



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en
la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Quispe Cabanillas, Leny (orcid.org/0000-0002-1917-2801)

Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela (orcid.org/0000-0002-3280-3364)

ASESOR:

Dr. Arbulu Ballesteros, Marco Agustin (orcid.org/0000-0001-7940-7580)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHEPÉN – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis a nuestros padres, hermanos y amigos, porque sin sus constantes consejos, aliento y apoyo incondicional no lograríamos esta meta.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por brindarnos la vida y la fuerza para poder seguir avanzando en nuestra formación profesional.

A nuestros docentes al Dr. Arbulú Ballesteros, Marco Agustín y a la Mtra. Chuquitucto Cotrina, Lisseth Katherine por sus conocimientos impartidos y su paciencia. Estamos infinitamente agradecidos por ello.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ARBULU BALLESTEROS MARCO AGUSTIN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHEPEN, asesor de Tesis titulada: "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023", cuyos autores son SANGUINES FONSECA ALESSANDRA DANIELA, QUISPE CABANILLAS LENY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHEPÉN, 29 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MARCO AGUSTIN ARBULU BALLESTEROS DNI: 16756158 ORCID: 0000-0001-7940-7580	Firmado electrónicamente por: MARBULUB el 30-11- 2023 19:22:47

Código documento Trilce: TRI - 0672241

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, QUISPE CABANILLAS LENY, SANGUINES FONSECA ALESSANDRA DANIELA estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHEPEN, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
SANGUINES FONSECA ALESSANDRA DANIELA DNI: 71222909 ORCID: 0000-0002-3280-3364	Firmado electrónicamente por: ASANGUINESF el 01-12-2023 12:20:14
QUISPE CABANILLAS LENY DNI: 72541840 ORCID: 0000-0002-1917-2801	Firmado electrónicamente por: QQUISPECA2 el 30-11-2023 11:42:14

Código documento Trilce: INV - 1447659

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN	22
VI. CONCLUSIONES	26
VII. RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS	35
Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables	35
Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos.....	36

Anexo 3. Modelo de consentimiento informado	40
Anexo 4. Matriz de evaluación por juicio de expertos	42
Anexo 5. Resultado de similitud del programa Turnitin	57
Anexo 6. Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.....	58
Anexo 7. Autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las investigaciones.....	59
Anexo 8. Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración	60
Anexo 9. Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración	61
Anexo 10. Data correspondiente a los criterios de inclusión	62
Anexo 11. Resumen de procesamiento de casos y pruebas de normalidad.....	63
Anexo 12. Cálculo del tamaño de muestra.....	64
Anexo 13. Perfil de la muestra de estudio.....	64
Anexo 14. Confiabilidad y validez del constructo	65
Anexo 15. Base de datos en SPSS de la variable Imagen institucional	66
Anexo 16. Base de datos de la variable conducta de la población	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de imagen institucional en los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.....	18
Tabla 2. Nivel de conducta de la población en los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.....	18
Tabla 3. Nivel de relación de la imagen institucional y conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo	19
Tabla 4. Relación que existe entre las dimensiones de imagen institucional y la conducta de la población de los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.....	20
Tabla 5. Aceptación de hipótesis.....	21

RESUMEN

Esta investigación se realizó con el objetivo de analizar la imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023. El estudio fue de tipo básico, con un diseño no experimental, de corte transversal, nivel correlacional, descriptivo con enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos, se utilizó diferentes revistas indexadas, que verifican la alta calidad de información para esta tesis. Asimismo, las dimensiones de la primera variable son ética organizacional, atributos organizacionales y posicionamiento. Por otro lado, las dimensiones de la segunda variable son actitud del público, percepción del público y crítica. Se empleó como técnica la encuesta, teniendo como muestra a 100 pobladores del distrito de Pacasmayo. Se determinó que existe influencia significativa al aplicarse la prueba no paramétrica como Rho de Spearman obteniendo un nivel de significancia de $p < 0,001$, evidenciando una correlación positiva buena entre ambas variables teniendo un valor de 0,666. Demostrando que la institución tiene precariedad y deficiencias en su imagen institucional.

Palabras clave: Imagen, institucional, comportamiento y población.

ABSTRACT

This research was carried out with the aim of analyzing the Institutional Image and its relationship with the behavior of the population in the District Municipality of Pacasmayo, 2023. The study was of a basic type, with a non-experimental design, cross-sectional, correlational, descriptive level with a quantitative approach. For data collection, different indexed journals were used, which verify the high quality of information for this thesis. Likewise, the dimensions of the first variable are organizational ethics, organizational attributes, and positioning. On the other hand, the dimensions of the second variable are public attitude, public perception and criticism. The survey was used as a technique, taking as a sample 100 inhabitants of the district of Pacasmayo. It was determined that there is a significant influence when applying the non-parametric test such as Spearman's Rho, obtaining a significance level of $p < 0.001$, evidencing a good positive correlation between both variables with a value of 0.666. Demonstrating that the institution has precariousness and deficiencies in its institutional image.

Keywords: Image, institutional, behavior and population.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, muchas empresas como también entidades públicas, han descuidado su imagen institucional, el cual implica muchos factores o crisis que afectan a las mismas. Es importante señalar que, no basta solo con tener un logo y nombre como entidad o una excelente infraestructura para ser reconocido, al hablar de imagen hace referencia al posicionamiento, las actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos del público hacia la entidad u organización. Van Riel (2012), definen imagen institucional o corporativa como aquel elemento que define la personalidad y otros atributos de toda una organización, por eso es importante la necesidad de poder diferenciarse, promocionarse y ser competitivo ante el resto de organizaciones, pues por medio de estas depende la fidelización, conducta y la crítica de las personas.

Instituciones públicas como las municipalidades, también deben prestar atención en el cuidado de su imagen institucional, dado que esta transmite confianza, juicio y generan valor en la mente de las personas, y de esto depende la reputación de la institución. Señalar que las decisiones públicas a espaldas de la ciudadanía no son éticas, lo cual, se debe dar mayor énfasis a lo que requieren y tratar de satisfacer las necesidades, pues es común presenciar casos de corrupción de diferentes tipos, lo cual desmerita y desprestigia la imagen institucional, afectando significativamente en la conducta de la población.

A través de una investigación realizada en Barcelona por Pastor et al. (2016), argumentaron que al no tener implantada una buena imagen corporativa en los servicios fitness, va a carecer de confianza y satisfacción hacia al usuario. Dejando saber que esto disminuye la relación que existe entre el cliente y la empresa, y se ve demostrado en la lealtad y recomendación del servicio.

Otro estudio realizado en Reino Unido por He y Zhang (2018), demostró que la mala imagen de los países de mercados emergente son una barrera para las adquisiciones internacionales que realizan las empresas, según el análisis realizado con información de diez países.

En Perú, la investigación realizada en Piura por Bedregal (2020), pudo evidenciar que se ha visto afectada la imagen institucional de la Dirección Regional de Salud Piura por causa de la desinformación de la mayoría de los habitantes que no accedían a redes sociales debido a factores socioculturales y/o económicos, cómo resultado adoptaron un concepto nulo sobre las actividades de la entidad existiendo una alta probabilidad de descalificación según los resultados de la investigación a los trabajadores y usuarios de servicios de salud.

Mientras que, un estudio en Lima por Zavaleta (2021), manifestó que la imagen institucional de Policía Nacional del Perú se ha visto perjudicada debido a las serias deficiencias de su gestión, debido el mal uso de los recursos y la falta de implementos e infraestructura han afectado la calidad de la formación policial y el buen servicio a la sociedad según el análisis en las unidades académicas de la (UA-PNP).

La Municipalidad Distrital de Pacasmayo, ha descuidado considerablemente el cuidado de su imagen, lo cual está asociado a muchos factores, entre los más relevantes se encuentra los casos de corrupción y la total desprotección a la población, por ello ha generado opiniones adversas hacia esta institución pública, por tanto, ha reflejado una mala reputación que se tiene de la misma, impactando en su imagen y generando diversas conductas, que es su mayoría son opiniones y críticas negativas.

Por lo antes expuesto, se plantea el siguiente problema general: ¿qué relación existe entre la imagen institucional y la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023?

Como justificación teórica, esta investigación pretende brindar información fidedigna, ya que hoy en día carecen de datos que sintetizan de cómo se debe llevar y cuidar la imagen institucional como entidad pública, lo cual se ven en la necesidad de prestar atención a las opiniones manifestadas por los ciudadanos, dado que esto rebela la aceptación de tu imagen como institución.

Este estudio tiene una justificación práctica, dado que ayudara a tener el entendimiento necesario para solidificar en el cuidado de manera eficiente y eficaz

de su imagen hacia público, ya que esto se ha visto reflejado y señalado por las personas mediante la crítica, y como instituciones gubernamentales deberían reflejar una excelente imagen hacia los residentes.

Como justificación metodológica, en esta investigación se pretende dar a conocer como la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo se relaciona con la conducta de la población. Por lo cual el presente trabajo tendrá como finalidad de identificar cómo se está analizando y fomentando la imagen institucional, así que por esta razón existe la necesidad de sintetizar en este tema para aclarar todos los puntos en relación a la imagen institucional de esta. Por lo cual la Municipalidad mencionada necesita saber y conocer cómo se encuentra o de qué manera se viene dando a conocer su imagen como institución pública para los pobladores.

También implica conocer la problemática en la Municipalidad, es decir, donde se está dañando la imagen institucional, ya sea en las decisiones tomadas por los funcionarios o el trabajo de los mismos. Considerando como principales referentes a los pobladores y las opiniones dadas por ellos, que es indispensable para el desarrollo de nuestra investigación.

Se planteó el siguiente objetivo general: determinar la relación de la imagen institucional y la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023, y como objetivos específicos: a) Identificar el nivel de imagen institucional en los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023, b) Identificar el nivel de conducta de la población de los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023, c) establecer la relación que existe entre las dimensiones de imagen institucional y la conducta de la población de los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.

El planteamiento de la hipótesis corresponde H_i : la imagen institucional tiene relación significativa con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023, y como H_0 : la imagen institucional no tiene relación significativa con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Para desarrollar la investigación, dentro del marco teórico se tiene una serie de antecedentes internacionales y nacionales que son importantes para el estudio, entre ellos tenemos: Rangel et al. (2022), realizaron una investigación donde explicaron los efectos que ocasiona la fiabilidad en la percepción y apreciación de la imagen de responsabilidad social corporativa, la cual se ha visto reflejada en la intención de compra. Teniendo como muestra a 309 universitarios. Hizo conocer que una buena imagen genera credibilidad y legitimidad a las personas, generando confianza, seguridad y motivación ante la decisión de compra. Señalando que su nivel de investigación fue descriptivo. Los resultados obtenidos fueron que la credibilidad en la imagen de RSC genera estabilidad y sostenibilidad de una marca logrando tener una correlación positiva muy fuerte de 0.796. Se concluyó que los valores como la honestidad, responsabilidad, veracidad y también la comunicación, va a permitir que la imagen de una corporación sea percibida por el sujeto de manera positiva, modificando e influyendo en la conducta de la persona al momento de realizar una compra.

Mohammad et al. (2018), explicaron la relación de la imagen corporativa con el comportamiento de la marca asociado al servicio de los bancos Islámicos. Teniendo como muestra a 320 encuestados. Señalan también que la buena imagen corporativa genera una posición positiva influyendo a las personas a utilizar los servicios de los bancos tradicionales. Los resultados obtenidos, operando con el coeficiente de alfa de Cronbach de 0.803 de confiabilidad, presentando una correlación de ($p=0.07$). Los bancos islámicos emplean la comunicación no empresarial y el compromiso social corporativo, la cual se asocia considerablemente con el vínculo de la marca. Se concluyó que la mala imagen corporativa puede afectar significativamente la fidelidad del usuario generando desconfianza. Mencionando que el cliente es el que percibe las actitudes positivas o negativas a través de las experiencias vividas al utilizar el servicio. Por último, si se tiene una gestión eficaz relacionado al cuidado de la imagen se va tener actitudes positivas que influyen significativamente a utilizar el servicio con confianza.

Pauker et al. (2018), realizaron una investigación que tuvo como principal objetivo de dar a conocer los rangos que inciden en su captación de los *stakeholders*, con la finalidad de establecer información fidedigna para la toma de decisiones en base a la gestión de la imagen corporativa y como detectar las posibles fallas que dañen la imagen. Manifestando que al tener una excelente imagen en la percepción de los *stakeholders* se creará una excelente reputación, la cual se tendrá la capacidad de gestionar de manera óptima, para así obtener notoriedad en el sector en el que está la institución, ayudando a cumplir las actividades y a la realización de sus objetivos y metas. Se obtuvo como resultado el 0.95 de confiabilidad y una correlación considerable. Determinando que, si se tiene cuidado, en cuanto a la calidad de bien y servicio, a la confianza que trasmite y a la calidad de infraestructura se va tener una sólida imagen. Se concluyó que la confianza beneficia a la imagen que perciben las personas, lo cual genera un factor crucial al momento de elegir los servicios que ofrecen.

D'Armas et al. (2017), en su artículo publicado, tuvo como objetivo explicar los factores determinantes que se da en la imagen institucional, relacionado a la escuela de posgrado en la universidad UNEMI en Ecuador. Lo cual hacen conocer que estos factores son percibidos por el estudiante, y hacen énfasis en la calidad de estudio, en la accesibilidad que se tiene para estudiar y recibir la información adecuada y en la calidad de servicio que brinda. Los resultados que se obtuvo, después de encuestar a 103 universitarios, evidenciando en el Alfa de Cronbach 0,812 de confiabilidad. Determinaron que la accesibilidad al programa tiene mayor relevancia e influencia en la respuesta de los estudiantes, siendo así factor predominante para que la Universidad Estatal del Milagro genere una buena imagen como institución y así motive a los estudiantes a seguir realizando los estudios de posgrado en su universidad. Se concluyó que al estudiante universitario valora la excelente accesibilidad, dejando como tema secundario a otras actividades que brinde el programa, traduciéndose así en una excelente imagen como institución.

Dentro de los antecedentes nacionales, Bravo y Damián (2021), en su investigación científica, permitieron dar a conocer la manera cómo el clima laboral tiene relación con la percepción de la imagen institucional en la I. E. Villa María del

Triunfo. Se desarrolló encuestando a 40 personas, entre personal administrativo de la institución y docentes (nivel primario y secundario), dentro de un enfoque cuantitativo, de diseño correlacional y de corte transversal, utilizándose la prueba de R de Pearson para la comprobar la hipótesis. Los resultados fueron que el clima laboral en la I.E es regular, registrándose mayor incidencia de 45% en el clima organizacional y un 52%, sobre la imagen institucional. Con los resultados se ejecutarán nuevos proyectos para estabilizar un mejor clima laboral y disminuir los niveles de percepción en la imagen institucional.

Díaz et al. (2018), en su estudio intentaron esclarecer si existe un impacto entre las capacidades de gestión y la gestión de resultados en la imagen de una institución educativa ubicada en Lima, se utilizó un enfoque cuantitativo y fue de diseño no experimental. Su muestra fue de 500 trabajadores, evidenciando una confiabilidad superior a 0.70, teniendo una significancia de (0,000). En resumen, la influencia de estas dos variables sugiere que los profesores deben ser estudiados como agentes activos de la imagen institucional de la institución.

Del Solar y Jacinto (2023), en su trabajo requirieron determinar si existe relación entre la imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Regional de Chimbote en el año 2023, se utilizó estudio cuantitativo y de investigación transversal no experimental. Los resultados fueron 0.000 de significancia. La conclusión es que existe una correlación entre las dos variables, dado que el coeficiente Rho de Spearman (0,624) con un nivel de confianza de 95%.

Pérez (2020), realizó una investigación encaminada a mejorar el comportamiento organizacional de una botica en el departamento de Huánuco, tomando como dimensiones la cultura organizacional, el comportamiento grupal y el comportamiento individual. Por lo tanto, no existe relación entre las dimensiones de la cultura organizacional y el comportamiento grupal ($P = 0,267 > 0,05$), lo que contradice los hallazgos.

Ramírez (2018), en su estudio intentó conocer si existe relación entre la percepción de marca y el comportamiento del consumidor anunciante en una radio, el tipo y diseño del estudio fue cuantitativo, transversal y no experimental. Su

muestra estuvo compuesta por 168 empresas La conclusión es que la primera variable está relacionada con la segunda variable.

Rojas (2019), en su estudio, determinó si hay vínculo entre una infografía sobre la inmigración extranjera y la conducta social de estudiantes de segundo grado de 3 colegios ubicados en los Olivos, Lima - Perú, la investigación fue de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal y correlacional. Concluyendo que el Alfa de Cronbach tiene una fiabilidad del 0,712, que es considerado como una buena confianza, por el contrario, si se tiene en cuenta la relación entre las dos variables.

Alva (2020), determinó encontrar en su estudio el vínculo entre la Infraestructura y la imagen institucional de un colegio en el país de Bolivia, determinando que fue de tipo básica, narrativa y correlacional, con una perspectiva cuantitativa, de diseño no experimental y transversal. Su muestra corresponde a la muestra de doscientos treinta padres de familia de esta escuela, se usó un cuestionario para comprobar el vínculo de estas características, se aplicaron instrumentos que fueron aprobados por especialistas, manifestando que el coeficiente de relación de Rho de Spearman de 0.632 y hay correlación entre las características en un nivel de complementación media.

Vargas (2019), en su investigación, dio a conocer como la comunicación externa tiene relación con la imagen institucional en la empresa Liderman en Lima utilizándose el diseño de investigación no experimental, descriptivo correlacional de tipo aplicada. La población es de 35 organizaciones y la muestra de 32 organizaciones que atiende la empresa. Se utilizó la encuesta con la escala de Likert a juicio de expertos, la validez fue de 95%, gracias a los resultados han dado a conocer que existe una relación directa entre las dos variables logrando demostrar que las organizaciones a las cuales presta sus servicios y la reconocen en un 81,17% en comunicación comercial con la imagen institucional, 78,8% que tiene influencia de las relaciones con los medios y persuasión; concluyéndose que la imagen de la empresa va construyéndose mediante diversos medios de comunicación de manera pública sea abierta y directa.

A continuación, se definirá las teorías que sustenten la investigación para ambas variables.

Pujol y Foutel (2018), nos comenta que la imagen institucional se define, como las costumbres, valores, sentimientos y creencias acerca de una institución que se encuentra en la percepción de las personas, también lo describe, como los miembros de la institución creen que puede estar vista por otros factores externos. Para Patlán y Martínez (2017), detalla que la imagen representa en como los individuos perciben la impresión total acerca de algo o alguien, señalando que la imagen se constituye de ideas, comportamientos, actitudes que posee una organización. De tal manera el autor concluye que la imagen institucional se fabrica a medida en que un grupo de individuos construyen una organización en base a sus metas, objetivos, el servicio que ofrece, la forma en como tratan a sus colaboradores.

Por otra parte, Márquez et al. (2017), explica que la imagen institucional se fundamenta de una manera organizada e intangible, por ello tiene un carácter relativo que cambia continuamente en relación a las experiencias vividas por el público. Lee et al. (2023), proponen que la imagen debe estar arraigada a una disciplina administrativa integral, dado que esta ayudara al cuidado de la imagen.

Chambio (2019), establecen que la variable imagen institucional posee tres dimensiones: ética organizacional, atributos institucionales y posicionamiento. Bonaccorsi et al. (2022), indica la importancia de una buena imagen en las entidades públicas, dado que la percepción puede influir en la reputación de la organización.

Como primera dimensión tenemos la ética organizacional, para Colorado y Gairín (2022), está centrada en el propósito de la empresa, en su identidad y las intenciones, menciona también que, sin la ética, la empresa se encaminaría sin base sólida en la cual pone en manifiesto sus metas. Por otra parte, la organización necesita espacios de diálogo, de reflexión institucional, la delimitación compartida de valores éticos institucionales y formación ética - moral. La calidad de servicio que ofrece una institución o empresa reflejaría un atributo clave en la percepción

del usuario, el cliente siempre busca una atención de calidad y esto impactará de forma positiva en la mente del consumidor (Alvarado et al., 2021).

Para lograr el éxito de la ética organizacional depende de la ética social, profesional e individual de cada individuo que forma parte de la empresa, pues las organizaciones deben de promover valores éticos (Amato, 2019). Frente a la virtualidad, se han consolidado los procesos de globalización, dado que puede mantenerse una ética que esté acorde con la responsabilidad social, a la vez promover valores, como el respeto, tolerancia, justicia y la equidad (Mehta y Tariq, 2020). Rhodes (2023), comenta que la ética organizacional es el cumplimiento minucioso de los principios éticos de una organización, siendo así razón de crítica por parte de las personas, si es que estas no se cumplen de manera correcta.

Como segunda dimensión tenemos los atributos institucionales, para Morales (2019), los describe como la parte esencial de una organización, en el cual está compuesta por identidad, visualización, adaptabilidad, accesibilidad que da una organización, favoreciendo así su imagen como institución para la percepción de las personas.

Y como tercera dimensión tenemos el posicionamiento, para Isín et al., (2019), consideran como una ventaja que tiene una organización relacionada al crecimiento y a la evolución, la cual está relacionado a la percepción que tiene las personas de la institución. Sapien et al. (2019), lo define como la estrategia que emplea una organización para el posicionamiento, predominando la comunicación, dado que esto brinda el proceso de intercambio de información entre la organización con el usuario. Si el posicionamiento no se adapta a las estrategias establecidas, no podrá intervenir de manera positiva en el cliente y las estrategias como el marketing al no aplicarse, no se logrará cumplir con lo que espera la empresa (Peinado y Pérez, 2023).

En relación a la segunda variable, D'Andrea et al. (2023), comentó que la conducta de la población, a lo largo del tiempo ha mostrado variaciones en tamaño y composición, desde los más involucrados en la definición del problema, a los que formulan propuestas y dirigen el debate y a los que simplemente vigilan lo que está pasando.

La variable conducta de la población, es la forma de ser de las personas, lo cual se muestran cómo son, partiendo desde la educación que recibieron desde una temprana edad. Señalando que el comportamiento asociado en una ciudad como habitante, debe respetar las reglas establecidas por la sociedad, dado que esto lo puede dignificar o lo puede empobrecer, dependiendo de cuál sea su conducta (Fernández y Fernández, 2017). Asimismo, los autores, establecen que la variable conducta de la población posee tres dimensiones: actitud del público, percepción del público y crítica.

Como primera dimensión tenemos la actitud del público, para Zhang y Wang (2022), mencionan que el público se fundamenta en dos niveles, actores (activos) y espectadores (pasivos). Los actores son personas que tratan de influir en los asuntos públicos, reconocen el problema, proponen soluciones y tratan de convencer a los demás. Hay diferencia entre actores y audiencias o espectadores, cuando surge un tema o debate, se logra el éxito al atraer a una audiencia más amplia y esto tiene mucho que ver con los esfuerzos de los actores por dar a conocer sus diferencias. Muchos analistas señalan que la política se trata principalmente de crear y resolver problemas. Los actores se esfuerzan mucho en retratar el conflicto de la manera que mejor se adapte a sus gustos.

Chu et al. (2022), hace mención, que son ideas u opiniones manifestadas por una situación o problema. Shao y U leong (2022), argumentan que las actitudes públicas se manifiestan sobre las percepciones que se tiene de una persona o situación. Kye et al. (2020), comentan que las actitudes públicas se hacen notar, cuando las personas identifican aspectos positivos o negativos de un tema expuesto.

Como segunda dimensión tenemos la percepción del público, para Eguzkitza et al. (2023), señala que se basa en un proceso mental, en la cual el individuo hace la selección, organización e interpretación de la información vista de un objeto, imagen y otro, de manera lógica o significativa. Para Wright (2022), las percepciones públicas, son los criterios que se tiene de un tema controversial. Grant et al. (2021), menciona que las percepciones públicas, son captaciones que se da por la abstracción de datos de una situación.

Y como tercera dimensión tenemos la crítica, según Ried (2022), se relaciona con: comportamiento colectivo y psicología social, relaciones actitud-opinión, análisis de propaganda, comportamiento político y ciencia de los medios. En lo que consiste opinión pública en lo institucional, es que se relaciona en cómo funciona el sistema democrático, esta opinión o criterio del público es fundamental en la estructura de las instituciones políticas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

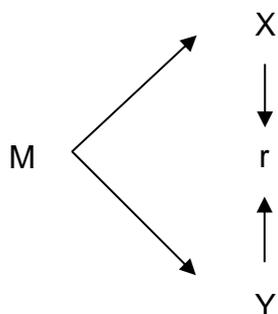
Este estudio realizado fue de tipo básico y de enfoque cuantitativo, conforme a Balestrini (2016), “son los que trasladan mediante un conjunto de objeciones posibles, que están encaminadas a contestar aquellas grandes incógnitas o problemáticas” (p. 2).

3.1.2. Diseño de investigación

La investigación realizada fue de diseño no experimental, descriptivo, de corte transversal y de nivel correlacional. Según lo justificado por Cabezas et al. (2018), este tipo de fenómeno de estudio no toma en cuenta la cuestión de aquellas categorías que se quiere explicar, al contrario, esta metodología, su fundamento es la investigación de estudios determinados de su utilidad en un contexto natural, para luego detallar e interpretarlos, sin la necesidad de estar en una competencia o discrepancia en un ambiente controlado.

Además, fue de corte transversal porque se reconocieron las informaciones durante un período concluyente. Asimismo, fue descriptivo bibliográfico, recaudada por diferentes autores, porque se buscó localizar los hechos, tipologías, proporciones prácticas generales y propiedades fundamentales de la investigación. Por último, correlacional porque se buscó determinar la relación entre las variables de estudio de imagen institucional y conducta de la población.

La representación del diseño de investigación es:



En el cual:

M: muestra objeto a estudio

X: variable imagen institucional

Y: variable conducta de la población

r: coeficiente de correlación entre las variables X e Y

3.2. Variables y operacionalización

Se identificaron las variables imagen institucional y conducta de la población, cuya descripción fue sustraída por fuentes fidedignas de acuerdo a un autor, luego sintetizando el concepto operacional, sus dimensiones e indicadores. Por último, la escala de medición que se pretendió en este estudio y que por consiguiente se ha determinado:

Variable imagen institucional

- **Definición conceptual:** Se define a la imagen institucional como la apreciación que el público tiene de una entidad u corporación. Lo cual se describió como los principales atributos que el público asocia a una organización (Chambio, 2019).
- **Definición operacional:** Las variables se midieron a través del instrumento de una encuesta online, en donde se analizaron las dimensiones para la primera variable de ética organizacional, atributos institucionales y posicionamiento.
- **Indicadores:** Justicia social, calidad, confianza, transparencia, desarrollo de misión y visión, desarrollo de objetivos y fines, comunicación, desarrollo de actividades, lograr objetivos o metas, posicionarse mediante publicidad.
- **Escala de medición:** Para Balestrini (2016), indica que el nivel de medición ordinal determina la explicación de la variable de la investigación. Por lo tanto, en este trabajo de investigación se utilizó la escala de medición ordinal.

Variable conducta de la población

- **Definición conceptual:** La variable conducta de la población, es la forma de ser de las personas, lo cual se mostró cómo son, partiendo desde la educación que recibieron desde una temprana edad. Señalando que el comportamiento asociado en una ciudad como habitante, debe respetar las reglas establecidas por la sociedad, dado que esto lo puede dignificar o lo puede empobrecer, dependiendo de cuál sea su conducta (Fernández y Fernández, 2017).
- **Definición operacional:** En la segunda variable se presentaron las dimensiones actitud del público, percepción del público y la crítica.
- **Indicadores:** Comportamiento, situaciones negativas y positivas, percibir, interpretar, opiniones, crítica.
- **Escala de medición:** Para Balestrini (2016), indica que el nivel de medición ordinal determina la explicación de la variable de la investigación. Por lo tanto, este trabajo de investigación se utilizó la escala de medición ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La investigación estuvo conformada por 134 ciudadanos que radican en la ciudad de Pacasmayo, La Libertad. Según Arias y Covinos (2021), argumentan a la población como un conjunto limitado o ilimitado de elementos con caracteres particulares donde serán amplios los desenlaces del estudio (p. 113).

- **Criterios de inclusión:** Los ciudadanos mayores de 18 años hasta los 65 años, lo cual han sido consideradas aquellas personas que hayan presentado alguna disconformidad con el periodo de gestión del 03 de abril al 31 mayo del 2023. Extraído de la base de datos de reclamos de la institución ([Ver Anexo 10](#)).
- **Criterios de exclusión:** Los ciudadanos que no se encuentren de forma permanente en el distrito de Pacasmayo.

3.3.2. Muestra

Habiendo formulado los cálculos correspondientes, la muestra quedó formada por 100 ciudadanos ([Ver Anexo 9](#)). Según Otzen y Manterola (2017), deducen que la muestra representativa sugiere que incluya el total de las características de una población, ya que esto fue relevante para la investigación.

3.3.3. Muestreo

En la investigación de enfoque cuantitativo se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple, según Hernández et al. (2014), afirman que el tipo de muestreo, admite seleccionar aquellos asuntos posibles que reconozcan ser abarcados, de acuerdo a esto está establecido en la conveniente sociabilidad y contigüidad de los sometidos por el investigador.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica empleada en la investigación fue la encuesta. Medina et al. (2023), argumenta que las encuestas consisten en obtener información de los encuestados a través de un cuestionario prediseñado para conseguir resultados específicos.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, que se utiliza para recabar información, está diseñado para generar condiciones para la medición y es un concepto que no se refiere a la totalidad de los datos que se recogieron, sino que está dirigido a una parte específica de la población y puede ser percibido directa o indirectamente (Santos, 2014).

La escala Likert vienen hacer herramientas psicométricas en donde el sujeto o persona que es tomado como población para ser encuestada debe señalar su concordancia o no estar de acuerdo sobre una suposición, alternativa o ítem, elaborándose mediante un nivel ordenado y una dimensión. Estas clases de escalas son muy utilizadas en las ciencias de investigación teniendo en cuenta la expresión de una mitad de cumplirse y la otra estar en contra con un centro de desconcierto (Matas, 2018).

La validez es la forma en que la herramienta mide lo que queremos, las mediciones y los modelos factoriales suelen ser recomendados como uno de los métodos de verificación de la construcción, por lo que realizamos una investigación a profundidad: la aplicación de estos conceptos se realizó con el apoyo del instrumento y la validación de juicio por expertos. La confiabilidad incluye determinar qué tan estable es la respuesta de un instrumento de medición empleado al conjunto de individuos (Arroyo, 2020). Por lo tanto, la confiabilidad de los instrumentos se midió a través de la prueba de alfa de Cronbach, cuyos resultados son mayores a 0.70, siendo así 0.936 para la primera variable y 0.899 para la segunda variable.

3.5. Procedimientos

Este estudio se desarrolló según los lineamientos, conformado por APA séptima edición, por ello, primeramente, se realizó una encuesta sobre la imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023. Al elaborarse en la plataforma *Google Forms*, el enlace fue enviado de manera virtual a los ciudadanos. Una vez respondida la encuesta, se realizó en Excel y en SPSS la implementación de los datos. Al haber obtenido los resultados de la encuesta, se procedió a realizar la interpretación. Por último, llegamos a la discusión, teniendo en cuenta nuestros objetivos planteados, finalmente las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

En este estudio, se analizó la data obtenida en Microsoft Excel y el software SPSS. Se aplicó la estadística de tipo descriptiva, estableciendo tablas y figuras para una mejor interpretación y exhibición de resultados. También se aplicó la estadística inferencial, tomando como referencia al estadístico Kolmogorov-Smirnov, quien nos permitió determinar la distribución de los datos, y en base a estos hallazgos se escogió la prueba de correlación de Spearman.

3.7. Aspectos éticos

Las citas y referencias de la investigación cumplen y respetan la normativa APA séptima edición. Según el código de la Universidad (Universidad César Vallejo,

2020) N°0126, la información que llegamos a recaudar se hizo con el consentimiento de los ciudadanos residentes en el distrito de Pacasmayo. Por lo tanto, los aspectos éticos de nuestra investigación fueron: Confidencialidad, debido a que, se recomienda conservar un nombre u otro tipo de identificación. Justicia, porque los sujetos deberían de recibir un trato justo y neutro. Respeto a las personas, ya que, se debe respetar las formas de pensar y los principios de los investigados. Consentimiento informado, puesto que, se debe buscar el consentimiento voluntario y libre de los participantes. Respeto a la propiedad intelectual, dado que, se debe respetar los derechos de autor. Según Rengifo (2013), señala que los aspectos éticos son fundamentales de la filosofía, puesto que, se encarga de la moral y deberes del hombre.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Nivel de imagen institucional en los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023

Puntaje	Imagen institucional	Frecuencia	%
10 - 23	Bajo	95	95
24 - 37	Promedio	5	5
38 - 50	Alto	0	0
Total		100	100

En la tabla 1, se observa que el 95% de la población encuestada (100) muestran un nivel bajo con respecto a la percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, mientras que el 5% manifiesta un nivel promedio y ningún ciudadano evidencia un nivel alto. Lo que permite identificar que la mayoría de los encuestados presentan un total desacuerdo con respecto a la imagen de la entidad y sus cualidades como son la ética organizacional, atributos organizacionales y posicionamiento de la institución.

Tabla 2

Nivel de conducta de la población en los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023

Puntaje	Conducta de la población	Frecuencia	%
10 - 23	Bajo	0	0
24 - 37	Promedio	0	0
38 - 50	Alto	100	100
Total		100	100

En la tabla 2, se explica el estudio realizado en los pobladores del distrito de Pacasmayo, evidencia que el 100% de los ciudadanos encuestados, presentan un nivel alto en conducta, mientras que ningún poblador manifiesta un nivel promedio

y bajo. Estos datos muestran que tanto la actitud del público, la percepción del público y crítica, son reflejados como parte de su conducta asociado a la imagen institucional.

Tabla 3

Nivel de relación de la imagen institucional y conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo

			Imagen institucional	Conducta de la población
Rho de Spearman	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	1,000	0,666**
		Sig. (bilateral)	.	< 0,001
	N		100	100
	Conducta de la población	Coefficiente de correlación	0,666**	1,000
Sig. (bilateral)		< 0,001	.	
N		100	100	

Se evidencia los resultados de la correlación que existe entre imagen institucional y conducta de la población, obtenidos de 100 pobladores encuestados del distrito de Pacasmayo, donde se aplicó la prueba no paramétrica como Rho de Spearman, observando un nivel de significancia de $p < 0,001$, siendo menor a 0.05; por lo tanto, si se evidencia una correlación positiva buena entre ambas variables, teniendo un valor de 0,666.

Tabla 4

Relación que existe entre las dimensiones de imagen institucional y la conducta de la población de los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023

			Ética organizacional	Atributos organizacionales	Posicionamiento
Rho de Spearman	Actitud del publico	Coeficiente de correlación	,725**	,725**	,725**
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000
		N	100	100	100
	Percepción del publico	Coeficiente de correlación	,341**	,341**	,341**
		Sig. (bilateral)	0.001	0.001	0.001
		N	100	100	100
	Critica	Coeficiente de correlación	,484**	,484**	,484**
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000
		N	100	100	100
	Conducta de la población	Coeficiente de correlación	,666**	,666**	,666**
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000
		N	100	100	100

Se puede apreciar las relaciones que existen entre las dimensiones de imagen institucional y conducta de la población, en donde, se observa que la dimensión ética organizacional y actitud del público presenta una correlación positiva considerable de 0,725 lo que significa que, la institución al tener una ética negativa va a influir en el comportamiento de los pobladores, presentando una conducta negativa.

Por otra parte, analizando la dimensión posicionamiento y crítica podemos ver una relación positiva media con Rho de Spearman del 0,484. Al ser el posicionamiento la idea que se crea en la mente del usuario, sabiendo que la municipalidad a lo largo del tiempo, ha sido identificada como una institución corrupta, manchando su identidad como imagen. Lo que significa que, presenta un posicionamiento negativo con respecto a su imagen, manifestándose críticas negativas como parte de la conducta de los pobladores.

Para culminar, podemos decir con respecto a la segunda variable conducta de la población tiene una relación positiva considerable a la dimensión de imagen institucional (posicionamiento), dado que el valor obtenido $Rho=0,666$.

Tabla 5

Aceptación de hipótesis

Hipótesis	Coefficiente de correlación	Significancia (Sig.< 0.05)	Conclusión
H1: la imagen institucional tiene relación significativa con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023			Se acepta la hipótesis 1
H2: la imagen institucional no tiene relación significativa con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.		Rho: 0, 666 Sig.: < 0,001	Se rechaza la hipótesis 2

V. DISCUSIÓN

Actualmente, entidades públicas como las municipalidades, han descuidado significativamente su imagen institucional, debido a que gran parte de las autoridades durante su periodo de gobierno, han estado implicados en actos corruptivos e ilícitos. Esto se asocia con la mala impresión que tiene la población hacia la institución influyendo en su conducta. Patlán (2017), afirma que la imagen institucional es representada en como los individuos muestran una percepción total de la organización, la cual se asocia al comportamiento de las personas que se tiene de la misma. Asimismo, Pujol y Foutel (2018), manifiesta que la imagen de una institución se centra en muchos factores, entre los más relevantes son las costumbres, valores y como estos impactan en las personas.

Según los datos obtenidos de las encuestas, damos pase al primer objetivo específico, el cual es identificar el nivel de imagen institucional en los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023, se observó que el 89% de los pobladores encuestados, respondieron al nivel alto, y el 11% a un nivel promedio, esto quiere decir que en su gran parte de los encuestados muestran disconformidad que se tiene de la imagen institucional.

Por otra parte, Alva (2020), en su estudio toma como muestra a 230 padres de familia de la institución Educativa República de Bolivia, Villa El Salvador, determinado que el 58,7% de los encuestados, presenta un nivel alto de disconformidad con la institución lo cual repercute en su imagen institucional. D'Armas et al. (2017), aplicaron una encuesta a 103 universitarios, obteniendo como resultado que el 65% representa un nivel alto pues el estudiante universitario valora la excelente accesibilidad, generando una imagen hacia la institución.

Por último, parte Bravo y Damián (2021), encuestaron a 40 personas, entre personal administrativo de la institución y docentes, obteniendo como resultado un nivel medio de 52,50% en imagen institucional, señalando de esta manera que tiene gran relevancia en cumplir ciertos criterios para no dañar la imagen.

Para el segundo objetivo específico, identificar el nivel de conducta de la población de los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.

Fernández y Fernández (2017), argumenta que la conducta de la población está vinculada a la forma de ser de las personas, lo cual se muestran cómo son, partiendo desde la educación que recibieron desde una temprana edad. Señalando que el comportamiento asociado en una ciudad como habitante, debe respetar las reglas establecidas por la sociedad, dado que esto lo puede dignificar o lo puede empobrecer, dependiendo de cuál sea su conducta. De la misma manera, ratificó que las personas pueden manifestar diferentes conductas asociadas a través de las críticas, opiniones y rechazos hacia algún determinado lugar o cosa.

Gracias a los resultados obtenidos en la medición de esta variable, encuestando a 100 pobladores del distrito de Pacasmayo, el 89% respondió a un nivel alto, y el 11% a un nivel promedio, lo cual quiere decir que la población encuestada en su mayoría evidencia una conducta negativa a raíz de las críticas y la mala percepción hacia la entidad, impactando en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo.

Rojas (2019), en su investigación determinó si existe relación entre una Infografía sobre la inmigración extranjera y el comportamiento social de alumnos de secundaria de tres colegios de Los Olivos, Lima, 2019. Obteniendo como resultado que un 32 % a un nivel aceptable en conducta, dando también a conocer que el coeficiente de Alfa de Cronbach es de 0,712 considerado como una confiabilidad aceptable entre las variables.

Como tercer y último objetivo específico es establecer la relación que existe entre las dimensiones de imagen institucional y la conducta de la población de los pobladores en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023, según la definición de Rangel et al. (2022), la imagen institucional es la percepción que transmite la institución, representando y formando su identidad y valores. Esto va de la mano con el buen desempeño en las labores por parte de los funcionarios y personal. Si una municipalidad tiene la capacidad de poder administrar y manejar los recursos, va a poder responder a las necesidades que existan en su comunidad. De la misma manera mejoraría su reputación haciéndola más reconocida ante el público.

Según los resultados obtenidos en la tabla 4, se busca establecer la relación entre la primera dimensión ética organizacional con la variable conducta de la

población, el estudio de Bonaccorsi et al. (2022), indica que es importante que exista una buena imagen en las entidades públicas, actuando con ética, aplicando en base sus valores como institución, la calidad de servicio que ofrece una institución o empresa reflejaría un atributo clave en la percepción del usuario ya que puede influir tanto en la conducta del ciudadano y la reputación de la organización.

Para la segunda dimensión atributos organizacionales relacionándose con la variable conducta de la población, Morales (2019), describe a los atributos como la parte esencial o la identidad junto con la accesibilidad que da la institución hacia la población, si la municipalidad actuara con valores éticos estaría granjeándose una buena reputación en su imagen como institución, generando una buena apreciación ante la población y cambios en la actitud de las personas.

Y como tercera dimensión tenemos el posicionamiento que al buscar relación entre la variable conducta de la población da por evidencia que, si existe, pues según Peinado y Pérez (2023) indican que, si el posicionamiento no se adapta a las estrategias establecidas, no podrá intervenir de manera positiva en el usuario, y no se logrará cumplir con lo que espera la institución. A la vez, surgen las opiniones negativas y el desprecio hacia a las autoridades y al personal por parte de los ciudadanos.

En estos tres resultados, el coeficiente Rho de Spearman es ($r= 0,666; 0,000$) lo cual indican una vinculación alta positiva y significativa, determinando que si existe relación entre las dimensiones de imagen institucional con la variable conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo.

Actualmente las municipalidades como la Municipalidad Distrital de Pacasmayo han sido duramente juzgadas por fallas en su gestión de años anteriores, ya que como menciona Zavaleta (2021), la causa de las deficiencias en los procesos es debido a falta de planificación, ya que no se aplican buenas estrategias y se malgastan los recursos, lo que repercute en la calidad de sus servicios. Es por ello, señalar que la población no va a tener una buena percepción hacia la institución pues no estará conforme con estos actos de corrupción, ineficiencia y falta de transparencia, repercutiendo en su comportamiento referenciado a través de la crítica.

Otros autores como Del Solar y Jacinto (2023), ha determinado que, si existe relación en la imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la liga distrital de Chimbote, 2023, concluyendo que existe relación entre ambas variables pues el valor de significancia es de 0,000, aceptándose la hipótesis alternativa y el coeficiente Rho de Spearman (0.624).

El estudio realizado por Pérez (2020) en su estudio tuvo resultado que no existe relación entre las dimensiones de cultura organizacional y comportamiento grupal ($P = 0.267 > 0.05$), lo cual contradice los resultados de la investigación. Pero Ramírez (2018), ratifica nuestro estudio ya que en su investigación pudo concluir que si existe relación entre ambas variables percepción de marca y comportamiento del consumidor anunciante en radio La Karibeña Trujillo – 2018. Por lo tanto, estas investigaciones avalan que el comportamiento y la conducta de una persona va a depender de como la sociedad ejerce influencia en el grupo o el entorno en el que la rodea.

Por último, el objetivo general de esta investigación es poder determinar de qué manera la imagen institucional tiene relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023, estudios como el de Mohammad et al. (2018), menciona que el cliente es el que percibe las actitudes positivas o negativas a través de las experiencias vividas al utilizar el servicio. Es por ello que, si existe relación de ambas variables pues, si la municipalidad tendría la capacidad de poder administrar y manejar los recursos, de la mano con el personal que cumplan con sus responsabilidades laborales van a poder responder a las necesidades que existan y que garantizando el bienestar de la comunidad local. De la misma manera mejoraría su reputación ante la población reconociéndola como una institución ética.

VI. CONCLUSIONES

1. En esta tesis, se muestra que ambas variables se relacionan. Sustentando que, si se tiene una gestión eficaz relacionada al cuidado de la imagen, de la mano con la ética, sus atributos institucionales y el posicionamiento que se tenga en la mente de los ciudadanos, va tener impresiones positivas por parte de la población, influyendo significativamente en una conducta positiva.

2. En este estudio, se evidencia que los pobladores encuestados y habitantes del distrito de Pacasmayo, calificaron con un nivel bajo la percepción que se tiene de la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo. Afirmando que se encuentran en un total desacuerdo, dado que el 95% manifiesta que no se práctica la ética, que los atributos no han sido desarrollados y la percepción que se tiene ha generado un posicionamiento negativo en la mente de ellos.

3. En el nivel de conducta de la población de los ciudadanos en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, se determina que el 100% del total de los encuestados, muestra una impresión adversa hacia la institución, demostrando un nivel alto en conducta, lo que evidencia una influencia negativa hacia la entidad. Los interrogados mostraron una crítica, una actitud y una percepción totalmente desfavorable como parte de su comportamiento.

4. Se identificó que en las dimensiones de ambas variables si se relacionan, ya que los resultados demostraron que si hay correlación positiva considerable de 0,666 evidenciando que la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo repercute en la conducta de los pobladores, pues como institución posicionada en la mente de los ciudadanos, al percibir actos corruptivos, van a influir en su actitud, en su comportamiento, generando crítica debido a la desconfianza hacia las autoridades.

VII. RECOMENDACIONES

1. Al Alcalde de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, se le sugiere cumplir a plenitud su plan de gobierno el cual ha sido manifestado a la población a inicios de su gestión, así mismo, incentivar a todos los colaboradores mediante reconocimientos e impartiendo el trabajo colaborativo para lograr lo pactado, trabajando con claridad y transparencia, logrando así alcanzar una reputación positiva para la institución.

2. La imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo debe ser coherente en todos los puntos de contacto con el público, empezando desde el trato que se brinda a la población al pagar por los servicios públicos. Es por eso que se recomienda al Gerente Municipal y a los funcionarios de la municipalidad, brindar capacitaciones a su personal para cumplir a cabalidad los objetivos, las metas y las actividades trazadas manteniendo una buena comunicación y acercamiento directo con los pobladores, generando así un buen posicionamiento en el usuario y teniendo una buena percepción de la población.

3. Al Subgerente de Secretaria General e Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, se le recomienda realizar un plan de comunicación corporativa, en el cual consista en sintetizar los procesos administrativos con el fin de responder a las solicitudes emitidas por parte de los pobladores, transmitiendo las sesiones de concejo y reuniones de cabildo abierto para que la población pueda mantenerse al tanto de las gestiones que se realizan y del presupuesto se utiliza para las diferentes actividades fuera de contenidos que publican en las redes sociales y medios de comunicación.

4. Al Jefe de Oficina de Recursos Humanos de la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, se le recomienda realizar encuestas de satisfacción pues son herramientas útiles para medir la percepción que tiene el público sobre la municipalidad relacionado a su imagen institucional. Los resultados que se obtengan pueden ayudar a identificar ciertas barreras que existan y mejoras. Esto a su vez suma puntos y ayuda a tomar mejores decisiones.

REFERENCIAS

- Alva, D. (2020). *Infraestructura arquitectónica educativa e imagen institucional en la Institución Educativa República de Bolivia, Villa el Salvador - 2019* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/40235>
- Alvarado, M., Llaque, M., Chian, A., Rodríguez, D., Urquiaga, S. y Marino, S. (2021). Calidad del registro de las historias clínicas del servicio de hospitalización del Centro de Salud Materno Infantil El Bosque. Trujillo, Perú. 2019. *Revista Ucv-Scientia Biomédica*, 4(1), 15-22. <https://doi.org/10.18050/ucvscientiabiomedica.v4i1.02>
- Amato, C. (2019). Revisión Bibliográfica Sobre Sustentabilidad Y Ética Organizacional: Actores Relevantes. *Ciencias administrativas*, (13), 55-67. <https://doi.org/10.24215/23143738e036>
- Arias, J. y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (Vol. 1). Enfoques Consulting EIRL. https://www.bibliotecavirtualtodoeduca.com/wpcontent/uploads/2021/12/Arias-Covinos-Diseno_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Arroyo, A. (2020). *Metodología de la investigación en las ciencias empresariales* (1ª ed.). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. <http://hdl.handle.net/20.500.12918/5402>
- Balestrini, M. (2016). *Como se elabora el proyecto de investigación* (7ª ed.). Consultores Asociados BL. <https://bibliotecavirtualupel.blogspot.com/2016/09/como-se-elabora-el-proyecto-de.html>
- Bedregal, A. (2020). *Las relaciones públicas para fortalecer la imagen institucional de la Dirección Regional de Salud Piura - 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55795>

- Bonaccorsi, A., Belingheri, P., Blasi, B. & Romagnosi, S. (2022). Self-made university rankings: Categorization tactics and communication activism in Italian universities. *Evaluación de la investigación*, 31(1), 1–14. <https://doi.org/10.1093/reseval/rvab010>
- Bravo, R. y Damián, E. (2021). Clima laboral y percepción de la imagen institucional. *Revista Científica Digital de Psicología, PsiqueMag*, 10(2), 1–9. <https://doi.org/10.18050/psiquemag.v10i1.2747>
- Cabezas, E., Andrade, D. y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1ª ed.). Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/handle/21000/15424>
- Colorado, S. & Gairín, J. (2022). Dirección escolar y desarrollo Ético Organizacional en escuelas de Catalunya. *Educatio Siglo XXI*, 40(3), 107-132. <https://doi.org/10.6018/educatio.490601>
- Chambio, C. (2019). *Liderazgo e imagen institucional en la UGEL 09 Huaura Huacho 2018* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/26380>
- Chu, S.Y., Unicomb, R., Lee, J., Cho, K.S., St. Louis, K., Harrison, E. & McConnell, G (2022). Public attitudes toward stuttering in Malaysia. *Journal of Fluency Disorders*, 74 (1), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jfludis.2022.105942>
- D'Andrea, A., Grifoni, P. & Ferri, F. (2023). Online Health Information Seeking: An Italian Case Study for Analyzing Citizens' Behavior and Perception. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2), 1-25. <https://doi.org/10.3390/ijerph20021076>
- D'Armas, M., Robles, R., Cedillo, M., Vinueza, J., Correa, M., Mejías, A. & Acosta, G. (2017). University institutional image: A case study in the context of Ecuador. *Espacios*, 39(5), 1–14. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n05/a18v39n05p14.pdf>

- Del Solar, N. y Jacinto, E. (2023). *Imagen personal de los jugadores de la selección peruana de fútbol y el comportamiento de los futbolistas de la Liga Distrital de Chimbote, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/128470>
- Díaz, J., Núñez, L. y Cáceres K. (2018). Influencia de las competencias gerenciales y la gestión basada en resultados en la imagen institucional. *Fides et Ratio - Revista de Difusión Cultural y Científica de la Universidad ULa Salle en Bolivia*, 16(16), 169-197. http://revistasbolivianas.umsa.bo/pdf/rfer/v16n16/v16n16_a10.pdf
- Eguzkiza, G., Casado del Río, M. y Guimerá, J. (2023). Percepción del público joven sobre las plataformas online de la televisión pública española: RTVE Play y Playz. *Revista latina de comunicación social*, (81), 40-62. <https://doi.org/10.4185/rlds-2023-1970>
- Fernández, M. y Fernández, A. (2017). Problemas de comportamiento, problemas emocionales y de atención en niños y adolescentes que viven en acogimiento residencial. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 11(1), 57-70. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=297251403005>
- Grant, M.S., Back, A.L. & Dettmar, N.S. (2021). Public Perceptions of Advance Care Planning, Palliative Care, and Hospice: A Scoping Review. *Journal of Palliative Medicine*, 24(1), 46-52. <https://doi.org/10.1089/jpm.2020.0111>
- He, X. & Zhang, J. (2018). Emerging market MNCs' cross-border acquisition completion: Institutional image and strategies. *Journal of Business Research*, 93(1), 139-150. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.014>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill Interamericana. https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/permalink/51UCV_INST/p5e2np/cdi_as_kewsholts_vlebooks_9781456238100

- Isín, M., Rodríguez, A., Astudillo, A. y Arévalo, R. (2019). La marca Universidad Nacional Chimborazo y su posicionamiento en redes sociales. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(8), 101–115. <https://www.redalyc.org/journal/5717/571760747008/>
- Kye, S.Y., Lee, H. J. & Kim, Y. A. (2020). Public Attitudes towards Cancer Survivors among Korean Adults. *Cancer Research and Treatment*, 52(3), 722-729. <https://doi.org/10.4143/crt.2019.265>
- Lee, S., Hameduddin, T. & Lee, G. R. (2023). Organizational Image and Employee Engagement: Exploring the Inter-Relationships Between Construed External Image and Perceived Organizational Identity. *American Review of Public Administration*, 53(2), 82-96. <https://doi.org/10.1177/02750740221147573>
- Márquez, J., Molina, Ó. y Mejía, L. (2017). La gestión de comunicación del Municipio De Montecristi y su influencia en la imagen institucional. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales, ReHuSo*, 2(1), 34-50. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v2i1.496>
- Matas, A. (2018). Likert-Type Scale Format Design: State of Art. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C. & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* (1ª ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Mehta, A. M. & Tariq, M. (2020). False Beliefs or False Positives? Influence of Green Innovation on Organizational Performance in Pakistan. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 23(3), 158-163. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/false-beliefs-positives-influence-green/docview/2516963556/se-2>
- Mohammad, H., Sahar, H. & Rafia, F. (2018). Antecedents and Consequences of Corporate Image: Conventional and Islamic Banks and Pakistán. *Revista de*

Administração de Empresas, 58 (4), 418-432. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020180407>

Morales, A. (2019). Atributos de calidad web para repositorios de datos de investigación en universidades. *Revista académica sobre documentación digital y comunicación interactiva*, 1(19), 49–62. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/172740>

Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Sampling techniques on a population under study. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Pastor, A., Alguacil, M. & Dos-Santos, M. (2016). Influence of quality, satisfaction, perceived value and corporate image on brand trust in the fitness service. *Journal of Sports Psychology*, 25(1), 77-80. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/nfluencia-de-la-calidad-satisfacción-valor/docview/2258211069/se-2>

Patlán, J. & Martínez, E. (2017). Evaluation of the organizational image of a university in a higher education institution. *Contaduría y Administración*, 62 (1), 105-122. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.002>

Pauker, L., Apolo, D., Báez, V., Pascual, G. & Hidalgo, P. (2018). Corporate image analysis for academic events: a case study from stakeholder. *Espacios*, 39(52), 1-24. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n52/a18v39n52p24.pdf>

Peinado F. & Pérez C. (2023). EFE News Agency's Positioning in Social Networks. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), 209-220. <https://doi.org/10.5209/esmp.83776>

Pérez, J. (2020) *Comportamiento organizacional en la pandemia covid-19, de la botica 24 HORAS EIRL., Huánuco, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/55678>

- Pujol, L. & Foutel, M. (2018). Culture, identity and organizational image: Development of a methodology for its study at the university. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 9(26), 64–86. <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2018.26.297>
- Ramírez, M. (2018). *Percepción de marca y comportamiento del consumidor anunciante en radio La Karibeña Trujillo – 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/24060>
- Rangel, L., Hinojosa, J. & Sierra, J. (2022). Influence of the Corporate Social Responsibility Image and Millennial Purchase Intention. *Investigación administrativa*, 51(129), 1-15. <https://doi.org/10.35426/iav51n129.06>
- Rengifo, M. (2013). *Filosofía moral: Una investigación sobre los conceptos éticos fundamentales* (1ª ed.). Universidad de los Andes. https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/permalink/51UCV_INST/p5e2np/cdi_jstor_books_j_ctt18crz9w
- Rhodes, C. (2023). The Ethics of Organizational Ethics. *Organization Studies*, 44(3), 497-514. <https://doi.org/10.1177/01708406221082055>
- Rojas, K. (2019). *Infografía sobre la inmigración extranjera y el comportamiento social de alumnos de secundaria de 3 I.E. de Los Olivos, Lima, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62841>
- Santos, G. (2014). *Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla* [Tesis de pregrado, Benemérita universidad autónoma de Puebla]. Repositorio Institucional BUAP. <https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>
- Sapien, A., Valles, A., Piñón, L. & Gutiérrez, M. (2019). Strategic communication model for the positioning of Technological Universities, *Revista de estudios*

- y experiencias en educación, 18(38), 113-126. <https://dx.doi.org/10.21703/rexe.20191838sapien7>
- Shao, L. & U leong, M. (2022). Public attitudes towards experts in China. *Journal of Asian Public Policy*, 17(1), 1-24. <https://doi.org/10.1080/17516234.2022.2123699>
- Van Riel, C. B. M. (2012). *Alinear para Ganar: Cómo Construir una Reputación Excelente Alineando a Los Grupos de Interés con la Estrategia de la Compañía* (1ª ed.). Lid Editorial Empresarial S.L. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=6883204>
- Vargas, Y. (2019). *Relación de la comunicación externa como herramienta de relaciones públicas con la imagen corporativa de la empresa Liderman, Lima, año 2018* [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. *Repositorio Académico USMP*. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5558>
- Wright, K. (2022). Public perception of religion and worldviews education. *Journal for the study of spirituality*, 12(1), 68-77. <https://doi.org/10.1080/20440243.2022.2048350>
- Zhang, L. & Wang, P. (2022). Public Attitude and Opinion Leaders: Mapping Chinese Discussion of EU's Energy Role on Social Media. *Journal of common market studies*, 60(6), 1777-1796. <https://doi.org/10.1111/jcms.13350>
- Zavaleta, E. (2021). Análisis de la gestión institucional en las unidades académicas de la Policía Nacional - Perú. *Comuni@cción*, 12(1), 53-64. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.1.489>

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Imagen institucional	<p>“Está relacionada con la apreciación que el público tiene de una entidad u corporación. Lo cual se describe como los principales atributos que el público asocia a una organización”. (Chambio, 2019)</p>	<p>La variable será operacionalizada a partir del reconocimiento de sus dimensiones, diseño de instrumentos, recojo de datos y análisis de los mismos, para ello esta variable será evaluada a través del cuestionario.</p>	Ética organizacional	<p>Justicia social. Calidad. Confianza. Transparencia.</p>	Ordinal – Tipo Likert
			Atributos institucionales	<p>Desarrollo de misión y visión. Desarrollo de objetivos y fines. Comunicación. Desarrollo de actividades.</p>	
			Posicionamiento	<p>Lograr objetivos o metas. Posicionarse mediante publicidad.</p>	
Conducta de la población	<p>Es el modo de ser de las personas, muestra cómo son, y todo ello parte desde la educación que han recibido desde temprana edad. Cuando se es habitante de una ciudad, el comportamiento debe estar acorde con las reglas dadas por la sociedad (Fernández y Fernández, 2017).</p>	<p>La variable será operacionalizada a partir del reconocimiento de sus dimensiones, diseño de instrumentos, recojo de datos y análisis de los mismos, para ello esta variable será evaluada a través del cuestionario.</p>	Actitud del público	<p>Comportamiento. Situaciones negativas y positivas.</p>	Ordinal – Tipo Likert
			Percepción del público	<p>Percibir. Interpretar.</p>	
			Crítica	<p>Opiniones. Crítica.</p>	

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de Percepción sobre Imagen institucional.

Instrucciones: Querido ciudadano del distrito de Pacasmayo, sírvase desarrollar el presente cuestionario marcando con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem, se pide su apoyo con la mayor objetividad posible para responderlo, gracias de antemano por su participación.

Leyenda de escala	
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

N°	ÍTEM	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: ÉTICA ORGANIZACIONAL						
1	La municipalidad cumple con impartir justicia social para todos.					
2	La municipalidad desarrolla el principio de calidad en sus funciones					
3	La percepción captada de la municipalidad genera confianza en usted.					
4	La municipalidad refleja transparencia en sus gestiones					
DIMENSIÓN 2: ATRIBUTOS ORGANIZACIONALES						
5	La misión y visión establecida por la municipalidad, se viene desarrollando de manera adecuada.					
6	Los objetivos y fines propuestos por la nueva gestión municipal, satisface las necesidades de la población.					
7	El desarrollo de las actividades de la municipalidad, genera impacto positivo en la ciudadanía.					
8	La nueva gestión municipal, establece una buena comunicación con el ciudadano.					

DIMENSIÓN 3: POSICIONAMIENTO

9	La actual gestión municipal, está cumpliendo con los objetivos y metas manifestado en su plan de gobierno.					
10	Las labores que realiza la municipalidad están acordes con la publicidad que transmite a los ciudadanos.					

Cuestionario de Percepción sobre Conducta de la Población.

Instrucciones: Querido ciudadano del distrito de Pacasmayo, sírvase desarrollar el presente cuestionario marcando con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem, se pide su apoyo con la mayor objetividad posible para responderlo, gracias de antemano por su participación.

Leyenda de escala	
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

N°	ÍTEM	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: ACTITUD DEL PÚBLICO						
1	El trato del personal de la municipalidad que se da al ciudadano, influye en su comportamiento de manera positiva.					
2	Las situaciones negativas y positivas que acontecen en la municipalidad, tienen influencia en la conducta de la población.					
DIMENSIÓN 2: PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO						
3	La percepción del ciudadano hacia los funcionarios de la municipalidad, es positiva.					
4	La interpretación dada de los ciudadanos hacia la municipalidad en relación a la gestión, influye en su conducta.					
DIMENSIÓN 3: CRITICA						
5	Las criticas manifestadas por los ciudadanos se da por la ineficiente gestión en la municipalidad.					
6	Las criticas expuestas por la población, se dan con la intensidad de manifestar su indignación.					
7	Las críticas de los ciudadanos hacia la municipalidad en su mayoría son negativas.					

8	Las criticas dadas por la población, se manifiesta de manera constructiva.					
9	Las opiniones otorgadas por la población, se manifiesta mediante su juicio razonable hacia la municipalidad.					
10	Las opiniones de los ciudadanos, se relaciona con la apreciación que se tiene de la municipalidad.					

Anexo 3. Modelo de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023

Investigadores:

- Quispe Cabanillas, Leny
- Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023", cuyo objetivo es determinar la relación de la imagen institucional y la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Chepén, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Municipalidad Distrital de Pacasmayo.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información novedosa sobre la relación de la imagen institucional y la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023".
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en modalidad virtual. Las respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos

permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador es Quispe Cabanillas, Leny, email **qquispeca2@ucvvirtual.edu.pe** y Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela, email **asanguinesf@ucvvirtual.edu.pe** y Docente asesora Chuquitucto Cotrina Lisseth Katherine, email **lchuquituctoco@ucvvirtual.edu.pe**

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

Anexo 4. Matriz de evaluación por juicio de expertos

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mgtr. MICHELANGELO, ARCILA OLIVERA
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Quispe Cabanillas, Leny Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela
Procedencia:	Del autor
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Los ciudadanos del distrito de Pacasmayo, mayores de 18 años hasta los 65 años, solamente serán considerados aquellas personas que hayan presentado alguna disconformidad con el periodo de gestión del 03 de abril al 24 de mayo del 2023.
Significación:	Está compuesta por dos variables: _ La primera variable contiene 03 dimensiones, de 10 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. _ La segunda variable contiene 03 dimensiones, de 6 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Imagen institucional

Chambio (2019), señalan que está relacionada con la apreciación que el público tiene de una entidad u corporación. Lo cual se describe como los principales atributos que el público asocia a una organización.

- Variable 2:** Conducta de la población
 Fernández y Fernández (2017), precisa que es el modo de ser de las personas, muestra cómo son, y todo ello parte desde la educación que han recibido desde temprana edad. Cuando se es habitante de una ciudad, el comportamiento debe estar acorde con las reglas dadas por la sociedad, pues esto lo dignifica o lo empobrece, dependiendo de cuál sea su conducta.

Variable	Dimensiones	Definición
Imagen institucional	Ética organizacional	Abarca a entidades públicas como privadas. La ética organizacional obedece varios de los principios por los que se rige la intervención social, refiriéndose principalmente a la justicia social, la solidaridad, la calidad y la confianza que reciben de la sociedad, además de los principios de transparencia y rendición de cuentas (Cubillos, 2018).
	Atributos institucionales	Ghibanu (2019), comenta que los atributos de una imagen organizacional, es implantar y aplicar de manera efectiva la misión, visión, objetivos, fines, estrategias claves de comunicación para cada tipo de público, actividades de mejora, presupuesto financieros, programas efectivos y estrategias relacionadas con la imagen. Haciendo mención que una estrategia organizacional, debe apuntar a la solidificación de la identidad de la empresa en la percepción de los públicos.
	Posicionamiento	Sánchez et al. (2022), mencionan que la mayoría de empresas tienen un plan estratégico para alcanzar sus objetivos o metas. Los plazos varían dependiendo la como está estructurada cada organización. Al aplicar marketing, se enfocan en publicidad para posicionarse en el mercado y de esta manera incrementar las ventas y obteniendo más ingresos.
Conducta de la población	Actitud del público	Comportamiento del individuo que tiene hacia una organización dependiendo a las situaciones negativas o positivas que presentan esta (Coloma, 2022).
	Percepción del público	Es la manera en que los individuos captan e interpretan lo que está sucediendo en una organización (Saleta, 2019).
	Crítica	Opiniones dadas por cierta población, ya sea de manera constructiva o destructiva hacia una entidad o empresa. (Ried, 2022).



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023" elaborado por Quispe Cabanillas, Leny y Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Imagen institucional

- Primera dimensión: Ética organizacional

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Justicia social	1	4	4	4	
Calidad	2	4	4	4	
Confianza	3	4	4	4	
Transparencia	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: Atributos institucionales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Desarrollo de misión y visión	5	4	4	4	
Desarrollo de objetivos y fines	6	4	4	4	
Comunicación	7	4	4	4	
Desarrollo de actividades	8	4	4	4	

- Tercera dimensión: Posicionamiento

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Lograr objetivos o metas	9	4	4	4	
Posicionarse mediante publicidad.	10	4	4	4	



Variable del instrumento: Conducta de la población

- Primera dimensión: Actitud del público

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comportamiento	11	4	4	4	
Situaciones negativas y positivas	12	4	4	4	

- Segunda dimensión: Percepción del público

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Percibir	13	4	4	4	
Interpretar	14	4	4	4	

- Tercera dimensión: Crítica

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Opiniones	15	4	4	4	
	16	4	4	4	
Crítica	17	4	4	4	
	18	4	4	4	
	19	4	4	4	
	20	4	4	4	


Mgtr. MICHELÁNGELO, ARCILA OLIVERA
DNI N° 74280263

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mgtr. ESQUIVEL VELASQUEZ, LEONCIO ARCADIO
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Quispe Cabanillas, Leny Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela
Procedencia:	Del autor
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Los ciudadanos del distrito de Pacasmayo, mayores de 18 años hasta los 65 años, solamente serán considerados aquellas personas que hayan presentado alguna disconformidad con el periodo de gestión del 03 de abril al 24 de mayo del 2023.
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 03 dimensiones, de 10 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 03 dimensiones, de 6 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Imagen institucional

Chambio (2019), señalan que está relacionada con la apreciación que el público tiene de una entidad u corporación. Lo cual se describe como los principales atributos que el público asocia a una organización.

- **Variable 2:** Conducta de la población
Fernández y Fernández (2017), precisa que es el modo de ser de las personas, muestra cómo son, y todo ello parte desde la educación que han recibido desde temprana edad. Cuando se es habitante de una ciudad, el comportamiento debe estar acorde con las reglas dadas por la sociedad, pues esto lo dignifica o lo empobrece, dependiendo de cuál sea su conducta.

Variable	Dimensiones	Definición
Imagen institucional	Ética organizacional	Abarca a entidades públicas como privadas. La ética organizacional obedece varios de los principios por los que se rige la intervención social, refiriéndose principalmente a la justicia social, la solidaridad, la calidad y la confianza que reciben de la sociedad, además de los principios de transparencia y rendición de cuentas (Cubillos, 2018).
	Atributos institucionales	Ghibanu (2019), comenta que los atributos de una imagen organizacional, es implantar y aplicar de manera efectiva la misión, visión, objetivos, fines, estrategias claves de comunicación para cada tipo de público, actividades de mejora, presupuesto financieros, programas efectivos y estrategias relacionadas con la imagen. Haciendo mención que una estrategia organizacional, debe apuntar a la solidificación de la identidad de la empresa en la percepción de los públicos.
	Posicionamiento	Sánchez et al. (2022), mencionan que la mayoría de empresas tienen un plan estratégico para alcanzar sus objetivos o metas. Los plazos varían dependiendo la como está estructurada cada organización. Al aplicar marketing, se enfocan en publicidad para posicionarse en el mercado y de esta manera incrementar las ventas y obteniendo más ingresos.
Conducta de la población	Actitud del público	Comportamiento del individuo que tiene hacia una organización dependiendo a las situaciones negativas o positivas que presentan esta (Coloma, 2022).
	Percepción del público	Es la manera en que los individuos captan e interpretan lo que está sucediendo en una organización (Saleta, 2019).
	Crítica	Opiniones dadas por cierta población, ya sea de manera constructiva o destructiva hacia una entidad o empresa. (Ried, 2022).



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023" elaborado por Quispe Cabanillas, Leny y Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

Variable del instrumento: Imagen institucional

- Primera dimensión: Ética organizacional

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Justicia social	1	4	4	4	
Calidad	2	4	4	4	
Confianza	3	4	4	4	
Transparencia	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: Atributos institucionales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Desarrollo de misión y visión	5	4	4	4	
Desarrollo de objetivos y fines	6	4	4	4	
Comunicación	7	4	4	4	
Desarrollo de actividades	8	4	4	4	

- Tercera dimensión: Posicionamiento

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Lograr objetivos o metas	9	4	4	4	
Posicionarse mediante publicidad.	10	4	4	4	



Variable del instrumento: Conducta de la población

- Primera dimensión: Actitud del público

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comportamiento	11	4	4	4	
Situaciones negativas y positivas	12	4	4	4	

- Segunda dimensión: Percepción del público

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Percibir	13	4	4	4	
Interpretar	14	4	4	4	

- Tercera dimensión: Crítica

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Opiniones	15	4	4	4	
	16	4	4	4	
Crítica	17	4	4	4	
	18	4	4	4	
	19	4	4	4	
	20	4	4	4	



Mgtr. LEONCIO ARCADIO. ESQUIVEL VELASQUEZ
DNI N° 17842793

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mgtr. PABLO VALENTINO, AGUILAR CHÁVEZ
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Quispe Cabanillas, Leny Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela
Procedencia:	Del autor
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Los ciudadanos del distrito de Pacasmayo, mayores de 18 años hasta los 65 años, solamente serán considerados aquellas personas que hayan presentado alguna disconformidad con el periodo de gestión del 03 de abril al 24 de mayo del 2023.
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 03 dimensiones, de 10 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 03 dimensiones, de 6 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Imagen institucional

Chambio (2019), señalan que está relacionada con la apreciación que el público tiene de una entidad u corporación. Lo cual se describe como los principales atributos que el público asocia a una organización.

- **Variable 2:** Conducta de la población
Fernández y Fernández (2017), precisa que es el modo de ser de las personas, muestra cómo son, y todo ello parte desde la educación que han recibido desde temprana edad. Cuando se es habitante de una ciudad, el comportamiento debe estar acorde con las reglas dadas por la sociedad, pues esto lo dignifica o lo empobrece, dependiendo de cuál sea su conducta.

Variable	Dimensiones	Definición
Imagen institucional	Ética organizacional	Abarca a entidades públicas como privadas. La ética organizacional obedece varios de los principios por los que se rige la intervención social, refiriéndose principalmente a la justicia social, la solidaridad, la calidad y la confianza que reciben de la sociedad, además de los principios de transparencia y rendición de cuentas (Cubillos, 2018).
	Atributos institucionales	Ghibanu (2019), comenta que los atributos de una imagen organizacional, es implantar y aplicar de manera efectiva la misión, visión, objetivos, fines, estrategias claves de comunicación para cada tipo de público, actividades de mejora, presupuesto financieros, programas efectivos y estrategias relacionadas con la imagen. Haciendo mención que una estrategia organizacional, debe apuntar a la solidificación de la identidad de la empresa en la percepción de los públicos.
	Posicionamiento	Sánchez et al. (2022), mencionan que la mayoría de empresas tienen un plan estratégico para alcanzar sus objetivos o metas. Los plazos varían dependiendo la como está estructurada cada organización. Al aplicar marketing, se enfocan en publicidad para posicionarse en el mercado y de esta manera incrementar las ventas y obteniendo más ingresos.
Conducta de la población	Actitud del público	Comportamiento del individuo que tiene hacia una organización dependiendo a las situaciones negativas o positivas que presentan esta (Coloma, 2022).
	Percepción del público	Es la manera en que los individuos captan e interpretan lo que está sucediendo en una organización (Saleta, 2019).
	Crítica	Opiniones dadas por cierta población, ya sea de manera constructiva o destructiva hacia una entidad o empresa. (Ried, 2022).



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023" elaborado por Quispe Cabanillas, Leny y Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

9. No cumple con el criterio
10. Bajo Nivel
11. Moderado nivel
12. Alto nivel

Variable del instrumento: Imagen institucional

- Primera dimensión: Ética organizacional

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Justicia social	1	4	4	4	
Calidad	2	4	4	4	
Confianza	3	4	4	4	
Transparencia	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: Atributos institucionales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Desarrollo de misión y visión	5	4	4	4	
Desarrollo de objetivos y fines	6	4	4	4	
Comunicación	7	4	4	4	
Desarrollo de actividades	8	4	4	4	

- Tercera dimensión: Posicionamiento

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Lograr objetivos o metas	9	4	4	4	
Posicionarse mediante publicidad.	10	4	4	4	



Variable del instrumento: Conducta de la población

- Primera dimensión: Actitud del público

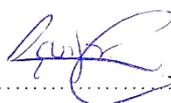
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comportamiento	11	4	4	4	
Situaciones negativas y positivas	12	4	4	4	

- Segunda dimensión: Percepción del público

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Percibir	13	4	4	4	
Interpretar	14	4	4	4	

- Tercera dimensión: Crítica

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Opiniones	15	4	4	4	
	16	4	4	4	
Crítica	17	4	4	4	
	18	4	4	4	
	19	4	4	4	
	20	4	4	4	



Mgtr. PABLO VALENTINO, AGUILAR CHÁVEZ

DNI N° 44852440

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 6. Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

Confiabilidad de los instrumentos

a. Confiabilidad del cuestionario de percepción de imagen institucional

En este estudio se aplicó una prueba piloto, la información obtenida fue procesada mediante el programa informático SPSS. Respecto a la variable imagen institucional, se aplicó la prueba piloto a 20 personas que respondieron 10 ítems, los mismos que permitieron analizar el grado de confianza del referido instrumento, el alfa de Cronbach obtenido fue el siguiente:

Alfa de Cronbach	N de elementos
.936	10

b. Confiabilidad del cuestionario de percepción de conducta de la población

En cuanto a la variable conducta de la población, se aplicó la prueba piloto a 20 personas que respondieron 10 ítems, los mismos que permitieron analizar el grado de confianza del referido instrumento, el alfa de Cronbach obtenido fue el siguiente:

Alfa de Cronbach	N de elementos
.899	10

Anexo 7. Autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las investigaciones



AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20175113194
Municipalidad Distrital de Pacasmayo	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Ing. Ricardo Orlando, Guanilo Ayala	DNI: 19259546

Consentimiento:

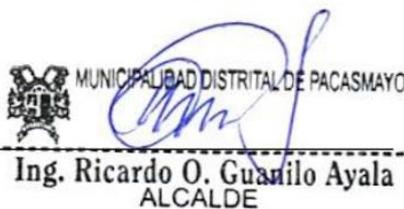
De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV)(*), autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autores: Quispe Cabanillas, Leny Sanguines Fonseca, Alessandra Daniela	DNI: 72541840 71222909

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Pacasmayo, 25 de Julio de 2023

Firma y sello:



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACASMAYO
Ing. Ricardo O. Guanilo Ayala
ALCALDE

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal “c” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 8. Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°155-2023-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023.

Autor(es): Leny Quispe Cabanillas

Especialidad del autor principal del proyecto: Marketing

Programa: Administración

Otro(s) autor(es) del proyecto: Alessandra Daniela Sanguines Fonseca

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Pacasmayo, Perú

Código de revisión del proyecto: 2023-1_ PREGRADO_PI_CHE_C3_10

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor: lchuquituctoco@ucvvirtual.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.	X		
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.	X		
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.	X		
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.	X		
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.	X		
II. Criterios éticos				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.	X		
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.	X		
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.	X		
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.	X		

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.

Lima, 07 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Anexo 9. Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la facultad de Ciencias Empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado "Imagen institucional y su relación con la conducta de la población en la Municipalidad Distrital de Pacasmayo, 2023", presentado por los autores Leny Quispe Cabanillas, Alessandra Daniela Sanguines Fonseca, ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 09 de julio de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:

(X)favorable () observado () desfavorable.

Lima, 09 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Anexo 10. Data correspondiente a los criterios de inclusión

MES DE ABRIL - MAYO DEL 2023					
Sector	Nro. Servicio	Nombre	Dirección	Fecha	Estado
Pacasmayo	1	Banda Ortiz De Vigo, María Luz	Calle Adolfo King	03/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	2	Zamora Quiroz, Alicia	Calle Alamiro Calderon	03/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	3	Izquierdo Mendoza, Wilder	Cale Ancash	03/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	4	Ruiz Cerna, Leonor Aurora	Avenida 28 de Julio	03/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	5	Bruno Cervera, Loidi Landi	Avenida Pacasmayo	03/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	6	Cerna Avar Pilo, Juan	Avenida Saavedra	04/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	7	Rioja Sajami, Hayda	Calle Ayacucho	04/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	8	Correa Huangal, Cesar Augusto	Calle Ayacucho	04/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	9	Torres Murrugarra, María Domitila	CCallao	04/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	10	Bobadilla Alcántara, Pedro Santiago	Calle Chepen	05/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	11	Vidaura Ventura, Violeta	Calle La Palma	05/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	12	Cerna Malca, Pedro	Calle Perez de Lezcano	06/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	13	Barboza Sanchez De Valdivia, Nancy Nelivel	Calle Razuri	06/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	14	Cuzco Huaylla, Lidia Giovanna	DDaniel Alcides Carrion	06/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	15	Villanueva Agapito, Francisco	Dos de Mayo	06/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	16	Delgado De Santa Cruz, Edelmir	Ignacio Merino	06/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	17	Vasquez Velazquez, Jacquelin Elizabeth	Jirón Andres Razuri	06/05/2024	Pendiente
Pacasmayo	18	Chavarria Rojas, Leoncio	Jirón Bolívar	06/04/2025	Pendiente
Pacasmayo	19	Delgado De Briones, Luz Violeta	Jirón Junin	06/04/2026	Pendiente
Pacasmayo	20	Cadenillas Cubas, José Ronaldo	Jirón Mazantini	06/04/2027	Pendiente
Pacasmayo	21	Arroyo Mendoza Vda De Casana, Carmen Rosa	Jirón Piedra Lisa	06/04/2028	Pendiente
Pacasmayo	22	Cerna Avarado, Olga Lilia	Jose Olaya	06/04/2029	Pendiente
Pacasmayo	23	Cabanillas Monzon De Albitres, María Juana	Calle Adolfo King	06/04/2030	Pendiente
Pacasmayo	24	Rodas Elias, Dany Alexander	Alamiro Calderon	10/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	25	SANCHEZ C CESAR	Ancash	10/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	26	Arрасcuez Rodas, Cesar	Avenida 28 de Julio	11/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	27	Mendoza Castro, Fortunato	Avenida Pacasmayo	11/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	28	Rios Gonzales, Carol Yaritza	Avenida Saavedra	11/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	29	Mataza Saucedo, Maria Gerogina	Ayacucho	12/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	30	Chavarry Vasquez, Jose	Ayacucho	12/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	31	Quispe Campaña, Dorazita	CCallao	13/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	32	Terrones Guzman de Quiñones, Luz Georgina	Calle Chepen	13/04/2024	Pendiente
Pacasmayo	33	Chancafe Rodriguez, Jose Manuel	Calle La Palma	14/04/2025	Pendiente
Pacasmayo	34	Mondragon Vasquez, Segundo Andres	Calle Perez de Lezcano	14/04/2026	Pendiente
Pacasmayo	35	Hernandez Quioz, Luz	Calle Razuri	14/04/2027	Pendiente
Pacasmayo	36	Alfaro Moncada, Carlos Edilberto	DDaniel Alcides Carrion	14/04/2028	Pendiente
Pacasmayo	37	Tanta Jordán, Juan	Dos de Mayo	17/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	38	Silva Jauregui, Jesús Marlene	Ignacio Merino	21/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	39	Chirino Sánchez, Elis Alberto	Jirón Andres Razuri	18/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	40	Linares Paravecino, Luis Sebastian	Jirón Bolívar	18/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	41	Paredes Marrufo, Paola Lucila	Jirón Junin	18/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	42	García Gonzales, María Leonor	Jirón Mazantini	18/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	43	Medina Urbina, Cesar Jesus	Jirón Piedra Lisa	18/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	44	Silva Herrera, Maria Celia	Jose Olaya	18/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	45	Castañeda Zapata, Luis Antonio	Calle Razuri	19/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	46	Suarez Espinoza De Espinoza, Elizabeth	DDaniel Alcides Carrion	19/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	47	Medina Fernández, Elvira Eresvita	Dos de Mayo	19/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	48	Rodriguez Rojas, Valentina	Ignacio Merino	19/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	49	Becerra Aristizábal, Ytalo Heriberto	Jirón Andres Razuri	20/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	50	DELGADO TIRADO FLAVIO	Jirón Bolívar	20/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	51	Eneque Sanchez, Jesus Jose Luis	Jirón Junin	20/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	52	Castro Estela, María Estilita	Jirón Mazantini	20/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	53	Chavarry Albitres, Elmer Guillermo	Jirón Piedra Lisa	21/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	54	Molina Leon, Orfelinda	Jose Olaya	21/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	55	Vergara Letona, Jorge Miguel	Calle Adolfo King	21/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	56	Requejo Nuñez, Juan Manuel	Alamiro Calderon	21/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	57	Cubas Malca, Senobia	Ancash	21/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	58	Villegas Zelada, Iris	Avenida 28 de Julio	24/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	59	Rosa Elizabeth Marrero Nuñez	Avenida Pacasmayo	24/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	60	Cumpa Nuñez, Karina Liliana	Avenida Saavedra	24/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	61	Reyes Zegarra, Isabel Cristina	Ayacucho	25/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	62	Quispe Cieza, Nora Consuelo	Ayacucho	25/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	63	Quispe Cieza, Nora Consuelo	CCallao	27/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	64	Becerra Cabanillas, Santiago Salvador	Calle Chepen	28/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	65	Diaz Leza, Judith Teresita	Calle La Palma	28/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	66	Quispe Cabanillas, Lorenzo	Calle Perez de Lezcano	28/04/2023	Pendiente
Pacasmayo	67	QUEZADA CHERO JOSE	Calle Razuri	01/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	68	Villegas Zelada, Cesar Alberto	DDaniel Alcides Carrion	02/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	69	Sanchez Ninquispe, Betty Esther	Dos de Mayo	03/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	70	Mujica De Chavarria, Obelidia	Ignacio Merino	04/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	71	Vasquez Serrano, Segundo Salomon	Jirón Andres Razuri	04/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	72	Torres Arroyo, Julio Cesar	Jirón Bolívar	05/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	73	Leiva Goicochea, Maria Consuelo	Jirón Junin	05/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	74	Ruiz Vasquez, Azucena Magaly	Jirón Mazantini	05/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	75	Bardales Becerra, Walter	Jirón Piedra Lisa	05/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	76	Mondragon Hernandez, Freddy Yassin	Jose Olaya	8/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	77	Sanchez Flores, Pedro	Adolfo King	8/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	78	Hinostrza Pastor, Nimia Mercedes	Alamiro Calderon	8/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	79	Teran Bazan, Juan Rolando	Ancash	8/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	80	Lau Quiroz, Bertha Victoria	Ignacio Merino	8/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	81	Crea Arquitectura y Construcción SAC,	SSan Martin	8/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	82	Gallardo Cerna, Ricardo Ismael	Jirón Andres Razuri	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	83	Mujica Rojas, Christopher Ronald	Jirón Bolívar	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	84	Tan Coronel, Clemira	Jirón Junin	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	85	Correa Diaz, Victor Raul	Jirón Mazantini	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	86	Salazar Satria Cruz, Helinda	Jirón Piedra Lisa	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	87	Diaz Sanchez, Luis Enrique	Jose Olaya	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	88	Linares Cortez, Heber Victor	Adolfo King	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	89	Vasquez Becerra, Dioselina	Alamiro Calderon	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	90	Goicochea Perez, Jose Luis	Ancash	09/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	91	Aldea Hernandez, Leyla Elvira	Avenida 28 de Julio	10/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	92	Cerna Alfaro, Rolo Edilberto	Avenida Pacasmayo	10/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	93	Vasquez Giura, Luis Alberto	Avenida Saavedra	10/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	94	Farro Cabanillas, Pedro Rolando	Ayacucho	10/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	95	Vasquez Huangal, Carlos Alberto	Ayacucho	10/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	96	Cabanillas Chavarria, Elias David	CCallao	11/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	97	Ramos Silva, Sara Violeta	Calle Chepen	11/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	98	Vasquez Rebaza, Eduar Gilber	Calle La Palma	11/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	99	Lara Huaman, Florinda	Calle Perez de Lezcano	11/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	100	Poma Iman, Marisol	Calle Razuri	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	101	Pineda Cerna, Alan Alberto	DDaniel Alcides Carrion	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	102	Cotrina Leyva, Juana Gerogina	Dos de Mayo	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	103	Marin Medina, Cecilia	Ignacio Merino	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	104	Chavez Farro, Luz Amparo	Jirón Andres Razuri	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	105	Leyva Pisfil, Erika Yolanda	Jirón Bolívar	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	106	Vigo Teran, Violeta Imelda	Jirón Junin	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	107	Mendoza Maya, Maria Isabel	Jirón Mazantini	12/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	108	Colla Acuña Miriam Mantza	Jirón Piedra Lisa	15/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	109	Céspedes Quispe, Victoria Esther	Jose Olaya	15/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	110	Cruzado Bustamante, Castinaldo	Calle Razuri	15/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	111	Bustamante Castillo, Adelinda	DDaniel Alcides Carrion	15/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	112	Quispe Correa, Rudy Robert	Dos de Mayo	15/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	113	Salazar Satria Cruz, Pedro	Ignacio Merino	15/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	114	Carrion Cardenas, José Eduardo	Jirón Andres Razuri	15/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	115	Mestanza Alcantara, Maria Marcelina	Jirón Bolívar	16/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	116	Julca Campos, Lolita	Jirón Junin	16/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	117	Sanchez Vasquez, Manuel Antonio	Jirón Mazantini	17/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	118	Uriarte Lachos, Maria Hilisa	Jirón Piedra Lisa	18/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	119	Hernández Valdez, José Luis	Jose Olaya	18/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	120	Sanchez Balcazar, Rosalina	Calle Adolfo King	19/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	121	Cruz Yovera, Maria Angela	Alamiro Calderon	19/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	122	Galoc Bermejo, Maria Melina	Ancash	22/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	123	CRUZ YOVERA JULIO	Avenida 28 de Julio	22/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	124	Meja Becerra, Jhonatan Samuel	Avenida Pacasmayo	23/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	125	Medina Zafra, Leonila	Avenida Saavedra	23/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	126	Castro Hernandez, Carmen Liliana	Jirón Junin	24/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	127	Becerra Pares, Maria	Jirón Mazantini	25/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	128	Albitres Saldaña, Segundo Francisco	Jirón Piedra Lisa	26/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	129	Ynestrza Teran, Pedro	Jose Olaya	26/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	130	Cruz Ipanaque, Pascual	Calle Adolfo King	29/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	131	Sanguines Malca, Bertha	Alamiro Calderon	30/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	132	Teran Alvites, Julia Nelly	Ancash	30/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	133	Muguerza Salinas, Ety Nieves	Avenida 28 de Julio	31/05/2023	Pendiente
Pacasmayo	134	Rojas Silva, Juan	Avenida Pacasmayo	31/05/2023	Pendiente

Anexo 11. Resumen de procesamiento de casos y pruebas de normalidad

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Imagen institucional	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Ética organizacional	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Atributos organizacionales	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Posicionamiento	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Conducta de la población	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Actitud del público	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Percepción del público	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Crítica	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Nota: Datos obtenidos del SPSS

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Imagen institucional	0.340	100	< .001	0.636	100	< .001
Ética organizacional	0.340	100	< .001	0.636	100	< .001
Atributos organizacionales	0.340	100	< .001	0.636	100	< .001
Posicionamiento	0.340	100	< .001	0.636	100	< .001
Conducta de la población	0.178	100	< .001	0.957	100	0.003
Actitud del público	0.266	100	< .001	0.797	100	< .001
Percepción del público	0.248	100	< .001	0.793	100	< .001
Crítica	0.155	100	< .001	0.948	100	< .001

Anexo 12. Cálculo del tamaño de muestra

$$95\% \quad n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq}$$

$$Z= 1.96$$

$$P= 0.5$$

$$Q= 0.5$$

$$E= 0.05$$

$$N=134$$

$$n = \frac{134*1.96^2 *0.5*0.5}{(134-1)0.05^2 + 1.96^2 0.5*0.5}$$

$$n = 100$$

Anexo 13. Perfil de la muestra de estudio

Categoría		Frecuencia	%
SEXO	Femenino	56	56.0%
	Masculino	44	44.0%
EDAD	18 a 27 años	15	15.0%
	28 a 37 años	19	19.0%
	38 a 47 años	25	25.0%
	48 a 57 años	22	22.0%
	58 a 64 años	19	19.0%
ESTADO CIVIL	Casado (a)	53	53.0%
	Divorciado	18	18.0%
	Soltero (a)	17	17.0%
	Viudo (a)	12	12.0%
COMPOSICIÓN DEL HOGAR (número de miembros que conforman el hogar)	1	12	12.0%
	2	33	33.0%
	3	26	26.0%
	4	10	10.0%
	5	10	10.0%
	6	3	3.0%
	7	6	6.0%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta aplicada 100 pobladores del distrito de Pacasmayo.

Anexo 14. Confiabilidad y validez del constructo

Constructo	Ítems	Cargas factoriales	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta	Varianza media extraída (AVE)
Ética organizacional	P1	0,731	0,699	0,640	73,258
	P2	0,695			
	P3	0,690			
	P4	0,781			
	P5	0,738			
Atributos organizacionales	P6	0,774	0,844	0,846	80,906
	P7	0,779			
	P8	0,724			
Posicionamiento	P9	0,740	0,738	0,738	
	P10	0,676			
Actitud del público	P11	0,915	0,813	0,822	
	P12	0,981			
Percepción del público	P13	0,859	0,812	0,813	
	P14	0,554			
	P15	0,760			
	P16	0,981			
Crítica	P17	0,692	0,850	0,855	
	P18	0,754			
	P19	0,615			
	P20	0,981			

Nota: Datos obtenidos del SPSS

Anexo 15. Base de datos en SPSS de la variable Imagen institucional

*ORIGINAL DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Etica_organizacion al	Atributos_organizacionales	Posicionamiento	Imagen_institucional
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11

*ORIGINAL DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Etica_organizacion al	Atributos_organizacionales	Posicionamiento	Imagen_institucional
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Etica_organizacion al	Atributos_organiza cionales	Posiciona miento	Imagen_i nstitucion al
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
51	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	6	6	3	15
52	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	6	6	4	16
53	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	5	4	3	12
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	3	11
55	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	6	4	3	13
56	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	4	6	3	13
57	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	6	4	3	13
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
59	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	6	5	3	14
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
61	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	6	6	4	16
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
63	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	2	11

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Etica_organizacion al	Atributos_organiza cionales	Posiciona miento	Imagen_i nstitucion al
64	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	4	5	3	12
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
66	1	1	1	1	1	1	1	4	2	2	4	7	4	15
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
72	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	4	6	3	13
73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
74	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	6	6	4	16
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
77	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	5	5	2	12
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10
79	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	8	6	3	17
80	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	4	6	3	13
81	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	6	5	3	14
82	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	7	6	3	16
83	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	5	2	11
84	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10

*ORIGINAL DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Etica_organizacion al	Atributos_organizacionales	Posicionamiento	Imagen_institucional	Visibilidad
85	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	6	5	3	14	
86	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	6	5	3	14	
87	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	6	5	3	14	
88	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	6	4	3	13	
89	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	6	6	3	15	
90	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	8	4	3	15	
91	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	5	6	2	13	
92	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	6	6	3	15	
93	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	5	6	3	14	
94	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	7	6	2	15	
95	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	5	2	11	
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	10	
97	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	5	5	2	12	
98	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	4	6	4	14	
99	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	4	6	4	14	
100	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	5	6	4	15	
101															
102															
103															
104															
105															
106															

Anexo 16. Base de datos de la variable conducta de la población

*ORIGINAL DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Actitud_publico	Percepcion_publico	Critica	Conducta_de_la_poblacion
1	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
2	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
3	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
4	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
6	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
7	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
8	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
9	5	1	5	5	5	5	2	5	5	6	6	27	39
10	4	2	4	4	4	4	1	4	4	5	6	21	32
11	3	2	5	3	3	3	2	5	5	4	7	21	32
12	4	1	4	4	4	4	1	4	4	6	5	21	32
13	4	2	5	5	5	5	2	5	5	5	7	27	39
14	4	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
15	5	2	5	5	5	4	2	5	5	6	7	26	39
16	4	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
17	4	2	5	5	5	5	2	5	5	5	7	27	39
18	3	1	4	4	4	4	1	4	4	5	5	21	31
19	4	2	5	4	5	4	2	4	5	5	7	24	36
20	5	1	5	5	5	5	1	5	5	7	6	26	39
21	4	2	5	5	5	5	2	5	5	5	7	27	39

*ORIGINAL DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Actitud_p ublico	Percepcio n_publico	Critica	Conducta de_la_p oblacion
22	3	1	4	4	4	4	1	4	4	5	5	21	31
23	4	2	5	5	5	5	2	5	5	6	7	27	40
24	4	1	4	4	4	4	1	4	4	5	5	21	31
25	5	2	5	5	5	5	2	5	5	7	7	27	41
26	4	1	5	5	5	5	1	5	5	5	6	26	37
27	5	2	5	5	5	5	2	5	5	7	7	27	41
28	5	1	5	5	5	5	1	5	5	6	6	26	38
29	5	2	4	4	4	4	2	4	4	6	6	22	34
30	5	1	4	4	4	4	1	4	4	7	5	21	33
31	5	2	5	5	5	5	2	5	5	7	7	27	41
32	4	1	4	4	4	4	1	4	4	5	5	21	31
33	5	2	5	5	5	5	1	5	5	7	7	26	40
34	5	1	5	5	5	5	2	5	5	7	6	27	40
35	4	2	5	5	4	5	1	4	5	5	7	24	36
36	5	1	5	5	5	5	2	5	5	6	6	27	39
37	4	2	4	4	4	4	1	4	5	6	6	22	34
38	5	1	4	4	4	5	2	5	5	6	5	25	36
39	4	2	4	4	4	4	1	5	5	5	6	23	34
40	4	1	4	4	4	4	2	4	4	5	5	22	32
41	4	2	4	4	4	4	1	4	4	6	6	21	33
42	4	1	4	4	4	4	2	4	4	5	5	22	32

*ORIGINAL DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Actitud_p ublico	Percepcio n_publico	Critica	Conducta de_la_p oblacion
43	5	2	5	5	5	5	1	5	5	7	7	26	40
44	4	1	4	5	5	5	2	4	4	5	5	25	35
45	5	2	4	5	5	5	1	4	4	7	6	24	37
46	4	1	4	5	5	5	2	4	4	6	5	25	36
47	4	2	4	4	4	4	1	4	4	6	6	21	33
48	4	1	4	4	4	4	2	4	4	6	5	22	33
49	4	2	4	4	4	4	1	4	4	6	6	21	33
50	4	1	5	5	5	5	2	5	5	6	6	27	39
51	4	2	5	5	5	5	1	5	5	6	7	26	39
52	4	1	4	4	4	4	2	4	4	6	5	22	33
53	5	2	4	4	5	5	1	5	5	7	6	25	38
54	5	2	4	4	4	4	2	5	5	7	6	24	37
55	4	2	4	4	4	4	1	4	4	6	6	21	33
56	4	2	4	4	4	4	2	4	4	6	6	22	34
57	4	2	4	5	5	4	1	4	4	6	6	23	35
58	4	1	4	5	4	4	2	4	4	6	5	23	34
59	4	1	4	4	4	4	1	4	4	6	5	21	32
60	4	1	4	4	4	4	2	4	4	5	5	22	32
61	4	1	4	4	4	4	1	4	4	6	5	21	32
62	4	2	4	4	4	4	2	4	4	6	6	22	34
63	5	1	4	2	4	4	1	4	4	7	5	19	31

