

# **UNIVERSIDAD ESAN**



**PROPUESTA DE GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN DIGITAL. CASO:  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE VÍCTOR LARCO,  
TRUJILLO – LA LIBERTAD**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para  
obtener el grado de Magíster en Marketing y Ventas**

**por:**

**Karla Janina Celi Arévalo**

**Mario Augusto Chorres Gonzales**

**Leonardo José Menacho Choncén**

**Programa de la Maestría en Dirección de Marketing y Ventas**

**2014 I - Trujillo**

**Lima, 11 de noviembre del 2016**

## Resumen ejecutivo

La investigación intenta dar respuesta directa a la presencia de un ciudadano vinculado más a la utilización de la tecnología, con presencia en los medios sociales y que al evidenciar públicamente su opinión sobre los servicios pueden afectar la reputación de las instituciones. Por ello, se planteó determinar los aspectos que permitirán orientar la propuesta de valor para gestionar la reputación digital para la Municipalidad Distrital de Víctor Larco, Provincia de Trujillo (MDVL) – La Libertad. La metodología es cuali-cuantitativa, de naturaleza exploratorio descriptiva. Se recurrieron a: Fuentes de información secundarias, que corresponden a la investigación bibliográfica y la observación de los medios sociales 2.0 de la municipalidad para medir el estado de los medios digitales y el sentimiento de los usuarios digitales hacia la MDVL; b. Fuentes de información primaria, a través de entrevistas a los responsables de los medios sociales de la municipalidad; y, encuestas a los ciudadanos. Las principales conclusiones son: 1. La gestión de los medios sociales no responde a la política 2.0 ni a los objetivos estratégicos de la MDVL para vincularse con los ciudadanos a través de los medios sociales. El deficiente manejo de la interactividad digital está incidiendo en la actitud de indiferencia que tienen los ciudadanos hacia la MDVL. 2. No existe un proceso de legitimación de las demandas ciudadanas, debido a la nula probabilidad de que la municipalidad sea un tema de agenda para la ciudadanía. 3. Los ciudadanos de Víctor Larco se caracterizan por ubicarse en el estadio 1, denominado de Inclusión Incipiente, se tratan de personas que realizan usos estándares de las tecnologías. Son perfiles de uso correspondientes a la web 1.0. 4. Se han identificado brechas tecnológicas en los ciudadanos, quienes requieren mejorar las competencias de uso de las TIC. 5. Las formas de interacción de los usuarios que están presentes en el escenario digital de los ciudadanos de Víctor Larco se basa en la interacción de tipo instrumental, cuyo propósito es el consumo de información oficial sobre los servicios públicos.

Estas conclusiones llevaron a los investigadores a plantear una propuesta enfocada a mejorar la experiencia online, considerando a la rendición de cuentas, la gobernanza, el empoderamiento y la acción colectiva como eje de la política 2.0, para orientar una gestión eficiente de la reputación digital, con una propuesta de valor, basada en la personalización que permita fortalecer el vínculo Estado-ciudadano, cuyo enfoque es generar un sentimiento de estima y confianza de los usuarios digitales, puesto que la reputación se gestiona desde dentro y se construye para agregar valor a la institución.

**Palabras clave.** Reputación digital, online, medios sociales, municipalidad, canvas digital