

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA CORTE
SUPERIOR DE JUSTICIA DE LIMA ESTE**

PRESENTADO POR

KIARA STEFANY HERRERA ORTIZ

ASESOR

ANGEL JOHEL CENTURION LARREA

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

CHICLAYO – PERÚ

2024



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA CORTE
SUPERIOR DE JUSTICIA DE LIMA ESTE**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR
KIARA STEFANY HERRERA ORTIZ**

**ASESOR
Dr. ANGEL JOHEL CENTURION LARREA**

**CHICLAYO, PERÚ
2024**

DEDICATORIA:

A mi familia nuclear por su inmenso amor y apoyo constante, por hacerme una persona capaz de afrontar los obstáculos y llegar a la meta de ser una profesional.

AGRADECIMIENTO:

Mi agradecimiento a la Escuela de **Comunicación** de la Universidad de San Martín de Porres Filial Norte, por darme las herramientas necesarias para poder desarrollarme profesionalmente y con éxito. A mi asesor Dr. Ángel Centurión por todo su apoyo y motivación constante a lo largo de este recorrido en la universidad.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA:.....	ii
AGRADECIMIENTO:.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. Teorías de la comunicación relacionadas a las estrategias.....	10
1.1.1. Teoría de la Aguja Hipodérmica	10
1.1.2. Teoría de los Usos y Gratificaciones	12
1.1.3. Teoría de la comunicación Organizacional.....	13
1.1.4. Teoría de la excelencia de las relaciones públicas.....	14
1.2. Comunicación Pública	15
1.2.1. Gestión de la Comunicación.....	17
1.3. Planificación estratégica de comunicación	19
1.3.1. Análisis situacional	21
1.3.2. Definición de los objetivos estratégicos de la comunicación	22
1.3.3. Identificación de los públicos y definición de los mensajes	23
1.3.4. Estrategias y Plan de acción.....	24
1.3.5. Evaluación y control.....	25
CAPÍTULO II: EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	27
2.1. Propuesta de estrategias de mejora para la comunicación entre la institución y los usuarios.....	27
2.1.1. Gestión de casos:.....	28
2.1.2. Capacitación en el manejo de nuevas tecnologías:.....	29
2.1.3. Fortalecer la transparencia y rendición de cuentas:	29
2.1.4. Propuesta para la mejora de la comunicación con usuarios y comunidad: 30	
2.2. Plan detallado de acuerdo a estrategias propuestas, necesarias para la mejora de la comunicación.	30

2.2.1. Gestión de casos:	30
2.1.2. Capacitación en el manejo de nuevas tecnologías:	32
2.1.3. Fortalecer la transparencia y rendición de cuentas:	34
2.1.4. Propuesta para la mejora de la comunicación con usuarios y comunidad:	36
2.3. Experiencias de estrategias aplicadas en el modulo de violencia contra la Mujer e integrantes del grupo familiar.....	37
2.4. Planificación estratégica	45
2.5. Tácticas	48
2.6. Resultados de las tácticas:	48
CAPÍTULO III: DISCUSIÓN.....	53
CONCLUSIONES.....	59
FUENTES DE INFORMACIÓN	62
ANEXOS	67

NOMBRE DEL TRABAJO

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE LIMA ESTE

AUTOR

KIARA STEFANY HERRERA ORTIZ

RECuento DE PALABRAS

15770 Words

RECuento DE CARACTERES

87365 Characters

RECuento DE PÁGINAS

72 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.8MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 23, 2024 6:02 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 23, 2024 6:04 PM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 11% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



Dr. ANGEL JOHEL CENTURION LARREA
<https://orcid.org/0000-0002-7169-7680>

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las instituciones públicas, atraviesan por diversos problemas administrativos y de gestión, donde muchas veces han sido ocasionados por fallos en la comunicación estratégica de la organización, hacia la atención de usuarios que requieren ser atendidos (Flores & Paipay, 2023).

Por ello, ante la globalización competente actual de una organización, los empleados muchas veces no están conectados, denotando deficiencias en sus aportes según sus conocimientos, experiencia, vivencia, lo que limita alcanzar las metas en una organización, donde una comunicación deficiente compromete el comportamiento, pensamiento y actitud del personal de las instituciones hacia los usuarios (Muñoz, 2023, p.18-21).

La gestión estratégica y la comunicación interna son herramientas usadas por las instituciones, debido a que estas se preocupan por su imagen institucional, buscan estrategias comunicativas reconociendo lo esencial de un plan para que se aplique en los colaboradores y por medio del trabajo en equipo, se afiance la gestión comunicativa (Cuenca & Verazzi, 2020, p. 227). Ello permite a las organizaciones definir su visión, misión, valores y objetivos, y establecer un plan de acción para alcanzarlos. En el ámbito de la comunicación organizacional, la gestión estratégica es esencial para definir las acciones de comunicación que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos y metas de la organización

Los procesos necesarios dentro de las organizaciones, deben ser cambios globales, según la naturaleza institucional. Esto se expresa en cada función del ámbito en las instituciones públicas, tales como la planificación,

coordinación, ejecución de la acción comunicativa que ayuda en el mejoramiento de su imagen y por ende su reputación (Villena, 2019). En tal sentido, el presente estudio se divide en dos capítulos que demostrarán de forma detallada la planificación y ejecución de procesos en la comunicación, resaltando dónde se logra cada resultado, pero que al proyectarse permite fortalecer la imagen institucional del Módulo Penal de Violencia Familiar y los Integrantes del Grupo Familiar de la Corte Superior de Justicia de Lima Este.

Por ello, la presente investigación tiene como fin describir secuencialmente la gestión estratégica, desarrollada en el periodo del 2019-2021; asimismo, mostrar cada logro obtenido y planteado para la mejora institucional aplicado desde el ámbito profesional de las estrategias de comunicación.

En el I capítulo, se describe el marco teórico donde sintetizan las esenciales teorías de la comunicación, las mismas que sustentan los procesos comunicativos, a su vez, se presenta el marco conceptual que fundamenta la base de la comunicación pública, las gestiones y el plan de procesos comunicativos de la institución del Estado, asimismo se describe un plan detallado de estrategias propuestas para mejora de la gestión comunicacional.

En el II capítulo, se enfoca cada aspecto específico de las gestiones y experiencia laboral en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar de la Corte Superior de Justicia de Lima Este, la organización y su principal público. Así como, se evidencia cada resultado obtenido.

Finalmente, en el capítulo III se presenta la discusión y por último se expone las conclusiones a las que arriba y que constituyen, el comienzo para

otros trabajos similares que requerirán establecer y explicar las relaciones con diferentes variables de los procesos comunicativos o de las gestiones de la comunicación pública.

El presente trabajo de investigación se justifica desde lo social, porque permite describir las diversas estrategias para la mejora de la comunicación en una institución de justicia estatal, además se explica las experiencias de una profesional de la comunicación en ejercicio, en cuanto a su labor cotidiana y de qué manera se benefició la comunidad. Asimismo, tiene un aporte teórico porque presenta la relación de la práctica con la teoría de las ciencias de la comunicación en lo relacionado a la gestión estratégica de la comunicación. Además, tiene un impacto metodológico en la lógica de la investigación acción participante ya que permite relacionar la acción, la solución y la revisión de lo actuado, de manera permanente hasta lograr progresivamente la práctica profesional.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentan teorías relacionadas al estudio, aplicadas a la realidad y experiencia laboral realizada, en las variables “gestión estratégica en la comunicación” e “imagen institucional”, las mismas que tienen trascendental importancia en las entidades y organizaciones ya que una comunicación viable contribuye a su buena imagen corporativa. Asimismo, permite una buena planificación para el cumplimiento de metas, aportando a los objetivos del desarrollo sostenible ODS, puesto que se busca un trabajo decente y crecimiento económico en las entidades, paz y justicia e instituciones sólidas y también, alianzas para lograr los objetivos, todo ellos basándose en una integridad, mediante las diversas estrategias de comunicación. En cuanto a las teorías de la comunicación, a continuación, se presentan algunas directamente relacionadas con el estudio.

1.1. Teorías de la comunicación relacionadas a las estrategias

Cada disciplina o especialidad, al evaluar una variable de estudio o una característica a evaluar, se requiere que se explique su base teórica, el cual sustenta la teoría filosófica de lo que se quiere estudiar o evaluar. En relación a la comunicación esta base conceptual permite dar explicación a los procesos comunicativos, su efecto e infrecuencias de cada medio de comunicación masivo para efecto del estudio en las gestiones de la comunicación. En tal sentido se realizó un recorrido por cada teoría principal para la investigación las cuales se mencionan en las siguientes líneas.

1.1.1. Teoría de la Aguja Hipodérmica

Dentro de los aspectos de la comunicación existen diferentes teorías

explicativas de estos procesos de comunicación. Siendo esta, propuesta por Ambort (2016), quien refiere que la Aguja hipodérmica aparece inoculando mensajes todopoderosos a un desprevenido receptor, siendo esto una exageración de la esencia de la teoría, misma que han quedado en el pasado (Cáceres, 2021; Cruz-Mendoza, 2021). Esta teoría explica entonces como la gestión comunicativa influye en el transmitir los mensajes o información a los demás; por lo que, no se puede dejar de describir su aporte que forma parte de los conocimientos sobre los procesos comunicativos. La gestión comunicativa se refiere a cómo se transmiten los mensajes o información a los demás. Es un aspecto fundamental de los procesos comunicativos, ya que permite que el mensaje sea comprendido y asimilado por el receptor. La gestión comunicativa implica la selección del canal adecuado para transmitir el mensaje, la codificación del mensaje y la decodificación de este por parte del receptor. Además, también se considera el contexto en el que se produce la comunicación, así como las características del emisor y del receptor (Cáceres, 2021).

La gestión comunicativa es importante porque permite que el mensaje sea comprendido y asimilado por el receptor. Si la gestión comunicativa es deficiente, el mensaje puede ser malinterpretado o incluso ignorado por el receptor. Por lo tanto, es esencial que los emisores tengan en cuenta la gestión comunicativa al transmitir un mensaje. En la práctica de la experiencia laboral realizada, esta teoría interviene en los procesos comunicativos más que en la gestión de la comunicación, formando parte del conocimiento incipiente que se debe saber para tenerlo en cuenta en la influencia de los mensajes que se brinden (Laneve, 2014, p. 4)

1.1.2. Teoría de los Usos y Gratificaciones

Esta teoría es propuesta por (Katz et al, 1974), quienes plantearon un modelo centrado en las audiencias, este refiere que el público o la denominada audiencia elige el contenido que les satisfaga, donde se desvirtúa la anterior teoría. Asimismo, recalca que dicha teoría brindó una explicación de cómo cada audiencia, ubica o busca contenido que esté alineado a su parámetro personal y emocional. Esta teoría sostiene que la audiencia tiene poder sobre su consumo de contenido en los medios y que tiene un rol activo en interpretar e integrar este contenido en sus vidas (Calderón-Garrido & Gil-Fernández, 2022). Por ello, la teoría se enfoca en los motivos por los cuales la población consume determinados productos audiovisuales, presentándose un rol activo de las personas que reciben la información dándoles la opción en la toma de decisiones, cómo se identifican y cómo emplean los medios para satisfacer sus necesidades de sentirse gratificados (Ku, et al, 2013), por ello se entiende que el usuario es un receptor activo y no pasivo.

La teoría de los usos y gratificaciones se enfoca en cómo cada audiencia, ubica o busca contenido que esté alineado a su parámetro personal y emocional, la teoría brinda una explicación de cómo cada audiencia pública busca contenido que esté alineado a su parámetro personal y emocional, permite entender cómo la audiencia elige el contenido que les satisface (Valentín, 2022). Se enfoca en los motivos por los cuales la población consume determinados productos audiovisuales a diferencia de la teoría de la Aguja Hipodérmica, que plantea que los medios de comunicación inoculan mensajes todopoderosos a un receptor desprevenido. Esta reflexión científica fue aplicada mediante información audiovisual y volantes de orientación y explicación a los usuarios que visitan el

módulo, de esta manera se satisface las necesidades ante el proceso comunicativo.

1.1.3. Teoría de la comunicación Organizacional.

Se tienen diferentes postulados para explicar la comunicación dentro de una organización; desde la teoría clásica, en la que Marín centra los postulados de las estructuras que garantizan su correcta función en cada organización, donde cada parte involucrada cumple un rol que contribuye a alcanzar las metas y objetivos de la institución. La teoría organizacional de la comunicación se enfoca en cómo la comunicación se lleva a cabo dentro de una organización y cómo afecta el funcionamiento de esta (Marín, 2019). Esta teoría se ha desarrollado a lo largo del tiempo y ha sido influenciada por diferentes enfoques y teorías de la comunicación. La comunicación organizacional se refiere a aquella que se da naturalmente en una organización. Esta comunicación es esencial para el éxito de la organización, ya que permite que los diferentes miembros de la institución se comuniquen entre sí y trabajen juntos para alcanzar las metas y objetivos de la organización. La teoría de los sistemas se enfoca en cómo los diferentes componentes de una organización se relacionan entre sí. Según esta teoría, una organización es un sistema compuesto por diferentes partes que interactúan entre sí. La teoría de los sistemas se enfoca en cómo las diferentes partes de la organización se relacionan entre sí y cómo estas relaciones afectan el funcionamiento de la organización (Armenteros et al., 2019). Asimismo, otra teoría relacionada con la comunicación en una organización es la integral con perspectiva estratégica: Esta teoría se enfoca en la comunicación como una herramienta estratégica para el éxito de la organización. Según esta, la

comunicación debe ser vista como una herramienta estratégica que puede ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos y metas. La comunicación integral con perspectiva estratégica se enfoca en cómo la comunicación puede ser utilizada para mejorar el funcionamiento de la organización. Es importante destacar que cada teoría tiene su propio enfoque y postulados, y que no existe una teoría única que explique la comunicación dentro de una organización. En lo propio de estas teorías se destaca el énfasis en la importancia de la comunicación en el éxito de la organización y ha contribuido a la comprensión de los procesos comunicativos dentro de una organización (Rebeil, 2018; Rebeil & Arévalo, 2018).

La teoría organizacional se vuelve una comunicación en la que esta se visualizará a través de la identidad corporativa, la cultura y la imagen institucional; también se deberá a los intercambios de valores que hace la institución con el público, en su dimensión global, es una de las herramientas poderosas para gerenciar de forma eficiente y siendo una estrategia de la imagen institucional que permita el éxito en la obtención de los objetivos corporativos.

1.1.4. Teoría de la excelencia de las relaciones públicas

Promovida por Grunig (1992), destaca los perfiles de relacionistas públicos como factores de crecimiento en una organización; y sus funciones en relación con sus roles estratégicos dentro de las organizaciones. Esta teoría permite explicar lo esencial de las gestiones de comunicaciones en el aspecto de toda organización y es la teoría que mejor explica los procesos en las gestiones de la comunicación pública (Grunig & White, 1992). Con el fin de dar perspectivas profundas en los procesos de las comunicaciones organizacionales haciendo recuentos de cada llamada gurú en las comunicaciones

organizacionales sobre sus diferentes propuestas. Esta teoría, en la práctica profesional vivenciada, interviene en los resultados obtenidos, se trabajó con la comunicación interna y externa para lograr los objetivos en función a las estrategias previamente establecidas.

Asimismo, esta teoría resalta los aspectos relacionados a la importancia y resalte de la gestión de relaciones públicas, al buscar el promover una interacción entre las organizaciones y los usuarios que reciben un servicio, que ayuden a la resolución de alguna situación inesperada o de conflicto (Ferrari & Fraça, 2011)

Esta teoría, para su implementación debe cumplir 10 principios, siendo ellos: Participación de relaciones públicas en la administración estratégica; participación directa de relaciones públicas junto a la alta dirección; función integrada de relaciones públicas; relaciones públicas como función gerencial, en departamento específico; Departamento de relaciones públicas coordinado por el gestor, y no por un técnico; uso del modelo simétrico de relaciones públicas; adopción del sistema simétrico de comunicación interna; la formación permanente, la diversidad en los papeles desempeñados y por último el contexto organizacional para la excelencia de la comunicación.

1.2. Comunicación Pública

En los procesos de la comunicación que se ejecutan en cada organismo de los sectores estatales, se cumple con labores de gran importancia y además se expresan características de forma particular “Siendo procesos de doble vía, son ejercicios de reconocimientos del otro, intentos de encuentros y relaciones que van a transformar de manera necesaria cada actor”. (Daza y Arboleda, 2007,

p.102)

Según Cazaux (2008) no es otra cosa que “La suma de todas las actividades de comunicación que tienen un contenido científico popular y están dirigidas a la comunidad profesional. Participe en una variedad de técnicas de publicidad, relaciones públicas, oratoria, exposición tradicional y periodismo” (p.19). En el ámbito de la comunicación pública, cada actividad de las comunicaciones está cargada con especialistas profesionales del área y en algunos casos lo contrario, son un cargo de confianza que se asume por cualquier personal empírico que ejerce la profesión.

Todos los procesos de la comunicación pública para algunos autores son métodos complejos de interrelación, con un contenido popular, como ya lo expresaba (Arboleda, 2007) cualquier estrategia vista desde esta perspectiva comunicativa se define como la adopción de un modelo popular de comprensión al público. La sociedad no tiene conocimiento científico, dando espacio a que la comunicación llene vacíos y se muestre al público su valor. Esa línea es de la ciencia a la sociedad, misma que asegura o fortalece el desarrollo de la comunicación.

Para De León (2007) es importante un ordenamiento estructural de la comunicación en cualquier organización estatal, aunque cada objetivo necesario no proyectará una buena imagen, a veces el objetivo es político. La comunicación pública requerirá de un ordenamiento institucional puntual, identificando el tema que le compete, mantiene un ritual de elaboración de datos públicos identificando sus actores.

Y finalmente, como lo refiere Montoya y Galvis (2009), quienes mencionan que la comunicación pública es una manera social comunicativa en la cual los datos se

producen y distribuyen por recursos en los sistemas comunicativos, especiales en los manejos de datos que conciernen a las comunidades en conjunto. Es importante mencionar el rol en los sectores estatales como el privado y las comunidades, para la que son vitales en el proceso de comunicaciones. Legitimar las comunicaciones públicas en los escenarios democráticos no desestima la comunicación masiva o la teoría de agenda-setting, sin velar por cada enfoque para las orientaciones en los canales y redes de comunicación, lo que está demandada por la población.

1.2.1. Gestión de la Comunicación

Los procesos comunicativos en los sectores públicos deben gestionarse y en los retos por cumplir con las metas planteadas, por lo veloz que resultan algunas veces continuarán con gestiones a mediano y largo plazo. Según Túñez (2012), refiere que la gestión comunicativa abarca diferente rango en las instituciones, de esta forma, se ocupan los procesos para alcanzar los objetivos propuestos. Es así como cada reto para los gestores comunicativos es la eficiencia de cada proceso comunicativo la forma de alcanzar cambios dinámicos en la planificación e implementación del mismo.

Asimismo, según Guzmán (2012), “La gestión comunicativa, en las prácticas de campo es importante en la forma articulada y reflexiva que se van entendiendo a través de los niveles de las actividades comunicativas en cada organización” (p.38) En algunas ocasiones los establecimientos estructurales burocráticos impiden respuestas rápidas que requieren las comunicaciones para ser funcionales y efectivas. La gestión comunicativa es importante en la forma articulada y reflexiva que se van entendiendo a través de los niveles de las

actividades comunicativas en cada organización. Sin embargo, en algunas ocasiones, los establecimientos pueden impedir respuestas rápidas que requieren las comunicaciones para ser funcionales y efectivas.

En ese sentido para Alza, (2012), los procesos comunicativos coadyuvan al crecimiento institucional. Es importante destacar que la gestión comunicativa es esencial en cualquier organización, ya que permite que los diferentes miembros de la institución se comuniquen entre sí y trabajen juntos para alcanzar las metas y objetivos de la organización. En el caso de las organizaciones públicas, la gestión comunicativa es aún más importante, ya que estas organizaciones tienen la responsabilidad de prestar servicios públicos a la sociedad y de garantizar el bienestar de la población. En este sentido, la gestión comunicativa en las organizaciones públicas debe estar enfocada en alcanzar las funciones y metas prefijadas y en garantizar el funcionamiento y la prestación oportuna, con eficacia de servicios públicos. Esto implica que la comunicación debe ser clara, efectiva y eficiente, y que debe estar enfocada en alcanzar los objetivos y metas de la organización. Sin embargo, en algunas ocasiones, los establecimientos estructurales burocráticos pueden impedir respuestas rápidas que requieren las comunicaciones para ser funcionales y efectivas. Esto puede deberse a la rigidez de los procesos y procedimientos, a la falta de flexibilidad en la toma de decisiones, o a la falta de capacidad de adaptación a situaciones cambiantes.

Finalmente, según Díaz y Leguía (2014) cada gestión se basará en “cada estrategia y acción comunicacional desplegada mediante la cual, intentará hacer explícito su propósito u orientación a un gran número de individuos para la construcción del consenso de base mediante la cual se colaboren con cada tarea” (p.6). Para los autores mencionados, las gestiones comunicativas tienen como

objetivo llegar a un consenso que permita mejorar el manejo de las organizaciones y su relación entre las personas que la componen. Para mejorar la gestión comunicativa en las organizaciones públicas, es importante tener en cuenta diferentes teorías de la comunicación organizacional, como la comunicación organizacional, la teoría de los sistemas, la comunicación integral con perspectiva estratégica y la teoría humanista. Cada una de estas teorías puede ser útil para entender los procesos comunicativos dentro de una organización y para mejorar la gestión comunicativa en las organizaciones públicas.

Por tal razón, en el estudio elaborado se trabajó mediante estrategias que permiten observar los resultados logrados durante este proceso, buscando mejoría en la organización del área y la calidad de atención en las personas que acudían a ella resaltando que comunicación es un aspecto importante en la atención al cliente y en la gestión de la calidad en cualquier organización. La implementación de estrategias para mejorar la calidad de atención puede incluir la comunicación efectiva entre los miembros de la organización y con los pacientes o clientes.

1.3. Planificación estratégica de comunicación

Esta labor ha sido reflexionada por la academia desde diversas perspectivas Weil (1990) afirma que el plan comunicativo en las funciones que llevan consigo las selecciones en instrumentos entre cada alternativa posible de objetivos, procesos y programa. Como tal, implica tomar decisiones que afectan la dirección futura de una empresa, departamento, servicio u objetivo. Incluye una estrategia y una organización que coordina las actividades y se adapta a la

situación actual.

Tuñez y Sanjuán (2007) subrayan el rol preventivo de la planificación donde es posible la identificación del posible asunto de conflicto y determinar los riesgos potenciales. Pudiendo controlarse la posible amenaza, de manera económica, con la que se pone en riesgo la imagen del Módulo. Todos ellos requieren las anticipaciones, los conocimientos y cada respuesta ante valor y comportamiento cambiante de algunos grupos de intereses, tanto interno como externo a la entidad.

Según Project Management Institute (2013) “Los procesos crecimiento un método y una planificación comunicativa de proyecto apropiado en función de cada necesidad de interés y cada requisito de datos y recurso organizativo disponible” (p, 29). Es por ello que dentro de las actividades establecidas en el periodo de trabajo se planificó cada proceso comunicativo en relación a los usuarios que asistían por atención en el Módulo, con el objetivo de llegar a las personas y brindar soluciones oportunas en sus trámites.

Si la planeación estratégica obedece a decidir hoy, hacia dónde se dirige una organización y qué va a hacer en el futuro (Aljure, 2015). Asimismo, hay que mencionar que gracias al plan estratégico en base a objetivos propuesto se realizó una mejor organización y solución a los problemas existentes.

La planeación estratégica es un proceso clave en cualquier organización, ya que permite definir la visión, misión, valores y objetivos de la empresa, y establecer un plan de acción para alcanzarlos. En ese sentido, la planeación estratégica de la comunicación (PEC) es un proceso que se enfoca en definir las acciones de comunicación, mismas que concreten acciones, actividades y procesos en general que ayuden a cristalizar los objetivos y metas que la organización se ha

propuesto como meta a cumplir. Esto implica que debe ser vista como una herramienta estratégica que puede ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos y metas (Pérez et al., 2021; Lorenzo, 2022). Para llevar a cabo la PEC, es importante tener en cuenta diferentes aspectos, como la identidad organizacional, el análisis del entorno, la definición de objetivos y metas, la definición de los públicos objetivos, la definición de los mensajes clave, la definición de los canales de comunicación, la definición de los recursos necesarios, la definición de los indicadores de éxito y la definición de los planes de contingencia.

Para Aljure (2015) este proceso se enfoca en analizar la situación, determinar los objetivos de comunicación, especificar los procesos, canales, estrategias y actividades operativas y recursos relacionados necesarios para lograr los objetivos establecidos, así como determinar los mecanismos e indicadores de medición y control de la comunicación. El impacto de la gestión y la comunicación. Asimismo, para Matilla (2008) refiere que la planificación estratégica es un método para alinear la comunicación con la estrategia de la empresa, y debe ser ante todo una herramienta eficaz que proporcione un plan y una agenda para las actividades futuras, siempre al servicio de objetivos claramente definidos. Por esta razón, la planificación en el estudio estuvo determinada por los objetivos, donde se permiten realizar una serie de funciones que mejoran la comunicación con los usuarios y satisfacen sus necesidades de una manera más práctica.

1.3.1. Análisis situacional

Aljure (2015) refiere que “consiste en la búsqueda y precisión de toda

información base necesaria para identificar el estado actual y plantear un plan de comunicación con enfoque estratégico” (p. 100). Es evidente que el diagnóstico es la base fundamental para el desarrollo de un plan estratégico, tal como refiere Mantilla (2008) quien refiere “Un diagnóstico exacto de la situación comunicativa tiene como requerimiento base para no cometer errores posteriores en el diseño de estrategia” (p. 58). En la misma línea, Matilla (2013), menciona que: la gestión profesional vivida en el plan estratégico de la experiencia laboral es una de las funciones comunicativas en los procesos que de nuevo se van a dividir en fases. En la primera fase, antes de desarrollar un plan o programa de comunicación para solucionar el problema, se realiza la tarea de resaltar todos los puntos del plan estratégico: la investigación. No se equivoque: sin investigación, los gerentes no tienen datos concretos y sólo pueden confiar en la intuición para tomar decisiones.

1.3.2. Definición de los objetivos estratégicos de la comunicación

Antes de definir los objetivos procede un diagnóstico, pero este debe de tomar en cuenta los diversos afectados o impactados en el proceso. Al respecto Aljure (2015) recalca que “Cada objetivo que definimos lleva implícita una promesa, con implicaciones mayores porque además de acordar el cumplimiento o la entrega de un resultado” (p. 147), esto resalta la importancia de la PEC organizacional, ya que cada objetivo que se define en la planeación estratégica implica una promesa que la organización hace a sus públicos y que tiene implicaciones mayores. Este es un proceso clave en cualquier organización, ya que permite definir la visión, misión, valores y objetivos de la empresa, y establecer un plan de acción para alcanzarlos. En el ámbito de la comunicación organizacional, la planeación

estratégica es esencial para definir las acciones de comunicación que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos y metas de la organización. Cada objetivo que se define en la planeación estratégica implica una promesa que la organización hace a sus públicos. Esta promesa puede ser explícita o implícita, pero siempre implica un compromiso por parte de la organización de cumplir con lo acordado y de entregar un resultado. Además, esta promesa tiene implicaciones mayores, ya que puede afectar la reputación y la imagen de la organización si no se cumple.

Por lo tanto, es importante que la planeación estratégica de la comunicación tenga en cuenta las promesas implícitas en cada objetivo y que se establezcan acciones concretas para cumplir con estas promesas. Esto implica que la comunicación debe ser clara, efectiva y eficiente, y que debe estar enfocada en alcanzar los objetivos y metas de la organización. En esta misma perspectiva para Mantilla (2013) en cada objetivo es: es conveniente resaltar que, en los ámbitos de la comunicación, se determinará con exactitud el fin que puede ser, generalmente, ejercicios delicados. Siendo de capital importancia que se delimite de manera correcta, puesto que determina el contenido global de cada acción posterior. En este punto, los objetivos del estudio fueron enfocados a las necesidades de la población vulnerable que asistía al módulo, donde se le integre y tienda de manera adecuada.

1.3.3. Identificación de los públicos y definición de los mensajes

Es necesario identificar a los públicos antes de establecer cualquier estrategia comunicacional como lo refiere Mantilla (2008), cuando menciona que “Las estrategias de comunicación eficientes, asimismo, se definen y usan de manera general los periodos cortos y directos donde se configura en los mapas públicos,

que es pronta y económica” (p.45). Según Libaert (2006) dice que los procesos en la primera etapa se comenzaron con la medición de las áreas de competencias para la elaboración con mapas unificados que permiten visualizar de forma integrada de cada participante involucrado en las competencias para la creación de políticas comunicativas corporativas amplias (abandono, ataque frontal, recuperación difusa, etc.). La medición de las áreas de competencias es un proceso clave en la planeación estratégica de la comunicación organizacional, ya que permite identificar las áreas en las que la organización tiene fortalezas y debilidades en términos de competencias comunicativas. Esto implica que la organización debe medir las habilidades y conocimientos de sus miembros en diferentes áreas de la comunicación, como la comunicación interna, la comunicación externa, la gestión de crisis, entre otras.

Una vez que se han medido las áreas de competencias, se pueden elaborar mapas unificados que permiten visualizar de forma integrada de cada participante involucrado en las competencias. Estos mapas unificados permiten identificar las fortalezas y debilidades de cada participante en términos de competencias comunicativas, lo que facilita la creación de políticas comunicativas corporativas amplias. Las políticas comunicativas corporativas amplias son estrategias que se enfocan en mejorar la comunicación en la organización y en alcanzar los objetivos y metas de la organización (Arnao & Santisteban, 2013). Estas políticas pueden incluir diferentes acciones de comunicación, como la mejora de la comunicación interna, la implementación de estrategias de comunicación externa, la gestión de crisis, entre otras.

1.3.4. Estrategias y Plan de acción

Para Aljure (2015), el plan de acción consiste en “Corresponder al

planteamiento de tácticas y herramientas, acorde con las circunstancias y los recursos existentes, a través de los cuales se busca lograr objetivos”, (p. 101)

Mantilla (2013) refiere que el plan de acción es un conjunto de ideas preconcebidas para poder configurar un plan de comunicación y puede desarrollarse en dos formatos: un plan anual (generalmente con un año de antelación, vinculado a las asignaciones presupuestarias anuales) o un plan temático vinculado a instrumentos específicos, evento, patrocinio, relación con el medio de comunicación, etc.). Aquí sirven las listas de cotejo, este tipo de planeamiento ayuda a la verificación de las actividades que están sujetas a las mejoras, así tendremos un protocolo de realización y obtener mejores resultados. Al utilizar un checklist, se pueden verificar las actividades que están sujetas a las mejoras y se puede tener un protocolo de realización para obtener mejores resultados. Además, su uso en la planeación estratégica de la comunicación organizacional permite tener un registro de las actividades realizadas y de los resultados obtenidos, lo que facilita la evaluación y el ajuste de las estrategias de comunicación.

1.3.5. Evaluación y control

Todos los procesos evaluativos y de controles dependen de pasar cada etapa anterior, como menciona Aljure (2015), donde destaca que “los procesos de control permiten la verificación que compete a lo realizado con la planificación y, al mismo tiempo verificar si se logró el fin propuesto” (p. 204). Así como se evidencia ante cada estrategia elaborada en la experiencia laboral, cada una tuvo una evaluación en cada proceso y los controles del área en las actividades realizadas en el módulo penal, los cuales se medían en los resultados logrados en los usuarios y la manera de afrontar las situaciones. En el contexto de la

planeación estratégica de la comunicación organizacional, los procesos de control son esenciales para verificar si se están cumpliendo los objetivos y metas establecidos en la planeación estratégica. Estos procesos permiten verificar si las acciones de comunicación que se están llevando a cabo están alineadas con los objetivos y metas de la organización, y si se están obteniendo los resultados esperados. Además, permiten identificar posibles desviaciones en las acciones de comunicación y tomar medidas correctivas para corregirlas. Esto implica que la organización debe estar preparada para realizar ajustes en su plan de comunicación en función de los resultados obtenidos en los procesos de control (Grajales-Montoya et al., 2021).

CAPÍTULO II: EXPERIENCIA PROFESIONAL

En este capítulo, se proponen estrategias de mejora para la comunicación entre la institución y los usuarios, de acuerdo a una necesidad identificada en la Corte Superior de Justicia de Lima Este. Asimismo, se presenta un plan detallado de acuerdo a estrategias propuestas, necesarias para la mejora de la comunicación. Por último, se presenta información de la experiencia y estrategias aplicadas en la Corte Superior de Justicia de Lima Este, específicamente en el Módulo Penal de Violencia Familiar y los Integrantes del Grupo Familiar. A lo largo de esta sección, compartiré los detalles sobre la planificación, las estrategias, las tácticas y los resultados de este proyecto que transformó tanto mi perspectiva como la percepción de esta institución en la comunidad.

2.1. Propuesta de estrategias de mejora para la comunicación entre la institución y los usuarios.

De acuerdo a la evidencias observadas, la Corte Superior de Justicia de Lima Este, requiere estrategias, necesarias, para que mejore la gestión estratégica con énfasis en la mejora de la comunicación de procesos así como de los servicios que brinda la institución hacia los usuarios y la comunidad que solicita sus servicios a través del servicio de acceso a la justicia; entre las estrategias a poder ser aplicadas, se pueden considerar a la gestión de casos, capacitación en el manejo de nuevas tecnologías, fortalecer la transparencia y rendición de cuentas, propuesta para la mejora de la comunicación con usuarios y comunidad.

2.1.1. Gestión de casos:

Ante una queja suscitada por un usuario ante el servicio de atención, se propone el manejo mediante la gestión de Casos (GC).

La GC, se define como la solución que proporciona a una organización o institución almacenando datos e información de uno o algunos clientes, para un seguimiento y análisis en tiempo real, incluyendo el seguimiento de cada caso.

Entre los objetivos, que busca, es el aumento de la satisfacción de los clientes (por el cual busca perfeccionar los procesos y a identificar y mejorar un servicio recibido). El propósito de esta estrategia es la de resolver un problema específico, identificando una situación compleja, dirigiéndose hacia un manejo resolutivo, ante un seguimiento de error, manejo de quejas, gestión de quejas, procesos de reclamaciones, y otros. (Vanderplasschen, 2019)

Entre los procesos generales para la GC, se debe realizar la supresión de los procesos manuales (recopilando información del proceso realizado y suprimiendo para proponer la intervención). Asimismo, la resolución ágil de los casos (proponiendo las herramientas, mediante la planificación y control de lo que va surgir según el caso; por último, la búsqueda de la satisfacción de los clientes. Ante un caso de queja, sucedido en Corte Superior de Justicia de Lima Este, ante una queja de conducta funcional, y retardo en la administración de Justicia, ante un Juez. Además, la propuesta de pasos, para el proceso de GC, de acuerdo al tipo de queja realizada:

2.1.2. Capacitación en el manejo de nuevas tecnologías:

En la actualidad, se hace necesario contar con educación en el manejo de herramientas tecnológicas para la comunicación y la información, que responda a las necesidades y demandas de la población, que responda a la actual necesidad de manejo de brechas digitales, para la interacción entre la población y los operadores de justicia, con énfasis Es necesario que se asuma el reto, entre los actores del sistema de justicia. En relación a la mejora de la alfabetización digital, para reducir las distancias en la información y comunicación (Membiola-Pollán; Pedreira-Fernández, 2019)

2.1.3. Fortalecer la transparencia y rendición de cuentas:

La corte superior de justicia, al ser una entidad estatal, que debe brindar la atención en servicio de justicia a su jurisdicción, además de haber tenido un presupuesto anual en el 2022 por S/. 2´409,440.36 soles. Por ello todos los esfuerzos y resultados que se puedan lograr, con énfasis en la percepción ciudadana que fuera negativa acerca de la corrupción, y que los servidores públicos, que pueden estar asociados a la presencia de faltas o irregularidades. Es por ello que se requiere que se garantice el ejercicio transparente de los recursos públicos. El propósito de realizar esta estrategia, es generar un cambio cultural y que los ciudadanos estén convencidos que el personal de la Corte Superior de Justicia de Lima Este, se manejen de manera íntegra, bajo principios y valores éticos:

2.1.4. Propuesta para la mejora de la comunicación con usuarios y comunidad:

La propuesta surge para la sensibilización, facilitación de información, reflexión y concientización de las personas usuarias que solicitan los servicios de la Corte Superior de Justicia de Lima Este, que genere mejores condiciones y medios de información, que genere un espacio de diálogo y buena convivencia entre los usuarios, comunidad y la institución de justicia (Segarra-Saavedra et al, 2019)

2.2. Plan detallado de acuerdo a estrategias propuestas, necesarias para la mejora de la comunicación.

A continuación, se detalla las cuatro estrategias propuestas, y estarán de acuerdo al objetivo que busca, a quien va dirigido, quienes lo ejecutan, limitaciones, y la propuesta de pasos:

2.2.1. Gestión de casos:

ETAPAS PROPUESTAS	DESCRIPCIÓN
1.- PROYECCIÓN:	Como primer paso es la identificación y determinar si el caso amerita iniciar el proceso, con el fin de evitar se realice alguna actividad innecesaria. Por ello, se debe identificar si la queja es real o un malentendido, porque de ser lo segundo, se propone la mejora de la comunicación. Entonces, al identificar la necesidad de procesar la queja, se da inicio al proceso, teniendo en cuenta que la queja tiene un contexto complejo, y no es un problema simple.

<p>2.- EVALUACIÓN:</p>	<p>Se sugiere que, en esta etapa, sea el personal de comunicación institucional o un comité instalado para absolver las quejas, es aquí donde se debe identificar la detección y la evaluación del caso. Por ello el primero, ayuda a determinar si se debe iniciar o justificar el proceso de gestión de casos; la segunda parte el evaluar, es para comprender con más precisión el problema y proporcionar una propuesta de solución adecuada.</p>
<p>3.- EVALUACIÓN DE RIESGOS:</p>	<p>Habiendo identificado y evaluado el caso, se procede a evaluar los riesgos del caso, por ello se puede asignar una categoría de riesgo, para hacer la estimación del nivel de intervención que se quiere lograr. Asimismo, en esta etapa, se identifica la gravedad y la urgencia que amerita el caso. Generando una planificación y solución requerida para la adaptación y solución del caso.</p>
<p>4.- PLANIFICACIÓN:</p>	<p>Con la información objetiva del caso. Se elabora un plan de respuesta a los problemas generados y que se han identificado, para proponer una solución o mejora; aquí se programan acciones y metas específicas, siendo estas el resultado esperado. Se eligen los métodos, las estrategias que se aplicaran. Se puede programar la solución de equipos de apoyo, como legal, u otros administrativos. Se debe usar el tiempo prudencial, siempre y cuando no sea urgente la respuesta requerida.</p>
<p>5. IMPLEMENTACIÓN:</p>	<p>Se pone en ejecución el plan propuesto, para la resolución del caso; se requieren de profesionales, se aplican herramientas, se programan citas y otras estrategias. Se debe hacer el monitoreo de este proceso, teniendo en cuenta que lo aplicado buscará lograr la efectividad de los métodos aplicados.</p>
<p>6.- SEGUIMIENTO:</p>	<p>Se realiza el monitoreo permanente del plan propuesto, para observar qué tan efectiva ha sido la implementación. Se realiza la comunicación permanente con los involucrados y conocer si el problema persiste. De identificar la persistencia del problema, se debe ajustarse o cambiarse por completo el plan, y se reformula el paso de la planificación, de requerir nuevos métodos, y se requerirá de seguimientos adicionales.</p>

7. EVALUACIÓN DE RESULTADOS:	En esta etapa se recopilaron los comentarios de los involucrados, y analizar los indicadores o métricas claves, se verifica la documentación, las acciones, los resultados, la calidad, el costo, el tiempo del proceso. Se recogen las opiniones. La experiencia de ser exitosa puede ayudar a casos futuros.
-------------------------------------	--

2.1.2. Capacitación en el manejo de nuevas tecnologías:

ETAPAS PROPUESTAS	DESCRIPCIÓN
1.- OBJETIVOS:	Capacitar a los trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Lima Este, en el uso de las TIC, y herramientas interactivas, necesarias, para lograr mayor efectividad en la comunicación de los procesos judiciales. Asimismo, identificar la importancia del uso de las TIC en la administración de justicia. Por último, Promover el uso de herramientas interactivas, que faciliten la información y comunicación, entre los operadores de justicia y los usuarios que buscan justicia.
2.- REQUISITOS:	Personal con conocimientos básicos de programas de informática, así como el conocimiento básico sobre uso de herramientas digitales de internet. Acceso a un correo institucional y navegadores.
3.- RECURSOS:	Contar con equipos de cómputo óptimos, en los servicios que brinda la Corte Superior de Justicia de Lima - Este, que cuenten con acceso a internet, material de apoyo. Acceso a un correo institucional y navegadores.
4.- ACTIVIDADES:	Sesión 1: Introducción a las TIC para mejora de la comunicación; resaltar la importancia del uso de TIC, explicar los beneficios de usar las TIC, promover las experiencias y expectativas, así como generar la reflexión del buen uso de la TIC, en la mejora de la comunicación de los servicios que presta, así como el resolver algún inconveniente suscitado en el tema.

<p>4.- ACTIVIDADES:</p>	<p>Sesión 2: Herramientas interactivas de aplicación; Como el Canva o Genially, con el objetivo que puedan generar información como recursos visuales atractivos, siendo necesario generar presentaciones interactivas, que pueda ser útiles en la difusión del trabajo y avances que realiza el personal institucional, en beneficio de los usuarios que utilizan los servicios de la corte superior de justicia de Lima – Este.</p> <p>Sesión 3: Herramientas interactivas (manejo de correo electrónico); por el cual se hace necesario, ante el sustento de una queja formal, y cuando se requiere adjuntar evidencias sustentatorias al pedido, se realizarán ejemplos, de flujogramas y respuesta, ante diversos casos, que requieren ser atendidos.</p> <p>Sesión 4: Herramientas interactivas (manejo de Mentimeter), útil para la generación de opinión o a mera de encuesta en usuarios, y como instruirlos para que puedan dar sus observaciones y opiniones de mejora del servicio público prestado. Se realiza la explicación y ejemplos de cómo aplicar las herramientas en beneficio de la comunicación entre el ciudadano y la población.</p>
<p>5. EVALUACIÓN:</p>	<p>Como parte final del proceso de capacitación, se evaluará a los actores intervinientes, se utilizará una matriz de evaluación: considerando los criterios de participación activa en las discusiones y actividades, asimismo acerca del manejo, de recursos de TIC. Además, evaluar la reflexión que les genera el buen uso de la TIC, en la gestión de la comunicación. Entre los criterios que se buscan alcanzar, que el servidor participe activamente en las discusiones y actividades aportando ideas y reflexiones significativas; que utilice de manera efectiva las TIC como aporte para la comunicación institucional; por último, se busca la reflexión de manera oportuna del uso de las TIC y su impacto en los servicios de justicia brindados a la comunidad.</p>

2.1.3. Fortalecer la transparencia y rendición de cuentas:

<u>OBJETIVO 01:</u>	Generar un cambio cultural en los servidores públicos, que repercuta en nuevas generaciones, donde se observe acciones de ciudadanos de manera íntegra.
ESTRATEGIA 01:	Realizar la difusión y promoción de los principios y valores éticos en el poder judicial que norma la conducta de los servidores públicos y la ciudadanía.
LÍNEAS DE ACCIÓN:	<p>1.- Mediante el uso de medios escritos y audiovisuales, difusión de los principios y valores institucionales, desde la ética, y la conducta que rige a los trabajadores.</p> <p>2.- Difundir ante las diversas instituciones y dependencias de grupos sociales. La difusión de los valores y principios éticos y de conducta de la institución.</p> <p>3.- Promover el cumplimiento de los valores y principios éticos y de conducta de los servidores públicos, mediante cartas de compromisos.</p> <p>4.- Difundir en medios de comunicación y redes sociales, que difundan los valores y principios de ética y de la mejor conducta institucional.</p>
<u>OBJETIVO 02:</u>	Contar con servidores públicos capacitados para la mejora de la gestión pública, en el sistema judicial.
ESTRATEGIA 02:	Implementar un programa de capacitación dirigido a los servidores de la Corte Superior de Justicia de Lima - Este.
LÍNEA DE ACCIÓN:	1.- Realizar la intervención de capacitación, de los servidores públicos en temas de control interno, auditoría, entrega y recepción, ética y buenas prácticas de conducta funcional.
<u>OBJETIVO 03:</u>	Promover de manera oportuna y estricta la rendición de cuentas en la función pública, de acuerdo al manejo de financiamiento institucional por recursos públicos.
ESTRATEGIA 03:	Implementar medios de difusión que socialicen los gastos realizados por la entidad, denotando un gasto responsable en beneficio de la calidad de atención a los usuarios.

LÍNEA DE ACCIÓN:	<p>1.- Incorporar medios de socialización de las acciones gubernamentales realizadas en pro, de la infraestructura, y medios logísticos, realizados mediante recursos públicos, necesarios para garantizar la atención física y mobiliaria de usuarios.</p> <p>2.- Proponer e implementar actividades de difusión que denote la transparencia de la gestión con el fin de demostrar los gastos realizados en un año judicial.</p>
<u>OBJETIVO 04:</u>	Consolidar mecanismos de control y supervisión, a través de la coordinación de acciones con asociaciones monitoras, que impulsen la rendición de cuentas en las instituciones públicas.
ESTRATEGIA 4:	Impulsar la participación de grupos comunitarios o colegios profesionales, en beneficio de la rendición de cuentas, y evitar indicios de corrupción.
LÍNEAS DE ACCIÓN:	<p>1.- Promover la suscripción de mecanismos de coordinación para demostrar eficiencia y eficacia en la vigilancia de los recursos públicos.</p> <p>2.- Solicitar la participación de los colegios profesionales, u otras instituciones en las actividades de supervisión y vigilancia de los gastos realizados por la institución.</p>
<u>OBJETIVOS 05:</u>	Promover el cumplimiento de las disposiciones e materia de transparencia y de acceso a la información pública.
ESTRATEGIA 5:	Impulsar mecanismos para promover el cumplimiento de lo establecido por la ley en relación a la ley de información pública, estadística y protección de datos personales.
LÍNEAS DE ACCIÓN:	<p>1.- Crear medios digitales para facilitar y evidenciar la información sobre transparencia institucional.</p> <p>2.- Coordinar con la autoridad nacional de transparencia y acceso a la información pública, para garantizar el cumplimiento del acceso a la información pública.</p> <p>3.- Realizar el seguimiento permanente, de las obligaciones asumidas de acuerdo a la transparencia institucional</p>

2.1.4. Propuesta para la mejora de la comunicación con usuarios y comunidad:

OBJETIVO PROPUESTO:	LIMITACIONES:	QUE COMUNICA:	Frecuencia	QUIEN DEBE COMUNICAR:	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:	GRUPO DE INTERÉS:
Sensibilizar a los usuarios y la comunidad, acerca de los procesos de consulta y comunicación, ante diversos casos y servicios que requieren ser atendidos ante un ente de administración de justicia.	Entre ellos, poca aceptación de algunos usuarios, así como la poca colaboración para apoyar a la institución judicial, y los costos que involucran la generación de medios visuales o escritos.	Información específica y pertinente de como son los procesos y flujogramas para los diversos casos que requieren ser informados a los usuarios, en la institución de justicia.	De manera semestral.	Área de comunicación de la Corte Superior de Justicia de Lima Este.	Mediante Banners, medios digitales (web o redes sociales)	A todos los usuarios y la comunidad que requiere atención y servicio en la Corte Superior de Justicia de Lima Este.
Dar a conocer las áreas y servicios de la Corte Superior de Justicia de Lima Este.	Espacios reducidos, una infraestructura limitada a un aforo máximo de personas. Se requerirán de muchos grupos.	Las áreas de atención y ejemplos de resultados del trabajo de las diversas áreas de la corte superior de justicia.	De manera semestral	Área de comunicación de la Corte Superior de Justicia de Lima Este.	Mediante correos masivos. Banners, medios digitales (web o redes sociales)	A todos los usuarios y la comunidad que requiere atención y servicio en la Corte Superior de Justicia de Lima Este.
Socializar procedimientos de proceso de gestión de recursos.	Poco interés en algunos usuarios sobre el proceso., motivo porque los usuarios solo les interesa los procesos de su beneficio.	Informar el uso apropiado y actualizado de los procedimientos de proceso de gestión de recursos informáticos.	De manera semestral Y cuando sea requerido	Área de comunicación de la Corte Superior de Justicia de Lima Este.	Realizar la parte educativa, informando a la población de manera transparente la gestión de procesos.	A todos los usuarios y la comunidad que requiere atención y servicio en la Corte Superior de Justicia de Lima Este.

2.3. Experiencias de estrategias aplicadas en el módulo de violencia contra la Mujer e integrantes del grupo familiar.

El Módulo de Violencia Contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar en la Sede Canto Grande es una institución que ha sido inaugurada el 1 de octubre de 2019 a cargo del periodo de la presidente de la corte de Lima Este, Pilar Carbonel Vílchez. Su establecimiento tiene como objetivo fundamental proporcionar un acceso más amplio a la justicia y abordar el crecimiento alarmante de los casos de violencia que involucran a mujeres y a sus familiares. La creación de esta sede representa un hito significativo en el esfuerzo por garantizar que las víctimas de violencia de género y sus seres queridos tengan un espacio dedicado para buscar asistencia legal y apoyo en un ambiente seguro y apropiado.

El establecimiento del Módulo de Violencia Contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar en la Sede Canto Grande responde a una necesidad apremiante en la sociedad. En Perú, como en muchos otros lugares, esta forma de violencia ha sido un tema de profunda preocupación durante años. Se ha observado un aumento en los casos de violencia doméstica, maltrato infantil, violencia de pareja y abuso de género, lo que destaca la urgencia de abordar este problema de manera efectiva y compasiva.

La violencia en el hogar no solo afecta a las personas de manera directa, sino que también tiene un impacto significativo en la comunidad en su conjunto. Las consecuencias psicológicas, físicas y emocionales de la violencia son devastadoras, y a menudo resultan en la interrupción de la

vida cotidiana y la necesidad de asistencia legal y apoyo emocional. La creación del Módulo de Violencia Contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar se convirtió en una respuesta necesaria para abordar este problema de manera integral.

La misión de esta sede es múltiple. En primer lugar, busca proporcionar un espacio seguro y acogedor para las personas que han sido víctimas de violencia en el hogar. La atmósfera de apoyo y comprensión es fundamental para empoderar a las víctimas y sus familias, ayudándoles a superar los obstáculos legales y emocionales que enfrentan. La sede está diseñada para ser un refugio donde las personas puedan encontrar respuestas a sus preguntas, asesoramiento legal y apoyo emocional. Además, el Módulo de Violencia Contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar se dedica a la prevención y la educación. Organiza campañas y actividades destinadas a sensibilizar a la comunidad sobre la violencia de género y los derechos de las mujeres y los niños. Esta misión preventiva es esencial para abordar las causas profundas de la violencia y crear un cambio a largo plazo en la sociedad.

Desde una perspectiva legal, la sede proporciona un punto de acceso conveniente a los servicios legales. Esto incluye ayudar a las víctimas a presentar denuncias, obtener órdenes de protección y abogar en su nombre. También facilita la coordinación con otras instituciones gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro que trabajan para abordar la violencia familiar.

El impacto del Módulo de Violencia Contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar en la Sede Canto Grande es innegable. Ha brindado a las víctimas un lugar seguro donde pueden buscar apoyo y justicia. Además, ha contribuido a la concienciación de la comunidad sobre la violencia de género y el abuso familiar. Se ha vuelto un faro de esperanza y un recurso valioso en la lucha contra la violencia doméstica.

Sin embargo, no está exento de desafíos. La alta demanda de servicios y la complejidad de los casos requieren un personal altamente capacitado y recursos suficientes. La sede debe continuar luchando contra el estigma que a menudo rodea a la violencia doméstica y fomentar la denuncia de los casos. Además, es esencial mantener una coordinación efectiva con otras agencias gubernamentales y organizaciones no gubernamentales para garantizar un enfoque integral en la lucha contra la violencia de género.

Cabe mencionar que el Módulo de Violencia Contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar en la Sede Canto Grande representa un paso significativo hacia la creación de un entorno más seguro y justo para las víctimas de violencia en el hogar. Su establecimiento es un testimonio del compromiso de la sociedad en la lucha contra la violencia de género y el maltrato familiar. Sin embargo, se necesita un esfuerzo continuo para abordar este problema de manera efectiva y asegurarse de que las víctimas reciban la asistencia que necesitan, es por ello que se requiere de un asistente de atención al público, capacitado en temas de violencia para la atención adecuada a las víctimas e instituciones del estado.

El puesto de Asistente de Atención al Público en el Módulo de Violencia

Contra las Mujeres e Integrantes del Grupo Familiar en la sede Canto Grande, San Juan de Lurigancho, es una posición de gran relevancia en la administración de este espacio dedicado a abordar casos de violencia doméstica y de género. En esta función, desempeñaría un papel esencial al interactuar con las personas que buscan apoyo y asesoramiento en un momento de necesidad. Aquí, se desglosó algunos conceptos y definiciones relacionados con este cargo desde una perspectiva personal.

- **Atención al Público:** Este puesto se centra en brindar atención y servicio a las personas que acuden al módulo en busca de asistencia. La atención al público implica escuchar con empatía, comprender las necesidades de cada individuo y proporcionar orientación y respuestas a sus preguntas.
- **Violencia Contra las Mujeres:** Entender este concepto es fundamental. Se refiere a actos de violencia, ya sea física, psicológica o emocional, dirigidos específicamente hacia mujeres debido a su género. Esto incluye situaciones de violencia doméstica, abuso sexual, acoso y cualquier forma de maltrato.
- **Integrantes del Grupo Familiar:** Este término engloba a todas las personas que forman parte de una familia o unidad doméstica. Puede incluir a cónyuges, hijos, padres u otros familiares. La violencia puede afectar a cualquier miembro de este grupo.
- **Sede Canto Grande, San Juan de Lurigancho:** Esta es la ubicación física del módulo donde se presta el servicio. San Juan de Lurigancho es un distrito en Lima, Perú. La sede Canto Grande es donde se lleva a cabo la atención y el asesoramiento a las personas afectadas por la violencia.

- **Asistente de Atención al Público:** Este es el rol que estaría desempeñando. Como asistente, sería responsable de recibir a las personas, proporcionar información, ayudar en la presentación de denuncias, y ofrecer apoyo en el proceso de acceso a la justicia.
- **Apoyo Legal:** Como asistente, podría estar involucrado en el proceso de facilitar la asistencia legal a las víctimas de violencia. Esto podría incluir ayudar en la documentación de denuncias, proporcionar información sobre órdenes de protección y facilitar la comunicación con abogados.
- **Prevención de la Violencia de Género:** Este cargo también podría involucrar actividades de prevención. Esto implica educar a la comunidad sobre la violencia de género, sus causas y cómo prevenirla. La prevención es un componente importante de la lucha contra la violencia.
- **Confidencialidad y Sensibilidad:** Estos términos se refieren a la necesidad de tratar con extremo cuidado la información proporcionada por las personas afectadas por la violencia. La confidencialidad es esencial para proteger la privacidad de las víctimas, y la sensibilidad implica actuar con empatía y respeto.
- **Empoderamiento de las Víctimas:** Parte de su rol podría incluir empoderar a las víctimas para que se sientan capaces de buscar ayuda y justicia. Esto implica apoyar su toma de decisiones y fortalecer su posición en el proceso legal.
- **Colaboración Interinstitucional:** Dado que la violencia de género es un problema complejo, colaborar con otras instituciones, como la policía,

fiscales y organizaciones no gubernamentales, es crucial para brindar un apoyo integral.

Este cargo representó una oportunidad para contribuir de manera significativa a la sociedad, ayudando a las personas afectadas por la violencia y trabajando en la prevención de futuros casos. Ha requerido de mi parte desarrollar empatía, comprensión y un compromiso genuino con la justicia y los derechos humanos. Como asistente, sería parte de un equipo dedicado a marcar la diferencia en la vida de aquellos que necesitan apoyo en un momento de vulnerabilidad.

He comprendido que la función del comunicador social en el Módulo de Violencia Familiar e Integrantes del Grupo Familiar despierta en mí un profundo sentido de responsabilidad y compromiso. Como comunicador social, mi labor es fundamental para garantizar que la administración de expedientes y documentos legales se desarrolle de manera eficiente y efectiva, y en este contexto, desempeñó un papel esencial en la interacción con el público, abogados y usuarios en general. En este capítulo, describo en primera persona cómo mi trabajo contribuyó a cada una de las funciones específicas de este módulo.

1. Verificación de Documentación: Un Rol de Apoyo y Claridad

En mi papel como comunicador social, considero que la primera función de verificar la documentación presentada es un momento clave. Aquí, mi objetivo principal es brindar apoyo y claridad a los usuarios que se enfrentan a los requisitos legales. Es común que los usuarios se sientan abrumados por la complejidad de estos requisitos, y es donde entró en

acción. Mi tarea es explicar de manera comprensible cuáles son los requisitos y responder a todas las preguntas que puedan surgir. Para mí, esta función significa contribuir a la presentación de una documentación más precisa y completa, lo que a su vez facilita el proceso legal.

2. Integridad de la Documentación: Asegurando la Correcta Presentación

La segunda función, relacionada con la integridad de los documentos, también implica mi participación activa. Aquí, mi labor consiste en garantizar que los usuarios comprendan la importancia de presentar todos los documentos necesarios y los anexos requeridos. Asimismo, ofrezco información sobre cómo preparar adecuadamente los documentos, lo que es crucial para evitar retrasos innecesarios en el proceso legal. Como comunicador social, me esfuerzo por empoderar a los usuarios a través de la información y el conocimiento.

3. Tasa Judicial: Clarificación y Asistencia

La verificación de la tasa judicial correspondiente puede ser un punto de confusión para los usuarios, y en este punto, mi labor educativa cobra gran relevancia. Mi objetivo es explicar cuándo es necesario pagar una tasa judicial y cómo realizar este proceso de manera correcta. Esta función no solo se trata de garantizar el cumplimiento de los requisitos legales, sino también de contribuir a la recaudación de fondos necesarios para los procedimientos legales. Como comunicador social, me considero un facilitador de este proceso, brindando claridad y asistencia en un momento crucial.

4. Registro de Documentos: Manteniendo el Orden

La función de registro de diversos tipos de documentos es una tarea que requiere precisión y organización. Aquí, mi labor se enfoca en informar a los usuarios sobre el proceso de registro y cómo obtener un cargo o recibo de recepción. Entender la importancia de este registro para el seguimiento ordenado de los expedientes legales es fundamental. Como comunicador social, mi tarea es asegurarse de que los usuarios se sientan confiados en que sus documentos están siendo debidamente registrados y marcados con la fecha y hora de recepción.

5. Sellado y Visado: Transparencia y Proceso Eficiente

El sellado y visado de documentos es esencial para mantener un registro cronológico preciso, y mi función es garantizar que los usuarios comprendan este proceso y cómo contribuye a la transparencia y eficiencia del sistema legal. Como comunicador social, mi objetivo es proporcionar información de manera clara y accesible, asegurando que los usuarios tengan confianza en el proceso y la organización del sistema legal.

6. Orientación al Público: Empatía y Eficiencia

La función de orientación al público es el momento en el que mis habilidades de comunicación y empatía son más visibles. Al interactuar con personas que presentan documentos legales, mi objetivo es proporcionar una orientación clara y efectiva. Si un documento requiere correcciones o información adicional, mi tarea es informar a los usuarios sobre las modificaciones necesarias y brindar apoyo para evitar retrasos

innecesarios en el proceso legal. Mi capacidad para comunicar de manera efectiva contribuye a una experiencia más eficiente y menos estresante para los usuarios.

En resumen, como comunicador social en el Módulo de Violencia Familiar e Integrantes del Grupo Familiar, mi labor es una combinación de apoyo, claridad, educación y empatía. Contribuyo activamente a la eficiencia y eficacia de este componente crucial del sistema de justicia, y considero que mi rol desempeña un papel esencial en el equilibrio entre las regulaciones legales y la comprensión de los usuarios. Mi objetivo final es brindar a los usuarios la confianza y el conocimiento necesarios para navegar de manera efectiva por el sistema legal.

2.4. Planificación estratégica

Configurada como el sistema como los directivos comunican los objetivos institucionales con sus colaboradores de tal manera se tenga una mirada única en conjunto. Asimismo, aquí se evidencia lo realizado mediante actividades de la experiencia profesional, la cual tendrá tácticas, objetivos, resultados, obstáculos y lecciones aprendidas durante el proceso realizado.

Dentro de la experiencia profesional en la Corte superior de Justicia de Lima Este, en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar, se mencionán diferentes procesamientos de planes, tácticas y estrategias que se detallarán:

- a. El panorama que se encontró en el aspecto perceptivo de la entidad, fue

negativo. Se cuestionó mucho por qué se usaba el recurso del estado para el financiamiento a una institución que no tiene valor, pues se considera solo la emisión de resoluciones con carácter declarativo, agregando que no existía un plan de difusión. Se consideró la socialización como acción de la entidad, conceder entrevistas o columnas de opinión, donde se difunda además por las redes sociales en sesiones ordinarias y extraordinarias, logrando el relacionamiento con el medio para dar a conocer el trabajo en el módulo penal de violencia familiar de la Corte Superior de Justicia de Lima Este.

- b. Asimismo, se buscó la socialización y difusión de las actividades que realizan en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar, aunque falta mucho más desde el punto comunicativo, pero se considera que poco a poco, con estas herramientas de socialización y difusión, se conozca más sobre este organismo.
- c. En la Corte Superior de Justicia de Lima Este, en donde el módulo penal de violencia familiar y los integrantes del grupo familiar está integrado por: 6 Juzgados con Subespecialidad en Violencia contra las mujeres e Integrantes del Grupo Familiar. Mi contacto era directo con el personal encargado del módulo penal de Violencia Familiar y los integrantes del grupo familiar, respetando el orden estructural de Lima Este. Existe un área de comunicaciones, donde las actividades de difusión se consultaban con el encargado del módulo.
- d. En esta ocasión, el panorama encontrado en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar, se trataría de temas

importantes para el crecimiento, preservación y promoción de estos grupos vulnerables, por temas institucionales están en polémicas con el Congreso de la República, y no se realiza una adecuada difusión, puesto que no es conocida, ni genera interés en los medios de comunicación. Este quiebre de interés debe revertirse de forma inmediata, puesto que la violencia en mujeres y grupos familiares de no ser difundida, seguirán creciendo en las estadísticas, y la familia es un pilar importante para la sociedad.

- e. En el Perú, la difusión de la violencia a la mujer y grupos vulnerables, aun es pobre, los medios de comunicación no brindan mayor espacio para ofrecer contenidos o una noticia ligada a la coyuntura. Por esta razón, se trató de realizar difusión mediante las redes sociales. Explicando además lo esencial de dar a conocer el apoyo de noticias que fomentaran y ayudaran a preservar la vida en este grupo vulnerable.

Se logró cada dictamen trabajado desde la comisión logrando el impulso de la misma. Asimismo, dentro de las actividades comunicativas en el periodo 2019-3. 32 en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar, se puede decir que es activa a través de los medios y ha logrado difundirse más.

Las actividades logradas en la difusión de marketing se dieron mediante redes sociales, mediante el trato directo en el módulo de admisión, sobre el trabajo que se desarrolla en el área del Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar, su importancia a nivel país y de qué forma eso repercutirá de manera positiva a nivel social.

2.5. Tácticas

Se define por táctica a la suma de acciones que deben cumplirse con metas específicas que estarán contempladas en las estrategias. Es importante considerar que para dar definición a cada táctica se requerirá de un fin claro y de estrategias adecuadas definidas en base al recurso de la institución. Es importante acotar que el recurso dirigido a la actividad comunicativa es limitado en la entidad ejecutiva del gobierno.

Se requirió de las habilidades y capacidades de gestión del responsable de las ejecuciones en cada actividad comunicativa, por esta razón en los perfiles profesionales de los comunicadores no solo se requiere de un recurso técnico y profesional, sino de la habilidad para gestionar y alcanzar cada resultado óptimo en bien de la institución.

2.6. Resultados de las tácticas:

Táctica N° 01

Objetivo:	Brindar orientación a los usuarios en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar a través de los medios nacionales.
Resultados:	Se logró brindar orientación a los usuarios, donde se destacó la labor del Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar. Evidenciado en el (anexo 01). Asimismo, se puede realizar campañas publicitarias en la página oficial y por redes sociales, para mejorar esta táctica en beneficio del usuario para una mejor orientación de las áreas a las que se van a dirigir, y sea más factible el trámite a realizar.

<p>Lecciones Aprendidas:</p>	<p>El manejo de atención en los usuarios, el manejo de redes sociales y brindar campañas informativas son herramientas importantes para las instituciones en la actualidad. A continuación, se presentan algunas estrategias empleadas que pueden ser útiles para implementar estas herramientas para todo comunicador:</p>
<p>Publicidad en redes Sociales:</p>	<p>La publicidad en redes sociales es una herramienta muy útil para llegar a una audiencia específica y obtener resultados comerciales reales. Para aprovechar al máximo el presupuesto publicitario, es importante conocer las estadísticas de redes sociales y afinar las tácticas de marketing social.</p>
<p>Propuestas para redes sociales:</p>	<p>Las propuestas para redes sociales son una herramienta importante para describir cómo se pueden ayudar a alcanzar los objetivos y metas requeridos. Para redactar una propuesta exitosa, es importante conocer las necesidades del cliente y describir cómo se pueden alcanzar los objetivos y metas requeridos.</p>
<p>Guías básicas para redes sociales:</p>	<p>Las guías básicas para redes sociales son una herramienta importante para conocer cómo llevar a cabo campañas online y manejar los formatos digitales. Estas guías permiten entender cómo aprovechar la tecnología de las comunicaciones para mejorar la comunicación en la organización.</p>
<p>Monitoreo de las palabras clave de La Marca:</p>	<p>El monitoreo de las palabras clave de la marca es una herramienta importante para conocer lo que se está diciendo sobre la organización en las redes sociales. Esto permite tomar medidas para mejorar la imagen institucional y para mejorar la atención en los usuarios.</p>
<p>Calendario de contenidos para redes sociales:</p>	<p>El calendario de contenidos para redes sociales es una herramienta importante para planificar y organizar las publicaciones en las redes sociales. Esto permite mantener una presencia constante en las redes sociales y mejorar la atención en los usuarios.</p>

<p>Obstáculos:</p>	<p>El manejo de los problemas en los usuarios y el trabajo bajo presión ante la presión de los usuarios son dos aspectos importantes en la gestión de la comunicación organizacional. A continuación, se presentan algunas estrategias que pueden ser útiles para manejar estos aspectos, a partir de lo vivenciado en mi práctica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El manejo de problemas en los usuarios es una habilidad importante para cualquier organización. Para manejar los problemas en los usuarios, es importante la capacitación del personal. Además, es importante tener un sistema de seguimiento de los problemas y una política clara de resolución de problemas. - El trabajo bajo presión es una habilidad importante para cualquier organización. Para trabajar bajo presión, es importante tener una buena organización y planificación, establecer prioridades y tener un equipo de trabajo comprometido y motivado. Además, es importante tener una actitud positiva y enfocarse en las soluciones en lugar de los problemas.
<p>Comunicación Efectiva:</p>	<p>La comunicación efectiva es esencial para manejar los problemas en los usuarios y trabajar bajo presión. Es importante tener una comunicación clara y directa con los usuarios y el equipo de trabajo, y establecer canales de comunicación efectivos. Además, es importante tener una comunicación abierta y transparente para evitar malentendidos y conflictos.</p>
<p>Capacitación y Entrenamiento:</p>	<p>La capacitación y el entrenamiento son esenciales para manejar los problemas en los usuarios y trabajar bajo presión. Es importante capacitar al equipo de atención al cliente en técnicas de resolución de problemas y manejo de conflictos. Además, es importante capacitar al equipo de trabajo en técnicas de organización y planificación, establecimiento de prioridades y trabajo en equipo.</p>

Táctica N°02.

Objetivo:	Brindar conocimiento de la investigación, y trabajo que se promueve en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar.
Resultados:	Se logró socializar el trabajo realizado en el Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar de la Corte Superior de Justicia de Lima Este y captar el interés de los medios en temas sobre la violencia de mujeres y grupo familiar. El nombre del Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar obteniendo gran importancia en la agenda de actividades del congreso. Evidenciado en el (anexo 02).
Lecciones aprendidas:	Se logró realizar el proceso de socialización, a los usuarios acerca del trabajo en los módulos de violencia familiar, generando la sensibilización del tema. Los usuarios comprendieron cómo se realiza el proceso de Investigación en temas de violencia familiar o hacia algún integrante del grupo familiar.
Obstáculos:	No todos los usuarios, estaban interesados en todos los procesos, sólo en los que tienen interés, por ello se requiere tomar medidas alternativas más amplias, pero que requerirá un mayor manejo de grupo, así como de presupuesto.
Capacitación y entrenamiento:	La capacitación y el entrenamiento previo, para hacer el proceso de comunicación, se hace imprescindible, porque se requiere tácticas de manejo de grupo, y se genere un verdadero interés para los temas que fueron tratados.

Táctica N°03.

Objetivo:	Brindar informes sobre cada proyecto de ley y las labores congresales, posicionándose en opinión del tema relacionado a la violencia de mujeres y grupos familiares, manteniendo siempre una imagen blanca, limpia de todo escándalo.
Resultados:	Se da a conocer el trabajo y gestión abocada a la violencia de mujeres y grupos familiares. Creando vínculos cercanos con los medios de comunicación. La imagen limpia y positiva, además de su difundido trabajo por la violencia en el Perú. (anexo 03).
Lecciones aprendidas:	Se comprendió de cómo se generó y como es el Manejo de los proyectos de ley, los que se proponen por una necesidad social o familiar, y responden a una demanda actual. Asimismo, se comprendió el porqué del posicionamiento de los temas de ley, que están de acuerdo a una normativa vigente, así como la población debe estar sensibilizada de la normativa actual, para evitar conflictos u otros, que afecten a la familia y sus integrantes.
Obstáculos:	No todos los usuarios, estaban interesados en conocer los proyectos de ley vigentes, denotando un poco de interés en conocer la normativa, lo que denota una poca identificación con el estado de derecho. Que puede provenir desde la formación escolar.
Capacitación y entrenamiento:	Se identifico y se comprendió la naturaleza de las leyes, que requerían ser sensibilizadas a la población, entre ellos: <ul style="list-style-type: none">- Ley N° 30364 Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar.- Ley 30862, Ley que fortalece diversas normas para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres e integrantes del grupo familiar,- y el DL 1323, Decreto legislativo que fortalece la lucha contra el feminicidio, la violencia familiar y la violencia de género.

CAPÍTULO III: DISCUSIÓN

Como profesional de la comunicación que se desempeña en la gestión estratégica de la comunicación de una entidad pública, es importante tener en cuenta las diferentes teorías de la comunicación que pueden ser útiles para mejorar la gestión comunicativa. A continuación, se presentan algunas reflexiones sobre la importancia de las siguientes teorías para las funciones específicas de un profesional que se desempeña en la gestión estratégica de la comunicación de una entidad pública:

Para el proceso de Verificación de la Documentación, como rol de Apoyo y Claridad: Debemos precisar que esta función, es importante a tener en cuenta y está en razón a la teoría de la comunicación organizacional, ya que nos permite entender cómo funciona la comunicación en las organizaciones y cómo se pueden mejorar los procesos comunicativos. Además, la planificación estratégica de la comunicación es esencial para garantizar que la documentación sea clara y esté alineada con los objetivos y metas de la organización.

Otro punto es la Integridad de la Documentación, con énfasis en asegurar una correcta presentación: En esta función, es importante tener en cuenta la teoría de la excelencia de las relaciones públicas, ya que permite entender cómo se pueden mejorar las relaciones públicas en la organización y cómo se pueden alcanzar los objetivos y metas. Asimismo, ayuda a garantizar que la documentación sea presentada de manera efectiva y coherente con la imagen institucional.

Asimismo, la Tasa Judicial, según su Clarificación y Asistencia: En esta

función, es importante tener en cuenta la teoría de la comunicación pública, ya que permite entender cómo se puede mejorar la comunicación en el ámbito público y cómo se pueden alcanzar los objetivos y metas de la organización. Además, la planificación estratégica de la comunicación es esencial para garantizar que la comunicación sea clara y efectiva en situaciones legales.

Otro punto es el Registro de Documentos, para se mantenga el Orden: En esta función, es importante tener en cuenta a la teoría de la comunicación organizacional, ya que permite entender cómo funciona la comunicación en las organizaciones y cómo se pueden mejorar los procesos comunicativos. También contribuye a garantizar que los documentos sean registrados de manera efectiva y estén alineados con los objetivos y metas de la organización.

También se considera al Sellado y Visado, de acuerdo a la Transparencia y Proceso Eficiente: En esta función, es importante tener en cuenta la teoría de la excelencia de las relaciones públicas, ya que permite entender cómo se pueden mejorar las relaciones públicas en la organización y cómo se pueden alcanzar los objetivos y metas. Además, la gestión de la comunicación es esencial para garantizar que los procesos de sellado y visado sean transparentes y eficientes.

El último punto es la Orientación al Público, con Empatía y Eficiencia: En esta función, es importante tener en cuenta a la teoría de Usos y Gratificaciones, ya que permite entender cómo los usuarios utilizan los medios de comunicación y cómo se pueden aprovechar estos usos y gratificaciones para mejorar la comunicación en la organización. Además, la teoría de la comunicación pública es esencial para entender cómo se puede mejorar la comunicación con el público y cómo se pueden alcanzar los objetivos y metas de la organización.

Asimismo, en la búsqueda y manejo de estrategias, que ayuden a mejorar la comunicación entre los agentes participantes de la entidad que imparte justicia como es la Corte Superior de Justicia de Lima Este, el presente estudio, propuso el manejo de algunas estrategias viables de acuerdo a la literatura, considerando entre ellas a cuatro estrategias que a continuación se detallan:

- Para la propuesta de gestión de casos, está la podemos aplicar ante alguna situación de queja del usuario al haber recibido poca información o insuficiente orientación, para iniciar o continuar un trámite. Esta estrategia ha resultado ser eficiente, porque se enfoca o especifica en problema suscitado y logra un manejo resolutivo, conveniente para ambas partes; aunque debemos tener en cuenta, que nos exige estar atento al proceso, manejar una planificación y control, y esta pueda entonces lograr el propósito esperado, para esta propuesta su enfoque deriva de la Teoría de la excelencia de las relaciones públicas, debido a que es un proceso que requiere una alta atención para gestionar u organizar este proceso, siendo este posiblemente una desventaja, en el sentido, que tal vez no se cuente con los profesionales expertos y no logren alcanzar el objetivo trazado, pero debemos considerar que siempre es más efectivo hacer un trabajo en equipo y multidisciplinario.

- Para la propuesta de Capacitación en el manejo de nuevas tecnologías, este proceso se hace muy necesario en la actualidad por la alfabetización en tecnología digital, y siendo necesario para lograr brindar información y sistematizar información en una entidad del estado, y responde a algo coyuntural, que puede ser aprovechado en la actualidad, donde se cuenta en su gran mayoría a una población, que en su poder tienen un celular, siendo a futuro el manejo de

app u otros que hagan más dinámica, el manejo de información, así como la difusión de los servicios prestados. esta propuesta se relaciona con la teoría de la comunicación organizacional, el cual se enfoca en fortalecer a la organización o institución desde sus integrantes por el cual, se requieren un equipo laboral, actualizado, dispuesto a generar cambios a los nuevos tiempos, requiriendo un compromiso mayor por los miembros de la organización para el logro de metas y objetivos.

- Para la propuesta de Fortalecer la transparencia y rendición de cuentas, donde esta propuesta es muy fuerte en relación a la actual coyuntura que vive el país, a raíz de innumerables situaciones en las entidades del estado, que reflejan deficiencias en los sistemas de transparencia, así como para la rendición de cuentas, los antecedentes no son alentadores, muchos casos de corrupción y de falta de transparencia, se ha denotado, por ello es aquí donde se debe lograr un trabajo a largo plazo, la identificación con los valores y actitudes hacia la ética en función pública, con énfasis en los agentes de la administración de justicia. La propuesta se enfoca desde la teoría de la aguja hipodérmica, siendo necesario el fortalecer el proceso de comunicación, primero generando un aprendizaje sobre la ética, y el acceso a la información que deben de tener cada integrante de la organización, por el cual fortalecer este proceso, será necesario en pro de mantener un estándar de transparencia y rendición de cuentas, de manera periódica, lo que se puede considerar que la organización cumple con sus valores institucionales, de acuerdo a generar confianza y transparencia en la población.

- Para la propuesta de mejora de la comunicación con usuarios y comunidad, esta propuesta se sustenta en la necesidad que haya una mejor

intercomunicación tanto entre la institución de administración de justicia, como de los usuarios que requieren su atención y un buen servicio. Es aquí donde debe de contar con grandes habilidades y formas de comunicar, también es un trabajo a largo plazo, porque se ha tenido durante, mucho tiempo casos de una atención no adecuada, incluso para solicitar algún informe. El lograr una comprensión y mejor comunicación, desde el respeto, la tolerancia y la amabilidad, lograría mejores resultados en el tiempo. Por ello la propuesta está asociada a la Teoría de Usos y gratificaciones, aquí debemos tener en cuenta, que debemos generar una situación de satisfacción en los usuarios, y ello se lograra, si generamos la fluidez de la comunicación, y más en la actualidad, con el apoyo de un contenido de medios, pero esto tiene sus condiciones, este rol que asumirá la organización deberá ser permanentemente activo, sin descuidar lo avanzado, esto generará desde la confianza a la buena comunicación, e incluido un cambio emocional de parte del usuario.

En relación a las experiencias de tácticas aplicadas en el trabajo de campo en el módulo de violencia contra la Mujer e integrantes del grupo familiar, se lograron los siguientes aciertos: Primero se logró brindar orientación a los usuarios, donde se destacó la labor del Módulo, asimismo se realizar campañas publicitarias en la página oficial y por redes sociales, ayuda a mejorar esta táctica en beneficio del usuario para una mejor orientación de las áreas a las que se van a dirigir, y sea más factible el trámite a realizar. Por ello este manejo logrado está relacionado, responde a la a teoría de la aguja hipodérmica y la teoría de los usos y gratificaciones; la primera, porque se establecía una correcta estrategia de comunicación entre la orientadora y el usuario, aplicando desde los elementos de la comunicación, así como su manejo adecuando que cumple un emisor y un

receptor, habiéndose generado un intercambio de información favorable. Para la segunda teoría, esta se logró mediante, la sensibilización, y adaptación en la atención, el cual consideró atender la necesidad de información solicitada por el usuario, por lo tanto, esta teoría apoya a la satisfacción del usuario al servicio, así como un estado emocional adecuado, y que no genere desinformación.

Otra táctica empleada está en relación a que se logró brindar información a los usuarios acerca del conocimiento del proceso de investigación que realiza el módulo penal de violencia familiar, así como de sus propuestas de agenda ante el congreso y su necesidad de fortalecer la defensa hacia cualquier acto que atente contra la familia. Esta propuesta tiene su sustento en la teoría de la excelencia de las relaciones públicas, por el cual esta información brindada, es más especializada, y requiere un manejo mayor de información y de sus procesos, por el cual el saber comunicar de manera efectiva, es brindado, por los agentes de la institución, que tenga no solo la vocación, sino también las capacidades y formación para la gestión de información eficiente.

En suma, como profesional de las ciencias de la comunicación que se desempeña en la gestión estratégica de la comunicación de una entidad pública, es importante tener en cuenta las diferentes teorías de la comunicación mencionadas anteriormente. Estas teorías permiten entender cómo funciona la comunicación en las organizaciones y cómo se pueden mejorar los procesos comunicativos que permitan obtener con éxito lo proyectado. Además, conocer estas teorías permite diseñar acciones de comunicación efectivas y adaptadas a las necesidades de la organización y de los usuarios.

CONCLUSIONES

- La gestión comunicativa política implicó la adaptación de los procesos comunicativos en un contexto donde el interés está dividido, por lo que se tornan complicaciones realizadas en varios cambios y sobre todo lo realizado en un plan a mediano o largo plazo. Por ello, lo manifestado está de acuerdo a los elementos de la comunicación que se incluyen dentro de la teoría de la gestión comunicativa; donde el codificar y decodificar la información busca generar un cambio en el conocimiento, percepción e incluso la satisfacción, de un individuo o usuario que recibe un servicio o una atención en una institución judicial.
- Los procesos de plan son laboriosos para los comunicadores quienes no solo tienen que estar al frente de una situación sino en constantes decrecimiento por falta de presupuesto y no se cuenta con equipos cohesionados, a lo que se añadió el cambio permanente y constante en las gestiones públicas, con la teoría que mejorará los ajustes y que explican mejor los procesos comunicativos. Esta afirmación se sustenta en la teoría organizacional, la cual se centra en fortalecer la comunicación entre los integrantes de una organización, para logro de metas, misión o visión, que tienen las instituciones, pero muchas veces se encuentran limitadas, por temas de presupuesto e incluso por miembros de la organización, que no han comprendido aún el proceso de trabajo en equipo.
- Los procesos de planificación en los sectores públicos son variables por su naturaleza en las organizaciones, es decir, los organismos públicos desarrollan cada acción de comunicación que consideran los titulares del

portafolio. Por lo que las gestiones comunicativas en cada ministerio son diferentes, por lo cual este reto debe ser asumido por los profesionales expertos en Relaciones Públicas. Esta conclusión, tiene una fuerte relación con la Teoría de la excelencia de las relaciones públicas, porque cada institución requiere gestión y eficiencia en la comunicación interna y externa, por el cual, al estar fortalecido, lograra superar cualquier situación inesperada o de conflicto que se suscite en alguna área o servicio que brinde una organización.

- Generar una buena comunicación en los sectores públicos implica no solo el medio tradicional sino también la utilización de las tecnologías que permitirán difusiones para el contenido que estamos enfocando, y se fortalezca la gestión comunicativa pública, que requiere de experiencia, capacidades, y entrenamiento de los comunicadores del sector público. Por ello se hace necesario, que los especialistas en el estado comprendan la necesidad de capacitación en temas de Oficina de prensa, dirección de comunicación, comunicación política y gubernamental, identidad corporativa, imagen y reputación de instituciones públicas y manejo de crisis en el sector público; con ello generando un material humano capacitado y fortalecido en la función pública.
- En la experiencia, realizada en el módulo de violencia contra la mujer e integrantes del grupo familiar de la Sede Canto Grande, se logró brindar orientación a usuarios utilizando el manejo de medios de difusión y digitales, para la comprensión los trámites y el acceso a la información ante la exigencia del respeto y defensa frente a la violencia familiar. Por ello, la

actividad realizada, se fundamentó en la mejora de la comunicación sustentada por la teoría de la aguja hipodérmica y la teoría de los usos y gratificaciones.

- Asimismo, se logró brindar información a los usuarios acerca del conocimiento del proceso de investigación que realiza el módulo penal de violencia familiar, así como de sus propuestas de agenda ante el congreso y su necesidad de fortalecer la defensa hacia cualquier acto que atente contra la familia. Esta última responde a la actual coyuntura, y estadísticas que ha generado la violencia contra la familia y grupos vulnerables, el cual requiere la atención y el involucramiento de todos los agentes del sistema público de justicia, para disminuir y prevenir, hechos más graves como puede ser un caso de feminicidio y otros que atenten contra la integridad de la familia, y ello solo se logrará mediante el acuerdo y consenso de las instituciones involucradas en esta problemática, desde el ejecutivo, legislativo y otras entidades asociadas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aljure, A. (2015). El plan estratégico de comunicación: método recomendaciones prácticas para su elaboración. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Ambort, M. (2016). La aguja hipodérmica. El Cactus, revista de Comunicación, 5(5).
- Alza, C. (2012). Gestión pública: un tema pendiente en la investigación académica. Gestión pública: balance y perspectivas. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- Arnao V, M; Santisteban B, P (2013) Competencia comunicativa y mapas conceptuales. Validación de una escala de likert UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura, vol. 2, núm. 1, enero-junio, 2013, pp. 83 -99
- Arboleda, T. (2017). Comunicación pública de la ciencia y cultura científica en Colombia. Revista Colombiana de Sociología, 4(29), pp. 69-78.
- Armenteros, A. L. I., Esperón, J. M. T., & Pérez, Y. M. (2019). Referentes teóricos que sustentan el clima organizacional: revisión integrativa. Medisur, 17(4), 562-569.
- Calderón-Garrido, D., & Gil-Fernández, R. (2022). Explorando adopciones, finalidades y usos de las redes sociales en el ámbito educativo desde la perspectiva de Usos y Gratificaciones. Representaciones de los futuros docentes y los profesores en ejercicio. Aula abierta, 51(1), 67-74.
- Cazaux, D. (2008). La comunicación pública de la ciencia y la tecnología en la "Sociedad del conocimiento". Revista Electrónica Latinoamericana de Estudios sociales, Históricos y Culturales de la Ciencia y la Tecnología, 2008.
- Cáceres L, M. A. (2021). La comunicación y el modelo de Lasswel, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales (Bachelor's thesis).
- Cruz-Mendoza, E. D. (2021). Medios digitales y funcionalismo: reflexiones del estreno de Joker. Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación

,19(38), 179-194.

Cuenca, J., & Verazzi, L. (2020). Comunicación interna total: estrategia, prácticas y casos. <https://www.torrossa.com/it/resources/an/4627665>

Daza, S. y Arboleda, T. (2007). Comunicación pública de la ciencia y la tecnología en Colombia: ¿políticas para la democratización del conocimiento? Signo y Pensamiento, (50), 100-125.

De León, S. (2007). Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática (periodismo, opinión pública y comunicación política). Comunicación y sociedad, (9), 145-173.

Díaz, A. y Leguía, J. (2014). Gestión de la comunicación de políticas públicas en gobiernos locales. Estudio de caso de la política pública de seguridad ciudadana “Miraflores 360°” de la municipalidad distrital de Miraflores en el período 2011 – 2014. (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica Del Perú.

Ferrari, M., França, F. (2011). Relaciones Públicas Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas. Argentina: La Crujía Ediciones.

Flores Porras, J.A; Paipay Yauyo, AR, (2023) Implementación de un plan de gestión de comunicación en proyectos públicos de edificaciones utilizando el software EASYPROJECTS para mejorar la comunicación en obra en el distrito Huantar - departamento Ancash [Tesis de Titulación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

<https://upc.aws.openrepository.com/handle/10757/669641>

Grajales-Montoya, N., Gómez-Bayona, L., & Coronado-Ríos, B. (2021). La comunicación estratégica desde el mercadeo en instituciones educativas (Strategic Communication Based on Marketing at Educational Institutions). Revista CEA, 7(13).

Guzmán, V. (2012). Comunicación Organizacional. Estado de México: Red Tercer Milenio.

- Grunig, J., & White, J. (1992). El efecto de las cosmovisiones en la teoría y la práctica de las relaciones públicas. *Excelencia en relaciones públicas y gestión de la comunicación*, 31-64.
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Use of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 19–32). Beverly Hills, CA
- Ku, Y.-C., Chu, T.-H., & Tseng, C.-H. (2013). Gratifications for using CMC technologies: A comparison among SNS, IM, and e-mail. *Computers in Human Behavior*, 29, 226–234. doi: 10.1016/j.chb.2012.08.009
- Laneve, N. (2014). Teoría de la manipulación de masas. Obtenido de SSociólogos - Blog de actualidad y sociología: <https://ssociologos.com/2014/08/18/teorias-de-la-comunicacion-de-masas/>
- Libaert, T. (2006). *El Plan de comunicación Organizacional*. México, D. F. Méjico: Noriega Editores.
- Lorenzo, M. D., López, I. D. R., Iglesias, M. I. M., & Montero, G. I. (2022). Comunicación pública y gobierno: una aproximación a las prácticas institucionales en el municipio de Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación Y Desarrollo*, 7(1), 91-99.
- Marin Vilchez, L. J. (2019). Influencia de la Comunicación interna en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Novecentro Universal SAC. sede El Tambo-Huancayo.
- Mantilla, K. (2008). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC
- Matilla, K. (2013). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibroet.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/56556?page=79>.
- Membriela-Pollán, Matías; Pedreira-Fernández, Natalia (2019): *Herramientas de Marketing digital y competencia: una aproximación al estado de la cuestión*,

Atlantic Review of Economics (ARoEc), ISSN 2174-3835, Colegio de Economistas de A Coruña, A Coruña, Vol. 3, Iss. 3

Montoya, L y Galvis, C (2009). Comunicación pública: repensar la comunicación para la democracia. Medellín, Colombia: sello Editorial.

Muñoz Romero, J. (2023). Fidelización del talento. Crecimiento profesional y personal del empleado [Tesis de Titulación, Universidad de Valladolid.].

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/63459/TFG-E-1914.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez, D. S. C., Mitrany, V. O., Bencomo, Y. D. V., & López, L. E. V. (2021). Planeación y Planificación estratégica en comunicación educativa. Un estudio de caso en el contexto comunitario. Alfa Publicaciones, 3(2.1), 113-137.

Project Management Institute. (2013). Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK) (5. ed.). Newtown Square, Pennsylvania: Project Management Institute.

Rebeil, M. A. & Arévalo, R. I. (2018). Comunicación integral para las organizaciones e instituciones: conceptualización y enfoque con responsabilidad social. En León, G. A., Castillo, E., Montes, M. & Oliveros, L. A. (coords.), Tendencias críticas y nuevos retos de la comunicación (pp. 19-29). México: Qartuppi.

Rebeil, M. A. (2018). Aportes a la teoría de la CCO desde la perspectiva de la comunicación integral. Razón y palabra, 22(100), 749-759. Recuperado de: <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1128>

Segarra-Saavedra, J., Martínez-Sala, A. M., & Monserrat-Gauchi, J. (2018). Planificación estratégica de la comunicación integrada. *Razón y palabra*, 22(3_102), 152-178.

<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1263>

Túñez, M. (2012). La gestión de la comunicación en las organizaciones (1ª ed.).

Periodística: Vol. 46. Manganeses de Lampreana, Zamora: Comunicación Social.

Túñez, M. y Sanjuán, A. (2007). Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis. La Coruña, España: Netbiblo

Valentín, E (2022). La Teoría de Usos y Gratificaciones: qué es y qué explica sobre la sociedad. Portal Psicología y Mente.
<https://psicologiaymente.com/social/teoria-usos-gratificaciones>

Vallejos, T. G. Teoría de la aguja hipodérmica: el inicio de la guerra por la mente.
<https://ciia-historia-militar.iniseg.es/administracion/public/uploads/adjuntos/teoria-de-la-aguja-hipodermica--el-inicio-de-la-guerra-por-la-mente.pdf>

Vanderplasschen, W., Rapp, R. C., Maeyer, J. de & van den Noortgate, W. (2019). A Meta-Analysis of the Efficacy of Case Management for Substance Use Disorders: A Recovery Perspective. *Frontiers in Psychiatry*, 10(186), 1-18.
<https://www.frontiersin.org/journals/psychiatry/articles/10.3389/fpsy.2019.0186/full>

Villena D.L (2019). Comunicación en instituciones públicas, con énfasis en instituciones públicas de salud. [Trabajo de suficiencia de Titulación, Universidad de San Martín de Porres].
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4600/villena_ddl.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Weil, P. (1990). La comunicación global. Comunicación institucional y gestión. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

ANEXOS

Certificados de trabajo que validen la experiencia profesional descrita.

 **República del Perú**


**PODER JUDICIAL
DEL PERÚ**
Corte Superior de Justicia de Lima Este
Unidad Ejecutiva y Administrativa Nacional
Unidad de Administración y Finanzas

CONSTANCIA

Quien suscribe, el Jefe de la Unidad de Administración y Finanzas de la Corte Superior de Justicia de Lima Este:

HACE CONSTAR:

Que, doña **HERRERA ORTIZ KIARA STEFANY**, identificado con DNI N° **73741962**, labora en este Poder del Estado y de la revisión de su legajo personal se describe el siguiente récord laboral:

- Asistente de Atención al Público, desde el 01 de octubre del 2019 hasta la actualidad, adscrito a la Corte Superior de Justicia de Lima Este, estando comprendido bajo los alcances del régimen laboral del Decreto Legislativo N° 1057 y su reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 075-2008-PCM, modificado por Decreto Supremo N° 065-2011-PCM.

Se expide la presente a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Ate, 01 de Octubre de 2020.





Econ: **GUILLERMO ALBERTO MONCAYO MONSALVE**
Jefe de la Unidad Administrativa y de Finanzas
CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA DE LIMA ESTE

Evidencias de la participación del investigador en las actividades laborales enunciatas.





PODER JUDICIAL
DEL PERÚ

CERTIFICADO

Otorgado a

Kiara Stefany Herrera Ortiz

Por haber participado en calidad de **Asistente** en la Conferencia Virtual «**Primer Aniversario del Modulo Penal Especializado en Violencia Contra Las Mujeres e Integrantes del Grupo Familiar - Sede Canto Grande**», realizada el día 01 y 02 de octubre del 2020; actividad académica organizada por la Presidencia de la Corte Superior de Justicia de Lima Este.

01 y 02 de octubre del 2020

Pilar Carbonel Vélchez
Presidenta
Corte Superior de Justicia
de Lima Este

Alfonso Ricardo Cornejo Alpaca
Presidente de la Comisión de Capacitación de
Magistrados de la Corte Superior de Justicia
de Lima Este

Nº Registro: 14889-2020-SG-CSJLE/PJ



Leyenda: Grupo humano encargado del Módulo Penal de
Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar



Leyenda: Grupo humano encargado del Módulo Penal de
Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar



Leyenda: Grupo humano encargado del Módulo Penal de
Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar



Leyenda: Grupo humano encargado del Módulo Penal de Violencia Familiar y Los Integrantes del Grupo Familiar