distribución y Porcentaje Prensa Local.

Interpretación: Según la Tabla N° 05 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 15,81 % de la población estudiada, equivalente a 40 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, el 32,8 % afirman que ‘Casi Nunca’ teniendo total de 83 encuestados, 75 precisa que ‘A Veces’ que es proporcional al 29,6 %; asimismo, 40 indican que ‘Casi Siempre’ siendo igual al 15,8 % y el 5,9 % de jóvenes afirman que ‘Siempre’ con un total de 15 jóvenes.

Ítem N° 06.- ¿He leído notas informativas en los diarios sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 06: Prensa Local.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 213 | 84,2 | 84,5 | 84,5 |
| CASI NUNCA | 12 | 4,7 | 4,8 | 89,3 |
| Válido A VECES | 15 | 5,9 | 6,0 | 95,2 |
| CASI SIEMPRE | 9 | 3,6 | 3,6 | 98,8 |
| SIEMPRE | 4 | 1,2 | 1,2 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

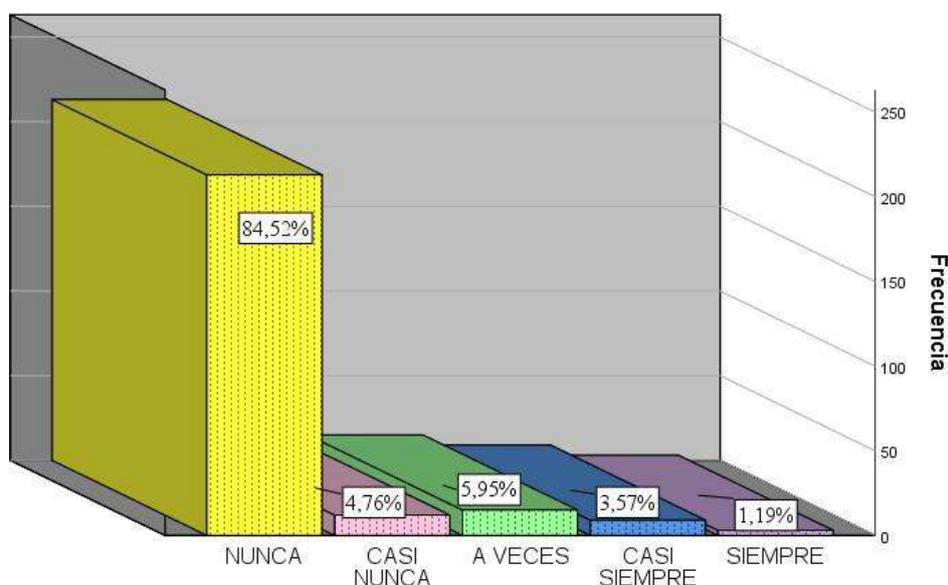


Figura N° 06: Distribución y Porcentaje Contenido de Prensa Local.

Interpretación: Según la Tabla N° 06 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 84,52 % de la población estudiada, equivalente a 213 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, el 4,76 % equivale a 12 jóvenes afirman que ‘Casi Nunca’, 15 precisan ‘A Veces’ que es proporcional al 5,95 %; asimismo, el 3,57% indican que ‘Casi Siempre’ siendo igual 9y el 1,19 % afirman que siempre con un total de 4 jóvenes encuestados.

Ítem N° 07.- ¿Suelo visitar el portal web de la Municipalidad cuando deseo información?

Tabla N° 07: Portal Web Municipal.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 52 | 20,6 | 20,6 | 20,6 |
| CASI NUNCA | 78 | 30,8 | 30,8 | 51,4 |
| A VECES | 62 | 24,5 | 24,5 | 75,9 |
| CASI SIEMPRE | 42 | 16,6 | 16,6 | 92,5 |
| SIEMPRE | 19 | 7,5 | 7,5 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

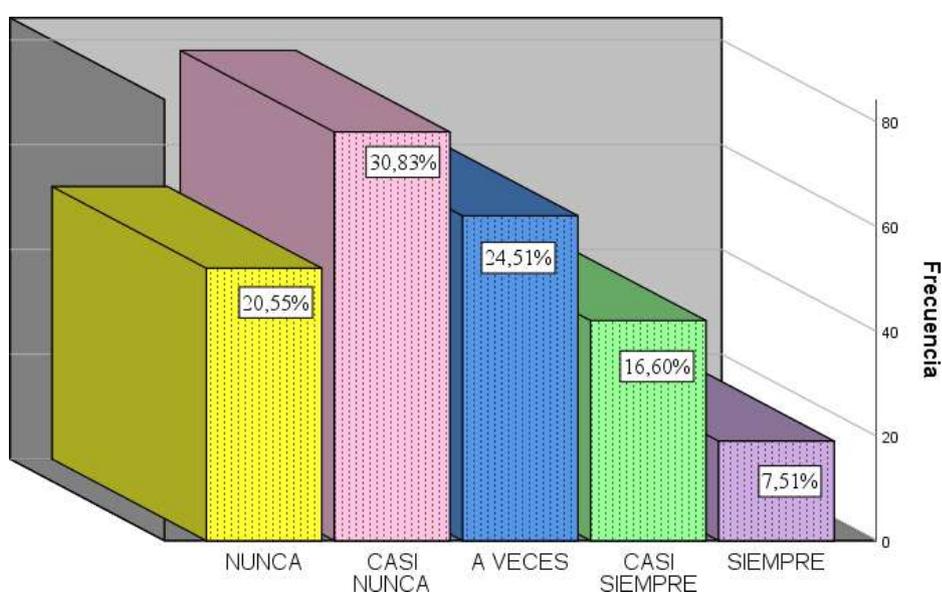


Figura N° 07: Distribución y Porcentaje Portal Web Municipal.

Interpretación: Según la Tabla N° 07 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 20,55 % de la población estudiada, equivalente a 52 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, el 30,83 % afirman que ‘Casi Nunca’ siendo igual a 78 jóvenes, el 24,51 % precisan ‘A Veces’ que es proporcional a 62 encuestados; asimismo, el 16,60 % indican que ‘Casi Siempre’ siendo igual 42 y el 7,51 % afirman que siempre con un total de 19 jóvenes encuestados.

Ítem N° 08.- ¿He encontrado en el Portal web de la Municipalidad información sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 08: Información del Portal Web Municipal.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | CASI NUNCA | 166 | 65,6 | 65,6 | 65,6 |
| Válido | A VECES | 87 | 34,4 | 34,4 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

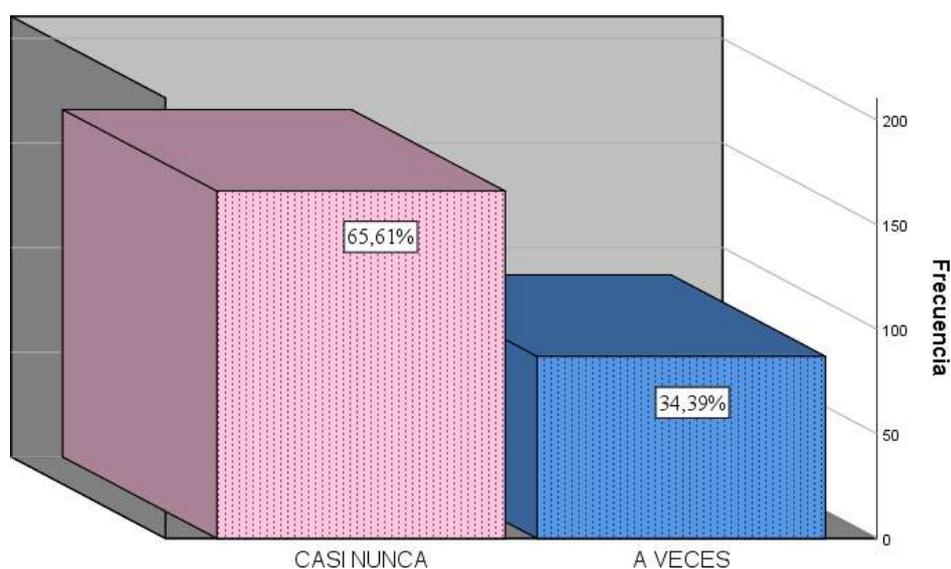


Figura N° 08: Distribución y Porcentaje Información del Portal Web Municipal.

Interpretación: Según la Tabla N° 08 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 65,61 % afirman que ‘Casi Nunca’ siendo igual a 166 jóvenes y el 34,39 % precisan ‘A Veces’ que es proporcional a 87 jóvenes.

Ítem N° 09.- *¿Utilizo las redes sociales para informarme de alguna actividad de la Municipalidad?*

Tabla N° 09: Redes Sociales de la Municipalidad.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 21 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| CASI NUNCA | 66 | 26,1 | 26,1 | 34,4 |
| A VECES | 95 | 37,5 | 37,5 | 71,9 |
| CASI SIEMPRE | 46 | 18,2 | 18,2 | 90,1 |
| SIEMPRE | 25 | 9,9 | 9,9 | 100,0 |
| | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín

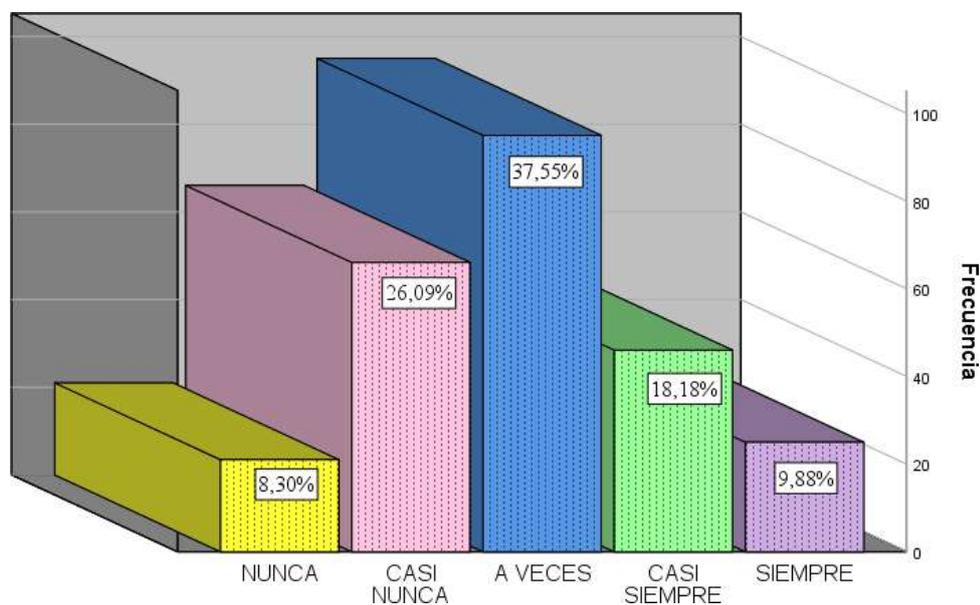


Figura N° 09: Distribución y Porcentaje Información de Redes Sociales de la Municipalidad.

Interpretación: Según la Tabla N° 09 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 8,3 % de la población estudiada, equivalente a 21 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, el 26,1 % afirman que ‘Casi Nunca’ siendo igual a 66 jóvenes, el 37,5 % precisan ‘A Veces’ que es proporcional a 95 encuestados; asimismo, el 18,2 % indican que ‘Casi Siempre’ siendo igual 46 y el 9,9 % afirman que siempre con un total de 25 jóvenes encuestados.

Ítem N° 10.- ¿Veo en las redes sociales de la Municipalidad publicaciones donde se convoque a participar en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 10: Contenido de Redes Sociales de la Municipalidad.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 13 | 5,1 | 5,1 | 5,1 |
| CASI NUNCA | 167 | 66,0 | 66,0 | 71,1 |
| A VECES | 73 | 28,9 | 28,9 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

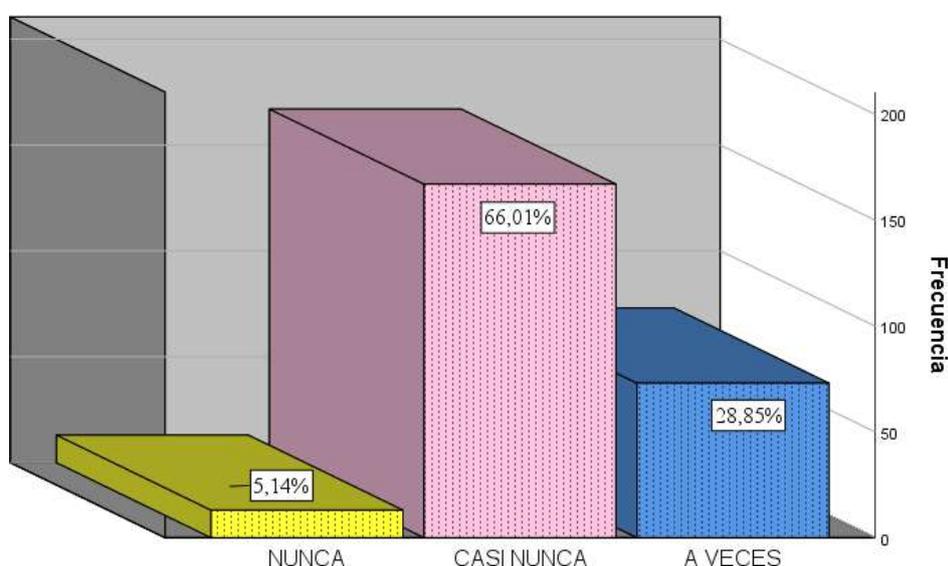


Figura N° 10 Distribución y Porcentaje Contenido de Redes Sociales de la Municipalidad.

Interpretación: Según la Tabla N° 10 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 5,14 % de la población estudiada, equivalente a 13 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, el 66,01% afirman que ‘Casi Nunca’ siendo igual a 167 jóvenes y el 28,85 % precisan ‘A Veces’ que es proporcional a 73 encuestados.

Ítem N° 11.- ¿Considero que en redes sociales se debe convocar a las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 11: Convocatoria en Redes Sociales de la Municipalidad.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| A VECES | 9 | 3,6 | 3,6 | 3,6 |
| CASI SIEMPRE | 166 | 65,6 | 65,6 | 69,2 |
| SIEMPRE | 78 | 30,8 | 30,8 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

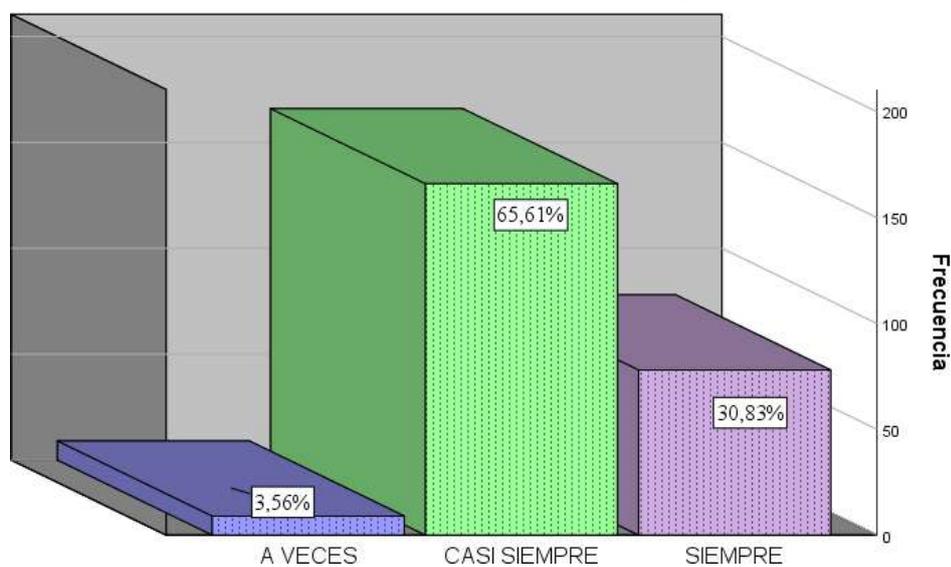


Figura N° 11: Distribución y Porcentaje Convocatoria en Redes Sociales de la Municipalidad.

Interpretación: Según la Tabla N° 11 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 3,56 % de la población estudiada, equivalente a 9 jóvenes sostienen que ‘A veces’, el 65,61% afirman que ‘Casi Siempre’ siendo igual a 166 jóvenes y el 30,83 % precisan ‘Siempre’ que es proporcional a 78 encuestados.

Ítem N° 12.- ¿Participo en las Consultas Públicas en Seguridad Ciudadana que realiza Comité de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 12: Participación en Espacios Públicos.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| NUNCA | 244 | 96,4 | 96,4 | 96,4 |
| Válido CASI NUNCA | 9 | 3,6 | 3,6 | 100,0 |
| Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín

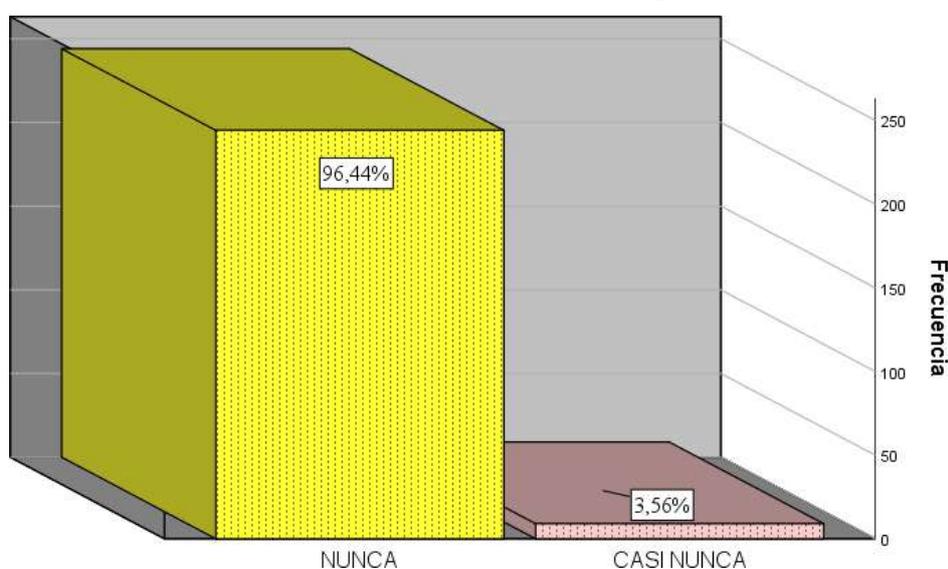


Figura N° 12: Distribución y Porcentaje Participación de Espacios Públicos.

Interpretación: Según la Tabla N° 12 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 96,44 % de la población estudiada, equivalente a 244 jóvenes sostienen que ‘Nunca’, el 3,56 % afirman que ‘Casi Nunca’ siendo igual a 9 jóvenes.

Ítem N° 13.- ¿Las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana se realizan en Espacios Públicos de mi localidad?

Tabla N° 13: Actividad en Espacios Públicos.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | NUNCA | 87 | 34,4 | 34,4 | 34,4 |
| Válido | CASI NUNCA | 166 | 65,6 | 65,6 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

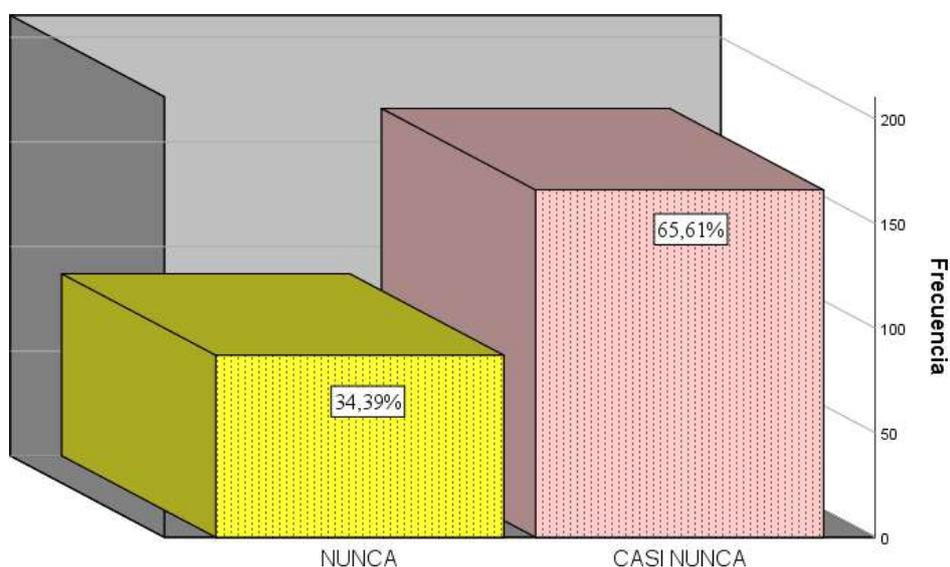


Figura N° 13: Distribución y Porcentaje Actividad de Espacios Públicos.

Interpretación: Según la Tabla N° 13 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 34,39 % de la población estudiada, equivalente a 87 jóvenes sostienen que 'Nunca', el 65,61 % afirman que 'Casi Nunca' siendo igual a 166 jóvenes.

Ítem N° 14.- ¿Conozco vecinos que integren las Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana participar en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 14: Participación de Vecinos Organizados.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | A VECES | 175 | 69,2 | 69,2 | 69,2 |
| Válido | CASI SIEMPRE | 78 | 30,8 | 30,8 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín

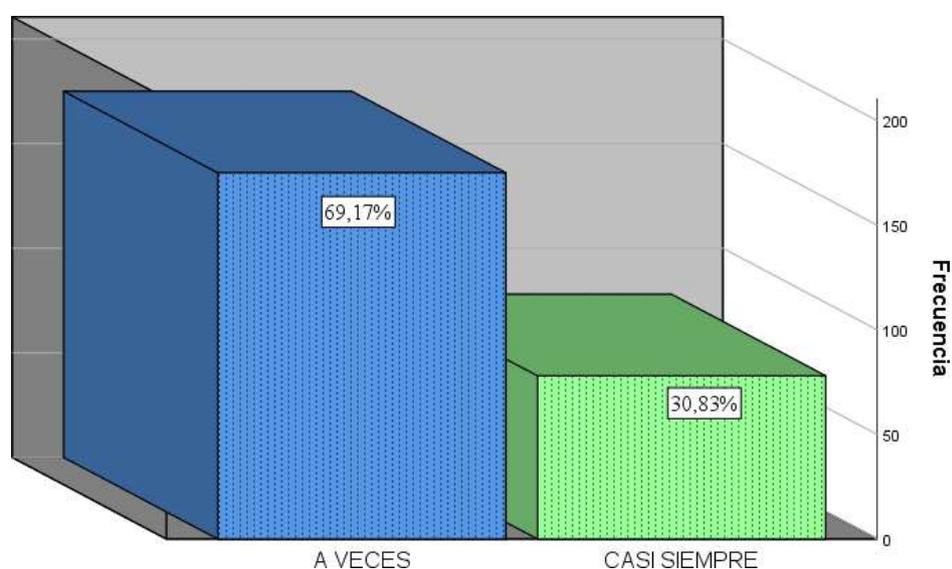


Figura N° 14: Distribución y Porcentaje Participación de Vecinos Organizados.

Interpretación: Según la Tabla N° 14 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 69,17 % de la población estudiada, equivalente a 175 jóvenes sostienen que 'A veces', el 30,83 % afirman que 'Casi Siempre' siendo igual a 78 jóvenes.

Ítem N° 15.- ¿Los vecinos que integran las Juntas Vecinales me han invitado a participar en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana?

Tabla N° 15: Invitación de Vecinos Organizados.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | CASI NUNCA | 78 | 30,8 | 30,8 | 30,8 |
| Válido | A VECES | 175 | 69,2 | 69,2 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín

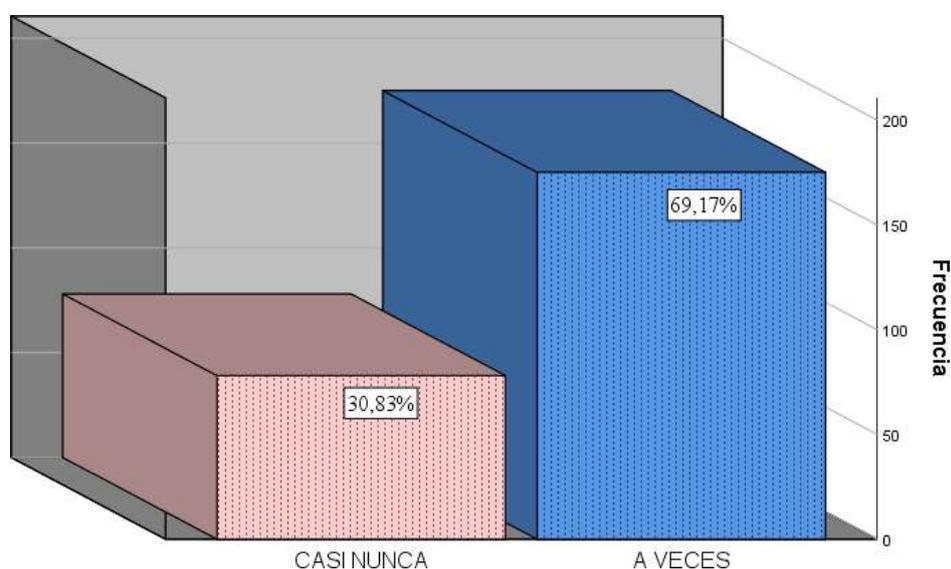


Figura N° 15: Distribución y Porcentaje Invitación de Vecinos Organizados.

Interpretación: Según la Tabla N° 15 de los 253 encuestados que equivalen al 100%, el 30,83 % de la población estudiada, equivalente a 78 jóvenes sostienen que 'Casi Nunca', el 69,17 % afirman que 'Casi Nunca' siendo igual a 175 jóvenes.

4.2 Contratación de hipótesis

En cuanto a la contratación de la hipótesis referente a la investigación descriptiva se muestra en el trabajo los resultados hallados como se refiere en la Variable:

Tabla N° 16: Estrategias de Comunicación.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Baja | 131 | 51,8 | 51,8 | 51,8 |
| | Media | 122 | 48,2 | 48,2 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

De acuerdo a la hipótesis general que residió en las estrategias comunicacionales para participación en jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja; más del 50 % de los jóvenes encuestados toma en consideración que las estrategias de comunicación que utiliza el Comité de Seguridad Ciudadana en la convocatoria a la ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana, es baja. Es así que se confirma la hipótesis teniendo como resultado que las estrategias de comunicación empleadas son deficientes.

Tabla N° 17: Dimensión 1, Medios de Comunicación Tradicionales.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Baja | 209 | 82,6 | 82,6 | 82,6 |
| | Media | 44 | 17,4 | 17,4 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 | |

NOTA: Cuestionario aplicado a los jóvenes del distrito Caleta de Carquín.

Conforme a la hipótesis secundaria 1 que implicó sobre las incidencias de los medios comunicacionales tradicionales en participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja; más del 80 % de los participantes toma en consideración que las incidencias de los medios de comunicación tradicionales que utiliza el Comité de Seguridad al Ciudadano en la convocatoria a ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana no son eficaces. Es así que se confirma la hipótesis teniendo como resultado que las incidencias de los medios comunicacionales tradicionales a los que se acogen el Comité, es baja.

Tabla N° 18: Dimensión 2, Medios de Comunicación Digitales.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Baja | 22 | 8,7 | 8,7 |
| | Media | 221 | 87,4 | 96,0 |
| | Alta | 10 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 253 | 100,0 | 100,0 |

NOTA: Cuestionario desarrollado en jóvenes distrito Caleta - Carquín.

En consonancia a la hipótesis específica 2 que precisó que las incidencias de los medios comunicacionales digitales bajo participación en jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.; más del 50 % de los participantes toma en consideración que las incidencias de los medios de comunicación digitales que utiliza el Comité de Seguridad al Ciudadano en la convocatoria de la ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana presenta un nivel medio. Es así que no se confirma la hipótesis teniendo en cuenta el avance de la tecnología y de lo accesible que resulta para los jóvenes acceder a medios digitales, se obtiene como resultado que las incidencias de los medios comunicacionales digitales donde acoge el Comité son regulares.

Tabla N° 19: Dimensión 3, Participación Ciudadana.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|----------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido Baja | 253 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

NOTA: Cuestionario aplicado a los jóvenes del distrito Caleta de Carquín.

En consonancia a la hipótesis específica 3 donde se indicia que los elementos de la participación ciudadana en participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.; más del 80 % de los jóvenes encuestados se inclina en que los elementos de participación ciudadana empleados por el Comité de Seguridad Ciudadana en la invitación a la ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana tiene un nivel bajo. De tal forma, se confirma la hipótesis teniendo en consideración la importancia de aplicar adecuadamente los elementos para que la ciudadanía se involucre en ejercicios preventivos a beneficio de la protección ciudadana; por cuanto se obtiene como resultado que los elementos para la participación ciudadana empleados son deficientes.

Capítulo V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión

La tesis planteada tiene como propósito general determinar estrategias de comunicación en participación para jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.

Ejecutada la tesis y elaborado el procedimiento estadístico de la investigación se ha obtenido como resultado del estudio que más del 50 % de los jóvenes encuestados toma en consideración que las estrategias de comunicación que utiliza el Comité de Seguridad Ciudadana en la convocatoria a la ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana, es baja. Por cuanto, analizando nuestros antecedentes encontramos congruencia con Sarsoza (2011) donde precisa que el inconveniente radica en que no se sabe cómo utilizar y explotar al máximo estos medios para lograr comunicar, transmitir y difundir tanto la información operativa como la información institucional dentro de la organización. Por tanto, podemos proyectar una nueva interrogante ¿Las estrategias de comunicación que emplea el municipio son las convenientes para promover la participación de los jóvenes en asuntos de interés público?, obteniendo como respuesta que las estrategias de Comunicación no están siendo las correctas ante la juventud porque no se percibe la comprensión de los mensajes y se refleja en la poca participación de jóvenes en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana.

Por su parte, el objetivo específico 1 implicó en determinar incidencias en los medios de comunicación tradicionales para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023 ; más del 80 % de los participantes toma en

consideración que las incidencias de los medios de comunicación tradicionales que utiliza el Comisión de Seguridad al Ciudadano en la convocatoria a la ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana no son eficaces, lo que coincide con lo definido por Cornelio (2022) donde sostiene que, estrategias comunicacional oral y escrita, desfavorecen en reuniones y capacitaciones que se quiera brindar como organización, esto tiene implicancia en que los medios tradicionales como la radio, televisión local con el pasar de los años vienen quedado en el olvido por el avance de la tecnología y si no se emplean de forma eficaz las estrategias de comunicación no en ellos no se transmitirá el mensaje de participación a la juventud sobre todo si son medios poco concurridos.

A su vez, el objetivo específico 2 implicó en determinar incidencias en los medios de comunicación digitales para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023; es baja y mayor del 50 % en jóvenes aseveran medios comunicacionales digitales pues utiliza el Comité de Seguridad Ciudadana en la convocatoria a la ciudadanía para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana presenta un nivel medio; encontramos congruencia con lo planteado por Montenegro (2019) quien afirma que los medios comunicación alternativos incentivan a la participación ciudadana mediante el uso de espacios comunicacionales como redes sociales. El avance de la tecnología ha traído consigo nuevas herramientas que mejoran y permiten una comunicación eficaz sobre todo en jóvenes que son los principales usuarios de las plataformas digitales; no obstante, las estrategias de Comunicación empleadas en medios digitales para la participación en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana presenta un nivel medio o regular, lo que se debe tener en cuenta para potenciar los canales digitales que se empleen para promover la participación de los jóvenes en asuntos de interés público como son las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana.

Finalmente, el objetivo específico 3 consistió en determinar los elementos de participación

ciudadana para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, percibiéndose que más del 80 % de encuestados se inclinan por una baja participación ciudadana; lo que concuerda con Montenegro (2019) quien afirma que la participación ciudadana en problemas como la inseguridad ciudadana muchas veces se ve limitada por la falta de conocimientos sobre el cómo actuar o participar en las acciones que realizan las autoridades, pero principalmente en la inexistencia de una comunicación eficaz. Tal y como se muestra en los resultados de la involucración de los jóvenes en asuntos de interés público como son las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana donde manifiestan una poca participación porque desconocen los espacios públicos donde se desarrollan y se evidencia una deficiencia en las estrategias de comunicación empleadas para la invitación o convocatoria de los jóvenes y se pueda promover una participación activa junto a las autoridades que participan en la actividad, a fin de que los jóvenes aporten sus conocimientos, sugerencias y experiencias para articular acciones estratégicas que coadyuven a comprimir los muestrarios de perplejidad ciudadana en jurisdicción Caleta - Carquín.

Capítulo VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En virtud del propósito general de la investigación donde se planteó determinar las estrategias de comunicación en participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023; es baja, debido a que de los resultados obtenidos más del 50 % de encuestados afirmaron que las estrategias de comunicación empleadas para que los jóvenes se involucren en esta actividad de interés público y puedan contribuir sugerencias que ayuden a frenar o disminuir los muestrarios de inseguridad ciudadana en Caleta - Carquín. Por lo expuesto, se determina que las estrategias de comunicación en participación de jóvenes en Consultas Públicas del CODISEC Caleta - Carquín, 2023; es baja.

De conformidad con el objetivo específico 1 planteado en esta tesis que consistió en determinar incidencias en los medios comunicacionales tradicionales para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023 ; es baja porque más del 80 % de los participantes toma en consideración que las estrategias de comunicación empleadas en los medios tradicionales como la radio, televisión local no está permitiendo que el mensaje llegue de una manera adecuada, teniendo en cuenta que con el pasar de los años estos se utilizan cada vez menos lo que corrobora lo planteado en esta investigación.

De acuerdo con el objetivo específico 2 formulado en la presente investigación sobre determinar las incidencias de los medios de comunicación digitales para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023; es baja. En tal sentido, los resultados que se obtuvieron muestran que más del 50 % de encuestados refieren que estrategias de comunicación empleadas para los medios de digitales presentan un

nivel medio regular; sin embargo, se debe tener en cuenta que con los años los contenidos digitales han tomado mayor protagonismo por su fácil acceso que permite una mayor interacción entre los usuarios sin importar la distancia física y en tiempo real sobre todo en jóvenes.

Conforme al objetivo específico 3 del estudio se ha planteado en determinar los elementos de participación ciudadana para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja ante lo que se obtuvo como resultado de la encuesta que más del 80 % de jóvenes no se involucran en asuntos de interés público en mucho de los casos porque no están informados en que espacios públicos donde se desarrollan porque desconocen si se realiza la invitación o convocatoria de los jóvenes a fin de promover una participación activa junto a las autoridades y aportar juntos, conocimientos, sugerencias y experiencias para articular acciones estratégicas que coadyuven a frenar o comprimir los índices de incertidumbre ciudadana en jurisdicción Caleta . Carquín.

6.2 Recomendaciones

En materia de los resultados obtenidos donde se evidencia que las estrategias de comunicación en participación de jóvenes en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023; es baja. Se recomienda fortalecer los contenidos en medios tradicionales de forma didáctica como spots audiovisuales, spots radiofónicos y piezas gráficas de fácil interacción que permitan captar el interés de jóvenes en cuestiones públicas; además de promover la intervención de jóvenes en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana en Caleta - Carquín.

Respecto a los índices obtenidos se evidencia que las estrategias de comunicación empleadas en los medios tradicionales para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023 es baja, ante lo cual se recomienda fortalecer los contenidos que se presenten en medios radiofónicos o televisivos locales, donde se muestre de forma didáctica la importancia de la participación de los jóvenes y que ellos también puedan

promover la participación e importancia de trabajar junto a las autoridades para frenar o disminuir los índices de inseguridad ciudadana.

Referente a los resultados conseguidos se evidencia que las estrategias de comunicación empleadas en los medios digitales para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023 es media o regular, ante lo cual se recomienda fortalecer los contenidos que se presenten en las plataformas digitales institucionales, donde se muestre de forma didáctica además que permita interactuar a los usuarios e informar sobre la importancia de la participación de los jóvenes y que ellos también puedan promover la participación ciudadana, generando un trabajo articulado junto a las autoridades para frenar o disminuir los índices de inseguridad ciudadana.

Sobre las consecuencias obtenidas reflejase en los elementos de participación ciudadana para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja porque no están informados en que espacios públicos se desarrollan y se recomienda potenciar las convocatorias para la participación en espacios públicos, se ejecuten campañas donde se desarrollen las Consultas Públicas, además de emplear el perifoneo precisando los espacios donde se llevarán a cabo las Consultas Públicas de Seguridad al Ciudadano en Caleta –Carquín.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Sarzosa, M. (2011) *Estrategias de Comunicación Interna para la Difusión de Información Institucional en Tecna del Ecuador* (Tesis de grado).
Recuperado de:
<file:///H:/BASE%20TEORICA/INTERNACIONAL/Estrategias%20de%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20para%20la%20difusi%C3%B3n%20de%20informaci%C3%B3n.pdf>
- Zambrano, S. (2010) *Estrategias de Comunicación para la participación Ciudadana*(Tesis de grado).Recuperado de :
<file:///H:/BASE%20TEORICA/INTERNACIONAL/tesis400.pdf%3B%20sequence=1.pdf>
- Aquino, G. (2018) *Estrategias de Comunicación y Organización Institucional en la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea: evolución y retos en la comunicación interna y comunicación externa a través de la Oficina de Comunicación* (2012-2017) (Tesis de grado). Recuperado de:
<file:///H:/BASE%20TEORICA/INTERNACIONAL/TESIS%20AQUINO%20PA%20SCUAL%20GLEMNY%20Y.pdf>
- Todelano S. (2016) *La Comunicación en los Procesos de Participación Ciudadana* (Tesis de grado). Recuperado de:
http://209.45.73.22/bitstream/UNSCH/3486/1/TESIS%20CC160_Tod.pdf
- Montenegro, M. (2019) *Estrategia de Comunicación para Promover la participación Ciudadana en Valle Palmeras de San Andrés, en el Marco del Plan Distrital de Seguridad Ciudadana de Víctor Larco Herrera, Trujillo, 2019* (Tesis de pregrado).Recuperado de:
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/6411/1/REP_COMU%20M.pdf

[AYRA.MONTENEGRO.ESTRATEGIA.COMUNICACION.PRO
MO
VER.PARTICIPACION.CIUDADANA.VALLE.PALMERAS.SAN
.AN
DR%89S.MARCO.PLAN.DISTRITAL.SEGURIDAD.CIUDADANA
.V%8DCTOR.LARCO.HERRERA.TRUJILLO.2019.pdf](#)

- Villoslada, A. y Calixtro, L. (2009) *Estrategias de Comunicación y Participación Ciudadana en los Comités del Vaso de Leche del Distrito de San Juan de Iscís* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <file:///H:/BASE%20TEORICA/NACIONAL/Microsoft%20Word%20-%20TESI%20SUSTENTACION%20LUNES%202021%20SETIEMBRE.doc.pdf>
- Arevalo, F. (2020) *Análisis de las Estrategias de Comunicación del Canal Televisivo Viva Tv en la Red Social Youtube* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5234dc5c-44fb-42e2-a726-3a8872abe7aa/content>
- Balarezo, M. y Llivichuzca D. (2015) *Las Redes Sociales como Nueva Opción de Promoción de las Microempresas en la ciudad de Cuenca* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5234dc5c-44fb-42e2-a726-3a8872abe7aa/content>
- Plaza, S. (2019) *La Prensa Escrita y su Relación con el Aprendizaje en el área de Comunicación en los Estudiantes del Cuarto Año de Secundaria de la I.E. Andes de los Reyes - Haural* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3771/TESIS-PRENSA-ESCRITA-SILVIA-PLAZA-PARIASCA-3-Autoguardado.pdf?sequence=1>
- Álvarez, D, Enríquez, S. y Hurtado M. (2013) *Proyecto para la Implementación de una Radio Comunitaria en la Parroquia de Guayllabamba* (Tesis de pregrado).

Recuperado de:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5920/1/UPS-QT03893.pdf>

Millones, P.(2020) *La importancia de la Televisión Online en el Perú*

(Trabajo de

investigación para optar el gradod e Bachiller). Recuperado de:

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3706/1/TIB_MillonesCavaPedroDaniel.pdf

Siguencia, M. (2011) *Análisis, diseño e Implementación del Portal Web del Colegio Cesar*

Andrade y Cordero (Tesis de pregrado). Recuperado de:

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3706/1/TIB_MillonesCavaPedroDaniel.pdf

Holguín, A. (2018) *La Recuperación del Espacio Público como estrategia de revitalizaciónurbana del Complejo de Mercados de Piura, 2017* (tesis de pregrado). Recuperadode:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11775/holguin_ra.pdf?s

Matencio, D., y Ortiz, S. (2017) *Estrategias de Comunicación de la Oficina de Imagen Institucional en el Adulto Mayor del Policlínico Zavaleta – Barranca, 2017* (tesisde pregrado) recuperado de:

<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6593/TESIS%20MATENCIO%20VERA%20DALILA%20ARACELY.pdf?sequence=1&issAllowed=y>

Cornelio, C. (2022) *Estrategias de Comunicación en los Trabajadores de la EmpresaQuimpac S.A. del Distrito de Paramonga, 2019* (tesis de pregrado) recuperado de:

https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6326/TESIS%20PARA%20SUBIR%20CRISTHIAN%20CORNELIO_compressed.pdf?se

[quen ce=1&isAllowed=y](#)

León, E., y Pastrana, M. (2022) Estrategias de Comunicación para la Prevención de la Covid-19 en los Trabajadores del Hospital de Chancay – 2021 (tesis de pregrado)recuperado de:

<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6702/TESIS%20PASTRANA%20RAMIREZ%20MARCIA%20LISSET.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lindo, R. (2021) La Comunicación Organizacional como Factor decisivo para el éxito de los equipos de trabajo y de la misma Organización. (tesis de pregrado) recuperadode:

[https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38860/LindoAmaris RayLindinho2021_Ensayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38860/LindoAmarisRayLindinho2021_Ensayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

7.2 Fuentes bibliográficas

Hernández, R. Fernández, C. Baptista M. (2014). *Metodología de la investigación 6taEdición*. Interamericana Editores. Obtenido de

<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Vadiviezo, M. (2013) La Participación Ciudadana en el Perú y los Principales Mecanismos

para Ejercerlas. Municisi.gob.pe Obtenido de:
[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/10CB865461FC9E2605257CEB00026E67/\\$FILE/revges_1736.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/10CB865461FC9E2605257CEB00026E67/$FILE/revges_1736.pdf)

Decreto Supremo N° 010-2019-IN (08 de mayo de 2019) Que modifica el Reglamento dela Ley N° 27933, Ley del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana, aprobadopor D.S. N° 011-2014-

IN. Editora Peru. Obtenido de:
<https://www.gob.pe/institucion/regioncallao/informes-publicaciones/2322298- decreto-supremo-n-010-2019-in-del-08-mayo-2019-modifica-ds-011-2014-in>

Cortez, O. (julio, 2021) Seguridad y Participación Ciudadana. Cámara de Diputados
CESOP

Obtenido

de <https://portalhcd.diputados.gob.mx/PortalWeb/Micrositios/21ffc78e-f82b-4320-9faa-14580835e0e7.pdf>

Chinchilla, L. y Vorndra, D. (2018) Seguridad Ciudadana en América Latina y el
Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de:

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Seguridad-ciudadana-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Municipalidad Distrital Caleta de Carquín. (2022) Plan de Acción Distrital de
Seguridad Ciudadana 2022, Comité Distrital de Seguridad Ciudadana

Obtenido de:

<https://www.gob.pe/institucion/municaletadecarquin/informes-publicaciones/2917164-plan-de-accion-distrital-de-seguridad-ciudadana-mdcc-2022>

Muntané, J. (2010) Introducción a la Investigación Básica Hospital Universitario
Virgen del Rocio

Obtenido de

https://www.researchgate.net/profile/Jordi-Muntane/publication/341343398_Introduccion_a_la_Investigacion_basica/links/5ebb9e7d92851c11a8650cf9/Introduccion-a-la-Investigacion-basica.pdf

Policía Nacional del Perú. (2015) Manual de Organización y Funcionamiento de las
Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana promovidas por la Policía
Nacional del Perú Obtenido

de:

<https://www.policia.gob.pe/dirseciu/documentos/Manual%20de%20Juntas%20Vecinales%20de%20Seguridad%20Ciudadana.pdf>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2009) Informe sobre Seguridad
Ciudadana y Derechos Humanos. Organización de los Estados Americanos
Obtenido

de:

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Seguridad-ciudadana-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Constitución Política del Perú (1993) Obtenido de:
https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_per_const_sp.pdf

7.3 Fuentes hemerográficas No utilizado

7.4 Fuentes electrónicas

Sordo, A. I. (26 de abril de 2022) <https://blog.hubspot.es>. Obtenido de:
<https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>

Santander Universidades.(29 de setiembre de 2021) <https://www.becas-santander.com>. Obtenido de:
<https://www.becas-santander.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion.html>

Concepto (03 de febrero de 2023) <https://concepto.de>. Obtenido de:
<https://concepto.de/radio-medio-de-comunicacion/>

Lado, S. (21 de noviembre de 2022) <https://www.ui1.es/>. Obtenido de:
<https://www.ui1.es/blog-ui1/la-television-uno-de-los-medios-de-comunicacion- mas-influyentes-del-planeta>

Hiru.eus <https://www.ui1.es/>. Obtenido de:
<https://www.hiru.eus/es/medios-de-comunicacion/que-es-la-prensa-escrita>

Jjfrias. (27de abril de 2020) <http://jjfrias.com/>. Obtenido de:
<http://jjfrias.com/medios-escritos-y-ciberperiodismo>

Coppola, M. (01 de agosto de 2023) <https://blog.hubspot.es> Obtenido de:
<https://blog.hubspot.es/website/que-es-portal-web>

Llonch, E. (25 de mayo de 2021) <https://www.cyberclick.es/> Obtenido de:
<https://blog.hubspot.es/website/que-es-portal-web>

Plataforma Urbana y de Ciudades (16 de abril 2023) <https://plataformaurbana.cepal.org>
 Obtenido de:<https://plataformaurbana.cepal.org/es/urban-themes/34-espacio-publico>

Rizo, M. (2012) Filosofía y Comunicación <https://repmdl.buap.mx/> obtenido de :
https://repmdl.buap.mx/repositorio/DLCMS005_Teorias-de-la-comunicacion-II-enfoques-filosoficos_Oto19/unidad1/index_hm_files/LECTURA_01.pdf

Banco Central de Cuba (09 de febrero de 2022) Importancia de la comunicación en las organizaciones <https://www.bc.gob.cu/> obtenido de:
<https://www.bc.gob.cu/noticia/importancia-de-laa-comunicacion-en-las-organizaciones/1447#:~:text=%2D%20La%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional%20genera%20confianza,la%20identidad%20de%20la%20empresa.>

Cuadros, J., Arias, S., y Valencia, A. (2015) La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes <http://www.scielo.org.co> obtenido de :
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-58582015000100009&script=sci_arttext

ANEXOS

01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

| TÍTULO: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN PARTICIPACIÓN DE JÓVENES EN CONSULTAS PÚBLICAS DEL COMITÉ DE SEGURIDAD CIUDADANA CALETA DE CARQUÍN, 2023. | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| PROBLEMA | OBJETIVO | HIPÓTESIS | VARIABLE | DIMENSIONES E INDICADORES | METODOLOGÍA |
| <p>Problema General: ¿Cuáles son las estrategias de comunicación para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín 2023?</p> <p>Problemas Específicos: ¿Cuáles son las incidencias de los medios de comunicación tradicional para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad</p> | <p>Objetivo General: Determinar las estrategias de comunicación para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.</p> <p>Objetivos Específicos: Determinar las incidencias de los medios de comunicación tradicional para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad</p> | <p>Hipótesis General: Las estrategias de comunicación para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.</p> <p>Hipótesis Específicos: Las incidencias de los medios de comunicación tradicional para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de</p> | <p>Estrategias de Comunicación</p> | <p>Incidencia pública en medios de comunicación tradicional.</p> <p>Radio. Televisión. Prensa Escrita.</p> <p>Incidencia pública con medios de comunicación digital.</p> <p>Redes Sociales. Portales web.</p> | <p>Tipo de Investigación: Básica</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo.</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental – Transversal.</p> <p>Enfoque de la Investigación: Cuantitativo.</p> |

| | | | | | |
|--|--|---|--|---|---|
| <p>Ciudadana Caleta de Carquín 2023?</p> <p>¿Cuáles son las incidencias de los medios de comunicación digital para participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín 2023?</p> <p>¿Cuáles son los elementos de participación ciudadana para la participación de jóvenes en Consultas Públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín 2023?</p> | <p>Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.</p> <p>Determinar las incidencias de los medios de comunicación digital para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.</p> <p>Determinar los elementos de participación ciudadana para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023.</p> | <p>Carquín, 2023, es baja.</p> <p>Las incidencias de los medios de comunicación digital para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.</p> <p>Los elementos de participación ciudadana para la participación de jóvenes en consultas públicas del Comité de Seguridad Ciudadana Caleta de Carquín, 2023, es baja.</p> | | <p>Elementos para la Participación ciudadana.</p> <p>Espacios Públicos. Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana.</p> | <p>Población:</p> <p>741 jóvenes de 20 a 24 años entre varones y mujeres.</p> <p>Muestra:</p> <p>253 personas.</p> <p>Procesamiento Estadístico:</p> <p>SPSS versión 26.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Tipo Lickert.</p> |
|--|--|---|--|---|---|

02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INSTRUMENTO DE LA VARIABLE: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Edad..... Sexo.....

Estimado vecino, agradecemos su disposición y amabilidad para responder al siguiente cuestionario. Por medio de la presente, encontrarás algunas frases: léelas atentamente e indica la opción que se aproxime a tu apreciación. Tómese el tiempo necesario para reflexionar sobre cada frase escrita. **Marca con una "X"** la respuesta que tenga más coherencia con tu valoración. Asimismo, es fundamental que respondas con sinceridad. Nohay respuestas correctas o incorrectas, ni buenas ni malas. Si en algún caso no estás seguro de una respuesta, elige aquella alternativa que más se adecúa a la que realices, piensas o sientes habitualmente. **Es importante responder todas las preguntas.**

| | | | | |
|--------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Nunca | Casi Nunca | A veces | Casi Siempre | Siempre |

| ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| Incidencia pública en medios de comunicación tradicional. | | | | | | |
| Radio | | | | | | |
| 1 | He escuchado en las emisoras radiales locales sobre la convocatoria a las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| 2 | Comprendo los contenidos que las emisoras de radios locales transmiten sobre la convocatoria a las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| Televisión | | | | | | |
| 3 | He visto notas informativas en los programas de televisión locales sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| 4 | Comprendo los mensajes que programas locales de televisión transmiten sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| Prensa Escrita | | | | | | |
| 5 | He leído notas informativas en los diarios sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| 6 | Comprendo las notas informativas que leo en los diarios locales sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| Incidencia pública en medios de comunicación Digital | | | | | | |
| Portales Web | | | | | | |
| 7 | Suelo visitar el portal web de la Municipalidad cuando deseo información | | | | | |
| 8 | He encontrado en el Portal Web de la Municipalidad información sobre la convocatoria a Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| Redes Sociales | | | | | | |
| 9 | Utilizo las redes sociales para informarme de alguna actividad de la Municipalidad. | | | | | |
| 10 | Veó en las redes sociales de la Municipalidad publicaciones donde se convoque a participar en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| 11 | Considero que en redes sociales se debe convocar a las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| Elementos para la Participación ciudadana. | | | | | | |
| Espacios Públicos | | | | | | |
| 12 | Participo en las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana que realiza el Comité de Seguridad Ciudadana. | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|
| 13 | Las Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana se realizan en Espacios Públicos de mi localidad. | | | | | |
| Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana | | | | | | |
| 14 | Conozco vecinos que integren las Juntas Vecinales de Seguridad Ciudadana participar en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |
| 15 | Los vecinos que integran las Juntas Vecinales me han invitado a participar en Consultas Públicas de Seguridad Ciudadana. | | | | | |

03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO

Excel 08 set - Microsoft Excel

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA

AB52

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

| | Comprende los análisis que los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | No responde en los análisis sobre la capacidad de los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | Comprende los análisis que los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | No responde en los análisis sobre la capacidad de los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | Comprende los análisis que los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | No responde en los análisis sobre la capacidad de los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | Señala cuáles análisis son los más importantes para el Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | No responde en los análisis sobre la capacidad de los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | Las redes sociales son el medio que utilizan para informar de la capacidad de los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | Van en red social para publicar y compartir información de la capacidad de los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | Considera que en red social se puede obtener información de la capacidad de los miembros de cada Consejo Pùblico de Seguridad Ciudadana. | Participa en los Consejos Pùblicos de Seguridad Ciudadana que se realizan en Espacios Pùblicos de Seguridad Ciudadana. | Los Consejos Pùblicos de Seguridad Ciudadana se realizan en Espacios Pùblicos de Seguridad Ciudadana. | Conocen quienes integran los Comités de Seguridad Ciudadana. | Las personas que integran los Comités de Seguridad Ciudadana son las mismas que integran los Comités de Seguridad Ciudadana. |
|----|---|--|---|--|---|--|--|--|--|---|--|--|---|--|--|
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 20 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 |

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

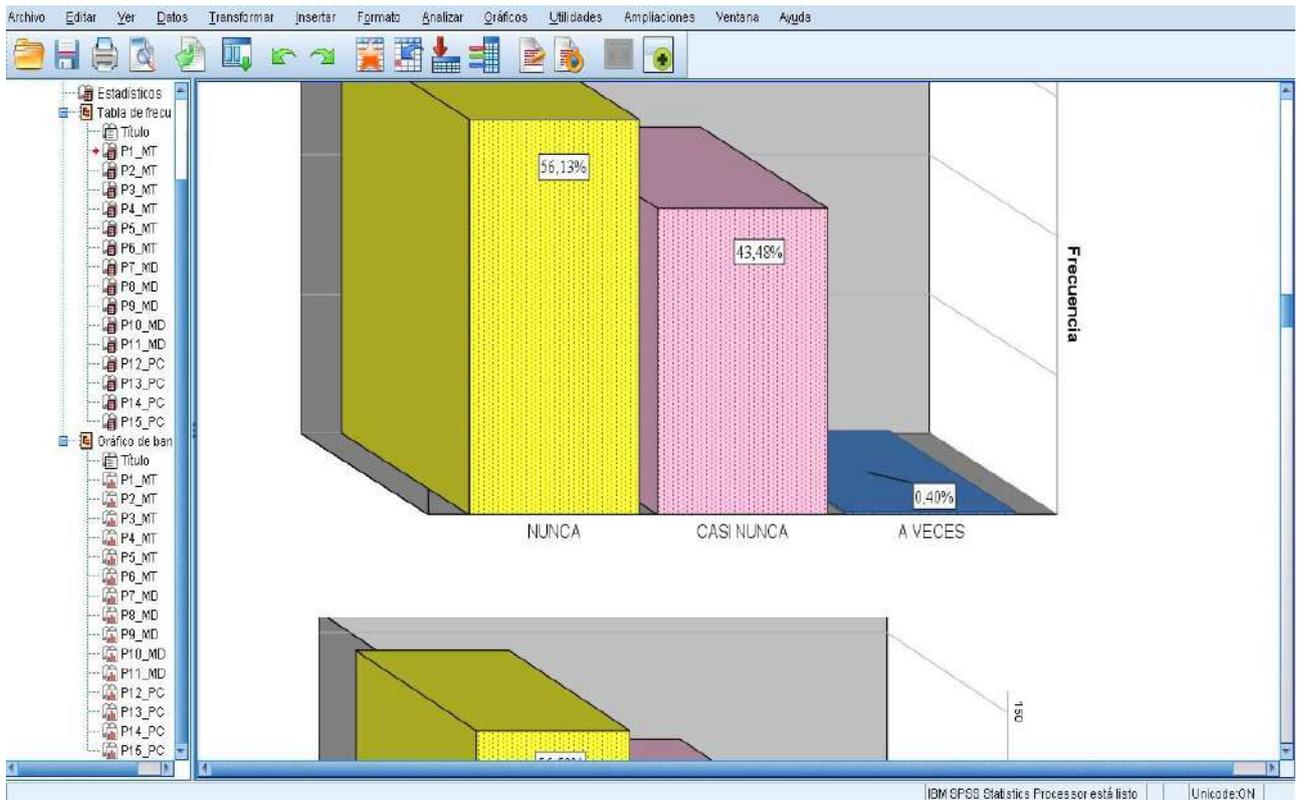
Visible: 23 de 23 variables

| | P1_MT | P2_MT | P3_MT | P4_MT | P5_MT | P6_MT | P7_MD | P8_MD | P9_MD | P10_MD | P11_MD | P12_PC | P13_PC | P14_PC | P15_PC |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 6 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 9 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 11 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 15 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 19 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 20 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 22 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 |

Vista de datos Vista de variables

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiqueta | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida | Rol |
|----|---------------------------------|----------|---------|-----------|----------|---------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1 | P1_MT | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 2 | P2_MT | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 3 | P3_MT | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 4 | P4_MT | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 5 | P5_MT | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 6 | P6_MT | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 7 | P7_MD | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 8 | P8_MD | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 9 | P9_MD | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 10 | P10_MD | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 11 | P11_MD | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 12 | P12_PC | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 13 | P13_PC | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 14 | P14_PC | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 15 | P15_PC | Númérico | 8 | 0 | | {1, NUNCA}... | Ninguno | 8 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 16 | D1_MEDIOS TRADICIONALES_S | Númérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 25 | Derecha | Escala | Entrada |
| 17 | D2_MEDIOS DIGITALES_S | Númérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 22 | Derecha | Escala | Entrada |
| 18 | D3_PARTICIPACIÓN CIUDADANA_S | Númérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 30 | Derecha | Escala | Entrada |
| 19 | V ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN | Númérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 30 | Derecha | Escala | Entrada |
| 20 | D1_MEDIOS TRADICIONALES_E | Númérico | 8 | 0 | | {1, BAJA}... | Ninguno | 25 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 21 | D2_MEDIOS DIGITALES_E | Númérico | 8 | 0 | | {1, BAJA}... | Ninguno | 20 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 22 | D3_PARTICIPACIÓN CIUDADANA_E | Númérico | 8 | 0 | | {1, BAJA}... | Ninguno | 30 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 23 | V ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN_E | Númérico | 8 | 0 | | {1, BAJA}... | Ninguno | 32 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 24 | | | | | | | | | | | |

Vista de datos **Vista de variables**



04 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



