



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**

**Gestión de las relaciones públicas en la institución  
gubernamental del distrito de Pimentel y el relacionamiento  
con su población, 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa**

**AUTORA:**

Ugaz Herrera, Gloria Franshesca ([orcid.org/0000-0001-7632-4018](https://orcid.org/0000-0001-7632-4018))

**ASESOR:**

Dr. Aliaga Loyola, Luis Javierca ([orcid.org/0000-0002-7034-0786](https://orcid.org/0000-0002-7034-0786))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea.

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

TRUJILLO - PERÚ

2022

## DEDICATORIA

A mi familia, por brindarme comprensión y amor incondicional durante estos años. Por impulsarme a ser mejor persona y profesional cada día, a través de su ejemplo de perseverancia, respeto incondicional por la vida y superación constante. Por inculcarme valores y sobre todo el amor a Dios.

A mis compañeros de trabajo, que procuran mejorar cada día para otorgar un servicio sobresaliente a la comuna pimenteleña, porque nuestra razón de ser en el ámbito laboral es trabajar por y para la población, aspirando a nunca desfallecer en el accionar para la construcción de un mejor distrito.

## AGRADECIMIENTO

A Dios, que siempre me ilumina, me bendice con los conocimientos necesarios y me fortalece en espíritu para nunca desfallecer en mis propósitos de vida y mis objetivos profesionales, permitiéndome transitar durante todo mi recorrido profesional con sabiduría y pasión.

A la institución gubernamental de Pimentel, porque me brindó las facilidades necesarias para poder desarrollar la presente investigación y me abrió sus puertas para acceder a toda la información que requería.

A los docentes de la Maestría en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa de la Universidad César Vallejo con quienes tuve el gusto de compartir y departir momentos académicos enriquecedores en mi formación profesional, por sus enseñanzas, paciencia, dedicación y amistad.

A mis colegas, que me han acompañado en este proceso de investigación y han tenido a bien evaluar mis instrumentos de recolección de datos, por su tiempo, predisposición y conocimientos compartidos.

¡Muchísimas gracias!

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenido.....	iv
Índice de Tablas .....	v
Índice de Figuras .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>2</b>
<b>4 III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1. Tipo y Diseño de Investigación:.....</b>	<b>18</b>
1.1.1. Tipo de Investigación:.....	18
1.1.2. Diseño de Investigación:.....	18
1.1.3. Nivel de Investigación:.....	18
1.1.4. Enfoque de Investigación: .....	18
<b>1.2. Operacionalización de Variables: .....</b>	<b>19</b>
<b>1.3. Población y Muestra:.....</b>	<b>19</b>
1.3.1. Población: .....	19
1.3.2. Muestra 1:.....	20
1.3.3. Muestra 2:.....	21
1.3.4. Técnicas de Muestreo:.....	22
<b>1.4. Escenario de Estudio:.....</b>	<b>23</b>
<b>1.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos: .....</b>	<b>23</b>
1.5.1. La Encuesta:.....	24
1.5.2. La Entrevista: .....	24
<b>1.6. Procedimientos:.....</b>	<b>27</b>
<b>1.7. Métodos de Análisis de Datos:.....</b>	<b>27</b>
1.7.1. Estadístico: .....	27
1.7.2. Comparativo:.....	27
1.7.3. Inferencial:.....	28
<b>1.8. Aspectos Éticos: .....</b>	<b>28</b>
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>29</b>

1.1. Resultados de la encuesta: .....	29
1.2. Resultados de la entrevista: .....	54
V. DISCUSIÓN.....	62
VI. CONCLUSIONES.....	76
VII. RECOMENDACIONES .....	78
REFERENCIAS .....	80
ANEXOS.....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variables Operacionalizadas .....	19
Tabla 2: Segmentos de población por rangos de edad .....	20
Tabla 3: Ponderación de la muestra .....	22
Tabla 4: Matriz de elaboración de la Guía de Entrevista .....	24
Tabla 5: Expertos para validación de instrumentos .....	26
Tabla 6: Resultados de la encuesta: Pregunta N°1 .....	29
Tabla 7: Resultados de la encuesta: Pregunta N°2 .....	30
Tabla 8: Resultados de la encuesta: Pregunta N°3 .....	31
Tabla 9: Resultados de la encuesta: Pregunta N°4 .....	32
Tabla 10: Resultados de la encuesta: Pregunta N°5 .....	33
Tabla 11: Resultados de la encuesta: Pregunta N°6 .....	34
Tabla 12: Resultados de la encuesta: Pregunta N°7 .....	35
Tabla 13: Resultados de la encuesta: Pregunta N°8 .....	36
Tabla 14: Resultados de la encuesta: Pregunta N°9 .....	37
Tabla 15: Resultados de la encuesta: Pregunta N°10 .....	38
Tabla 16: Resultados de la encuesta: Pregunta N°11 .....	39
Tabla 17: Resultados de la encuesta: Pregunta N°12 .....	40
Tabla 18: Resultados de la encuesta: Pregunta N°13 .....	41
Tabla 19: Resultados de la encuesta: Pregunta N°14 .....	42
Tabla 20: Resultados de la encuesta: Pregunta N°15 .....	43
Tabla 21: Resultados de la encuesta: Pregunta N°16 .....	44
Tabla 22: Resultados de la encuesta: Pregunta N°17 .....	45
Tabla 23: Resultados de la encuesta: Pregunta N°18 .....	46
Tabla 24: Resultados de la encuesta: Pregunta N°19 .....	47
Tabla 25: Resultados de la encuesta: Pregunta N°20 .....	48
Tabla 26: Resultados de la encuesta: Pregunta N°21 .....	49
Tabla 27: Resultados de la encuesta: Pregunta N°22 .....	50
Tabla 28: Resultados de la encuesta: Pregunta N°23 .....	51
Tabla 29: Resultados de la encuesta: Pregunta N°24 .....	52
Tabla 30: Resultados de la encuesta: Pregunta N°25 .....	53

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°1 .....	29
Figura 2: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°2 .....	30
Figura 3: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°3 .....	31
Figura 4: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°4 .....	32
Figura 5: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°5 .....	33
Figura 6: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°6 .....	34
Figura 7: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°7 .....	35
Figura 8: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°8 .....	36
Figura 9: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°9 .....	37
Figura 10: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°10 .....	38
Figura 11: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°11 .....	39
Figura 12: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°12 .....	40
Figura 13: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°13 .....	41
Figura 14: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°14 .....	42
Figura 15: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°15 .....	43
Figura 16: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°16 .....	44
Figura 17: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°17 .....	45
Figura 18: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°18 .....	46
Figura 19: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°19 .....	47
Figura 20: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°20 .....	48
Figura 21: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°21 .....	49
Figura 22: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°22 .....	50
Figura 23: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°23 .....	51
Figura 24: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°24 .....	52
Figura 25: Gráfico de barras de los resultados: Pregunta N°25 .....	53

## RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo determinar cómo y en qué medida la gestión de las relaciones públicas en la institución gubernamental de Pimentel afecta en el relacionamiento con la población durante el año 2022.

Para ello, se estructura metodológicamente una investigación de enfoque mixto, tipo aplicada, nivel descriptivo y diseño no experimental transaccional. Se identifican y operan dos variables: gestión de las relaciones públicas y relacionamiento.

La población está conformada por todos los ciudadanos del distrito de Pimentel y la muestra se subdivide en 2 grupos: la muestra 1, mediante un muestreo probabilístico aleatorio estratificado, de 380 pobladores; y la muestra 2, no probabilística intencionada, conformada por los servidores públicos a cargo de las relaciones públicas y comunicaciones de la institución gubernamental.

Las técnicas de investigación son la encuesta y la entrevista; y los instrumentos aplicados: un cuestionario de encuesta y una guía de entrevista, ambos validados por el juicio de tres expertos. Para el análisis de datos se emplearon los métodos estadístico, comparativo e inferencial.

Los resultados demuestran que existe una deficiente gestión de las relaciones públicas en la institución lo cual se evidencia en que la interacción con la población no sucede en las mejores condiciones, generando el debilitamiento de sus vínculos para la obtención de resultados como comunidad.

Se concluye que para mejorar la gestión de las relaciones públicas y fortalecer su relacionamiento con la población se necesita que la institución opere de una forma más planificada y organizada, debiendo de evaluar la creación de un Plan de comunicaciones a largo plazo.

**Palabras clave:** Relaciones públicas, relacionamiento, retroalimentación, acciones comunicativas.



## ABSTRACT

The objective of this study was to determine how and to what extent public relations management in the governmental institution of Pimentel affects the relationship with the population during the year 2022.

For this purpose, a mixed approach research was methodologically structured, applied type, descriptive level and non-experimental transactional design. Two variables were identified and operated: public relations management and relationship.

The population consisted of all the citizens of the district of Pimentel and the sample was subdivided into two groups: sample 1, a stratified random probability sample of 380 inhabitants; and sample 2, a non-probabilistic purposive sample, made up of public servants in the area of communications.

The research techniques used were the survey and the interview. The instruments used were a survey questionnaire and an interview guide validated by expert judgment. Statistical, comparative and inferential methods were used for data analysis.

The results show that there is a poor management of public relations in the institution, which is evidenced by the fact that the interaction with the population does not take place under the best conditions, generating the weakening of its links to obtain results as a community. It is concluded that in order to improve the management of public relations and strengthen its relationship with the population, the institution needs to operate in a more planned and organized manner, and should evaluate the creation of a long-term communications plan.

**Keywords:** public relations, relationship building, feedback, communication actions.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La investigación aborda, desde el campo de las relaciones públicas, el estudio y análisis del relacionamiento humano y comunicacional que sostiene la institución gubernamental de Pimentel con su entorno próximo, la población, a través del ejercicio y la práctica de sus relaciones públicas mediante la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional o el órgano institucional que haga sus veces.

Las relaciones públicas, al igual que toda acción comunicativa, es un conjunto de procesos comunicacionales que favorecen una comunicación armónica para mediar entre diferentes organizaciones o instituciones y los diversos públicos con el objeto de fortalecer lazos asociantes provechosos para ambas partes.

Específicamente, el relacionamiento son procesos de conectividad y asociación humana que tiene lugar a partir de la interacción social, inherente al desarrollo de la persona.

Luego de haber realizado un recojo de información panorámica, se infiere que la institución gubernamental de Pimentel podría presentar un mal manejo de sus relaciones públicas. Así se observa en aspectos secundarios como falencias administrativas o de organización institucional jerárquica, hasta situaciones más complejas como la ausencia de materiales de planificación y gestión estratégica que determinan y delimitan la pauta para la relación humana y comunicacional de la institución con sus diferentes públicos.

En consecuencia, lo dicho desemboca en un notorio resquebrajamiento de los lazos de relacionamiento entre la institución y sus diferentes públicos, dando origen a una severa crisis social–gubernamental, donde poco a poco la organización va perdiendo su institucionalidad y autoridad para establecer el orden, control y organización en favor de la comunidad.

Actualmente, la población se encuentra distanciada y desasociada de la institución gubernamental. Muestra de ello se evidencia en tres ocasionales

protestas por las calles del distrito. Además, a pesar de tener masiva llegada a públicos mediante sus plataformas digitales, los ciudadanos hacen notar su desaprobación y disconformidad por estos canales.

Se considera lo expuesto como una problemática de carácter social; en la provincia Chiclayo, región Lambayeque, el distrito de Pimentel es uno de los más representativos.

Por tanto, se plantea como problemática general: ¿En qué medida y cómo la gestión de las relaciones públicas en una institución gubernamental local de Chiclayo influye en el relacionamiento con la población del distrito durante el año 2022?

Los problemas específicos: ¿Cómo es el rol estratégico y gerencial que desempeñan las relaciones públicas en la institución y en qué medida influyen en el relacionamiento con la población?, ¿Cómo son las acciones comunicacionales de la institución y en qué medida influyen en sus RR.PP.?, ¿Cómo es el relacionamiento de la institución y en qué medida repercute en su imagen institucional?, ¿Cómo y en qué medida se articula la retroalimentación del relacionamiento entre la institución y su población, en sus RR.PP.?, ¿Cómo y en qué medida se podría fortalecer la gestión de las RR.PP. de la institución para mejorar sus relaciones con la población?

Sabiendo que, el órgano gubernamental es quien dirige y organiza política y socialmente a toda la comunidad, es responsabilidad vital de esta la gestión de sus relaciones públicas como una herramienta para su asertivo relacionamiento con la población.

El objetivo de estudio de la presente es: Determinar cómo y en qué medida la gestión de las relaciones públicas en la institución gubernamental de Pimentel afecta en el relacionamiento con la población durante el año 2022.

En ese contexto, se profundiza en el estudio de: determinar el rol estratégico y gerencial que desempeñan las relaciones públicas en la institución gubernamental de Pimentel, analizar las acciones comunicacionales de la

institución y determinar en qué medida influyen es sus RR. PP., caracterizar el relacionamiento de la institución y la repercusión en su imagen, identificar la articulación de la retroalimentación del relacionamiento entre la institución y su población, para sus RR. PP., determinar la manera en que se fortalecería la gestión de las RR. PP. de la institución para mejorar sus relaciones con la población.

Los conocimientos y capacidades académicas que dispongo me permiten ubicar la presente investigación en el marco de las Ciencias de la Comunicación, con especificidad en las relaciones públicas, en la búsqueda de aportar, mediante la presente investigación, un desarrollo sistemático, analítico y demostrativo al enriquecimiento institucional de nuestra disciplina y profesión.

Es así que se plantea el estudio de la Gestión de las relaciones públicas en la institución gubernamental del distrito de Pimentel y el relacionamiento con su población, 2022, cuya importancia de ejecución prima en el análisis de las relaciones públicas en una institución gubernamental distrital cuyo campo de estudio ha recibido poca atención por la especialidad, evidenciándose malos manejos de la praxis en esa escala a nivel nacional.

Desde otra perspectiva, su importancia también radica en el análisis comunicacional de una problemática de carácter social, que nos permite a través de una constatación empírica – teórica mediante una metodología inferencial – comparativa, plantear soluciones y mejorar condiciones sociales en los afectados, contribuyendo al desarrollo del escenario distrital, a partir de una propuesta estratégica de comunicación, contextualizada analítica y demostrativa.

## II. MARCO TEÓRICO

La presente tiene como base teórica de construcción y discusión una investigación internacional y dos investigaciones nacionales. El punto de inicio está en la tesis doctoral denominada “Las relaciones públicas al servicio de la comunicación política: Los gabinetes de comunicación en las Diputaciones Provinciales y Forales”, desarrollada por Puentes (2017) en torno a las diputaciones españolas.

Dicha investigación, con metodología exploratoria – descriptiva, enriquece este trabajo desde la apreciación del autor de que las relaciones públicas no son reconocidas bajo esa denominación, sino que son existentes y necesarias por todas las diputaciones de España entendidas como la ejecución de diferentes estrategias de comunicación bidireccional que trascienden más allá del uso de un medio de comunicación tradicional o una red social y que permite situar un diálogo consensuado donde se tiene como protagonista al ciudadano.

Puentes (2017) agrega que para las diputaciones es imprescindible que se construyan vertientes de comunicación directa hacia los ciudadanos y el diálogo sea abierto y preciso para lograr el fin supremo de las relaciones públicas: establecer y sostener adecuadas relaciones entre la institución y sus diferentes públicos. Así, se manifiesta el protagonismo dado a la gestión de las relaciones públicas para la ciudadanía, ello con el objetivo de mantener buenos vínculos que permitan impactar positivamente en la imagen de una institución.

En el contexto nacional sitúo la investigación desarrollada en el departamento de Áncash por Domínguez (2019), mediante la cual determinó el vínculo entre las relaciones públicas de la Municipalidad Provincial de Huari y su imagen institucional entre los pobladores del distrito, durante el periodo junio – julio 2018.

Este estudio de carácter no experimental, descriptivo y correlacional, determina que las acciones relacionales en la planificación de las relaciones públicas de una institución gubernamental local se encuentran estrechamente

ligadas a la imagen institucional, generando un impacto directo en esta última y determinándola. Por lo que se puede inferir que una buena gestión de las acciones relacionales permite la construcción estratégica de una imagen intencionada con repercusión positiva para la institución.

Desde otra arista, Domínguez (2019) también determina un vínculo directo entre las acciones comunicacionales y la imagen institucional; exponiendo que, en el contexto de su investigación, el uso del paradigma de ofrecer información pública sobre la base de la transmisión de datos de relativo interés (oferta unilateral) genera un impacto negativo en la población.

También en Perú, la investigadora Espinoza (2018), para la obtención de su grado de licenciatura, nos regala la investigación “El rol de las relaciones públicas en la administración de la controversia pública. Análisis de caso proyecto Río Blanco”, desarrollada con poblaciones de las regiones de Cajamarca y Piura durante el 2018.

En ese estudio aporta que las relaciones públicas cumplen un rol de agente de transformación social, es así que su actuación promueve la integración y el diálogo entre la institución y sus públicos, a través de una labor comunicativa que tiene como eje principal el consenso, compartiendo sus intereses y necesidades y estableciendo un adecuado intercambio comunicativo.

Como referente principal, el modelo teórico propuesto por Valdez (2015) mediante una investigación a nivel macro en Perú, postula la articulación y la constitución de tres funciones de las RR.PP. que optimizan su gestión en las instituciones públicas o privadas, siendo estas: relacional, comunicacional y sinérgica. De acuerdo con el objeto de investigación, para el estudio de las variables es preciso centrar la atención en las dos funciones que tienen mayor vinculación.

En primer lugar, la **función relacional** prioriza la gestión de la relación humana dándole prioridad a la acción comunicacional de las organizaciones (Valdez, 2015). La relación humana es entendida como el núcleo del complejo social inherente en la interacción interna y externa de la organización, ahí la

importancia del estudio y comprensión de los vínculos de una organización con sus públicos, como base para la gestión estratégica de las RR.PP.

Solórzano (2004, cit. en Valdez, 2015) expresa que la **acción relacional** queda implícita en la identificación y análisis de las tendencias sobre las cuales las organizaciones construyen su discurso para sus públicos, lo cual les permite diagnosticar sucesos e incluso prever comportamientos distantes en el tiempo. Asimismo, está compuesta por tres subelementos: relación humana, relaciones de poder, y administración de controversias públicas entre los grupos de interés organizacional.

Por otro lado, la **función sinérgica**, manifiesta Valdez (2015), tiene como principal objeto hacer posible el cumplimiento tanto de las funciones relacional y comunicacional. Enmarcada en la Teoría de la Excelencia de Grunig (2006), se encuentra comprendida por el Rol gerencial (profesionalización, especialización y jerarquía) y el Rol estratégico (gestión estratégica de las relaciones públicas desde la alta dirección).

Es expreso estudiar la historia de las relaciones públicas para analizar su comportamiento en determinada institución; esto implica revisar lo teorizado por Grunig y Hunt (2000), que plantean el paradigma de los cuatro modelos de las relaciones públicas. Para un mejor entendimiento del relacionamiento de la municipalidad con su población a través de sus acciones comunicacionales, es necesario dar una mirada detallada a cada uno de los modelos.

El **Modelo Agente de Prensa** tiene por principal función proyectar la imagen ideal de la institución, recurriendo a la persuasión y manipulación como estrategia principal. Se da lugar a la desinformación: lo que se difunde a los públicos no siempre se ajusta a la verdad. El objetivo es la propaganda, la comunicación es unidireccional bajo el paradigma: emisor – mensaje – receptor. (Xifra, 2008).

Este modelo de comunicación en un contexto de relacionamiento asertivo es poco vinculante y aportante porque suprime a una de las partes en el proceso, limitando su participación a ser un ente receptivo.

El **Modelo Información Pública** que prioriza y se ajusta a la verdad, se informa sin ocultar hechos o sucesos relevantes. Sin embargo, no tiene lugar un proceso de retroalimentación, los públicos no tienen participación en el proceso de comunicación, sigue dándose mediante un solo flujo unidireccional (Valdez, 2016).

De esta forma, la agenda la sigue marcando la institución, informando con frecuencia los hechos que terminan siendo ventajosos para su imagen. Se puede inferir que se creía ventajoso este modelo porque permitía construir una imagen intencionada; no obstante, en cuanto el contexto político gubernamental cambie y se instale un nuevo modelo de gobierno democrático, las poblaciones irán tomando mayor protagonismo y participación, lo que les generará grandes niveles de insatisfacción frente al modelo de información pública.

En el **Modelo Asimétrico Bidireccional** que plantea una comunicación bidireccional. Pero sin dejar la demarcación de la agenda es la organización quien estudia a sus públicos para poder persuadirlos. Existe un proceso de retroalimentación a beneficio únicamente de la institución para generar actitudes positivas en los públicos. Según Xifra (2008, p. 392) las relaciones públicas asimétricas requieren de profesionales que usen metodologías, técnicas y herramientas sociales que les permita estudiar las conductas y cualidades de todos los públicos vinculados a la organización para comprenderlos y desarrollar estrategias que logren que estos acepten su visión y modifiquen su acción de forma que tomen partida de sus decisiones.

Este modelo se ajusta a la evolución de la población y sus niveles de participación, sin embargo, no termina de convencer, pues aún genera niveles de insatisfacción, al no compartir prioridades en las agendas.

Por último, en el **Modelo Simétrico Bidireccional** prevalece la función relacional. Se emplea a la comunicación como una herramienta mediadora, se prioriza el consenso y la comprensión desarrollándose la retroalimentación. Según Valdez (2016, p. 8) “aquí la organización no busca imponer sus intenciones, sino crear circunstancias para la solución de problemas”. La bidireccionalidad de la comunicación se desarrolla de forma asertiva,



permitiendo que la agenda sea determinada tanto por los públicos como por la institución, siendo el objetivo principal el bienestar común y sostener las relaciones entre ambas partes.

Ahora bien, es fundamental definir un postulado básico para entender las acciones comunicativas y la transversalidad de la comunicación en cualquier esfera social. En ese sentido, la **Teoría de la Comunicación Humana de Paul Watzlawick** es un axioma académico que describe la inexistencia de la no comunicación, toda conducta tiene valor de mensaje, pues toda forma de expresarse tiene valor de mensaje y responderá a la influencia particular que tal mensaje haya tenido sobre los que lo reciben.

Debido a que no existe la no conducta, tampoco tiene lugar la no comunicación. Por el contrario, sí es posible una comunicación ineficaz que se identifica como el proceso de “incomunicación”. Es así que todo proceso comunicativo posee tanto un aspecto de contenido como otro relacional, generándose la metacomunicación.

El proceso de una comunicación trasciende más allá de la información que se transmite, tiene que ver también con la parte conductual en la que sostiene soporte la información. La fusión de estos da lugar al contenido del mensaje, en él no solo aparecen los conceptos, sino los aspectos que refieran a la relación entre los que se comunican.

El objeto de estudio de la presente investigación es el desempeño de una institución gubernamental local, cuyo marco normativo encargado de regularla es la Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N°27972, la cual estructura su gestión orientada a la administración pública y a la promoción de la interacción entre su población local para su desarrollo a través del correcto uso y distribución de sus diferentes recursos.

Se entiende por institución gubernamental, según el portal web Economipedia, a una entidad responsable de proveer servicios públicos a la ciudadanía, cuya gestión suele estar a cargo de un gobierno temporal escogido de forma democrática.

Los conceptos y definiciones que se encuentra sobre relaciones públicas, son realmente amplios y variados. Se puede hallar concepciones desde el enfoque en que son estudiadas o incluso desde la noción establecida en el periodo o época en que son estudiadas, ya que su evolución es permanente. Por ejemplo, Dorado y García (2010) citan la definición de relaciones públicas hecha por el Diccionario de la Lengua Española: “Actividad profesional cuyo fin es, mediante gestiones personales o con el empleo de las técnicas de difusión y comunicación, informar sobre personas, empresas, instituciones, etc, tratando de prestigiarlas y de captar voluntades a su favor” (p. 94).

Sin embargo, delimitar las relaciones públicas a captar voluntades y prestigiar instituciones parece mutilar el desarrollo que este campo de acción ha tenido. Por ello, desde otra perspectiva Enríquez (2016, p. 37) sostiene que la constitución de una serie de estrategias planificadas y direccionadas hacia la intención de generar integración de intereses en el vínculo organización-público es una definición más precisa de relaciones públicas.

Entonces se puede construir un concepto amalgamado sobre las relaciones públicas precisando que es el ejercicio profesional que favorece la mediación estratégica entre una organización y sus diferentes públicos con el objetivo de favorecer un relacionamiento exitoso que impacte de forma positiva en la organización gracias a la comunicación articulada y correctamente gestionada.

De lo dicho, se entiende por **gestión de las relaciones públicas** a la estructuración estratégica que sostiene la planificación y ejecución de una serie de acciones que conduzcan a lograr que la organización sostenga una buena relación con sus diferentes públicos a través de la comunicación asertiva, satisfaciendo los intereses de todas las partes y fortaleciendo la impresión positiva en la imagen de la organización.

Como ayuda para comprender la gestión de las relaciones públicas, Xifra (2000, p. 53) cita el significado que le otorga Harlow en 1976:

La gestión implica esclarecer, determinar y sostener lineamientos de comunicación, aceptación y cooperación mediante la función de

dirección estratégica que le permite caracterizar desafíos y conflictos adyacentes a las relaciones sociales. La gestión colabora con la dirección para que tenga información directa acerca de la opinión pública y de los cambios, permitiéndole ser sensible al entorno y a usar las modificaciones de forma eficiente, delimita y acentúa la responsabilidad del interés público sobre cualquier otro análisis, anticipa tendencias y promueve la investigación rigurosa sobre el contexto para facilitar el desarrollo de nuevas técnicas de comunicación con la ética como principal motor de conducción.

Visto de esa forma, en el presente tiempo la gestión de las relaciones públicas se acciona desde la interacción de diferentes roles a partir de las heterogéneas funciones que esta cumple. Solórzano (2013, p. 67) expresa que “el término gestión en este uso contextual hace referencia a la administración de las relaciones públicas desde una visión completa que abarca la planificación, la organización, la dirección-ejecución y el control o evaluación de sus estrategias, programas o actividades”.

Al ubicar la acción de las RR.PP. en el argumento de la investigación, Solórzano (2013, p. 64) en cuanto al escenario gubernamental utiliza las apreciaciones de Pérez y Solórzano (1999) exponiendo que “el eficiente vínculo entre gobernantes y ciudadanos favorece la eficacia y la revalorización de la administración pública”.

Lo descrito en párrafos anteriores concuerda con lo teorizado por Valdez (2015), pues se puede hallar aquí la función sinérgica de las relaciones públicas compuesta por el rol gerencial y el rol estratégico.

Se entiende por **rol gerencial** a la capacidad estratégica de rango jerárquico para gestionar las relaciones públicas por un profesional de la especialidad, es decir, una persona capacitada con conocimientos en el área situado dentro de una organización para dirigir las comunicaciones y relaciones. Valdez (2015, p. 65) teoriza al rol gerencial como “la capacidad de dirección estratégica desempeñada por un profesional especializado y capacitado para

implementar programas comunicacionales relacionales en organizaciones públicas y privadas”.

Al mismo tiempo, el **rol estratégico** es visto como la gestión trascendente de la alta dirección organizacional en cuanto a los quehaceres de las relaciones públicas como conector del espacio social e institucional. Valdez (2015, p. 64) es el único que ha teorizado y propuesto un modelo lo suficientemente aceptado y al respecto afirma que “el rol estratégico es un conector transversal de la disciplina que debe existir en una planificación amplia de la organización, es el elemento vinculante de la gestión funcional de las relaciones públicas”.

En adición, Villanueva (2018, p. 29) propone que “el profesional del área de Relaciones Públicas debe poseer la capacidad y desarrollo suficiente de sus competencias sobre participación efectiva y asesoría especializada para toma de decisiones en las altas esferas organizacionales”

Valdez (2015) explica sobre el **rol relacional** lo siguiente: “es la garantía de que las relaciones humanas serán coherentes, que las relaciones de poder serán fluidas y no perderán el foco de la intencionalidad positiva, que la administración de los desafíos y controversias entre los grupos de interés serán adecuadas de acuerdo con su estructura pública o privada” (p. 295).

El profesional encargado de la gestión de las relaciones públicas de una institución pública o privada, además de estar altamente capacitado y de poseer una posición estratégica y de poder en la institución, deberá saber gestionar las relaciones con los diferentes públicos, lo que implica además saber equilibrar sus diferentes intereses.

En ese sentido, la comunicación se convierte en una herramienta estratégica que garantizará el cumplimiento de las diversas responsabilidades de las relaciones públicas. Por tanto, se sitúa a las **acciones comunicacionales** como un conglomerado estructurado de acciones programadas para la interacción de mensajes.

Walther (2010, p. 44) cita la descripción de Martín (2004) en referencia a las acciones comunicativas como “procesos de creación, coordinación, definición, transmisión y difusión de mensajes o información entre personas, instituciones o cualquier tipo de organización mediante el uso de múltiples herramientas y canales disponibles para alcanzar determinado fin”. Julca y Marcos (2010) añaden que la relevancia de la comunicación se expresa en tanto se utilice de forma adecuada como un medio de planeamiento, desarrollo y vigilancia de las acciones que se promuevan.

Walther (2010, p. 248) cita la interpretación sobre relaciones públicas que realiza Vacas (1988): es requerimiento inequívoco añadir la categoría persuasiva como parte del accionar gerencial y estratégico. Se entiende de ello que la serie de acciones comunicacionales se estructuran intentando conquistar o modificar la aceptación de los públicos en favor de la institución.

La **persuasión** es entendida como la acción de convencer e influir mediante determinados discursos a un individuo para determinar su comportamiento, lo que no implica que ello sea empleado para la manipulación de los públicos. Por el contrario, se enlaza de forma positiva para poder generar nuevos hábitos en ellos, que beneficie de forma equilibrada a todos los actores involucrados en el proceso.

Varo (2021) entiende la persuasión como una “poderosa herramienta para la creación y difusión de marcos mentales socialmente compartidos que orientan la interpretación y uso del lenguaje. Estos pueden llegar a modificar creencias y actitudes”.

En concordancia Antón (2017) manifiesta que cuando se busca generar una realidad paralela en el ámbito político esto puede hacer visible las falencias comunicativas del gobierno, lo que puede repercutir directamente en la imagen de la institución.

Las relaciones públicas tienen lugar en las organizaciones a partir de la necesidad que presentan ellas de relacionarse con las diferentes personas con

las que interactúa, situándolas de forma agrupada mediante la definición de públicos. Tal y como indica Martínez (2003, p. 87):

El desarrollo de las sociedades privadas dio origen al entorno público, que luego se volvió nuevamente en privado, en palabras simples quiso decir que a mediados de la revolución francesa [...] impulsaron la exacerbación de aquellos espacios para colectividad, o sea pasaron de un espacio privado [...] a las plazas, las fuentes, los quioscos, las alamedas donde los ciudadanos empezaron a concretizar ese aire de colectividad.

Sin **los públicos** no tendría existencia el entorno público, por ello la prioridad de las organizaciones es entenderlos como un conjunto de personas que coexisten y se interrelacionan constituyendo una comunidad, pudiendo ser internos o externos a la organización. Gil Tovar (cit. en Walther, 2010) expresa que el público es una agrupación de personas conglomeradas en un lugar fijo y que tienen en común las mismas preocupaciones, preferencias o apegos.

Tal y como lo indica Capiotri (2013), se constituye como públicos de las empresas al agrupamiento de personas que desarrollan roles determinados en relación con la organización y que, a partir de sus propias motivaciones, percibirán el comportamiento de la organización de cierta manera, al mismo tiempo que esta los busca entender y mapear.

En el proceso de comprender los múltiples escenarios en los cuales operan las relaciones públicas, además de encontrarse estrechamente ligada a los públicos, es sabido que la relación que se entabla con ellos a partir de las diferentes acciones comunicativas afecta de forma directa en la percepción de la organización, definiendo así la imagen que el público concibe y que se convierte en componente clave de la **imagen institucional**.

Orihuela (2018) afirma que cada proceso o esquematización que pretenda abordar la elaboración de acciones organizacionales, el surgimiento o fortalecimiento de una conducta organizacional y las relaciones con el público objetivo es sección de la imagen institucional.

Por ello, se entiende por imagen institucional a la imagen que una organización proyecta a sus diferentes públicos, determinada por su reputación y confiabilidad. Según Vílchez y Sánchez (2021) la imagen institucional se encuentra determinada por todas las acciones que una organización realiza, incluyendo en ello a todos los colaboradores encargados de la administración estatal. Así, aquellos deben ser eficientes en su labor, conociendo el papel que les corresponde desempeñar y brindando un trato adecuado a los diferentes “clientes” (públicos) para que estos opinen en favor de la institución.

Las relaciones entre los diferentes públicos y la institución son objeto de ser de las relaciones públicas. Sin embargo, **el relacionamiento** es una práctica inherente al ser humano desde el primer día de su existencia, pues su meta es el proyectar y satisfacer sus necesidades. Walther (2010) declara que la relación expresa vínculo, conocimiento de partes, constitución de una correspondencia mutua. Añade Blázquez (1994) que el término tiene una acepción de encuentro humano mediante la estructuración de grupos.

Se entenderá en el presente estudio al relacionamiento como los procesos de conectividad y asociación humana, que tiene lugar a partir de la interacción social, inherente al desarrollo de la persona. Angiono y Fernández (2019) determinan el relacionamiento como un agregado de formas de actuar que permiten el contacto mutuo y la transmisión de información y que, al mismo tiempo, es un objetivo prioritario del ser humano.

En relación con ello, Capriotti (2013) sustenta que la vida misma de un conjunto de seres humanos supone la necesidad de generar y sostener interacciones entre los diversos miembros que componen los grupos específicos, en tal medida que la vida en sociedad requiere que los individuos no puedan dejar de interactuar de diversas maneras.

No obstante, lo concebido hasta ahora no termina de enmarcar todos los procesos que se desprenden de la acción de relacionarnos. Otro punto importante en el escenario de las relaciones públicas, es que estas relaciones sean estables y duraderas. En esa dirección, la confianza y la lealtad son

protagonistas inequívocas para generar la satisfacción permanente de las necesidades humanas (Veliz, 2018).

Las relaciones que evocan lazos permanentes y vinculantes, se generan no solo por la conectividad de persona, también por la interacción interindividual que se evidencia en las conductas sociales. Operan otros factores, dando lugar a las **relaciones humanas** que surgen a partir del entendimiento mutuo desde los diferentes roles que cada ser humano cumple como actor social.

Álvarez (2020) postula que las relaciones humanas persiguen la armonía y la empatía para la comunicación efectiva de necesidades y para integrar procesos de mutua colaboración. No solo se trata de generar conexiones, sino de expresar vínculos que se entablan a partir la complacencia y genera desarrollo (Tapia y López, 2015).

Por último, Valdez (2015) fundamenta sus postulados teóricos sobre las concepciones de Solórzano (2000), quien enaltece las relaciones humanas como cimiento en la construcción de acciones comunicacionales pertinentes de las relaciones públicas. Durante este proceso, agrega, la comunicación cumple un papel importante, pues a través de ella las personas pueden relacionarse, aunque al igual que en todo proceso, el acto de comunicarse se sostiene de diferentes componentes, entre ellos: las acciones discursivas, las expresiones narrativas y la retroalimentación.

Las **acciones discursivas** son los diferentes comportamientos determinados por actitudes y reacciones. Como teoriza Watzlawick, toda persona comunica a partir de cualquier contenido expresado de forma verbal o manifestado mediante cualquier acción.

Varo (2021) expone que todo comportamiento humano es comunicativo y, por consiguiente, pretende ejercer influencia en el otro. Ello se debe al sometimiento de los principios de mutualidad a las relaciones sociales de poder.

La importancia de lo que comunican nuestras acciones radica, en que complementa la comunicación verbal, determinando o tergiversando muchas



veces el curso de esta. Fernández y Cáceres (2021) dicen que las señales corporales son condicionantes de la opinión pública sobre el mensaje, el propósito y el emisor, lo que puede afectar incluso su credibilidad.

Asimismo, todo mensaje viene acompañado de una forma de ser expresado: **las expresiones narrativas** entendidas como la emisión de contenidos mediante distintas formas del lenguaje. Indican Fernández y Cáceres (2021) que la credibilidad, falsedad, persuasión, disuasión, o los enfoques positivos o negativos de un elemento de expresión no está implícita en el mensaje, sino que el significado completo se consigue en función del conjunto del flujo expresivo.

Según Berlo (1984, p. 65) “la comunicación es un proceso cíclico que involucra una interdependencia acción-reacción; la acción de la fuente influye en la reacción del receptor y la de este interviene en la subsecuente reacción de la fuente”.

Ahora bien, **la retroalimentación**, entonces, exige un rol esencial en el proceso comunicativo, pues consiste en la aprehensión y comprensión de contenidos que conlleva al procesamiento para la producción de nuevos discursos. Todo proceso desarrollado en un entorno social depende de factores que se construyen y disciernen en este. El relacionamiento entre dos personas desde su rol como actores sociales se gesta con factores de este tipo, es decir, de carácter social. Así situamos a: la mediación de intereses, el contexto y los parámetros sociales.

La **mediación de intereses**, para la presente investigación, se entiende como un sistema para la solución de conflictos por prioridades colectivas, que permite mediar los intereses de los públicos y puede darse entre ellos o con la organización. Corredor (2013, p. 15) concibe la mediación de intereses como “la integración relacional de expectativas en la organización y en el entorno”.

Sin embargo, no es el único factor que interviene, ya que todo acto de relacionarse ocurre en un espacio determinado, lo que se conocerá como **contexto**, que básicamente es todo espacio físico o ambiente discursivo en el

que se desarrolla un proceso de interacción. Según Cassany (1999) la exposición de una acción textual o discursiva es en toda forma un acto contextualizado, debido a que se efectúa o desarrolla en circunstancias específicas de tiempo, espacio o social.

El contexto enmarca al ambiente discursivo, que se entiende como el clima en el cual se desenvuelve el proceso de relacionarse, lo que se denominará **parámetros sociales**, que son las normas construidas de forma histórica bajo el principio de moralidad para una óptima convivencia. Sobre el asunto, Walther (2010, p. 251) hace hincapié en la imposibilidad de relegar los preceptos éticos y del bienestar colectivo cuando se haga referencia a las relaciones públicas.

### III. METODOLOGÍA

#### 1.1. Tipo y Diseño de Investigación:

##### 1.1.1. Tipo de Investigación:

Se considera una investigación de tipo **aplicada** por su orientación a generar y ampliar un conocimiento procurando hallar una tentativa solución. Se esquematizará y describirá un problema midiendo los niveles de influencia que tiene; para sobre ello y una base teórica proponer nuevos escenarios resolutivos.

##### 1.1.2. Diseño de Investigación:

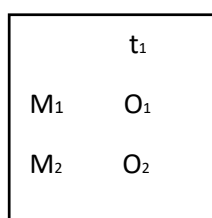
La investigación corresponde a un diseño **no experimental transaccional descriptivo**, en razón de que en el desarrollo de la investigación no se manipulan ni alteran las variables, no se cuenta con un plan de intervenciones, por lo que carece de hipótesis. Nos limitamos a conocer las características de un hecho en concreto.

##### 1.1.3. Nivel de Investigación:

El nivel escogido para nuestra investigación es **descriptivo** en tiempo **presente**, debido a que buscará determinar en la actualidad cómo influye la gestión de las Relaciones Públicas en el relacionamiento con la población.

##### 1.1.4. Enfoque de Investigación:

Se trabajará con un estudio **mixto (cuantitativo y cualitativo)**, por lo que se plantean instrumentos de medición para la recopilación de información de carácter de análisis numérico y literario. Así pues, se hará uso de una **estrategia concurrente de triangulación** que nos permitirá realizar la recopilación de datos y análisis durante una misma etapa por separado, siendo integrados en la discusión.



Donde:

- ✓ M<sub>1</sub> → Población pimenteleña
- ✓ M<sub>2</sub> → Trabajadores de la Unidad de Comunicaciones.
- ✓ O<sub>1</sub> → Encuesta
- ✓ O<sub>2</sub> → Entrevista
- ✓ t<sub>1</sub> → Tiempo

## 1.2. Operacionalización de Variables:

**Tabla 1**

*Variables Operacionalizadas*

<i>Variable Independiente: Gestión de las Relaciones Públicas</i>	<i>Variable Dependiente: El Relacionamento</i>
DIMENSIONES	DIMENSIONES
1. Rol Gerencial	1. Relaciones Humanas
2. Función Relacional	2. Acciones Discursivas
3. Rol Estratégico	3. Expresiones Narrativas
4. Acciones Comunicacionales	4. Retroalimentación
5. Persuasión	5. Mediación de Intereses
6. Públicos	6. Contexto
7. Imagen Institucional	7. Parámetros Sociales

## 1.3. Población y Muestra:

### 1.3.1. Población:

El distrito de Pimentel, ubicado la provincia de Chiclayo, departamento Lambayeque, tiene una cifra poblacional de habitantes (personas que habitan en el distrito) entre los rangos de edad 18 y 60 a

más años de **37827 habitantes**, según los datos del INEI actualizados al año 2022.

Estableciendo como condición incluyente para delimitar la población, el segmento poblacional por rangos de edad de 18 y 60 a más años, teniendo el criterio de la mayoría de edad en nuestro país.

Siendo, los porcentajes por segmentos de población de sexo, establecidos de acuerdo a las cifras del INEI en el año 2022, se determina: la población para el estudio de la presente investigación en un total de **37827 habitantes** del distrito de Pimentel, dentro de los rangos de edad de **18 y 60 a más años** con el 48.6 % de hombres y el 51.4 % de mujeres; teniendo como consideración los rangos segmentados en: 18 a 29 años (26.3 %), 30 a 59 años (53.4 %) y 60 años a más (20.3 %).

**Tabla 2**

*Segmentos de población por rangos de edad*

<b>Espacio geográfico</b>	<b>Población n</b>	<b>18 -29 años</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>30 -59 años</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>60 A + años</b>	<b>Porcentaje</b>
PIMENTEL	37,827	9,945	26.3%	20,193	53.4%	7,689	20.3%

**1.3.2. Muestra 1:**

Para determinar el número de la muestra 1, se hará uso de una fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (p \times q) N}{N \times e^2 + (Z^2 \times p \times q)}$$

<b>Donde:</b>	<b>Valores:</b>
n = es la muestra.	N = 37,827
Z = nivel de confianza	z = 1.96 (95%)
p = probabilidad de éxito	p = 0.5
q = probabilidad de fracaso	q = 0.5
e = margen de error permitido	e = 0.05
N = población	

Así, se aplica la fórmula para determinar

$$n = \frac{1.96^2 (0.5 \times 0.5) 37,827}{37,827 \times 0.05^2 + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)} = \frac{3.8416 (0.25) 37,827}{37,827 \times 0.0025 + (0.9604)}$$

$$n = \frac{36,329.0508}{95.5279} = 380.29$$

$$n = 380$$

Siendo entonces la muestra 1 conformada por 380 unidades de análisis, pobladores del distrito de Pimentel, distribuidos mediante los siguientes segmentos poblacionales:

- Hombres de 18 a 29 años = 49
- Mujeres de 18 a 29 años = 51
- Hombres de 30 a 59 años = 99
- Mujeres de 30 a 59 años = 104
- Hombres de 60 a más años = 37
- Mujeres de 60 a más años = 40

### **1.3.3. Muestra 2:**

Estará conformada por los servidores públicos o trabajadores bajo cualquier modalidad laboral de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional o quien haga sus veces de la misma en el órgano gubernamental del distrito de Pimentel.

Es importante indicar que se encuentra contemplada dentro de la población, por estar conformada por personas que habitan en el distrito de Pimentel.

#### 1.3.4. Técnicas de Muestreo:

**Para la muestra 1:** Se ha empleado la técnica de muestreo probabilístico aleatorio estratificado, teniendo como criterio que la presente es de carácter cuantitativo, por lo que será medida por un instrumento de recojo de información cuantitativo.

Además, se creyó conveniente trabajar con la **técnica de ponderación de la muestra**, a fin de que la muestra sea representativa en relación a toda la población y se pueda inferir en la presentación de resultados.

**Tabla 3**

*Ponderación de la muestra*

SEGMENTO	POBLACION	P	M	FX
Mujeres de 18 - 29	5112	0.135141566	51	1
Hombres de 18 - 29	4833	0.127765882	49	1
Mujeres de 30-59	10379	0.274380733	104	1
Hombres de 30-59	9814	0.259444312	99	1
Mujeres de 60 a más	3952	0.104475639	37	1

Hombres de 60 a más	3737	0.098791868	40	1
TOTAL	37827	1	380	

**Para la muestra 2:** Se ha empleado la técnica de muestreo **no probabilístico intencionado**, teniendo como criterio que la presente es de carácter **cualitativo**, por lo que será medida por un instrumento de recojo de información cualitativo. Se resalta de la selección de la presente técnica, el criterio de querer validar información desde otro enfoque de fuentes.

#### 1.4. Escenario de Estudio:

La investigación al ser de enfoque mixto, cuenta con instrumentos y una muestra cualitativa, por ende, es importante y necesario describir el escenario de estudio para la muestra 2.

Siendo el aspecto físico, las oficinas del órgano gubernamental del distrito de Pimentel, ubicadas en el tercer piso de su palacio municipal con dirección en Calle Leoncio Prado N°143.

Respecto a la parte humana, nos encontramos con el equipo de colaboradores que tiene a cargo gestionar las comunicaciones y relaciones públicas de la institución, integrado por tres personas que se caracterizan por tener conocimientos en el área y ser habitantes del distrito de Pimentel, sus edades se encuentran en el rango entre los 25 y 35 años.

#### 1.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:

El análisis de nuestro objeto de estudio y de sus variables hará uso de dos técnicas para la recolección de datos:



### 1.5.1. La Encuesta:

Se empleará como técnica de investigación, porque nos permitirá indagar y recoger información mediante la elaboración de preguntas directas y respuestas según una escala.

Será de diseño y construcción propio, por lo que a partir de los indicadores y dimensiones de mis variables se elaborarán las preguntas, mediante el diseño de nuestro instrumento de recojo de datos, que será el **Cuestionario**.

Para este instrumento se hará uso de una escala de valoración ordinal ya existente, siendo la **Escala de Likert** la escogida, porque permitirá a las unidades analizables emitir su opinión de manera precisa y objetiva (Carrasco,2005).

### 1.5.2. La Entrevista:

Técnica que nos va permitir recoger información de forma más directa o de primera mano y desde un enfoque cualitativo, dándonos la libertad de poder indagar a profundidad sobre un tema específico, lo que enriquecerá de información objetiva la investigación.

Sin embargo, pese a darnos esa libertad y no ser tan estructurada, requiere de un formato guía que delimite los temas sobre los que se desea indagar, por ello se empleará como instrumento de recojo de datos la **guía de entrevista**, que nos permitirá mediante unidades temáticas agrupar nuestras variables a investigar.

#### Tabla 4

##### *Matriz de elaboración de la Guía de Entrevista*

---

UT01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.

---

Rol gerencial

VI01

Función relacional	VI02
Rol estratégico	VI03
<hr/>	
UT02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución	
<hr/>	
Acciones comunicacionales	VI04
Persuasión	VI05
Públicos	VI06
Imagen institucional	VI07
<hr/>	
UT03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.	
<hr/>	
Relaciones humanas	VD01
Acciones discursivas	VD02
Expresiones narrativas	VD03
Retroalimentación	VD04
<hr/>	
UT04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.	
<hr/>	
Mediación de intereses	VD05
Contexto	VD06
Parámetros Sociales	VD07
Retroalimentación	VD04
<hr/>	

Siendo trascendente la confiabilidad y validez de los instrumentos de recolección de datos, se precisa que esta se realizará mediante la técnica de validación por expertos. Contará con la evaluación de tres especialistas en el rubro:

**Tabla 5**

*Expertos para validación de instrumentos*

<b>Nombre del experto</b>	<b>Especialidad</b>	<b>Experiencia profesional</b>
<b>Mg. Paulo César Grijalva Purizaga</b>	Lic. en Ciencias de la Comunicación – Mg. en Gestión Pública.	Docente de Post Grado en Gabinete de Comunicaciones. Jefe de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Almenara en EsSalud.
<b>Dra. Marita Solórzano Castro</b>	Lic. en Ciencias de la comunicación – Mg. En Relaciones Públicas – Dra. En Relaciones Públicas.	Docente Post Grado de Relaciones Públicas. Asesora en Relaciones Públicas. Asesora en Relaciones Internacionales. Miembro del Consejo Asesor del Latin American Communication Monitor.
<b>Mg. Rogger Ñopo Olazabal</b>	Lic. en Ciencias de la Comunicación – Mg. en Gestión Pública.	Coordinador de Comunicaciones del Despacho Congresal del parlamentario Humberto Acuña Peralta.

## **1.6. Procedimientos:**

El recojo de información, se realizará de forma presencial e in situ en campo, para la aplicación del cuestionario, se aplicará en el parque principal del distrito de Pimentel y el Mercado de Abastos de la misma localidad, durante 5 días.

Respecto al segundo instrumento de recojo de información, se realizará de forma electrónica, mediante reunión zoom con los colaboradores encargados de las comunicaciones y relaciones públicas de la institución gubernamental del distrito de Pimentel, durante 3 días.

Sin embargo, para ello se gestionará un permiso ante la entidad competente descrita, que autorice la aplicación del instrumento con el personal de su institución y la investigación en torno a su institución.

## **1.7. Métodos de Análisis de Datos:**

La investigación hará uso de los siguientes métodos de investigación:

### **1.7.1. Estadístico:**

Emplearemos la estadística para la interpretación de los resultados que nos arroje el cuestionario utilizado como instrumento para la recolección de datos; por lo que, se requerirá también del uso de gráficos para comprender el comportamiento de las unidades de análisis, dando así el enfoque cuantitativo a la investigación.

### **1.7.2. Comparativo:**

Es un método considerado como general, permitirá a través de la comparación, de hechos específicos determinados en el recojo de la

información mediante la entrevista aplicada como instrumento, con teorías científicas o conclusiones de otras investigaciones académica determinar lo que se está estudiado y postular nuevos aportes académicos.

### **1.7.3. Inferencial:**

En tanto analizaremos hechos concretos y particulares, mediante procesos de inducción y deducción, encontrando la relación y consecuencia con características generales o postulados de las teorías científicas.

### **1.8. Aspectos Éticos:**

El presente estudio respetará los aspectos éticos de la investigación, orientada en el cumplimiento del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo, garantizado así la calidad y autenticidad de mi investigación.

Por lo que se han seguido los principios éticos de: **honestidad**, pues toda vez que son expuestos de forma transparente cada uno de los procedimientos desarrollados, respetando los derechos de la propiedad de otra autoría; **rigor científico**, respetando y siguiendo la metodología diseñada en la investigación, sin que ninguno de los procesos sea suprimidos u obviados; por último y no menos trascendente el principio de **competitividad profesional**, asegurando que el producto académico sea vinculante y aportantes en el ámbito profesional.

## IV. RESULTADOS

### 1.1. Resultados de la encuesta:

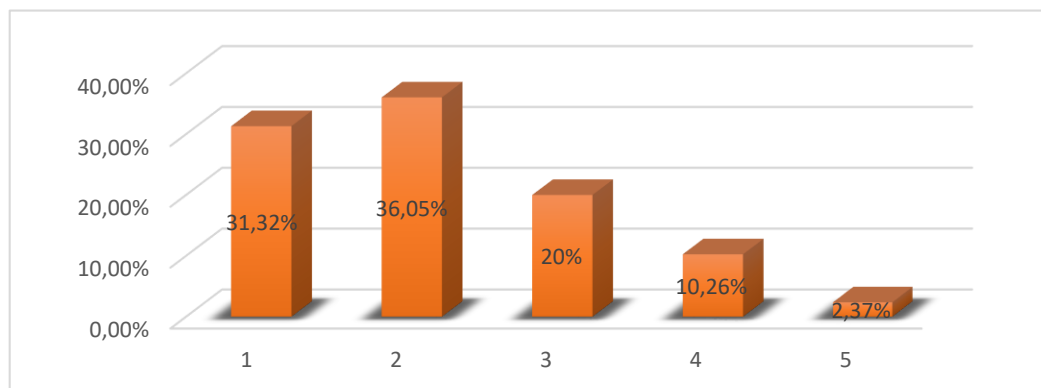
**PREGUNTA N°1:** Considera usted que la Municipalidad Distrital de Pimentel cuenta con trabajadores capacitados para las comunicaciones de la institución.

**Tabla 6**

Pregunta N°1	F	%
1=Totalmente en desacuerdo	119	31.32%
2=En desacuerdo	137	36.05%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	76	20%
4=De acuerdo	39	10.26%
5=Totalmente de acuerdo	9	2.37%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 1**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** Los resultados expuestos muestran en cuanto al enunciado: Considera usted que la MDP cuenta con trabajadores capacitados para las comunicaciones de la institución, que el 36.05 % manifestó estar en desacuerdo, el 31.32 % totalmente en desacuerdo, el 20 % de los encuestados dijo estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, luego de que el 10.26 % opinara encontrarse de acuerdo y finalmente, el 2.37 % de pobladores totalmente de acuerdo.

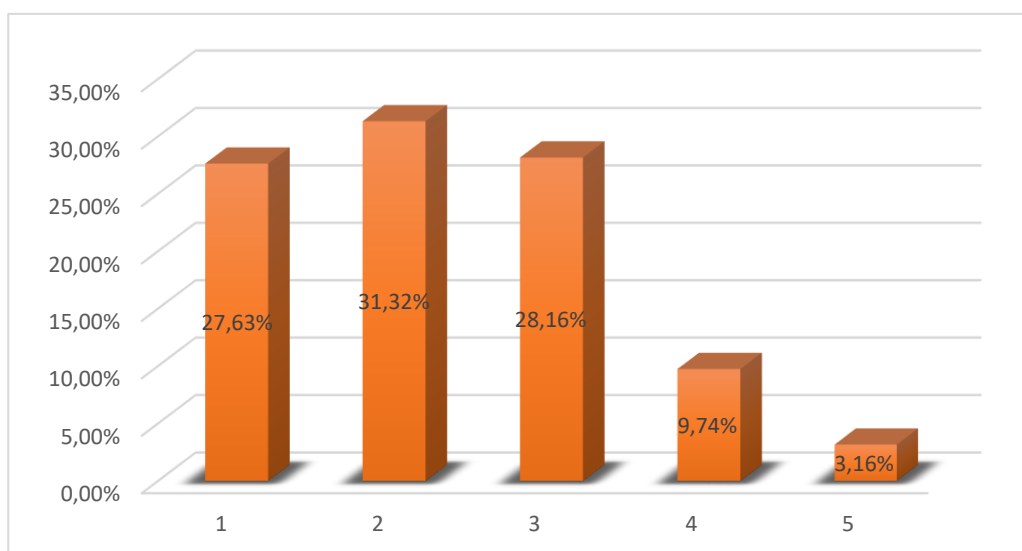
**PREGUNTA N°2:** La Municipalidad distrital de Pimentel cuenta con profesionales capacitados en Relaciones Públicas.

**Tabla 7**

Pregunta N°2	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	105	27.63%
2=En desacuerdo	119	31.32%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	107	28.16%
4=De acuerdo	37	9.74%
5=Totalmente de acuerdo	12	3.16%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 2**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La MDP cuenta con profesionales capacitados en Relaciones Públicas, se obtuvo que el 31.32 % manifestó estar en desacuerdo, el 28.16 % estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.63 % de los encuestados dijo estar totalmente en desacuerdo, luego de que el 9.74 % opinara estar de acuerdo y finalmente, el 3.16 % de pobladores totalmente de acuerdo.

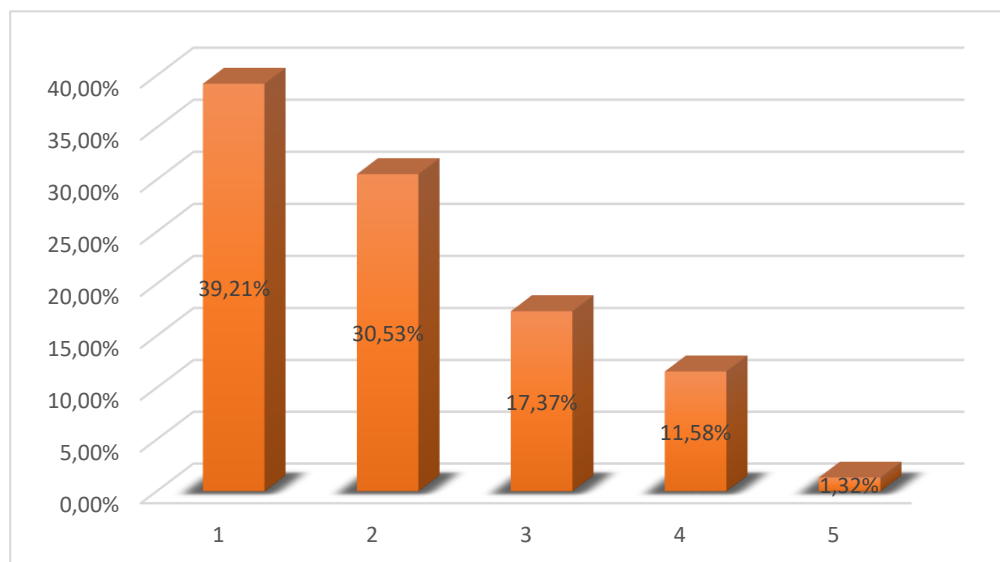
**PREGUNTA N°3:** La municipalidad distrital de Pimentel planifica sus actividades de acuerdo a los intereses de la población.

**Tabla 8**

Pregunta N°3	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	149	39.21%
2=En desacuerdo	116	30.53%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	17.37%
4=De acuerdo	44	11.58%
5=Totalmente de acuerdo	5	1.32%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 3**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La MDP planifica sus actividades de acuerdo a los intereses de la población, se obtuvo que el 39.21 % opinó estar totalmente en desacuerdo, el 30.53 % en desacuerdo, el 17.37 % de los encuestados dijo ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 11.58 % dijo estar de acuerdo y finalmente, el 1.32 % de pobladores totalmente de acuerdo.



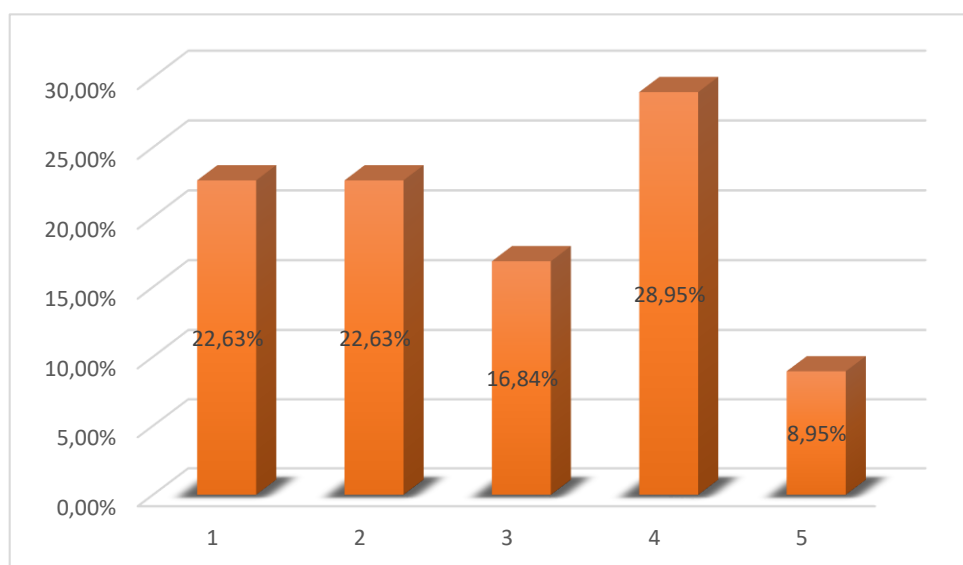
**PREGUNTA N°4:** Considera usted que la relación que tiene la municipalidad con la población afecta de forma positiva a la institución.

**Tabla 9**

Pregunta N°4	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	86	22.63%
2=En desacuerdo	86	22.63%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	16.84%
4=De acuerdo	110	28.95%
5=Totalmente de acuerdo	34	8.95%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 4**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Considera usted que la relación que tiene la municipalidad con la población afecta de forma positiva a la institución, se obtuvo que el 28.95 % estuvo de acuerdo, el 22.63 % opinó estar en desacuerdo, el 22.63 % dijo estar totalmente en desacuerdo, mientras que el 16.84 % estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, por último, el 8.95 % de pobladores totalmente de acuerdo.

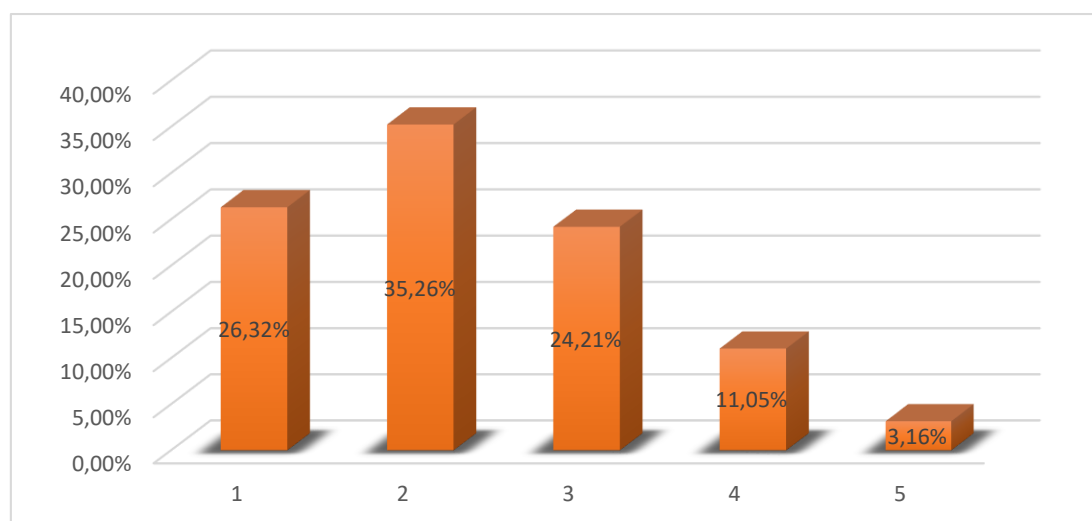
**PREGUNTA N°5:** La municipalidad planifica sus actividades dirigidas a la población con anterioridad.

**Tabla 10**

Pregunta N°5	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	100	26.32%
2=En desacuerdo	134	35.26%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	92	24.21%
4=De acuerdo	42	11.05%
5=Totalmente de acuerdo	12	3.16%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 5**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad planifica sus actividades dirigidas a la población con anterioridad, se obtuvo que el 35.26 % manifestó estar en desacuerdo, el 26.32 % totalmente en desacuerdo, el 24.21 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, luego de que el 11.05 % estuvo de acuerdo, y el 3.16 % de pobladores totalmente de acuerdo.

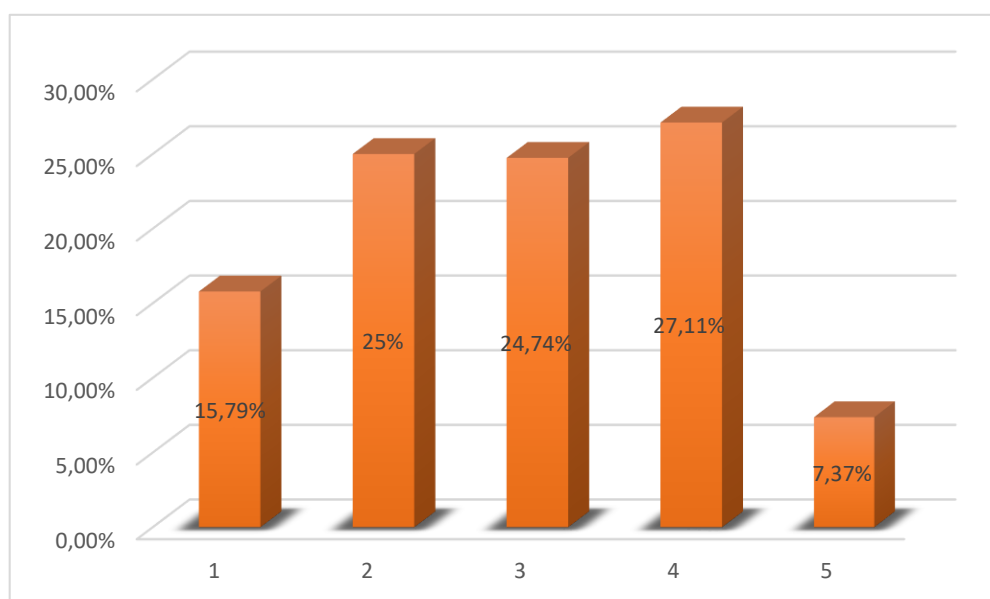
**PREGUNTA N°6:** Los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación son claros.

**Tabla 11**

Pregunta N°6	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	60	15.79%
2=En desacuerdo	95	25%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	24.74%
4=De acuerdo	103	27.11%
5=Totalmente de acuerdo	28	7.37%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 6**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación son claros, se obtuvo que el 27.11 % de la población estuvo de acuerdo, el 25 % opinó estar en desacuerdo, el 24.74 % estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido el 15.79 % totalmente en desacuerdo, finalmente el 7.37 % de pobladores totalmente de acuerdo.

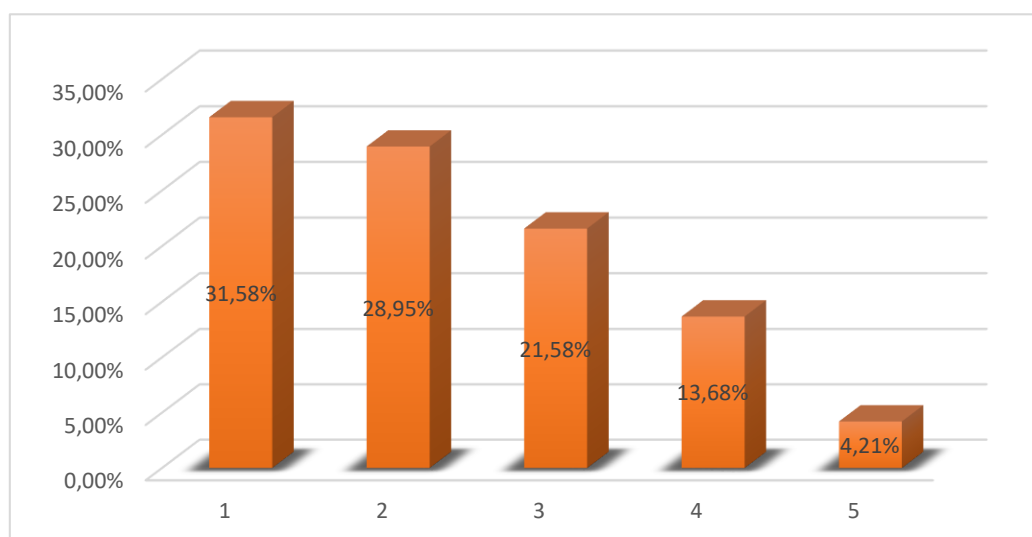
**PREGUNTA N°7:** La municipalidad está constantemente interactuando con la población.

**Tabla 12**

Pregunta N°7	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	120	31.58%
2=En desacuerdo	110	28.95%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	82	21.58%
4=De acuerdo	52	13.68%
5=Totalmente de acuerdo	16	4.21%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 7**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad está constantemente interactuando con la población., se obtuvo que el 31.58 % estuvo totalmente en desacuerdo, el 28.95% opinó estar en desacuerdo, el 21.58 % de la población estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 13.68 % de acuerdo, y el 4.21 % de pobladores totalmente de acuerdo.

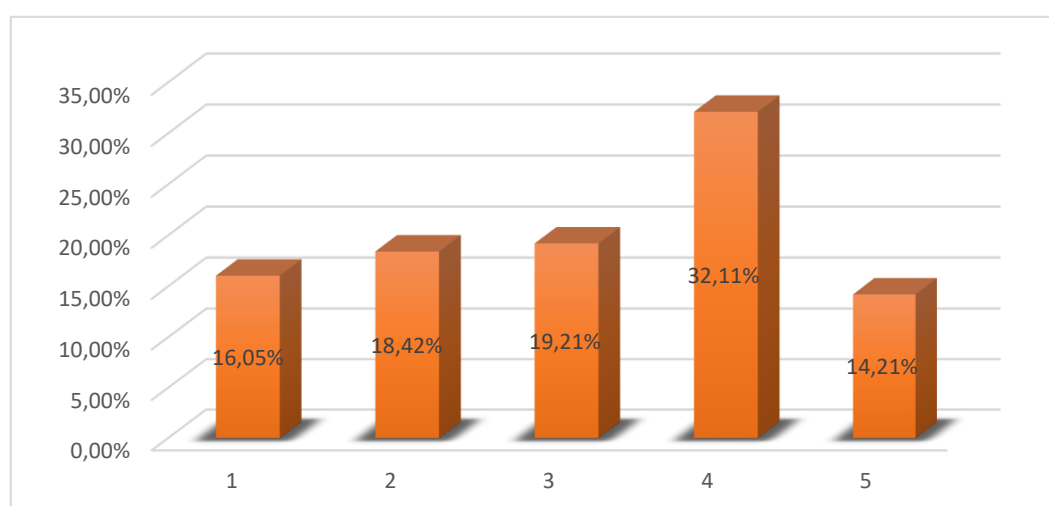
**PREGUNTA N°8:** Considera usted que son importantes los mensajes que comunica la municipalidad a la población.

**Tabla 13**

Pregunta N°8	F	%
1=Totalmente en desacuerdo	61	16.05%
2=En desacuerdo	70	18.42%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	19.21%
4=De acuerdo	122	32.11%
5=Totalmente de acuerdo	54	14.21%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 8**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Considera usted que son importantes los mensajes que comunica la municipalidad a la población, se obtuvo que el 32.11 % estuvo de acuerdo, el 19.21 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18.42 % de la población estuvo en desacuerdo, mientras que el 16.05% totalmente en desacuerdo, y el 14.21 % de pobladores totalmente de acuerdo.

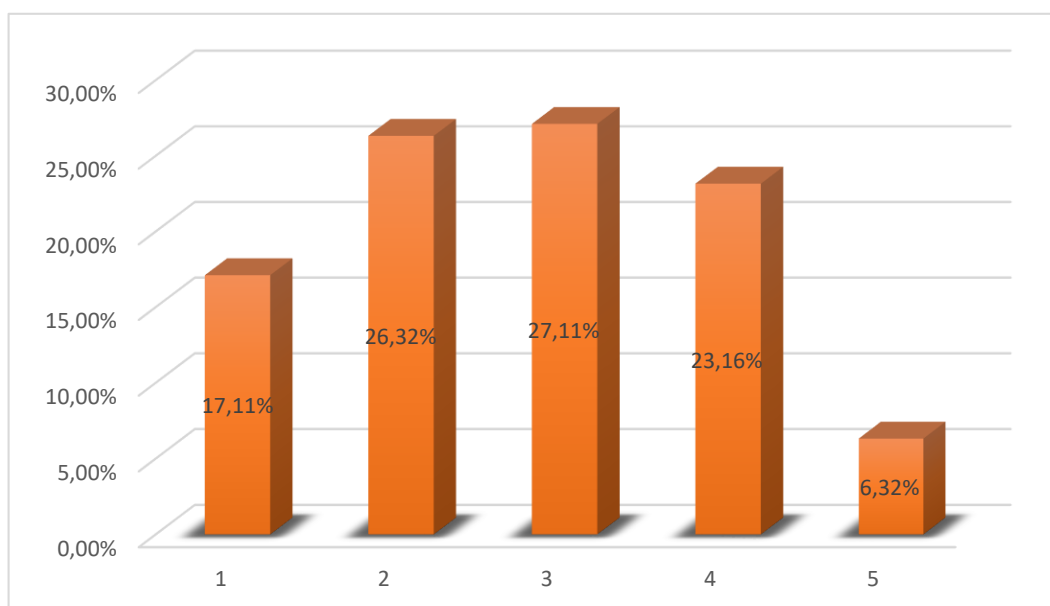
**PREGUNTA N°9:** La municipalidad busca influenciar frecuentemente a la población a través de los mensajes que emite.

**Tabla 14**

Pregunta N°9	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	65	17.11%
2=En desacuerdo	100	26.32%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	103	27.11%
4=De acuerdo	88	23.16%
5=Totalmente de acuerdo	24	6.32%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 9**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad busca influenciar frecuentemente a la población a través de los mensajes que emite, se obtuvo que el 27.11 % estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 26.32 % opinó estar en desacuerdo, el 23.16 % de la población estuvo de acuerdo, mientras que el 17.11 % totalmente de acuerdo, finalmente el 6.32 % de pobladores totalmente de acuerdo.

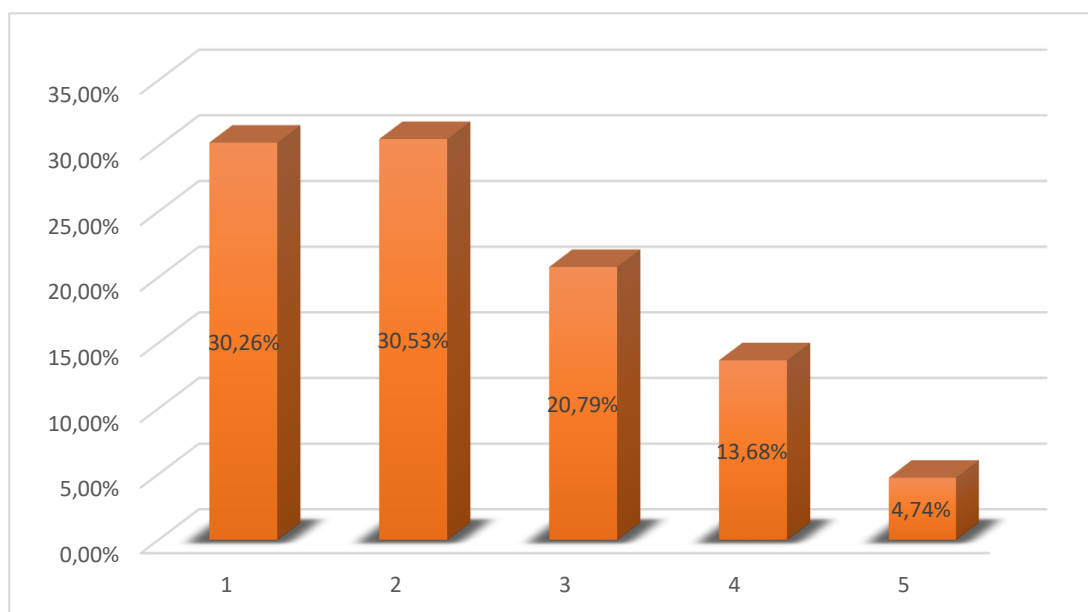
**PREGUNTA N°10:** Los trabajadores de la municipalidad tratan de mostrar eficiencia cuando se interactúa con ellos.

**Tabla 15**

Pregunta N°10	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	115	30.26%
2=En desacuerdo	116	30.53%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	79	20.79%
4=De acuerdo	52	13.68%
5=Totalmente de acuerdo	18	4.74%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 10**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Los trabajadores de la municipalidad tratan de mostrar eficiencia cuando se interactúa con ellos, se obtuvo que el 30.53 % estuvo en desacuerdo, el 30.26 % opinó estar totalmente en desacuerdo, el 20.79 % de la población estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 13.68 % de acuerdo, y por último el 4.74 % de pobladores totalmente de acuerdo.

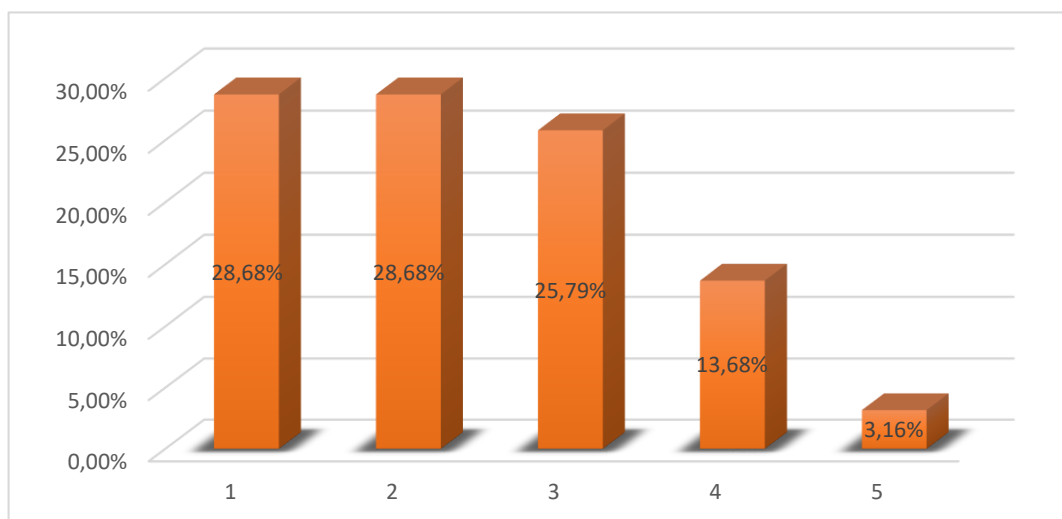
**PREGUNTA N°11: La municipalidad de Pimentel promueve la participación de otras instituciones de la región.**

**Tabla 16**

Pregunta N°11	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	109	28.68%
2=En desacuerdo	109	28.68%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	25.79%
4=De acuerdo	52	13.68%
5=Totalmente de acuerdo	12	3.16%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 11**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad de Pimentel promueve la participación de otras instituciones de la región, se obtuvo que el 28.68 % de la población estuvo en desacuerdo, el 28.68 % totalmente en desacuerdo, el 25.79 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 13.68 % estuvo de acuerdo, y el 3.16 % totalmente de acuerdo.



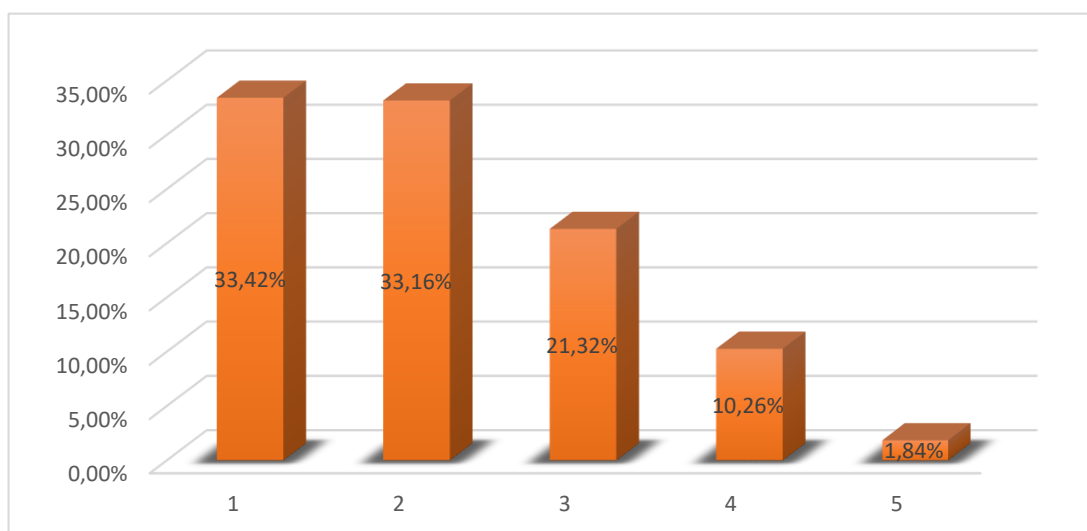
**PREGUNTA N°12:** La municipalidad de Pimentel hace que la población permanezca cercana a la institución.

**Tabla 17**

Pregunta N°12	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	127	33.42%
2=En desacuerdo	126	33.16%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	81	21.32%
4=De acuerdo	39	10.26%
5=Totalmente de acuerdo	7	1.84%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 12**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad de Pimentel hace que la población permanezca cercana a la institución, se obtuvo que el 33.42 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 33.16 % en desacuerdo, el 21.32 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 10.26 % estuvo de acuerdo, finalmente el 1.84 % totalmente de acuerdo.

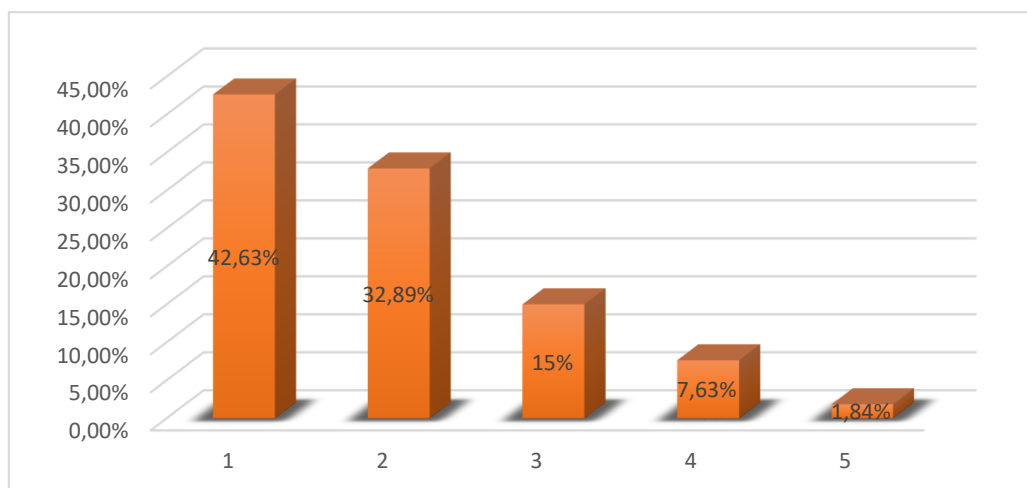
**PREGUNTA N°13:** Considera que la municipalidad posee una buena imagen ante la población.

**Tabla 18**

Pregunta N°13	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	162	42.63%
2=En desacuerdo	125	32.89%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	15%
4=De acuerdo	29	7.63%
5=Totalmente de acuerdo	7	1.84%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 13**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Considera que la municipalidad posee una buena imagen ante la población, se obtuvo que el 42.63 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 32.89 % en desacuerdo, el 15 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, luego de que el 7.63 % estuvo de acuerdo, y el 1.84 % totalmente de acuerdo.

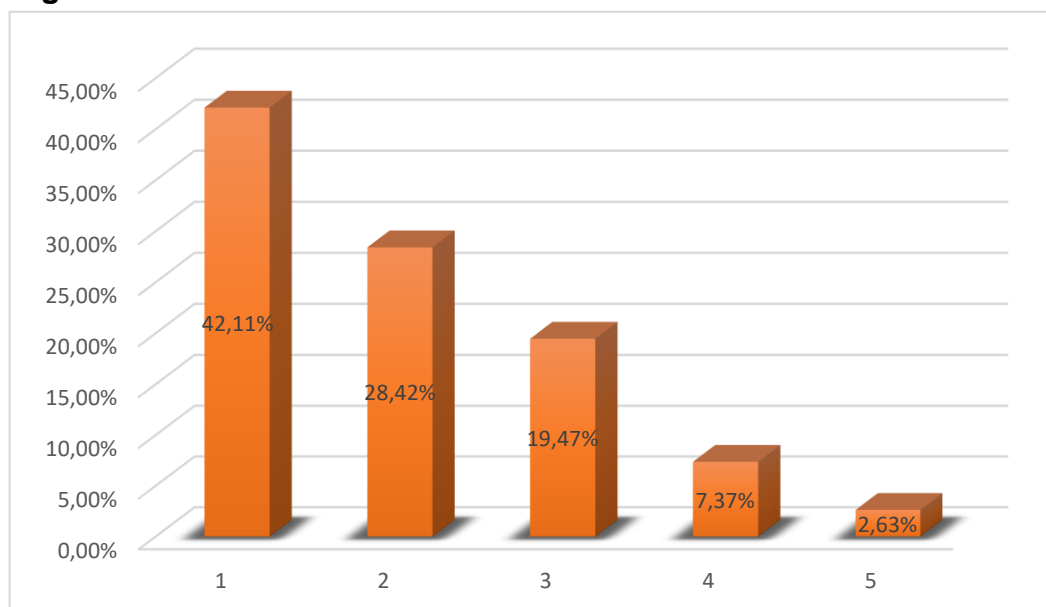
**PREGUNTA N°14:** Considera usted que la municipalidad es una institución que trabaja por el desarrollo del distrito.

**Tabla 19**

Pregunta N°14	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	160	42.11%
2=En desacuerdo	108	28.42%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	19.47%
4=De acuerdo	28	7.37%
5=Totalmente de acuerdo	11	2.63%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 14**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Considera usted que la municipalidad es una institución que trabaja por el desarrollo del distrito, se obtuvo que el 42.11 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 28.42 % en desacuerdo, el 19.47 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, luego de que el 7.37 % estuvo de acuerdo, y el 2.63 % totalmente de acuerdo.

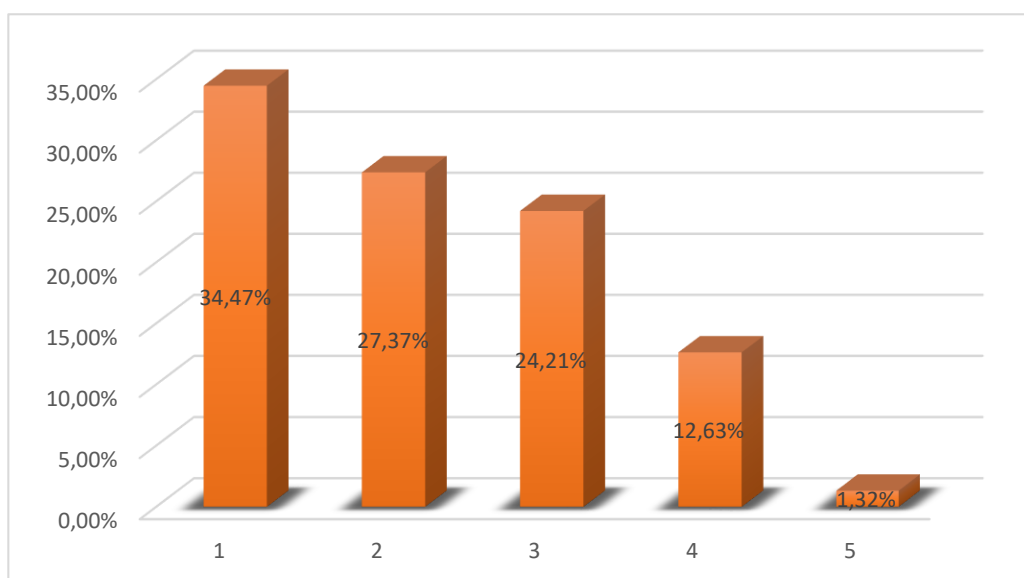
**PREGUNTA N°15:** La municipalidad planifica sus actividades y proyectos vinculando las necesidades de la población.

**Tabla 20**

<b>Pregunta N°15</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
1=Totalmente en desacuerdo	131	34.47%
2=En desacuerdo	104	27.37%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	92	24.21%
4=De acuerdo	48	12.63%
5=Totalmente de acuerdo	5	1.32%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 15**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad planifica sus actividades y proyectos vinculando las necesidades de la población, se obtuvo que el 34.47 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 27.37 % en desacuerdo, el 24.21 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, luego de que el 12.63 % estuvo de acuerdo, finalmente el 1.32 % totalmente de acuerdo.

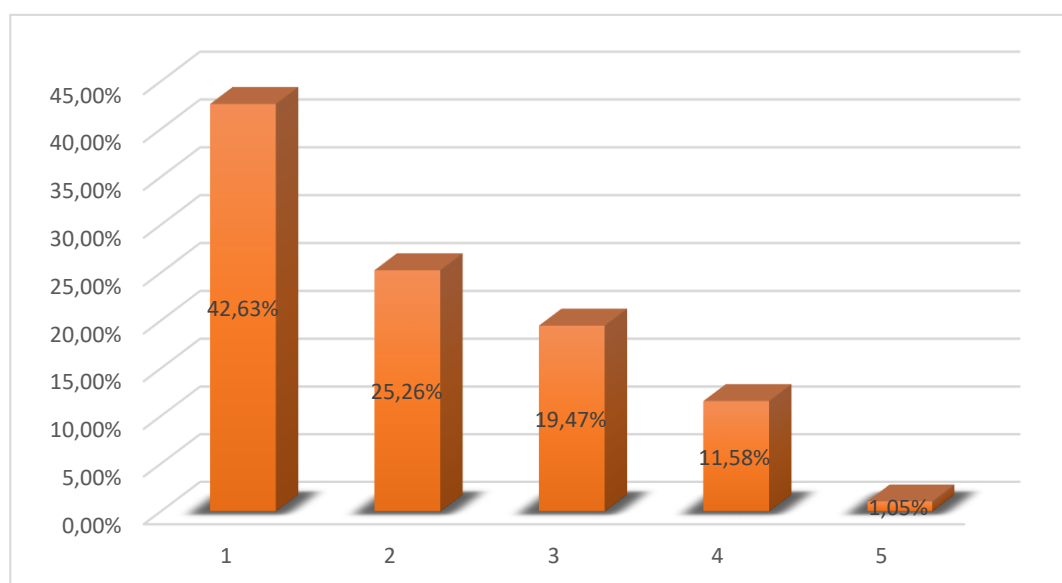
**PREGUNTA N°16:** Ante una crisis en el distrito de Pimentel, la municipalidad reacciona de manera favorable para la población.

**Tabla 21**

Pregunta N°16	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	162	42.63%
2=En desacuerdo	96	25.26%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	19.47%
4=De acuerdo	44	11.58%
5=Totalmente de acuerdo	4	1.05%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 16**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Ante una crisis en el distrito de Pimentel la municipalidad reacciona de manera favorable para la población, se obtuvo que el 42.63 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 25.26 % en desacuerdo, el 19.47 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, luego de que el 11.58 % estuvo de acuerdo, y el 1.05 % totalmente de acuerdo.

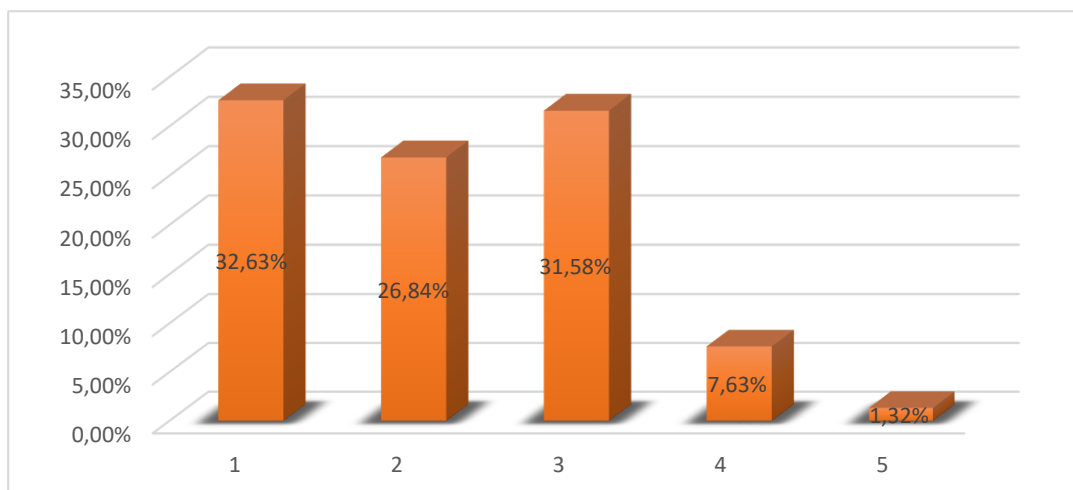
**PREGUNTA N°17:** Considera que la institución toma en consideración y aprovecha el comportamiento de la población, planificando actividades respecto a ello.

**Tabla 22**

Pregunta N°17	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	124	32.63%
2=En desacuerdo	102	26.84%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	120	31.58%
4=De acuerdo	29	7.63%
5=Totalmente de acuerdo	5	1.32%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 17**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Considera que la institución toma en consideración y aprovecha el comportamiento de la población planificando actividades respecto a ello, se obtuvo que el 32.63 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 31.58 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 26.84 % opinó estar en desacuerdo, mientras que el 7.63 % estuvo de acuerdo, y el 1.32 % totalmente de acuerdo.

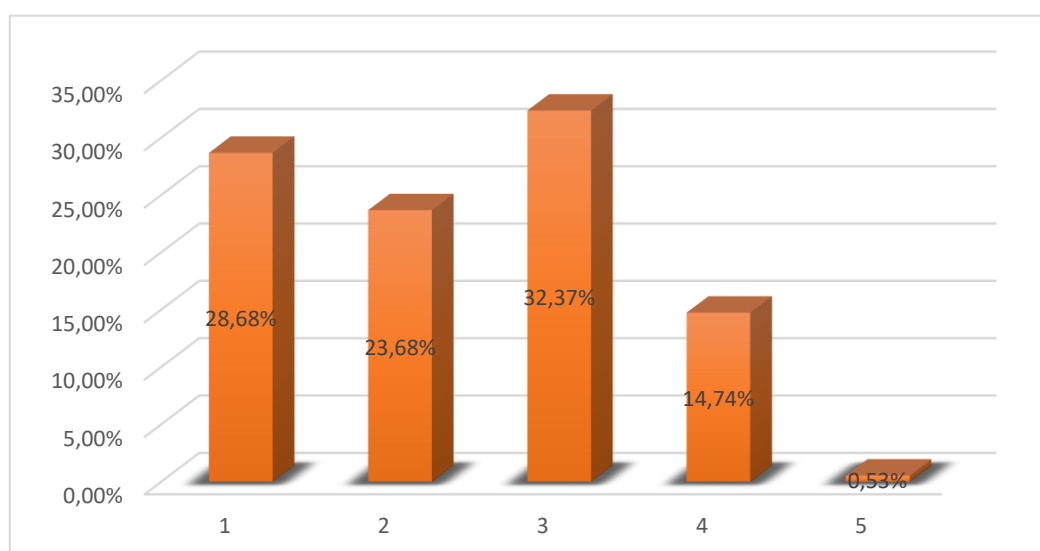
**PREGUNTA N°18:** Cree que las formas que emplea la municipalidad para comunicarse con la población son pertinentes.

**Tabla 23**

Pregunta N°18	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	109	28.68%
2=En desacuerdo	90	23.68%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	123	32.37%
4=De acuerdo	59	14.74%
5=Totalmente de acuerdo	2	0.53%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 18**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Cree que las formas que emplea la municipalidad para comunicarse con la población son pertinentes, se obtuvo que el 32.37 % de la población estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 28.68 % totalmente en desacuerdo, el 23.68 % opinó estar en desacuerdo, luego de que el 14.74 % estuvo de acuerdo, finalmente el 0.53 % totalmente de acuerdo.

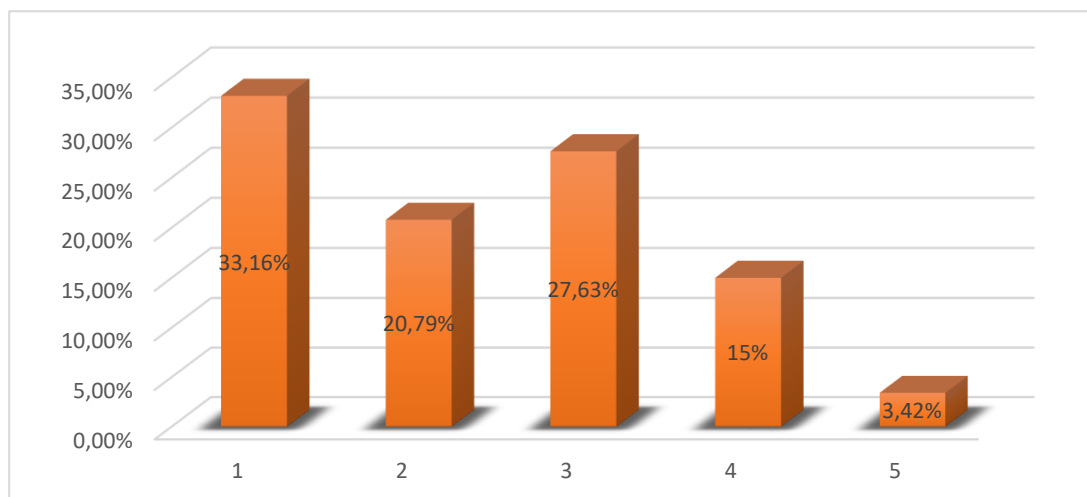
**PREGUNTA N°19:** Considera usted que la forma de comunicarse de los trabajadores de la municipalidad es de utilidad para la población cuando van a la institución a realizar algún trámite.

**Tabla 24**

Pregunta N°19	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	126	33.16%
2=En desacuerdo	79	20.79%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	105	27.63%
4=De acuerdo	57	15%
5=Totalmente de acuerdo	13	3.42%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 19**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Considera usted que la forma de comunicarse de los trabajadores de la municipalidad es de utilidad para la población cuando van a la institución a realizar algún trámite, se obtuvo que el 33.16 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 27.63 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20.79 % opinó estar en desacuerdo, mientras que el 15 % estuvo de acuerdo, y el 3.42 % totalmente de acuerdo.



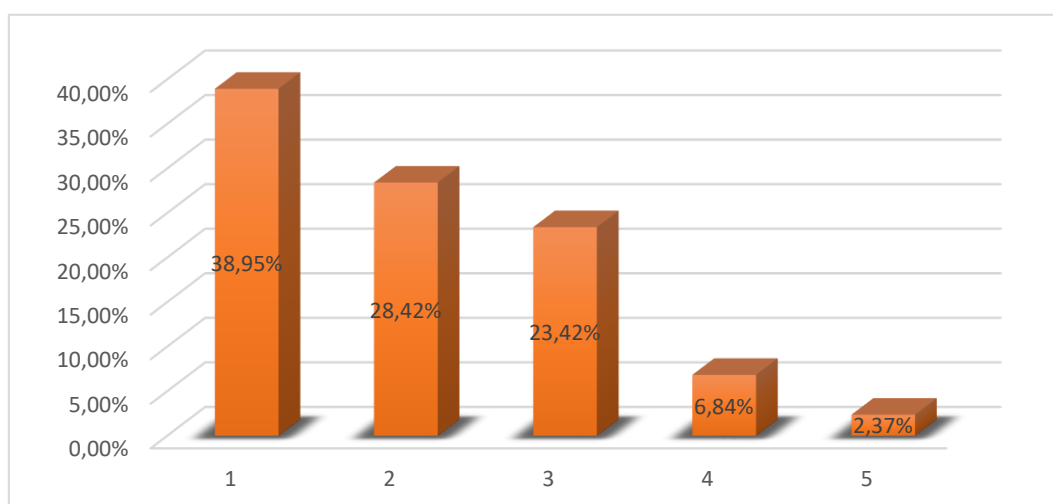
**PREGUNTA N°20:** La municipalidad tiene en consideración siempre la opinión de la población.

**Tabla 25**

Pregunta N°20	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	148	38.95%
2=En desacuerdo	108	28.42%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	89	23.42%
4=De acuerdo	26	6.84%
5=Totalmente de acuerdo	9	2.37%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 20**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad tiene en consideración siempre la opinión de la población, se obtuvo que el 38.95 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 28.42 % en desacuerdo, el 23.42 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, luego de que el 6.84 % estuvo de acuerdo, finalmente el 2.37 % totalmente de acuerdo.

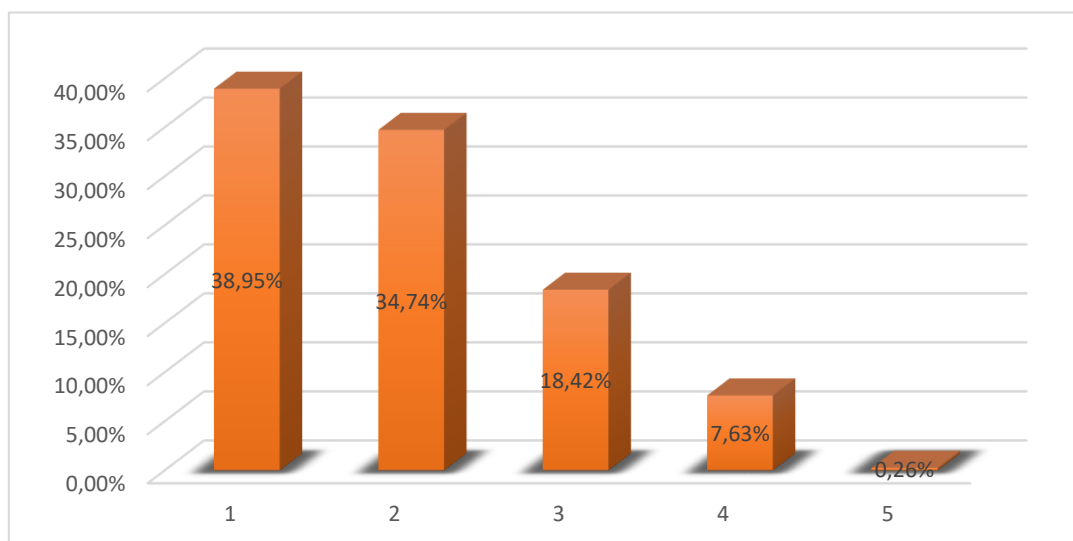
**PREGUNTA N°21:** Usted considera que la municipalidad comprende las opiniones que emite la población.

**Tabla 26**

Pregunta N°21	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	148	38.95%
2=En desacuerdo	132	34.74%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	18.42%
4=De acuerdo	29	7.63%
5=Totalmente de acuerdo	1	0.26%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 21**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Usted considera que la municipalidad comprende las opiniones que emite la población, se obtuvo que el 38.95 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 34.74 % en desacuerdo, el 18.42% opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 7.63 % estuvo de acuerdo, y el 0.26 % totalmente de acuerdo.

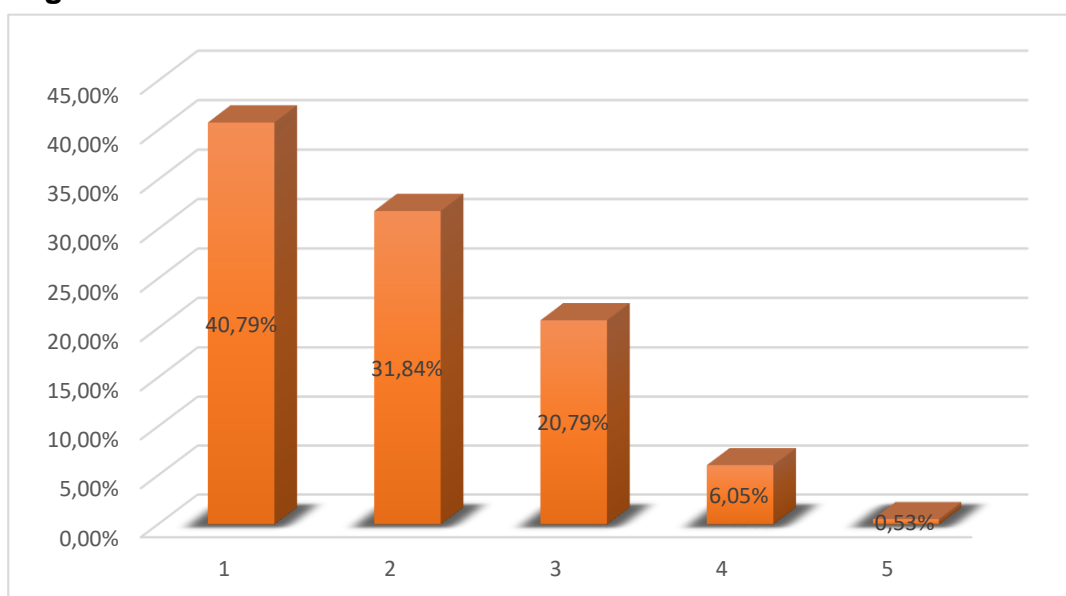
**PREGUNTO N°22:** La municipalidad de forma frecuente prioriza los intereses de la población.

**Tabla 27**

Pregunta N°22	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	155	40.79%
2=En desacuerdo	121	31.84%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	79	20.79%
4=De acuerdo	23	6.05%
5=Totalmente de acuerdo	2	0.53%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 22**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad de forma frecuente prioriza los intereses de la población, se obtuvo que el 40.79 % de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 31.84 % en desacuerdo, el 20.79 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.05 % estuvo de acuerdo, y el 0.53 % totalmente de acuerdo.

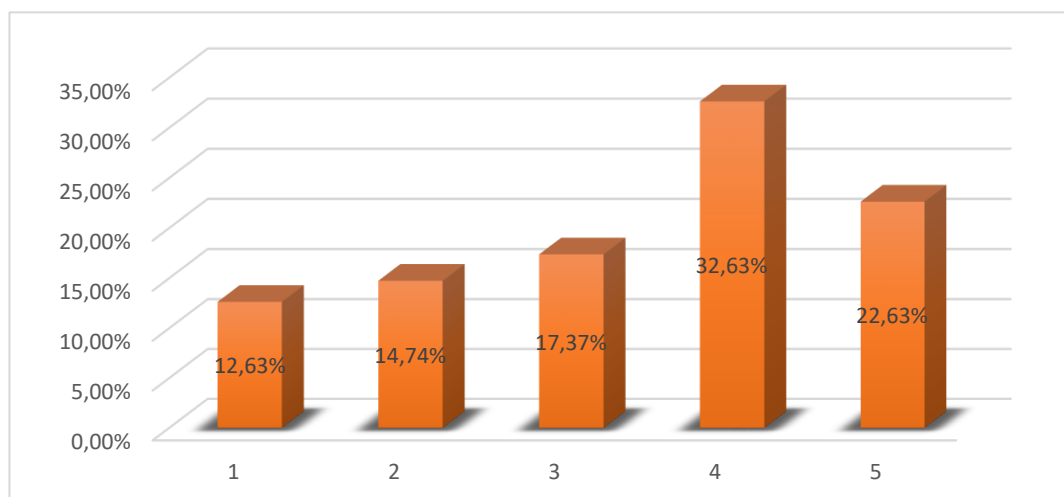
**PREGUNTA N°23:** Cree usted que de existir un conflicto entre la población y la municipalidad esto influencia de forma negativa en el desarrollo de su distrito.

**Tabla 28**

Pregunta N°23	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	48	12.63%
2=En desacuerdo	56	14.74%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	17.37%
4=De acuerdo	124	32.63%
5=Totalmente de acuerdo	86	22.63%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 23**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Cree usted que de existir un conflicto entre la población y la municipalidad esto influencia de forma negativa en el desarrollo de su distrito, se obtuvo que el 32.63 % de la población estuvo de acuerdo, el 22.63 % totalmente de acuerdo, el 17.37 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 14.74 % estuvo en desacuerdo, y el 12.63 % totalmente en desacuerdo.

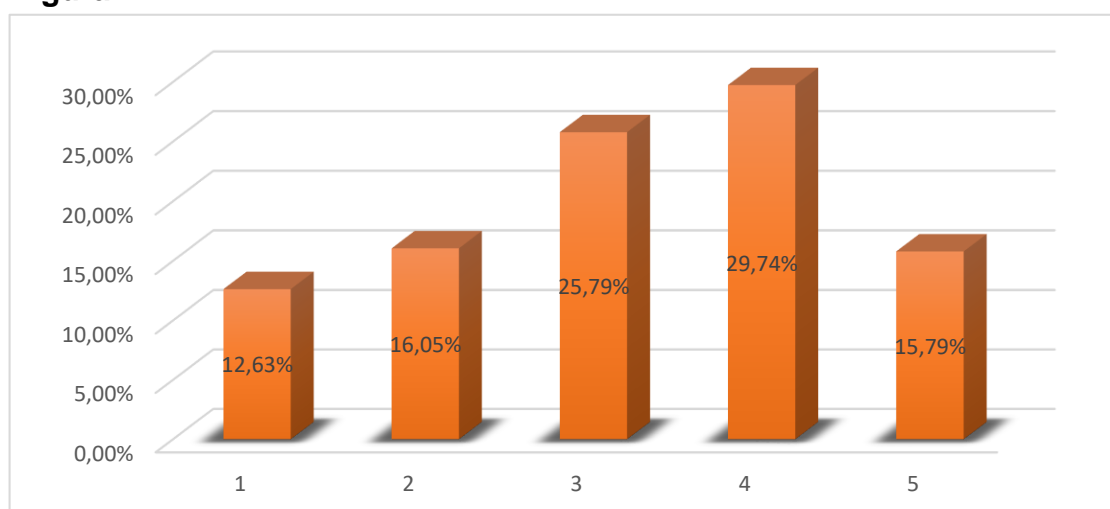
**PREGUNTA N°24:** Considera usted que las diferentes formas de comunicación que emplea la municipalidad con la población influyen negativamente en su relacionamiento.

**Tabla 29**

Pregunta N°24	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	48	12.63%
2=En desacuerdo	61	16.05%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	25.79%
4=De acuerdo	113	29.74%
5=Totalmente de acuerdo	60	15.79%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 24**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: Considera usted que las diferentes formas de comunicación que emplea la municipalidad con la población influyen negativamente en su relacionamiento, se obtuvo que el 29.74 % de la población estuvo de acuerdo, el 25.79 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15.79 % opinó estar totalmente en desacuerdo, luego de que el 16.05 % estuvo en desacuerdo, finalmente el 12.63 % totalmente en desacuerdo.

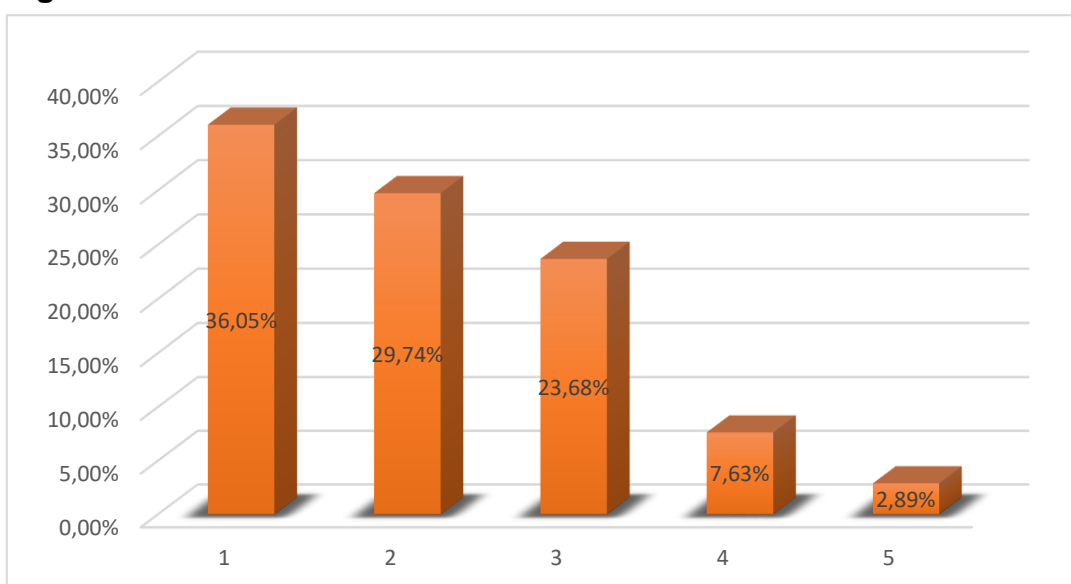
**PREGUNTA N°25:** La municipalidad distrital de Pimentel es una institución que respeta las normas y las hace respetar.

**Tabla 30**

Pregunta N°25	f	%
1=Totalmente en desacuerdo	137	36.05%
2=En desacuerdo	113	29.74%
3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo	90	23.68%
4=De acuerdo	29	7.63%
5=Totalmente de acuerdo	11	2.89%
Total	380	100%

**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Figura 25**



**Nota:** Datos recogidos de encuesta aplicada

**Interpretación:** De la encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Pimentel, al enunciado: La municipalidad distrital de Pimentel es una institución que respeta las normas y las hace respetar, se obtuvo que el 36.05% de la población estuvo totalmente en desacuerdo, el 29.74 % en desacuerdo, el 23.68 % opinó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 7.63 % estuvo de acuerdo, y el 2.89 % totalmente de acuerdo.

## 1.2. Resultados de la entrevista:

Este segundo instrumento de recolección de datos constó de 4 Unidades Temáticas y fue aplicado a los colaboradores de la Oficina General de Atención al Ciudadano y Trámite Documentario de la institución gubernamental de Pimentel, que desempeña las funciones de Relaciones Públicas e Imagen Institucional integrantes de la primera y de la segunda muestra. Siendo un total de 3 entrevistas ejecutadas.

### 01:

Entrevistado: Bryant Limo Osorio  
Entrevistador: Gloria Ugaz Herrera  
Fecha: 15/07/2022  
Formato de registro: Audio  
Lugar: Reunión virtual.  
Duración: 34 min. 20 seg.

En cuanto a lo conversado sobre las unidades temáticas se presentan las siguientes afirmaciones o comentarios, al considerarse vinculantes para la investigación:

### **UT 01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.**

Creo que la institución siempre se comunica de forma oportuna porque mis compañeros siempre se mantienen en comunicación con las distintas empresas para coordinar diferentes eventos.

Siento que estoy capacitado para colaborar con la comunicación y las relaciones públicas de la institución. Soy profesional en la especialidad de Ciencias de la Comunicación, graduado en la Universidad Señor de Sipán. Me siento competente.

Considero que nosotros trabajamos de forma planificada. Cada tres meses trabajamos un cronograma de actividades... Estos últimos meses se ha trabajado de acuerdo con las festividades del mes; por ejemplo, celebramos el día del pescador y se hizo un cronograma de actividades. Se trabaja en relación

con las fiestas mensuales y el calendario cívico. Nosotros organizamos las actividades considerando lo que le interesa a la población, pero también conforme con el presupuesto que maneja la municipalidad.

Por ahora no contamos con un plan de comunicaciones. Yo voy a cumplir un año en el área, pero supongo que quienes tienen más tiempo de permanencia han presentado algún plan anual de trabajo.

El alcalde nos tiene mucha confianza, cada vez que ha pasado algo siempre nos ha pedido nuestra opinión, incluso para las marchas... Siempre ha escuchado la opinión de nosotros.

El área se llama comunicaciones e imagen institucional, entonces hace suponer que han fusionado imagen institucional con relaciones públicas, nosotros nos encargamos de ambas.

#### **UT 02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.**

Los mensajes que emitimos son entendibles, obviamente hay gente que está en contra de la gestión, pero no en contra de nuestra área.

Como toda área de comunicaciones cada vez que pasa un problema no tratamos de minimizarlo, sino de cubrir de cierta forma el hecho con otras noticias. Tratamos de resaltar lo bueno, publicando otras cosas, para que la gente vea que hay problemas, pero también hay hechos resaltantes de aplaudir.

Creo que todas las municipalidades deberían de capacitar a sus trabajadores, no solo a los que atienden al público, aunque es cierto que son sobre todo ellos quienes tienen más contacto con los ciudadanos y les es difícil lidiar con distintas personas que vienen.

En ciertas áreas se trabaja de forma articulada con la población. Por ejemplo, las áreas de desarrollo social y desarrollo económico, que son las dependencias que más actividades realizan.



Los canales de comunicación que manejamos son redes sociales como Facebook e Instagram. Si revisamos las últimas semanas ha bajado el entorno hostil, porque en un momento todo estaba muy “caliente”, todo lo que se publicaba, así sea que hicimos algo bueno, igual la gente sacaba otra cosa. Suele pasar, publicas algo y las personas comentan sobre otro asunto.

### **UT 03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.**

Cada vez que se elabora un mensaje se tiene que analizar qué se va colocar porque la gente a veces no comprende bien la intención.

No sé si el área cuenta con un plan de manejo de crisis, no sé si lo tienen o si las personas encargadas anteriormente lo habrían dejado. No tengo idea. No manejamos un plan, pero creo que sería importante poder trabajarlo.

### **UT 04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.**

Nosotros nos limitamos a informar los problemas porque no depende de nosotros solucionarlos, simplemente somos los mediadores para que las otras áreas puedan darle solución.

Sí nos tomamos el trabajo de leer los comentarios de la población a través de nuestras redes sociales. Nosotros siempre tratamos de centrarnos en los comentarios buenos, no en los malos que puedan hacer. Obviamente también vemos los comentarios malos, pero hay cosas que nos ayudan a mejorar y hay cosas que no, que ni siquiera valen la pena leer.

Considero que la relación con la población es buena. Es cierto que hay muchas páginas que publican en contra de la municipalidad, pero estas no llegan a ser ni el 1% de la población.

Creo que las situaciones adversas con la población se pueden revertir, Imagen es un área muy poderosa en cualquier institución. Nuestra área es la que sostiene la percepción de la institución, depende de nosotros si la población ve bien o mal lo que realiza la entidad. El mal manejo del trabajo de algunas áreas,

me parece, ha repercutido en la imagen de toda la institución; sin embargo, ha sido solo por un cierto tiempo, algunos meses.

**02:**

Entrevistado: Henry Alonso Segura Galán

Entrevistador: Gloria Ugaz Herrera

Fecha: 16/07/2018

Formato de registro: Audio

Lugar: Reunión virtual.

Duración: 26 min. 33 seg.

En cuanto a lo conversado sobre las unidades temáticas se presentan las siguientes afirmaciones o comentarios, al considerarse vinculantes para la investigación:

**UT 01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.**

Considero que la institución no tiene la capacidad de comunicarse de forma oportuna. La mayoría de veces no hay una comunicación fluida, a tiempo.

Nuestra área ahora es la Oficina general de atención al ciudadano y gestión documentaria. Con el nuevo clasificador de cargos las áreas se han unificado, antes había la unidad de comunicaciones, ahora no, toda es una sola área. Como licenciado en comunicaciones considero que las relaciones públicas son comprendidas, en el sector público gubernamental, como el trabajo que permite relacionarse con instituciones privadas y otras entidades de la administración pública.

Estimo que la institución planifica las actividades que realiza articuladas a la población; sin embargo, creo que un problema es la disminución en ingresos económicos y la contratación del personal.

No contamos con un plan de comunicación u de otra índole que haya sido aprobado como documento de gestión institucional. Pienso que estos documentos no tienen que ser siempre aprobados de esa forma o avalado por la entidad porque se trabaja con base en los momentos que se están dando.

## **UT 02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.**

Nuestra comunicación con la población se hace de forma clara, lo que interviene es la manera de interpretar del ciudadano. Los mensajes los elaboramos de forma planificada, porque el mensaje que la entidad dará deberá ser sobre los resultados obtenidos, y son esos resultados lo que se informa. Construimos los mensajes orientados a exponer los logros de la institución.

Considero que la intención de nuestra comunicación, de nuestras publicaciones, no genera impacto positivo o negativo por sí mismas, sino diría que ocurre de forma mixta, porque al revisar las publicaciones que se realizan a través de nuestras redes sociales se ven opiniones a favor y también en contra.

## **UT 03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.**

No contamos con un plan de manejo de crisis, pero yo no lo supongo necesario. Está comprobado que siempre va a haber algo que no funcione correctamente.

Siempre que se informa, buscamos generar un impacto, pero que este sea positivo o negativo no depende únicamente de lo que se informa, sino de la interpretación que se le dé al mensaje.

Se trabaja de manera articulada con las instituciones, lo cual se evidencia mediante los convenios interinstitucionales que tenemos a nivel distrital o regional, y también a través del diferente apoyo que en algunas oportunidades estas instituciones nos prestan.

## **UT 04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.**

Muchas veces no podemos depender de las ideas que tenga la población o lo que realmente ellos quieran... Tú no puedes hacerle caso a la población, uno trabaja sobre la realidad de la municipalidad. Pero tratamos de escuchar a la población y cuando están en desacuerdo con algo, buscamos la forma de darle

una solución para que la próxima persona que venga no encuentre la misma falencia.

Creo que las relaciones de la institución no son ni buenas ni malas, se encuentran de forma mixta, con algunos se llevan bien y con otros no, y esto impacta en la institución en esa medida también. Si un usuario se va descontento, eso lo va llevar hacia el exterior y las otras personas que vengan son proclives a permanecer con esa idea. Entonces, sí repercute en el ciudadano. Pero yo creo que estas situaciones se pueden revertir.

Ante las situaciones adversas con la población y las crisis mediáticas, los mensajes que se han emitido han ayudado a revertir esos contextos. La entidad, se ha limitado a informar la realidad que tiene en documentación o información adquirida mediante comunicaciones verbales de carácter formal.

**03:**

Entrevistado: Mayra Teresa de Jesús Velezmoro Delgado

Entrevistador: Gloria Ugaz Herrera

Fecha: 17/10/2018

Formato de registro: Audio

Lugar: Reunión virtual.

Duración: 20 min. 10 seg.

En cuanto a lo conversado sobre las unidades temáticas se presentan las siguientes afirmaciones o comentarios, al considerarse vinculantes para la investigación:

**UT 01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.**

Yo era secretaria general de la municipalidad y la función principal es el asesoramiento al Concejo Municipal, que está conformado por el alcalde y sus regidores. Ahora se llama Oficina General de Atención al Ciudadano y Trámite Documentario, y tenemos a cargo el trámite documentario que es mesa de

partes, imagen institucional y archivo general. Con la publicación del nuevo CAP, todo se ha unificado y ahora depende de una sola área.

Considero que cada gerencia, hoy cada oficina, sí laboran de forma planificada, organizan sus actividades, sus planes de trabajo y requerimientos, teniendo en consideración las necesidades de la población, sobre todo las áreas de Desarrollo Social, Ambiental, u Obras.

Tenemos un equipo de imagen institucional capacitado.

### **UT 02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.**

Pienso que la comunicación que empleamos como institución es clara. Contamos con un equipo de comunicación capacitado que siempre está en constante coordinación con el área, con Gerencia Municipal. Coordinan permanentemente la publicación de sus comunicados y anuncios, incluso con la misma Gerencia de Asesoría Jurídica. Sí se brindan mensajes claros a la población.

La comunicación que tenemos con la población impacta de forma positiva para la institución porque, de una u otra forma, estamos dando a conocer las actividades, los programas, los proyectos, los inicios de ciertas obras, inauguraciones que se desarrollan, etc.

### **UT 03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.**

Una de las dolencias o falencias que tienen los gobiernos locales es la falta de capacitación a los trabajadores. En nuestro caso creo que se debe mejorar en el aspecto de atención al usuario. Y esto no necesariamente requiere de un gasto económico, porque no siempre se tiene que contratar una consultoría o empresa, se puede trabajar mediante convenios. Por ejemplo, nosotros contamos con convenios interinstitucionales con la Universidad César Vallejo, Universidad Señor de Sipán, Universidad Pedro Ruiz Gallo, entre otras.

No contamos con un plan de manejo de crisis. Por lo menos en el tiempo que laboro en la entidad no he conozco que exista en nuestro archivo alguna directiva sobre ese tema, pero sí considero que sería algo bueno en lo que se podría trabajar para una mejor organización a nivel institucional.

**UT 04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.**

Creo que el tema de la relación con la población es un tema muy subjetivo, puesto que no podemos opinar o indicar algo, ya que tal vez ciertos sectores están de acuerdo con la gestión y otros sectores no.

## V. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como principal objeto de estudio determinar cómo y en qué medida la gestión de las relaciones públicas en la institución gubernamental de Pimentel influye en el relacionamiento con su población. Es imprescindible para responder a esa inquietud empezar analizando el funcionamiento de las dos variables que intervienen.

La gestión de las relaciones públicas se entendió como el agrupamiento de acciones que una organización planifica e implementa para forjar, mantener o sostener relaciones fuertes con sus diferentes públicos, empleando de forma estratégica como principal herramienta sus comunicaciones. Desde ese escenario, nos sostenemos en una de las afirmaciones propuestas por Puentes (2017): las relaciones públicas tienen como meta final crear y mantener vínculos sólidos y de confianza en el binomio institución-público durante largos periodos de tiempo.

La gestión, comprendido este término según el diccionario de la RAE como “ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica u organismo”; es un factor importante que implica determinar y entender los diferentes roles que se emplean en una institución.

En el caso de las relaciones públicas el enfoque de esta investigación subyace a lo teorizado por Valdez (2015) que la define como aquella que enfoca el cumplimiento de la función relacional y comunicacional de las relaciones públicas desde su rol estratégico y gerencial.

Es decir, cómo la gestión desde la más alta posición jerárquica articula las comunicaciones de una organización para hacer control e involucramiento de sus relaciones con sus públicos internos y externos.

Sobre esta perspectiva se realizó el ejercicio de recolección de datos, a fin de determinar cómo se desarrollaban estos roles en la institución gubernamental de Pimentel. Si bien durante las entrevistas desarrolladas a la muestra conformada por el personal que labora en la Oficina General de Atención al

Ciudadano y Trámite Documentario, en todos los casos manifestaron considerarse capacitados para el manejo de las comunicaciones y relaciones públicas de la institución, se resalta el comentario realizado por la jefa del área, Dra. Velezmoro: “tenemos un equipo de imagen institucional capacitado”.

Sin embargo, se observa en los resultados de la encuesta empleada la mayoría de la población no considera que la institución cuente con trabajadores capacitados para las comunicaciones. El 27.63 % de la población opinó estar totalmente en desacuerdo y el 31.32 % en desacuerdo con que la institución cuente con profesionales capacitados en Relaciones Públicas.

Sobre esta disociación de perspectivas y valoraciones, se pueden desglosar muchas afirmaciones, pero termina siendo muy temprano para estimar un juicio y determinación sobre ello. Porque si bien el rol gerencial de las relaciones públicas se enfoca en el profesionalismo de las personas encargadas de su manejo, en el contexto de la investigación se estableció, por una parte, que sí se cuenta con profesionales en ciencias de la comunicación, pero no en su totalidad, ya que la jefa del área no cuenta con estudios en la especialidad mencionada.

A pesar de ello, se concibe que el término profesionalismo va más allá de alguien que haya cursado una especialidad referente a las comunicaciones o a las relaciones públicas, sino que se enfoca en que el personal cuente con las capacidades y conocimientos suficientes para el manejo profesional. Por ejemplo, según Solórzano (2015) en la actualidad se necesita estudiantes expertos para ejecutar labores de relaciones públicas con categoría de excelentes, enmarcado esto último en la Teoría de la Excelencia (Grunig y Dozier, 2002).

Por tal, juzga la población que la institución no cuenta con ello, determinando así que no se trabaja el rol gerencial de las RR.PP. en la institución.

Otro aspecto que colige de ello es el posicionamiento jerárquico para el desarrollo de las RR.PP., sobre esto el entrevistado Alonso Segura refirió:



“Nuestra área se denomina Oficina general de atención al ciudadano y gestión documentaria; con el nuevo clasificador de cargos las áreas se han unificado. Antes existía la unidad de comunicaciones, ahora toda es una sola dependencia”.

Lo descrito, ha generado que el área jerárquicamente descienda y pierda presencia y poder formal en la institución. Se ha disminuido la capacidad de intervención directa o indirecta en la toma de decisiones (Ramió, 2019), pues ahora las disposiciones dependen de alguien más, en el caso particular que se está tratando depende de un profesional especialista en derecho y gestión pública.

El entrevistado Bryant Limo expresó que “el alcalde tiene mucha confianza en nuestro desempeño, cada vez que ocurre un suceso solicita nuestra opinión, siempre nos escucha, pero luego es él quien decide qué hacer”. Lo dicho conduce a conjeturar que su participación se limita a emitir opiniones, no a asesorar y determinar acciones, con lo cual queda nula su participación gerencial dentro de la institución.

De otro lado, se tuvo la medición del rol estratégico que se engrana a lo descrito sobre la posición jerárquica del área. En otras palabras, cómo desde su posición planifican acciones y las ejecutan. Aquí Bryan Limo señala que “trabajamos de forma planificada, cada tres meses un cronograma de actividades. Estos últimos meses se ha trabajado de acuerdo con las festividades mensuales, organizamos las actividades de acuerdo con los intereses de la población y con el presupuesto que maneja la municipalidad”.

Con lo expresado no se logra determinar si planifican cada tres meses o de forma mensual, puesto que su respuesta es ambigua. Sin embargo, sí se entiende que la elección de sus actividades no depende únicamente de su criterio, sino del presupuesto que la institución programe y en ese contexto cabe esgrimir la interrogante ¿qué tanto se puede ejercer un rol estratégico? Sí sería posible, pero con ciertas limitaciones.

Lee (2019, p. xvi) sustenta que “los políticos se apresuran en criticar los gastos de las agencias en comunicaciones externas como una pérdida de dinero, un gasto indebido de los ingresos financieros que con tanto esfuerzo que los contribuyentes tienen que pagar al gobierno”.

En complemento, el entrevistado Alonso Segura dice que “no se cuenta con un plan de comunicación u de otra índole porque se trabaja sobre la premisa de los momentos que se están dando”. Así, se puede dejar en evidencia que no se realiza un trabajo planificado, entonces cómo hablar de un rol estratégico sin planificación. También se refleja lo dicho en la información recogida de la población sobre que la municipalidad planifique con anterioridad las actividades que son dirigidas hacia ellos, ya que el 35.26 % se mostró en desacuerdo y el 26.32 % totalmente en desacuerdo. Además, el 39.21 % opinó estar totalmente en desacuerdo y el 30.53 % en desacuerdo en cuanto a que la institución planifique sus actividades en consonancia con sus intereses.

De lo dicho por Valdez (2015) la función sinérgica engrana a la relacional y la comunicacional; por ende, la existencia del rol estratégico que depende de la existencia de la función relacional, cuyo objeto es administrar las relaciones de la institución, adelantándose en la comprensión de sus públicos para la construcción de nuevas interacciones sobre esto.

Se determina que no existe un entendimiento de lo que la población desea o requiere de acuerdo con sus intereses, lo que conlleva a que tampoco se desarrolle una planificación en su accionar. De esta forma, es inexistente la función sinérgica de la RR.PP., y esta se está ejerciendo a ciegas, lo que conllevaría a un impacto negativo en el relacionamiento de la institución.

Para determinar en qué medida repercute la ausencia de la función sinérgica en el relacionamiento con la población, hay que enfocarse en los datos recogidos por la encuesta. Antes se situará al relacionamiento como la práctica de interactuar con otros agentes vivientes o no vivientes, para poder satisfacer nuestras necesidades y procurar nuestra subsistencia.

Según Rizo (2011, p. 7) “la relación misma de la situación comunicativa es el hecho puntual de investigación antes intentar comprender a las personas inmersas en el acto. Por ello, la interacción se instituye como el eje de la discusión y el objeto de atención inmediata por sobre otros elementos”.

En la información recogida respecto a si la institución interactúa constantemente con la población, la opinión del 31.58 % es totalmente en desacuerdo con ello, mientras que el 28.95 % en desacuerdo. Además de considerar que las formas que emplea la municipalidad para comunicarse con ellos influyen negativamente en su relacionamiento, ya que el 29.74 % dijo estar de acuerdo con ello y el 15.79 % totalmente de acuerdo.

Se puede establecer entonces que al no existir la práctica de la función sinérgica en las RR.PP. en la institución, no existe tampoco una serie de acciones o actividades planificadas y las formas en las que se desarrollan repercute negativa en el relacionamiento con la población, afectando en el logro de su misión institucional porque no cuentan con lazos o conexiones fortalecidas con sus pobladores que son el eje principal. Según la propia institución indica en su página web oficial es “el órgano de gobierno local, que genera y brinda la adecuada prestación de servicios públicos a la población pimenteleña”.

En consecuencia, las relaciones públicas se emplean como herramienta de las comunicaciones, por eso fue necesario estudiar cómo se efectúan por parte de la institución gubernamental de Pimentel, para poder comprender y determinar la función que desempeñan y hasta qué punto influyen en sus RR.PP.

Watzlawick a través de la Teoría de la comunicación humana construye que toda acción comunica, por lo que el ejercicio de la comunicación no se limita únicamente a lo que se dice, sino también a lo que se hace, entendiendo que todo comportamiento emite un mensaje que puede ser entendido de diferentes formas. Noguera (2004, p. 363) coincide con Watzlawick y manifiesta que: “todas las acciones comunican, incluso una “no acción” también lo hace”.

De ello, se entiende que el estudio se enfocó a las acciones comunicacionales como el agregado de actividades o procedimientos que se

ejecutan para manifestar mensajes que posteriormente son decodificados. Históricamente se entiende por decodificar a la acción de entender los significados de los mensajes mediante la interpretación de los códigos que emplea un grupo determinado de personas (Hall, 1980).

En cuanto a las acciones comunicacionales de la institución, el entrevistado Alonso Segura respondió que “nuestra comunicación con la población se hace de forma clara, lo que interviene es la manera de interpretar del ciudadano”. Además, en la conversación sostenida con Bryant Limo, manifestó que “los mensajes que emitimos son entendibles, obviamente hay gente que está en contra de la gestión, pero no en contra de nuestra área”.

Se deduce de lo comentado por ellos que los mensajes que comparten con la población no terminan siendo claros del todo, ambos inciden en una deficiencia de la población para comprender los mensajes emitidos, posicionando de forma transversal que la respuesta que reciben no es la esperada o la deseada.

Si bien el 27.11 % de población reveló estar de acuerdo en que los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación son claros, los pobladores que opinaron estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo suman el 40.79 %. Al igual que el 28.68 % opinó estar totalmente en desacuerdo y el 23.68 % en desacuerdo con que las formas de comunicarse que emplea la institución sean pertinentes.

Por tal, se puede inferir que la institución entiende que su comunicación es clara, pero que esta no llega a ser comprendida por la población, lo que se corrobora con los datos referidos de la encuesta. Es así que se puede determinar que el problema se estaría generando en el desconocimiento por parte de la institución sobre los códigos y formas que emplea la población para comunicarse.

Por otro lado, estas acciones para comunicar vienen siempre acompañadas de otros factores como la intencionalidad con la que se comunica y hacia quienes se comunica. A ambos factores es necesario entenderlos por separado, pero operarlos en forma conjunta.

Sobre este apartado, el entrevistado Alonso Segura comentó que “los mensajes son elaborados de forma planificada”, y Bryant Limo complementa con que “cada vez que pasa un problema, nosotros no tratamos de minimizarlo, sino de cubrir de cierta forma el hecho con otras noticias que resalten lo bueno”. Esto significa que planifican y estructuran sus mensajes con el fin de influencia de forma positiva en la concepción que la población pueda adquirir de la labor que desempeña la institución.

Sin embargo, la población consideró que la municipalidad no busca influenciarlos frecuentemente a través de los mensajes que emite, mostrándose el 26.32 % en desacuerdo y el 17.11 % totalmente en desacuerdo. Al mismo tiempo, el 32.11 % opinó estar de acuerdo con que son importantes los mensajes que comunica la municipalidad a la población.

Concordando así con lo dicho por la entrevistada Mayra Velezmoro: “La comunicación que tenemos con la población impacta de forma positiva para la institución porque de una u otra forma estamos dando a conocer las actividades, los programas, los proyectos, las obras e inauguraciones” No obstante, no significa que Segura y Limo expresen otro lado de la verdad.

Giraldo (2016, p. 61) precisa que la comunicación abierta, orientada en varias direcciones y que priorice la comprensión mutua entre el binomio institución-público debe ser el objetivo de las relaciones públicas, tomando en consideración que la concepción de que las actitudes del público tienen influencia en las modificaciones organizacionales que se deben conducir.

Asimismo, Grunin y Hunt (2000) plantean el paradigma de los cuatro modelos de las relaciones públicas, situando como el correcto y más empleado en el presente tiempo al simétrico bidireccional. Al respecto Ávalos (2013, p. 4) sostiene que es el modelo que reconoce la mediación y los acuerdos entre la organización y sus públicos, haciendo proclive a esta de formar climas de confianza y credibilidad.

No obstante, de la información recabada se podría situar a las comunicaciones de la institución sujeto de estudio en el Modelo de agente de

prensa, donde se busca proyectar la imagen ideal de la institución a través del uso de la manipulación como estrategia. Todavía es temprano y atrevido afirmar esto, sobre todo porque no se ha determinado la existencia de una bidireccionalidad en el proceso.

Retomando las formas de comunicarse que emplea la institución, se rescata la información recogida sobre la comunicación que tiene la población con los trabajadores. La mayoría de los encuestados considera que no es de utilidad la forma que emplean los trabajadores de la municipalidad para comunicarse con ellos cuando están realizando algún trámite, puesto que el 33.16 % opinó estar totalmente en desacuerdo y el 20.79 % en desacuerdo.

Lo expuesto significa que el problema iniciaría desde un nivel más cercano a través de la comunicación directa e inmediata que se tiene con la población. Aquí ya no se habla de aquella que se planifica en una escala mayor y que se enmarca en un contexto general local, sino de lo que ocurre en las instalaciones de la propia institución.

Frente a ello la entrevistada Mayra Velezmoro señaló que “una de las dolencias o falencias que tienen los gobiernos locales es la falta de capacitación a los trabajadores. En nuestro caso se debe mejorar el aspecto de atención al usuario. Esto no necesariamente requiere de un gasto económico, se puede trabajar mediante convenios interinstitucionales como los que ya ha suscrito la institución”.

Sobre el párrafo anterior se infiere que la institución debe exteriorizar más las buenas relaciones y comunicación que tiene con otras instituciones, ya que el 57.38 % de la población opinó estar de acuerdo en que la municipalidad promueva la participación de otras instituciones de la región.

Se ha descrito y caracterizado a las acciones comunicacionales de la institución, pero no se ha determinado de forma específica en qué medida influye en las relaciones públicas. Frente a ello, se debe engranar nuevamente el objetivo principal de esta especialidad, delimitándolo aquí en la importancia que

la da al relacionamiento de la organización con sus diferentes públicos, algo en lo que se incidirá de forma recurrente.

El 66.58% de la población opinó estar en desacuerdo con que la municipalidad hace que la población permanezca cercana a la institución. Aquí se puede delimitar que la influencia que ejercen las acciones comunicacionales en las relaciones públicas de la institución se enmarcan en el impacto negativo que tienen sobre el cumplimiento de la existencia de buenas conexiones con los públicos.

Se sabe que el relacionamiento es uno de los objetivos que tiene que cumplir las relaciones públicas, depende de ellas. Aun así, esto no implica que esta parte de ellas no pueda influir o repercutir en otra como la imagen de la institución, cuyo salvaguardo y construcción también es su responsabilidad.

Domínguez (2018) explica que la imagen institucional de un ente gubernamental está sumamente vinculada a las relaciones públicas y, en ellas, a las acciones relacionales; la correcta articulación y definición estas últimas es lo que generará un impacto en la primera.

Dicho esto, se trabajó en la comprensión minuciosa del relacionamiento, y se verificó que el 30.53 % de la población está en desacuerdo y el 30.26 % totalmente en desacuerdo con que los trabajadores de la municipalidad muestren eficiencia cuando interactúan con ellos. Además, el 42.63 % estuvo totalmente en desacuerdo y el 25.26 % en desacuerdo con que la municipalidad reacciona de manera favorable para la población ante una crisis en el distrito.

Estas conjeturas permiten especificar que una sección de la población no tiene una buena relación con la institución, esto puede ocurrir porque la forma en cómo se interactúa con ellos es considerada como la menos adecuada, y existe la sensación de que la institución no vela por sus intereses. La entrevistada Mayra Velezmoro agrega sobre el tema que “la relación con la población es un tema muy subjetivo. La institución no puede opinar sobre algún tema porque hay sectores que están de acuerdo con la gestión y otros que no”.

Entonces, se comprende que parte del problema radica en la irrelevancia que le dan al relacionamiento de la institución con la población. Se ignora que el comportamiento de la población debe ser estudiado para potenciar su relación ellos. Así, el entrevistado Bryant Limo manifestó que “la relación con la población es buena, aunque hay muchas páginas que publican en contra de la municipalidad, estas no llegan a ser ni el 1% de la población”. Con ello evidencia la minimización que le dan a la inconformidad que presenta la población por el desempeño que realiza la institución.

Por consiguiente, cuando se mapeó la concepción que tiene la población sobre el respeto mutuo entre ellos y la institución con base en los parámetros de la sociedad, el 36.05 % estuvo totalmente en desacuerdo y el 29.74 % en desacuerdo con la afirmación de que la municipalidad es una institución que respete y haga respetar las normas. Además de haber perdido el principio de autoridad social, el sentir afecta de forma directa al relacionamiento, ya que no se desarrolla en un escenario de entendimiento y respeto mutuo.

Asimismo, el entrevistado Alonso Segura dijo que “las relaciones de la institución no son ni buenas ni ladas, se encuentran de forma mixta, con algunos se llevan bien y con otros no, y esto impacta en la institución”; coincide su opinión con el 32.63 % de la población que estuvo de acuerdo y el 22.63 % totalmente de acuerdo con que de existir un conflicto entre ellos y la municipalidad esto influenciaría de forma negativa para el desarrollo del distrito.

La institución no posee de forma constante buenas y fuertes relaciones con sus pobladores, lo que genera daño progresivo en la institución. Aquí se puede determinar en qué medida influye el relacionamiento en la imagen institucional, en razón de que las relaciones públicas buscan también sostener una buena imagen de la institución.

Según Galavany, en un artículo del portal web Qanelis Network, manifiesta que la importancia del cuidado de la imagen de una institución radica en ser el reflejo de cómo opera la organización de forma interna. Vílchez y Sánchez (2021) agregan que la imagen se encuentra definida por todas las acciones que una



organización realiza, la buena imagen de una institución dependerá de las asertivas acciones que realice.

A pesar de ello, es algo que no avizoran los responsables de gestionar en la institución las relaciones públicas. Por ejemplo, el 28.95 % de la población estuvo de acuerdo con que la relación que se tiene con ellos impacta de forma positiva en la institución, pero entre los que estuvieron en desacuerdo y totalmente en desacuerdo se tiene un 45.26 %. Consultados acerca de que la municipalidad posea una buena imagen frente a ellos, el 42.63 % estuvo totalmente en desacuerdo y el 32.89 % en desacuerdo.

Sobre el relacionamiento entre la institución y su población se ha determinado que no es el mejor porque no se trabaja en su fortalecimiento, es un asunto irrelevante para ellos e influye de forma negativa en la imagen institucional, ya que la población considera que la institución no posee una buena imagen, sumado a la falta de consideración de que se trabaje por el desarrollo del distrito, puesto que el 42.11 % estuvo totalmente en desacuerdo con ello y el 28.42 % en desacuerdo.

Ya se ha hablado de la poca relevancia que se le da al relacionamiento por parte de los encargados de gestionar las relaciones públicas de la institución, pero es necesario profundizar sobre esto porque el relacionamiento es el proceso de interacción en las personas, y a nivel institucional este ocurre para velar por sus intereses a través de la comunicación como medio.

Al emplear como medio la comunicación se debe tener en cuenta que en el proceso interfiere la retroalimentación que, según Watzlawick, Beavin y Jackson (1991, p. 16) “exime un rol fundamental para el logro y estabilidad de las relaciones, incluso cuando este proceso de retroalimentación sea positivo o negativo”.

Para Espinoza (2018) las relaciones públicas también cumplen un papel de agencia de transformación social, debido a que suscitan el diálogo abierto y fortalece la integración entre la institución y el público; las relaciones públicas promueven el consenso, transmiten intereses y necesidades, y articulan

acciones que proveen algún tipo de satisfacción. Sin embargo, para el consenso y la mediación de intereses ocurran debe existir primero una comprensión que da lugar a la retroalimentación, que mediante una próxima acción refleja el nivel de comprensión que se tuvo de aquella que antecedió.

Sobre la comprensión del comportamiento y mensajes que emite la población a la institución, el entrevistado Alonso Segura señaló que “muchas veces no podemos depender de las ideas que tenga la población o lo que realmente ellos quieran, no se puede hacer caso a la población”, mientras que Bryant Limo puntualizó que “tratamos de centrarnos en los comentarios buenos, no en los malos que puedan hacer; hay cosas que nos ayudan a mejorar, pero hay cosas que ni siquiera valen la pena leer”.

Esto conduce a definir que, a pesar de que existe una comunicación bidireccional y comprensión de los mensajes que emite la población, no son considerados por la institución. Lo dicho se corrobora cuando se consulta a la población respecto a si consideran que la institución tiene en cuenta su opinión, el 38.95 % indica estar totalmente en desacuerdo y el 28.42 % en desacuerdo. Además, la mayoría no considera que la municipalidad comprenda sus opiniones, pues el 38.95 % estuvo totalmente en desacuerdo y el 34.74 % en desacuerdo sobre eso.

Mientras tanto, la población reflexiona que no son comprendidos ni tomados en cuenta por la institución, y esta incompreensión se estaría generando a partir de la desvinculación y falta de importancia que les asignan los encargados de las relaciones públicas. A pesar de ello, la entrevistada Mayra Velezmoro opinó que “cada oficina trabaja de forma planificada, organizan sus actividades, sus planes de trabajo y requerimientos, teniendo en consideración las necesidades de la población”, pero se infiere que la población no considera que la institución tome en cuenta su comportamiento para concebir sus actividades, ya que el 32.63 % estuvo totalmente en desacuerdo y el 26.84 % en desacuerdo con ello.

Al creer que la organización no planifica de acuerdo con los intereses de los ciudadanos se genera una corriente de inseguridad sobre el hecho o sensación de que la institución priorice sus intereses: el 40.79 % de la población está totalmente en desacuerdo con la premisa y el 31.84 % en desacuerdo. Se puede delimitar con ello que no hay un correcto ejercicio de retroalimentación entre la institución y la población, pues, aunque las diferentes áreas creen estar planificando de acuerdo con los intereses ciudadanos, los encargados de las relaciones públicas no parecen estar canalizando de manera óptima esos requerimientos.

Entonces, se puede establecer que a pesar de existir un proceso de comprensión del comportamiento de la población por parte de la institución no se articula en una retroalimentación concibiendo una ausencia en el rol de transformación social que debe ejercer las relaciones públicas.

Por parte de la institución se entiende que sus actores en la conducción de la gestión de las relaciones públicas no la piensan bajo tal denominación, de forma denotativa y mucho menos connotativa, con lo cual surge una similitud con los postulados de la tesis de Puentes (2017) que señalan que en España no es usual conocer a las relaciones públicas bajo esa denominación.

Además, parece estar sobreentendido que el desempeño inmejorable se limita a tener relaciones buenas con diferentes empresas u otras instituciones para la organización de actividades puntuales. El entrevistado Bryant Limo manifiesta que “la institución siempre se comunica de forma oportuna, porque nuestros compañeros se mantienen en comunicación con las distintas empresas para los distintos eventos”.

El análisis a detalle de cómo operan las relaciones públicas en la institución gubernamental de Pimentel permite situar la urgente realización de cambios estratégicos en ellas para mejorar el relacionamiento que se tiene con la población. Se puede puntualizar como recomendación el desarrollo de una planificación estratégica de las comunicaciones, que deberá comprender desde una reestructuración del área encargada de las relaciones públicas, el mapeo

minucioso de sus públicos, hasta la descripción detallada de las actividades a ejecutar.

Se considera ello como una alternativa, en función de que la esencialidad de una planeación estructurada y pertinente de la comunicación en una institución radica en lo imprescindible que resultan los procedimientos comunicacionales para marcar la diferencia entre una implementación profesional bajo la dirección de expertos capacitados y con experticia necesaria que contribuyan para alcanzar los objetivos de cualquier organización (Viñes y Gauchi, 2014)

## VI. CONCLUSIONES

1. La gestión de las relaciones públicas en la institución gubernamental de Pimentel durante el año 2022 ha influido de forma directa en el relacionamiento con la población; la inexistencia, o presencia con niveles mínimos, de las diferentes funciones que deben desempeñar las relaciones públicas ha desembocado en que la interacción con la población no suceda en las mejores condiciones, generando el debilitamiento de sus vínculos para la obtención de resultados como comunidad, lo cual deja en evidencia una disociación grave entre intereses y propósitos.
2. Se determina que la institución cuenta con profesionales que poseen estudios en Ciencias de la Comunicación, no obstante, no se encuentran capacitados para gestionar las relaciones públicas del ente gubernamental de Pimentel, se vislumbra así la ausencia de los roles gerencial y estratégico, pues la oficina encargada de la gestión de las RR.PP. no está ubicada jerárquicamente en el más alto nivel organizacional, lo que impide el planeamiento estratégico y la toma de decisiones autónomas, con lo cual debe estar sujeta a limitaciones administrativas o de poder.
3. Las acciones comunicacionales de la institución son constantes, claras y poseen canales oportunos. Sin embargo, no manejan los mismos códigos de comunicación que emplea la población; en consecuencia, subsiste una gran disconformidad con las formas que tiene la institución para comunicarse y con el direccionamiento/manipulación de los mensajes que tratan de generar impacto positivo en la población en favor de la entidad, por un lado se podría situar ello de acuerdo a los modelos de Grunig y Hunt en el Modelo Agente de Prensa; sin embargo, al existir un proceso de retroalimentación no vinculante, se le sitúa en el Modelo Asimétrico Bidireccional. Esto provoca un distanciamiento cada vez más amplio entre la institución y la población, con lo cual se desaprovecha la apertura estratégica que brinda la comunicación como herramienta principal de las organizaciones para su relacionamiento.

4. La institución posee un relacionamiento poco vinculante y aportante; su relación con la población no es buena, debido a que no es óptima la forma cómo se propicia y las condiciones en las que se desarrolla, por ende, la población considera que no existe una mediación de intereses. La institución no le otorga la relevancia que requiere, la considera como algo subjetivo y que no depende de ellos, por lo que no se articula ninguna acción estratégica para mejorar en este punto. La población, entonces, no concibe a la institución como un órgano que trabaja por el desarrollo del distrito, quedando así afectada su imagen institucional.
5. La retroalimentación del relacionamiento que tiene la institución con su población no genera ningún aporte en la gestión de las relaciones públicas, debido a que este se sitúa solo en un nivel de comprensión y no de articulación. La construcción de nuevas acciones de interacción no sucede a partir de lo comprendido de las anteriores, y suscita que la población estime total desinterés en velar por sus necesidades y carencias, puesto que no las ven reflejadas en las actividades que la entidad planifica. Esto determina las malas relaciones entre la institución y sus públicos.
6. Se concluye que para mejorar la gestión de las relaciones públicas y fortalecer su relacionamiento con la población se necesita que la institución opere en este campo de acción de una forma más planificada y organizada, debiendo de evaluar la creación de un Plan de comunicaciones a largo plazo que le permita trabajar en las deficiencias encontradas en la presente investigación.

## VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Oficina General de Atención al Ciudadano y Trámite Documentario de la institución gubernamental de Pimentel, replantear y reformular la misión que tienen como dependencia orgánica dentro de la institución, incluyendo dentro de su rol como encargados de la gestión de las relaciones públicas las funciones que esta requiere para articular estratégicamente la comunicación como herramienta que permita generar vínculos fuertes y asertivos con la población.
2. Se recomienda a la institución capacitar al personal de la Oficina General de Atención al Ciudadano y Trámite Documentario encargado de la gestión de las relaciones públicas, en dicha especialidad, con el objetivo de que puedan contar con los conocimientos necesarios para vincular el relacionamiento de la institución con la población en el logro de sus objetivos como organización. Además, se sugiere reestructurar los roles que desempeña cada colaborador dentro del área e incluso evaluar la posibilidad de la desagregación de la misma, permitiéndole funcionar como un órgano de apoyo directo a la alta dirección institucional, en este caso el Concejo Municipal que se encuentra conformado por el Alcalde y los regidores.
3. Se recomienda a los encargados de planificar y difundir los mensajes de la institución que los orienten más hacia el principio de objetividad y veracidad, procurando que estos no sean manipulados con la intención de suscitar impactos positivos en la imagen institucional, pues ha quedado comprobado que la censura no es el camino hacia el entendimiento mutuo y la comprensión de intereses, por el contrario, el reconocimiento y aceptación de roles y desempeños gesta la formación de vínculos asertivos que impactarán con autenticidad en la imagen organizacional.
4. Se recomienda a la institución realizar un sondeo de opinión, con la finalidad de medir con mayor especificidad el rol que desempeñan y en qué medida su actuación satisface las demandas y preferencias de los ciudadanos; así, la información que resulte de este análisis servirá como base para la planificación de sus actividades.

5. Se recomienda a los colaboradores con la responsabilidad asignada para gestionar las relaciones públicas de la institución elaborar directa, o mediante una consultoría, una auditoría en comunicaciones que les permita mapear sus públicos y caracterizar las relaciones que poseen con cada uno de ellos. Con el material obtenido se podrá estructurar espacios de fortalecimiento de vínculos y la planeación de actividades o acciones que asienten la interacción con la población.
6. Se recomienda la elaboración de un plan de comunicaciones a largo plazo que tenga una mínima duración de dos años, procurando que el proceso de diagnóstico del comportamiento de sus públicos tenga la duración necesaria para poder esquematizarlos minuciosamente y sobre ellos construir los diferentes flujos formales de comunicación que tendrá la institución ante cualquier situación, convirtiéndose en el cimiento sobre el que se articulen actividades que tengan definidos los canales de comunicación y engranadas en el objetivo de mejorar las relaciones con la población del distrito.



## REFERENCIAS

- Adun, I. (2017). *La construcción de los mensajes y la influencia en los receptores*. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid, España]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49864/1/T40519.pdf>
- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación*. UOC.
- Álvarez, T. (2020). *Relaciones humanas positivas en el entorno familiar*. Universidad de Puerto Rico Mayaguez. <https://www.uprm.edu/dcsp/las-relaciones-humanas/>
- Angiono, A. y Fernández, M. (2019). *Manual de los trastornos de la comunicación, lenguaje y habla. Una mirada interdisciplinaria en niños y adultos* (1ª ed.). Editorial Brujas & Encuentro Grupo Editor.
- Antón, A. (2017). Influencia de la noticia en la imagen corporativa de una municipalidad desde la percepción del ciudadano. *Opción*, 33 (84), 90–119. ISSN 1012-1587/ISSNe: 2477-9385
- Ávalos, M. (2013). *Paradigma de las relaciones públicas en la sociedad del conocimiento*. <https://static1.squarespace.com/static/51ede959e4b0de4b8d24e8a9/t/52052f51e4b021ed6a1f29ee/1376071505758/8.+Modelo+de+Grunig+y+Hunt+y+el+nuevo+paradigma+de+la+sociedad+del+conocimiento.pdf>
- Bances, P. y Núñez, C. (2020). *Función relacional de las relaciones públicas e interculturalidad en las empresas de moda en Italia*. Universidad Ricardo Palma. <https://www.urp.edu.pe/pregrado/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/escuelas/marketing-global-y-administracion-comercial/funcion-relacional-de-las-relaciones-publicas-e-interculturalidad-en-las-empresas-de-moda-en-italia/>
- Barranquero, A. (2017). *Manual de Teoría de la Comunicación* (2ª ed.). Universidad del Norte.

- Berlo, D. (1984). *El Proceso de la Comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica* (14ª ed.). El Ateneo editorial.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* (4ª ed.). Instituto de Investigación en Relaciones Públicas de Málaga.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación* (1ª ed.). Editorial San Marcos.
- Cassany, D. (1999). Los enfoques comunicativos: elogio y crítica, lingüística y literatura. *Revista del Departamento de Lingüística y Literatura de la Universidad de Antioquia*, 11(33), 36–37. ISSN:0120-5587.
- Carbone, G. y Quezada, O. (2016). Comunicación e Industria Digital, en *Colección Encuentros Comunicación e industria digital, 14.0 Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social*. Fondo editorial de la Universidad de Lima. Perú.
- Corredor, J (2000). La Función de las relaciones públicas en la estabilidad y el equilibrio social de las organizaciones. *Revista Alacaurp*, 1 (1), 12–16.
- Domínguez, M. (2019). *Relación entre las Relaciones Públicas de la Municipalidad Provincial de Huari y su Imagen Institucional entre los Pobladores del Distrito de Huari, Periodo Junio – Julio 2018* [Tesis de Licenciatura en Comunicación, Universidad de San Martín de Porres, Perú], Repositorio institucional.
- Dorado, J. y García, M. (2010). *Protocolo, Relaciones Públicas y Comunicación* (1ª ed.). Editorial Síntesis SAC.
- Enríquez, M. (2016) Relaciones públicas y campañas electorales: Personificación de la imagen del candidato, en *Reflexiones y desafíos de las relaciones públicas* (1ª ed.), 35–44. Fondo editorial de la Universidad del Pacífico Chile.

- Espinoza, L. (2018). *El rol de las relaciones públicas en la administración de la controversia pública. Análisis Caso Proyecto Río Blanco*. [Tesis de Licenciatura en Comunicación, Universidad de Piura, Perú]. Repositorio institucional.
- Fernández, G. y Cáceres, M. (2021). *La comunicación no verbal del presidente del Gobierno Pedro Sánchez durante la pandemia de la COVID-19*. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. DOI:10.5209/clac.73658
- Galvany, S. (2021). *La importancia de una buena imagen corporativa*. Portal web Qanelis network. Sec. Home – General. <https://www.anelis.com/la-importancia-una-buena-imagen-corporativa/>
- Giraldo, A. (2016). El papel estratégico de la comunicación corporativa en América Latina y Colombia, en *Reflexiones y desafíos de las relaciones públicas* (1ª ed.), 53–74. Fondo editorial de la Universidad del Pacífico Chile.
- Grunig, J. (2006). Excelencia en la Gestión de las Relaciones Públicas y la comunicación. Ponencia presentada en el *II Congreso Internacional de Relaciones Públicas*. Lima.
- Grunig, J. E. (Ed.). (2008). *Excelencia en Relaciones Públicas y Gestión de la Comunicación* (1ª ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203812303>
- Hall, S. (1980). Codificar y Decodificar, en *Cultura, media y lenguaje*, 129–139. Hutchinson. <https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/72.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ª ed.). Interamericana editores.
- Julca, B. y Marcos, F. (2010). Estrategias de comunicación institucional en organizaciones agroindustriales: caso Única. *Revista Visión Gerencial*, 9 (2), 332–358.
- Lee, M. (2019). *Government public relations a reader*. Routledge. ISBN 978-1-4200-6277-9.

- Noguera, J. (2004). Reseña de Gestión de la comunicación en las organizaciones. *Revista Sphera Pública*, 5, 363–365.
- Martínez, M. (2003). Un panorama de la cultura organizacional en las organizaciones micros y pequeñas en México. *Thomson Business Journal*, 1, 138–145.
- Ministerio de Salud (2022). *Reunis, Repositorio Único Nacional de Información en Salud*. Estadística poblacional según Instituto Nacional de Estadística e Informática. [https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion\\_estimada.asp](https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp)
- Montserrat-Gauchi, J. y Tur-Viñes, V. (2014). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. *Razón y Palabra*, 88, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199532731046>
- Municipalidad Distrital de Pimentel (2022). *Presentación. Quiénes somos*. Web oficial. <https://www.munipimentel.gob.pe/Vision-Mision-Institucional.php>
- Orihuela, C. (2018). *Comunicación estratégica e imagen institucional de una institución del Estado en sus públicos externos, Lima, 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad San Martín de Porres, Perú]. Repositorio institucional [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4463/orihuela\\_mc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4463/orihuela_mc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Puentes, I. (2017). *Las relaciones públicas al servicio de la comunicación política: Los gabinetes de comunicación en las Diputaciones Provinciales y Forales*. [Tesis de Doctorado, Universidad de Vigo, España].
- Ramió, C. (2019). *El poder informal en la Administración*. El blog de Es público. Sec. E-administración. <https://www.administracionpublica.com/el-poder-informal-en-la-administracion/>
- Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). [versión 23.5 en línea]. <https://dle.rae.es>

- Rizo, M. (2011). Reseña de Teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick. *Razón y Palabra*, 75. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706028>
- Solórzano, M. (2016). Inventario de actitudes frente a la certificación en educación para las relaciones públicas de Solórzano-Castro: construcción desde una perspectiva peruana, en *Reflexiones y desafíos de las relaciones públicas* (1ª ed.), 111–136. Fondo editorial de la Universidad del Pacífico Chile.
- Tapia, D. y López, T. (2015). Las Relaciones Humanas. *Xikua, Boletín científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan*, 3 (6).
- Valdez, M. (2015). Función relacional, comunicacional y sinérgica de las Relaciones Públicas en las organizaciones públicas y privadas del Perú. *Correspondencias & Análisis*, (enero–diciembre 2015), 57–73. <https://doi.org/10.24265/cian.2015.n5.03>
- Valdez, M. (2015). Aproximaciones al enfoque relacional de las relaciones públicas. *Revista Cultura de la Universidad San Martín de Porres*, 29, 261–272.
- Valdez, M. (2016). *Los modelos de relaciones públicas de Grunig y Hunt y la comunicación política digital en el Perú*. Universidad San Martín de Porres.
- Varo, C. (2021). Estrategias lingüísticas para la construcción y la difusión de la identidad y la imagen corporativa: aproximación a través de los corpus de comunicación pública empresarial. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 89, 183–200. doi:10.5209/clac.76111
- Veliz, A. (2018). La Comunicación como medio de retroalimentación en la Administración de Empresas. *Polo del Conocimiento*, 16 (3), 93–103. ISSN: 2550 - 682X.
- Vílchez, M y Sánchez, K. (2021). *Gestión por procesos e imagen institucional: en busca de mayor visibilidad municipal para los ciudadanos*. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/778/1066>

- Xifra, J (2000). *Dirección de Relaciones Públicas*. Edición Gestión 2000.
- Xifra, J. (2008). Modelos de las relaciones públicas políticas: Análisis de la situación en Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11 (2), 392–399. España.
- Zúñiga, C. (2018). *Dirección de relaciones públicas y calidad de las relaciones en una organización religiosa de lima metropolitana, año 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres, Perú].
- Walther, A. (2010). Evolución social de las relaciones públicas en el Perú. Contexto académico y profesional de la Comunicación organizacional. *REVISTA ICONO* 14, 2010, Año 8, Vol. 2, pp. 243-263. ISSN 1697-8293. Madrid, España.
- Watzlawick, P., Bavelas, H. y Jackson, D. (1991). *Teoría de la Comunicación Humana*. Editorial Herder.
- Westreicher, G. (19 de enero de 2022) *Entidad gubernamental*. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/entidad-gubernamental.html#:~:text=Una%20entidad%20gubernamental%20es%20aquella,al%20mando%20de%20la%20instituci%C3%B3n>.

## **ANEXOS**

## ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	VARIABLES Y DIMENSIONES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO
<p>Gestión de las Relaciones Públicas en la institución gubernamental del distrito de Pimentel y el Relacionamento con su Población, 2022.</p>	<p><b>General:</b> ¿En qué medida y Cómo la Gestión de las Relaciones Públicas en la institución gubernamental de Pimentel influye en el relacionamiento con la población del distrito, 2022?</p> <p><b>Específicos:</b> 1. ¿Cómo es el rol estratégico y gerencial que desempeñan las Relaciones Públicas en la institución gubernamental de Pimentel y en qué medida influyen en el relacionamiento con la población?</p>	<p><b>General:</b> Determinar cómo y en qué medida la Gestión de las Relaciones Públicas en la institución gubernamental de Pimentel afecta en el relacionamiento con la población durante el año 2022.</p> <p><b>Específicos:</b> 1. Determinar el rol estratégico y gerencial que desempeñan las Relaciones Públicas en la institución gubernamental de Pimentel.</p>	<p>VI=V1</p> <p><b>Gestión de las Relaciones Públicas</b></p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rol Gerencial</li> <li>2. Función Relacional</li> <li>3. Rol Estratégico</li> <li>4. Acciones Comunicacionales</li> <li>5. Persuasión</li> <li>6. Públicos</li> <li>7. Imagen Institucional</li> </ol>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> - Aplicada.</p> <p><b>Diseño:</b> - No experimental transeccional descriptivo.</p> <p><b>Nivel:</b> - Descriptivo – presente.</p> <p><b>Enfoque:</b> Mixto - Concurrente de triangulación.</p>	<p><b>MÉTODOS:</b> - Comparativo - Inferencial - Estadístico</p> <p><b>TÉCNICAS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>De recojo de información:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Encuesta</b> mediante cuestionario.</li> <li>- <b>Entrevista</b> mediante <b>Guía entrevista.</b></li> </ul> </li> <li>2. <b>De Muestreo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Probabilístico Aleatorio Estratificado.</li> <li>- No Probabilístico Intencionado.</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>Población 1:</b> Personas que habitan el distrito de Pimentel entre los 18 y 60 a más años de edad. (37,827)</p> <p><b>-Muestra 1:</b> 380 unidades de análisis.</p> <p><b>-Muestra 2:</b> Trabajadores de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional o quien haga sus veces en la institución gubernamental de Pimentel.</p>



	<p>2. ¿Cómo son las acciones comunicacionales de la institución gubernamental de Pimentel y en qué medida influyen en sus relaciones públicas?</p> <p>3. ¿Cómo es el relacionamiento de la institución gubernamental de Pimentel y en qué medida repercute en su imagen institucional?</p> <p>4. ¿Cómo y en qué medida se articula la retroalimentación del relacionamiento entre la institución gubernamental de Pimentel y su</p>	<p>2. Analizar las Acciones Comunicacionales de la institución gubernamental de Pimentel y determinar en qué medida influyen es sus relaciones públicas.</p> <p>3. Caracterizar el relacionamiento de la institución gubernamental de Pimentel y la repercusión en su imagen.</p> <p>4. Identificar la articulación de la retroalimentación del relacionamiento entre la institución gubernamental de Pimentel y su población, para sus Relaciones Públicas.</p>	<p><b>VD= V2</b>  <b>El Relacionamiento</b>  <u>Dimensiones:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relaciones Humanas</li> <li>2. Acciones Discursivas</li> <li>3. Expresiones Narrativas</li> <li>4. Retroalimentación</li> <li>5. Mediación de Intereses</li> <li>6. Contexto</li> <li>7. Parámetros Sociales</li> </ol>			
--	---	--	--	--	--	--

	<p>población, en sus Relaciones Públicas?</p> <p><b>5.</b> ¿Cómo y en qué medida se podría fortalecer la gestión de las relaciones públicas de la institución gubernamental de Pimentel para mejorar sus relaciones con la población?</p>	<p><b>5.</b> Determinar la manera en que se fortalecería la gestión de las relaciones públicas de la institución gubernamental de Pimentel para mejorar sus relaciones con la población.</p>				
--	---	--	--	--	--	--

## ANEXO 02: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	SUB INDICADORES (ITEMS)	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable Independiente</b> <b>VI=Gestión de las relaciones públicas</b>	Harlow (1976) “ La función característica de dirección que ayuda a establecer y mantener unas líneas de mutua comunicación, aceptación y cooperación, entre una organización y sus públicos, implica la gestión de problemas o conflictos; ayuda a la dirección a estar informada de la opinión pública y a ser sensible a la misma; define y enfatiza la responsabilidad de la dirección para servir el	Actividades que se planifican y diseñan de forma estratégica para mediar a través de una comunicación asertiva entre las organizaciones o instituciones y sus diferentes públicos, con el objeto de fortalecer lazos asociantes provechosos para ambas partes.	<b>Rol Gerencial</b>	<b>Capacidad estratégica de rango jerárquico</b> para gestionar las Relaciones Públicas por un <b>profesional de la especialidad.</b>	Capacidad estratégica. Rango Jerárquico. Profesional de la especialidad.	Existencia Continuidad Relevancia Utilidad Asertividad Trascendencia	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
			<b>Función Relacional</b>	Acciones que garantizan la existencia de la <b>relación humana,</b> equilibradas <b>relaciones de poder</b> y una <b>administración de la controversia pública.</b>	Relación Humana. Relaciones de Poder. Administración de la controversia pública.	Presencia Repercusión Fluidez Equilibrio Asertividad Funcionalidad	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
			<b>Rol Estratégico</b>	<b>Gestión estratégica</b> de las <b>funciones de las Relaciones Públicas</b> desde	Gestión Estratégica. Funciones de las Relaciones Públicas.	Realización Productividad Ejecución Objetividad Presencia	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal

<p>interés público; ayuda a la dirección a estar al corriente del cambio y a utilizarlo de manera eficaz, sirviendo de sistema precoz de aviso para facilitar la anticipación a tendencias; y utiliza la investigación, el rigor y las técnicas de la comunicación ética como herramientas principales” (Pp.53).</p>			la <b>Alta dirección</b> de una organización.	Alta Dirección.	Repercusión	
		<b>Acciones Comunicacionales</b>	<b>Actividades programadas</b> para la <b>interacción de mensajes.</b>	Actividades programadas. Interacción Mensajes	Productividad Utilidad Trascendencia Constancia Claridad Importancia	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
		<b>Persuasión</b>	Acción de <b>convencer</b> e <b>influir</b> mediante determinados <b>discursos</b> a un individuo para determinar su <b>comportamiento.</b>	Convencer Influencia Discursos Comportamiento	Frecuencia Pertinencia Niveles Efectividad Elaboración Vinculación Favorabilidad Aprovechamiento	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
		<b>Públicos</b>	Conjunto de personas que coexisten e interrelacionan constituyendo una <b>comunidad</b> , son <b>internos o externos</b> a la organización.	Comunidad Públicos internos Públicos externos	Presencia Entendimiento Participación Pertenencia Interacción Cercanía	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
		<b>Imagen Institucional</b>	<b>Imagen</b> que una organización proyecta, determinada por	Imagen Reputación Confiabilidad	Condición Percepción Valoración Vinculación	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal

				su <b>reputación</b> y <b>confiabilidad</b> .		Nivel Implicancia	
<b>Variable Dependiente</b> <b>VD= El Relacionamiento</b>	Walther, A. (2010) "Relacionarse" es vincularse, constituir una mutua correspondencia, conocerse. Para Niceto Blázquez (1994: 66) este término hace referencia al encuentro entre seres humanos constituidos en grupos.	Procesos de conectividad y asociación humano, que tiene lugar a partir de la interacción social, inherente al desarrollo de la persona.	<b>Relaciones Humanas</b>	<b>Interacción interindividual</b> que se evidencia en las <b>conductas sociales</b> .	Interacción Inter individualidad Conductas Sociales	Habitualidad Presencia Nivel Valoración Utilidad Vinculación	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
			<b>Acciones Discursivas</b>	<b>Comportamiento</b> determinado por <b>actitudes</b> y <b>reacciones</b> .	Comportamiento Actitudes Reacciones	Evidencia Aprovechamiento o Favorabilidad Aportación Valoración Niveles	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
			<b>Expresiones Narrativas</b>	<b>Emisión de contenidos</b> mediante distintas <b>formas del lenguaje</b> .	Emisión Contenidos Formas del lenguaje	Frecuencia Pertinencia Aprovechamiento o Utilidad Comportamiento Aportación	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
			<b>Retroalimentación</b>	<b>Comprensión</b> de contenidos que conlleva al <b>procesamiento</b> para la <b>producción de discursos</b> .	Comprensión Procesamiento Producción de discursos.	Existencia Consideración Calidad Asertividad Eficacia Vinculación	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
			<b>Mediación de Intereses</b>	Sistema para solución de	Conflictos	Estado Influencia	Ordinal (Escala de

				<b>conflictos por prioridades colectivas</b>	Prioridades Colectivas	Relevancia Trascendencia Presencia Frecuencia	Likert) - Nominal
			<b>Contexto</b>	<b>Espacio físico o ambiente discursivo</b> en el que se desarrolla un <b>proceso de interacción.</b>	Espacio físico Ambiente discursivo Proceso de interacción	Condición Calidad Influencia Presencia Frecuencia Interactividad	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal
			<b>Parámetros Sociales</b>	<b>Normas</b> construidas de forma histórica bajo el principio de <b>moralidad</b> para una óptima <b>convivencia.</b>	Normas Moralidad Convivencia	Existencia Interactividad Funcionalidad Presencia Comportamiento Niveles	Ordinal (Escala de Likert) - Nominal

### ANEXO 03

#### INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 1 (O1)

#### CUESTIONARIO

Agradezco su apoyo para la resolución de esta encuesta, que servirá para determinar cómo la Gestión de las Relaciones Públicas en la Municipalidad Distrital de Pimentel afecta en el relacionamiento con la población durante el año 2022.

No hay respuestas correctas o equivocadas por eso le ruego marque con un aspa según considere lo más próximo a su opinión y sentir.

<b>1 = Totalmente en desacuerdo</b>	<b>2 = En desacuerdo</b>	<b>3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	<b>4 = De acuerdo</b>	<b>5 = Totalmente de acuerdo</b>
-------------------------------------	--------------------------	---	-----------------------	----------------------------------

Edad: 18-29 ( ) 30-59 ( ) 60- a más ( )

Sexo: hombre ( ) mujer ( )

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
01	Considera usted que la Municipalidad Distrital de Pimentel tiene la capacidad de comunicarse de forma oportuna.					
02	La Municipalidad distrital de Pimentel cuenta con profesionales capacitados en Relaciones Públicas.					
03	La municipalidad distrital de Pimentel planifica sus actividades de acuerdo a los intereses de la población.					
04	Considera usted que la relación que tiene la municipalidad con la población afecta de forma positiva a la institución.					
05	La municipalidad planifica sus actividades dirigidas a la población con anterioridad.					
06	Los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación son claros.					
07	La municipalidad está constantemente interactuando con la población.					
08	Considera usted que son importantes los mensajes que comunica la municipalidad a la población.					
09	La municipalidad busca influenciar frecuentemente a la población a través de los mensajes que emite.					
10	Los trabajadores de la municipalidad tratan de mostrar eficiencia cuando se interactúa con ellos.					
11	La municipalidad de Pimentel promueve la participación de otras instituciones de la región.					
12	La municipalidad de Pimentel hace que la población permanezca cercana a la institución.					

13	Considera que la municipalidad posee una buena imagen ante la población.					
14	Considera usted que la municipalidad es una institución que trabaja por el desarrollo del distrito.					
15	La municipalidad planifica sus actividades y proyectos vinculando las necesidades de la población.					
16	Ante una crisis en el distrito de Pimentel, la municipalidad reacciona de manera favorable para la población.					
17	Considera que la institución toma en consideración y aprovecha el comportamiento de la población, planificando actividades respecto a ello.					
18	Cree que las formas que emplea la municipalidad para comunicarse con la población son pertinentes.					
19	Considera usted que la forma de comunicarse de los trabajadores de la municipalidad es de utilidad para la población cuando van a la institución a realizar algún trámite.					
20	La municipalidad tiene en consideración siempre la opinión de la población.					
21	Usted considera que la municipalidad comprende las opiniones que emite la población.					
22	La municipalidad de forma frecuente prioriza los intereses de la población.					
23	Cree usted que de existir un conflicto entre la población y la municipalidad esto influencia de forma negativa en el desarrollo de su distrito.					
24	Considera usted que las diferentes formas de comunicación que emplea la municipalidad con la población influyen negativamente en su relacionamiento.					
25	La municipalidad distrital de Pimentel es una institución que respeta las normas y las hace respetar.					



**ANEXO 04**

**INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N° 2 (O2)**

**GUIA DE ENTREVISTA**

Entrevistado o entrevistada: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Formato de registro: \_\_\_\_\_

Lugar de la Entrevista: \_\_\_\_\_

Duración: \_\_\_\_\_

1. UT 01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. UT 02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. UT 03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. UT 04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO 05

### RESULTADOS DE INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N°02 (O2)

#### ENTREVISTA

##### 01:

Entrevistado: Bryant Limo Osorio  
Entrevistador: Gloria Ugaz Herrera  
Fecha: 15/07/2022  
Formato de registro: Audio  
Lugar: Reunión virtual.  
Duración: 34 min. 20 seg.

##### **UT 01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.**

Yo creo que la institución siempre se comunica de forma oportuna, porque los chicos siempre se mantienen en comunicación con las distintas empresas para los distintos eventos y yo creo que tienen buena relación con todos, cada vez que nos han pedido apoyo siempre se les ha brindado.

Yo sí creo que estoy capacitado para colaborar con las comunicaciones y las relaciones públicas de la institución, he estudiado Ciencias de la Comunicación en la Universidad Señor de Sipán, sí me siento capacitado.

Yo creo que nosotros trabajamos de forma planificada, cada tres meses trabajamos un cronograma de actividades, por ejemplo, los tres de verano, presentamos un plan para los tres meses, luego terminó, y presentamos para los tres meses siguientes y luego estos últimos meses se han venido trabajando de acuerdo a las festividades del mes no, por ejemplo, vino el día del pescador y se hizo un cronograma de actividades, luego en el mes de julio igual, luego el aniversario, luego la campaña de navidad y así se trabaja de acuerdo a los meses.

Nosotros organizamos las actividades tanto de acuerdo a los intereses de la población como al presupuesto que maneja la municipalidad y en base a eso se trabaja y se ve las necesidades que la gente tiene y quiere, por ejemplo,

el día del pescador en base a las necesidades de los pescadores, los emprendedores, los artesanos.

Se podrían hacer más cosas, al área sí se le da la importancia necesaria, cada vez que hemos pedido alguna cosa o se ha presentado algún proyecto nos han dado el visto bueno siempre teniendo en cuenta el presupuesto y todas esas cosas que se manejan; pero obviamente, pero si hubiera un poco más de interés se podrían hacer más cosas de las que venimos haciendo.

Por ahora no contamos con un plan de comunicaciones, yo recién voy a tener un año en el área, pero yo creo que quienes están más antes han presentado algún plan anual supongo.

Siempre el alcalde nos ha tenido mucha confianza, cada vez que ha pasado algo siempre nos han pedido nuestra opinión no, incluso para las marchas no, cuando han pedido que el alcalde tenía que bajar no, siempre ha escuchado tanto a los regidores, como la opinión de nosotros.

Siempre tienen en cuenta nuestra posición y opinión, incluso para los aniversarios siempre nos reunimos y piden la opinión del área de imagen.

El área se llama comunicaciones e imagen institucional, entonces es como si lo hubieran fusionado imagen con relaciones públicas, nosotros nos encargamos de ambas. Hacemos la chamba de imagen, pero también el hecho de poder relacionarnos de manera estratégica para cada actividad o cosa que hagamos.

Creo que sería lo ideal trabajar con una estructura de personal en el área más amplificada, pero tampoco podemos comparar el personal que dispone por ejemplo una municipalidad provincial con una distrital, ellos tienen un equipo mucho más grande por el presupuesto que manejan. Aquí somos tres personas y definitivamente no nos abastecemos.

### **UT 02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.**

Los mensajes que emitimos son entendibles, obviamente hay gente que está en contra de la gestión, pero mas no en contra del área de nosotros.

Como toda área de comunicaciones cada vez que pasa un problema, nosotros no tratamos no de minimizar el problema sino de cubrir de cierta forma el hecho de con otras noticias, por ejemplo, se rompió una pista, nosotros tratamos de resaltar lo bueno, publicando otras cosas, para que la gente también vea que hay problemas, pero también hay otras cositas de aplaudir lo de la municipalidad.

Igual la gente no es tonta no, pero igual el área de imagen de una institución lo ideal es poder resaltar las cosas buenas de la institución, obviamente siempre mostrando todo no, yo siempre he hecho transmisiones mostrando como están las pistas y todo, pero lo ideal es rescatar las cosas buenas. Entonces eso es lo que nosotros tratamos de hacer en medio de tantas cosas que se dicen poder hacer publicaciones y transmisiones de las cosas buenas porque hay áreas que vienen trabajando muy bien, que tienen que resaltarse sí o sí.

Yo creo que hay algunos trabajadores que tienen tiempo acá y creo que si se mantienen es por la labor que realizan pues no, pero yo creo que siempre todas las municipalidades deberían de capacitar a sus trabajadores no solo los que atienden al público, pero claro sobre todo a ellos que atienden al público, porque también es difícil lidiar con distintas personas que vienen.

En ciertas áreas se trabaja de forma articulada con la población, ahí tenemos al área de desarrollo social, al área de desarrollo económico no, que cada vez que vienen realizando actividades, al menos cuando se han unido con nosotros hemos visto un trabajo articulado con la población, con los artesanos, con la gente que vende comida, con la gente que trabaja, que alquila sobrietas, ahí se ve un trabajo articulado no; en algunas áreas como te digo.

Lo canales de comunicación que manejamos, son Facebook, Instagram, si nos ponemos a revisar la cantidad de seguidores que tiene la página es bastante alto y tiene bastante alcance y si nos ponemos a revisar últimamente como que ya está bajando porque había un momento en el que todo estaba como que la cosa estaba muy caliente, todo lo que publicábamos, así sea que hicimos algo bueno, igual la gente sacaba otra

cosa no, siempre suele pasar no, publicas de algo y ellos te salen diciendo otras cosas no.

**UT 03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.**

Siempre cada vez que se elabora un mensaje se tiene que estar viendo maso menso que se va colocar por la gente pues, tu sabes pues que aquí se trabaja con jerarquías pues no, se baja a la jefa y siempre recibimos las opiniones de todos, siempre estamos viendo la fecha, la hora, se llega todo a un consenso para poder publicarlo y sacarlo. En cuanto a comunicados importantes pues, porque el tema de los flayers y eso lo manejamos nosotros.

Bueno cuando yo entré, di la idea de que se podía crear el Instagram, entonces se ha venido manejando, se cuelgan algunas historias, se ganó cierto numerito de seguidores importantes no, yo creo que por ahora está bien que se trabaje con el Instagram y el Facebook en cuanto son redes sociales y los medios de comunicación que siempre vienen pues no, algunas radios, algunas revistas locales.

Tenemos medios concretos con los que se trabaja, nuestras redes sociales mayormente y a veces con algún u otro medio, por ejemplo, si es una campaña médica no vas a contratar a un canal de televisión para que te haga la publicidad, cuando si es en un sector, se puede salir a perifonear y así esas cositas que también hasta ahora se siguen utilizando.

No sé si el área cuenta con un plan de manejo de crisis, no sé si lo tienen o si las personas encargadas anteriormente lo habrían dejado, no tengo idea, no manejamos un plan, pero creo que sería importante poder trabajarlo.

**UT 04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.**

Por ejemplo, nos informan no pasó el camión de la basura por acá y nosotros rápido informamos al área correspondiente a través de un documento y anexando capturas de pantalla de lo que nos vienen informando, nosotros nos limitamos siempre a informar los problemas, porque no depende de

nosotros solucionarlos, simplemente somos los mediadores para que las otras áreas puedan darle solución.

Sí nos tomamos el trabajo de leer los comentarios de la población a través de nuestras redes sociales, incluso a veces las personas comentan acerca de los números telefónicos de la institución y nosotros por interno les respondemos tratando de facilitarles la información.

Nosotros siempre nos hemos tratado de centrar en los comentarios buenos no en los malos que puedan hacer, tu sabes que cuando una persona entra a una municipalidad, por más que hagas bien las cosas; por eso nos tratamos de centrar en los comentarios buenos, porque cuando uno entra a una municipalidad, tu sabes que la gente más comenta por un tema político que por otra cosa, nunca por más que publiques mil cosas buenas, siempre van estar en contra de la gestión y yo creo que no se ve solamente aquí, sino en todas las municipalidades, entonces siempre tratamos de centrarnos en los comentarios buenos.

Obviamente también ver los comentarios malos, pero hay cosas que nos ayudan a mejorar, pero hay cosas que no pues, que ni siquiera valen la pena leer.

Considero que la relación con la población es buena, si bien es cierto hay muchas páginas que chancan a la municipalidad, pero si te das cuenta no son, pero ni el 1% de la población; pero cuando publicamos cosas buenas sí hay mucha gente que aplaude, no a la gestión si no a las áreas que vienen trabajando bien, y yo creo que eso beneficia no solo a nosotros como imagen, si no al alcalde no.

Hay áreas que trabajan muy bien en la municipalidad, y nosotros siempre estamos tratando de rescatar eso y hay muchas personas que no lo saben y nosotros a través de las páginas y diferentes medios tratamos de resaltar las cosas buenas de la municipalidad.

Yo creo que las situaciones adversas con la población se pueden revertir, imagen es un área muy poderosa en cualquier institución, nuestra área es la

que da la imagen a la institución, depende de nosotros si la población ve bien o mal lo que se viene realizando.

Yo creo que el mal manejo del trabajo de algunas áreas ha repercutido en la imagen de toda la institución, sin embargo, ha sido sólo por un cierto tiempo, algunos meses. Yo creo que también ha influido mucho el tema de la pandemia, ahora todo es más virtual, se hacen más transmisiones en vivo y todo eso, por ello la gente para más metida en Facebook entonces se ven más ataques y todo eso, muchos más comentarios buenos también.

**02:**

Entrevistado: Henry Alonso Segura Galán

Entrevistador: Gloria Ugaz Herrera

Fecha: 16/07/2018

Formato de registro: Audio

Lugar: Reunión virtual.

Duración: 26 min. 33 seg.

**UT 01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.**

Considero que la institución no tiene la capacidad de comunicarse de forma oportuna, la mayoría de veces no hay una comunicación fluida, es decir a tiempo; porque por ejemplo para la atención y los procedimientos administrativos a la gente e incluso en la comunicación entre las áreas de forma interna.

Nuestra área ahora es Oficina general de atención al ciudadano y gestión documentaria, con el nuevo clasificador de cargos las áreas de han unificado, antes había la unidad de comunicaciones, ahora no, toda es una sola área. Pero creo que va afectar de forma positiva ese cambio, porque yo creo que las comunicaciones de una institución no es solo lo que se comunica de forma externa, mediante mensajes, noticias, prensa; si no también la comunicación que se maneja de forma interna para realizar los procedimientos administrativos y atender al público.

Como Lic. En comunicaciones, considero que las relaciones públicas, si bien desde el punto de las comunicaciones en el trabajo de una municipalidad se ha entendido como el trabajo que tú tienes con otras empresas y con las demás municipalidades. Sin embargo, este cambio que se ha hecho en las áreas va influir para que este cambio que se ha hecho, va permitir generalizar ya toda la comunicación mediante los procesos que nosotros podamos ya aunar con las otras gerencias, sub gerencia y oficinas que se han creado.

Considero que es momento de adaptarnos, y no limitarnos a que las comunicaciones sean solo emitir un comunicado para informar la municipalidad hizo tal o cual cosa, realizó tan actividad, sino también el poder trabajar con la población.

Yo si considero que la institución planificas sus actividades que realiza articuladas a la población, sin embargo, creo que un problema es la disminución en entradas económicas y también la contratación del personal, sí trabajamos de forma articulada entre las áreas, sino el detalle está en los ingresos económicos para mejorar eso, tu sabes que poseemos ingresos que se recaudan de forma directa, pero de otro lado dependemos también de los que nos envía el estado. Tú sabes que a raíz de la pandemia se hizo un corte también y eso generó que disminuyamos también en personal, lo que nos ha limitado en algunos casos a cumplir con las metas trazadas, sin embargo, eso no significa que esto no se planifique.

No contamos con un plan de comunicación u de otra índole que haya sido aprobado como documento de gestión institucional, sin embargo estos documentos yo considero que no tienen que ser siempre aprobados de esa forma o avalado por la entidad, porque se trabaja en base a los momentos que se están dando; si bien anteriormente se creía que para que funcionara bien una entidad la unidad de imagen tenía que decirte vamos hacer esto durante todo el año y muchas veces se cometía ese error y cuando se presentaba algo fortuito ya nos e podía modificar eso planificado. Lo que se hace ahora por parte de la mayoría de entidades, en el momento se presentan todas las actividades que tú vas a realizar, con la salvedad de que estas puedan ser modificadas según la necesidad que el momento te dé.



## **UT 02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.**

Yo considero que nuestra comunicación con la población se hace de forma clara, lo que interviene es la manera de interpretar del ciudadano, no todas las personas entendemos el mensaje de la misma manera, pero si tú lo lees detenidamente un mensaje te podrás dar cuenta que en cada párrafo está plasmada la idea que se quiere dar a conocer.

Nosotros los mensajes los elaboramos de forma planificado, porque el mensaje que la entidad va dar tiene que ser en base a los resultados de lo que se ha realizado, y en base a esos resultados es lo que se informa, nosotros construimos los mensajes en base a los logros de la institución. Sin embargo, no solo nos limitamos a eso, se trabaja también en base a lo que ocurre a diario, por ejemplo, cuando inició lo de las paralizaciones de la obra se empezó a comunicar el por qué ocurrían las paralizaciones de la obra, cuando se retomó también se salió a informar, los mensajes de una entidad tu sabes que mayormente va acorde a su realidad.

Yo creo que la comunicación que tenemos con la publicación, no impacta de forma positiva o de forma negativa, sino diría que ocurre de forma mixta, porque al revisar las publicaciones que se realizan a través de nuestras redes sociales, ves las opiniones a favor y también en contra; como también algunas personas que te dan el alcance de lo que podrías mejorar; por eso te digo que el impacto se da de forma mixta.

Creo que tenemos buenos canales de comunicación.

## **UT 03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.**

No contamos con un plan de manejo de crisis, pero yo creo que no es necesario tampoco, está comprobado que siempre va haber algo que no funcione correctamente, si bien la entidad ha tratado de hacer caso omiso, porque para poder realizar una denuncia o salir a manifestar algo tú tienes que tener base y muchas veces esas situaciones mediáticas no se han dado de la mejor manera en el sentido de que por parte de la población ha salido

a hablar uno y otro, sin embargo nunca han mostrado cual es la prueba fehaciente de lo que manifiestan, entonces una entidad no puede emitir comunicado en base a rumores. Sin bien ha habido situaciones mediáticas entre los pimenteleños, no lo han sustentado con una prueba fehaciente, entonces de que vale que una entidad salga a desmentir una situación que no ha sido denunciada formalmente y tampoco ha sido probado.

Siempre que se informa, buscamos generar un impacto, pero el que este sea positivo o negativo, no depende únicamente de lo que se informa, sino también de la interpretación que se le dé al mensaje, porque podremos tener la mejor relación del mundo, pero si yo ya tengo una idea definida, por más que alguien me explique algo no voy a mostrarme predispuesto a entenderlo, ni voy a cambiar la manera en como se está pensando.

Se trabaja de manera articulada con las instituciones, esto se evidencia mediante los convenios interinstitucionales que tenemos con otras instituciones del distrito y también a través del diferente apoyo que en algunas oportunidades las diferentes instituciones nos prestan. Lo mismo ocurre en algunas ocasiones con la población, porque ellos llegan hacer sus trámites, entonces se les atiende, se les da respuesta a sus trámites, porque tú sabes que siempre va a ver también alguien que reclame y si está en su derecho pues la institución le dará la razón; por ejemplo, si tú te vas a rentas te van a atender, si no trabajáramos de forma articulada ni siquiera podríamos atender las necesidades que tiene el pueblo.

#### **UT 04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.**

Yo no soy la persona encargada, de redactar los comunicados que se emiten de forma pública, sin embargo yo considero que para poder redactar los mensajes se hacen mediante la información que uno posee, mediante documentos escritos, video, audio; entonces al momento de elaborar los mensajes lo que se busca es como hacerlo entendible para la población, en realidad uno como profesional puede tomar en cuenta a las personas para hacerlo más entendible, pero para redactarlo uno como profesional no puede

dejar que un criterio personal de otra persona que te dijo, pueda intervenir en ello.

Podría decirte que sí se programan actividades de acuerdo a la necesidad de la población, desde el ámbito de la gerencia de desarrollo social, como entidad programamos por ejemplo campañas médicas y las realizamos los fines de semana esperando que la población pueda asistir, pero si tú te das cuenta, como entidad uno tiene que brindar los servicios sí, pero muchas veces no podemos depender de las ideas que tenga la población o lo que realmente ellos quieran. Por ejemplo, internamente la gente reclama y dice deberían aperturar una caja más para atención al público o contratar unas 20 personas más, sin embargo, tú no puedes hacerle caso a la población, uno trabaja en base a la realidad de la municipalidad.

Como te decía, yo no considero importante un plan de crisis, porque las situaciones cambian en el momento, y no vas a recurrir a un plan de crisis cuando en la realidad no se puede ejecutar, que no se te olvide que lo que plasmas en el papel es un supuesto o algo que ya está establecido, queda muchas veces en el papel nada más, porque para resolver el problema no empleas lo que ha estudiado sino lo que hay en la realidad.

Nosotros tenemos a cargo a mesa de partes también, cada vez que habido una queja verbal o escrita, nosotros nos reunimos con el personal para evaluar la situación y tratar de darle una solución, en esa parte tratamos de tener un cuidado total. Siempre tratamos de escuchar a la población y cuando están en desacuerdo con algo, tratamos de darle una solución para la próxima persona que venga no encuentre la misma falencia.

Yo creo que las relaciones de la institución no son ni buenas ni ladas, se encuentran de forma mixta, con algunos se llevan bien y con otros no, y esto impacta en la institución en esa medida también; si lo ves incluso de forma interna, ocurre lo mismo, no siempre te vas a llevar bien con todos dentro de una oficina, por ejemplo desde la parte administrativa, cuando nos envían hacer la búsqueda de un expediente si se encuentra el usuario de va ir conforme pero si no se encuentra se va ir renegando en contra de la entidad.

Y yo creo que estas situaciones sí repercuten a la institución, siguiendo el ejemplo, si un usuario se va descontento, eso lo va llevar hacia el exterior y las otras personas que vengan van a venir con esa idea, entonces sí repercute más que todo en el ciudadano. Pero yo creo que estas situaciones sí se pueden revertir.

Ante las situaciones adversas con la población y las crisis mediáticas, yo creo que los mensajes que se han emitido han ayudado a revertir toda esa situación. La entidad, se ha limitado a informar la realidad que tiene en documentación o información adquirida mediante comunicaciones verbales de carácter formal y eso se comunica y se dice lo que se va a realizar, y pues de esa forma hemos logrado controlar un poco los comentarios negativos hacia la institución porque la población también ahí se puede dar cuenta quien está incurriendo en error si la institución o la otra parte.

Por ejemplo, en las obras la constructora dice para tal fecha retomamos la obra y se incumple, al comunicar eso la población ahí se va poder dar cuenta que no es un tema de la institución.

### **03:**

Entrevistado: Mayra Teresa de Jesús Velezmoro Delgado

Entrevistador: Gloria Ugaz Herrera

Fecha: 17/10/2018

Formato de registro: Audio

Lugar: Reunión virtual.

Duración: 20 min. 10 seg.

### **UT 01: Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.**

Yo era Secretaria General de la municipalidad, y como función principal teníamos el asesoramiento al Concejo Municipal, que está conformado por el alcalde y sus regidores, además de eso proyectar la documentación oficial de la institución, resoluciones todo eso no, y los documentos de gestión interna. Pero bueno ahora se llama Oficina General de Atención al Ciudadano y Trámite Documentario, y tenemos a cargo trámite documentario

que es mesa de parte, imagen institucional y archivo general, esto con la publicación del nuevo CAP, todo se ha unificado y ahora depende de una sola área.

Yo creo que este cambio, ha beneficiado porque bueno Servir nos ha enviado un correo felicitándonos porque somos la primera municipalidad a nivel regional o creo nacional que ha realizado estas modificaciones en los documentos de gestión, ya que hay un orden en las áreas y una articulación en las funciones de las áreas.

Yo creo que cada gerencia, hoy cada oficina sí trabajan de forma planificada, organizan sus actividades, sus planes de trabajo y requerimientos, teniendo en consideración las necesidades de la población, sobre todo las áreas llámese de Desarrollo Social, Ambiental, Obras,

Tenemos un equipo de imagen institucional capacitado.

**UT 02: Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.**

Considero que la comunicación que empleamos como institución es clara, como te decía contamos con un equipo de comunicación capacitado que siempre está en constante coordinación con el área, con gerencia municipal, siempre están coordinando la publicación de sus comunicados y anuncios, incluso con la misma Gerencia de Asesoría Jurídica. Sí se brinda un mensaje claro a la población.

La comunicación que tenemos con la población impacta de forma positiva para la institución porque de una u otra forma estamos dando a conocer a la población las actividades, los programas, los proyectos, los inicios de ciertas obras, inauguraciones que se desarrollan.

La idea no es que la población venga a tocar las puertas de la entidad local, si no que la municipalidad salga y dé a conocer sus bondades se podría decir, sus programas, sus proyectos, el cumplimiento de metas, todo lo que se viene desarrollando; los programas de desarrollo social, cuantos beneficiarios se tiene en cada uno de los programas de las gerencias que

tiene la entidad, entonces considero que sí es muy importante hacer una buena difusión en las redes sociales.

Recomendar siempre una buena coordinación con todas las áreas, porque no siempre todas las áreas van a llegar a la oficina de imagen, entonces imagen debe salir siempre a las áreas de la entidad, no solo con la alta dirección, si no con cada uno de los gerentes.

**UT 03: Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.**

Yo creo que una de las dolencias o falencias que tienen los gobiernos locales, estamos hablando dentro de la región Lambayeque, es la falta de capacitación a los trabajadores, en el caso de nosotros creo que se debe mejorar en el aspecto de atención al usuario. Ahora sabemos que con la nueva Ley Servir debe brindarse un adecuado servicio de calidad a los administrados, para ellos el personal de la institución debe estar capacitado, no sólo el de área de trámite documentario, si no todo el personal que tiene contacto con la población.

Y esto no necesariamente requiere de un gasto económico, porque no siempre se tiene que contratar una consultoría o empresa, se puede trabajar mediante convenios, por ejemplo, nosotros contamos con convenios interinstitucionales con la UCV, con la Sipán, con la Pedro Ruiz Gallo, entre otras universidades, casa de estudios, que cuentan con docentes capacitados que pueden brindar este tipo de talleres y charlas en beneficio de los servidores municipales.

No contamos con un plan de manejo de crisis, al menos en el tiempo que estoy yo, no tenemos en nuestro archivo directiva alguna sobre ese tema, pero sí considero que sería algo bueno, e lo que se podría trabajar para una mejor organización a nivel institucional.

**UT 04: Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.**

Yo creo que el tema de la relación con la población es un tema muy subjetivo, puesto que no podemos opinar o indicar algo ya que hay tal vez ciertos

sectores que están acorde con la gestión, otros sectores que no, eso ya es un tema de criterio de cada uno de los pobladores en los diferentes sectores de Pimentel, y considero de que el impacto de los proyectos que se han venido desarrollando, pues lastimosamente a nivel nacional se podría decir a veces los ciudadanos no estamos contactos, se hace algo les parece mal y si no se hace también les parece mal, lamentablemente esa es nuestra idiosincrasia, no de todos pero sí de la mayoría. Es muy fácil criticar creo y, por eso considero que es una opinión muy subjetiva, puede ser que me vaya por una calle y estén de acuerdo, puede ser que me vaya por un sector y no, puede ser que me vaya por Pradera y van estar de acuerdo con la gestión porque se les está haciendo una obra, por eso te digo que eso es algo muy relativo.

Yo creo que el alcalde está tratando de hacer una buena gestión, en este casi corto año y medio que tiene de gestión municipal, se pudieron haber realizado más cosas de repente si es que hubiera estado durante cuatro años; sin embargo, considero que se ha tratado siempre de hacer lo humanamente posible con su equipo de trabajo para el beneficio de la población de Pimentel, sobre todo para cubrir las necesidades básicas.

**ANEXO 06**

**VALIDACIÓN DEL PRIMER EXPERTO**

**MATRIZ DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N°1**

N°	VARIABLES/items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>VI: GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b>								
<b>VI 01: Rol Gerencial</b>								
01	Considera usted que la Municipalidad Distrital de Pimentel tiene la capacidad de comunicarse de forma oportuna.	X		X		X		
02	La Municipalidad distrital de Pimentel cuenta con profesionales capacitados en Relaciones Públicas.	X		X		X		
<b>VI 02: Función Relacional</b>								
03	La municipalidad distrital de Pimentel planifica sus actividades de acuerdo a los intereses de la población.	X		X		X		
04	Considera usted que la relación que tiene la municipalidad con la población afecta de forma positiva a la institución.	X		X		X		
<b>VI 03: Rol Estratégico</b>								
05	La municipalidad planifica sus actividades dirigidas a la población con anterioridad.	X		X		X		
<b>VI 04: Acciones Comunicacionales</b>								
06	Los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación es claro.	X		X		X		
07	La municipalidad está constantemente interactuando con la población.	X		X		X		
08	Considera usted que es importante los mensajes que comunica la municipalidad a la población.	X		X		X		



<b>VI 05: Persuasión</b>								
<b>09</b>	La municipalidad busca influenciar frecuentemente a la población a través de los mensajes que emite.	X		X		X		
<b>10</b>	El comportamiento de los trabajadores de la municipalidad es favorable para tratar de convencerlo de la eficiencia de la institución.	X		X		X		
<b>VI 06: Públicos</b>								
<b>11</b>	La municipalidad de Pimentel promueve la participación de otras instituciones de la región.	X		X		X		
<b>12</b>	La municipalidad de Pimentel hace que la población permanezca cercana a la institución.	X		X		X		
<b>VI 07: Imagen Institucional</b>								
<b>13</b>	Considera usted que la municipalidad tiene una buena reputación.	X		X		X		
<b>14</b>	Considera usted que la municipalidad es una institución con un alto nivel de confiabilidad.	X		X		X		
<b>VD: EL RELACIONAMIENTO</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>SUGERENCIAS</b>
<b>VD 01: Relaciones Humanas</b>								
<b>15</b>	La municipalidad planifica sus actividades y proyectos vinculando las necesidades de la población.	X		X		X		
<b>VD 02: Acciones Discursivas</b>								
<b>16</b>	Ante una crisis en el distrito de Pimentel, la municipalidad reacciona de manera favorable para la población.	X		X		X		
<b>17</b>	Considera que la institución toma en consideración y aprovecha el comportamiento de la población, planificando actividades respecto a ello.	X		X		X		
<b>VD 03: Expresiones Narrativas</b>								
<b>18</b>	Cree que las formas que emplea la municipalidad para comunicarse con la población son pertinentes.	X		X		X		

19	Considera usted que la forma de comunicarse de los trabajadores de la municipalidad es de utilidad para la población cuando van a la institución a realizar algún trámite.	X		X		X		
<b>VD 04: Retroalimentación</b>								
20	La municipalidad tiene en consideración siempre la opinión de la población.	X		X		X		
21	Usted considera que la municipalidad comprende las opiniones que emite la población	X		X		X		
<b>VD 05: Mediación de Intereses</b>								
22	La municipalidad de forma frecuente prioriza los intereses de la población.	X		X		X		
23	Cree usted que de existir un conflicto entre la población y la municipalidad esto influencia de forma negativa en el desarrollo de su distrito.	X		X		X		
<b>VD 06: Contexto</b>								
24	Considera usted que las diferentes formas de comunicación que emplea la municipalidad con la población influyen negativamente en su relacionamiento.	X		X		X		
<b>VD 07: Parámetros Sociales</b>								
25	La municipalidad distrital de Pimentel es una institución que respeta las normas y las hace respetar.	X		X		X		

## MATRIZ DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N°2

□ Este instrumento es mediante un formato de aplicación abierto, por ello se trabaja con ejes temáticos de diálogo

N°	VARIABLES/items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>VI: GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b>								
<b>Dimenciones: Rol Gerencial, Función Relacional, Rol Estratégico.</b>								
01	Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.	X		X		X		
<b>Dimenciones: Acciones Comunicacionales, Persuasión, Públicos, Imagen Institucional</b>								
02	Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.	X		X		X		
<b>VD: EL RELACIONAMIENTO</b>								
<b>Dimenciones: Relaciones Humanas, Acciones Discursivas, Expresiones Narrativas, Retroalimentación.</b>								
03	Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.	X		X		X		
<b>Dimenciones: Mediación de Intereses, Contexto, Parámetros Sociales, Retroalimentación.</b>								
04	Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [X]            Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Grijalva Purizaga, Paulo César

DNI 10665435

ORCID: 0000-0001-9999-1390

Especialidad del validador: Magister en Gestión Pública

Trujillo, 15 de Julio de 2022



---

Firma del Experto Informante  
ORCID <https://orcid.org/MMMMM>

0000-0001-9999-1390

# CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS QUE MIDEN LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y EL RELACIONAMIENTO

Observaciones:

Ninguna

---

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ X ]

Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ J ]

Apellidos y nombres del juez validador

Mag. Paulo César Grijalva Purizaga

DNI: 10665435

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de San Martín de Porres
02	Magister en Gestión Pública en la Pontificia Universidad Católica del Perú
03	

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	Docente Universitario Pre grado en Proyectos de Relaciones Públicas
02	Jefe de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Almenara en EsSalud
03	Docente Universitario Post Grado en Gabinetes de Comunicación

Trujillo, 15 de julio del 2022



Mag.  
D.N.I: 10665435

**ANEXO 07**

**VALIDACIÓN DEL SEGUNDO EXPERTO**

**MATRIZ DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N°1**

N°	VARIABLES/items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>VI: GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b>								
<b>VI 01: Rol Gerencial</b>								
01	Considera usted que la Municipalidad Distrital de Pimentel tiene la capacidad de comunicarse de forma oportuna.		X	X		X		Se sugiere reemplazar la pregunta
02	La Municipalidad distrital de Pimentel cuenta con profesionales capacitados en Relaciones Públicas.	X		X		X		
<b>VI 02: Función Relacional</b>								
03	La municipalidad distrital de Pimentel planifica sus actividades de acuerdo a los intereses de la población.	X		X		X		
04	Considera usted que la relación que tiene la municipalidad con la población afecta de forma positiva a la institución.	X		X		X		
<b>VI 03: Rol Estratégico</b>								
05	La municipalidad planifica sus actividades dirigidas a la población con anterioridad.	x		x		x		
<b>VI 04: Acciones Comunicacionales</b>								
06	Los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación <b>es claro</b> .	x		x		x		Los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación <b>son claros</b>
07	La municipalidad está constantemente interactuando con la población.		x	x		x		Esta pregunta encajaría mejor en lo relacional
08	Considera usted que <b>es</b> importante los mensajes que comunica la municipalidad a la población.							Considera usted que <b>son importantes</b> los mensajes que comunica la municipalidad a la población.
<b>VI 05: Persuasión</b>								
09	La municipalidad busca influenciar frecuentemente a la población a través de los mensajes que emite.	x		x		x		

10	El comportamiento de los trabajadores de la municipalidad es favorable para tratar de convencerlo de la eficiencia de la institución.	x		x			x	Se sugiere mejorar la redacción
<b>VI 06: Públicos</b>								
11	La municipalidad de Pimentel promueve la participación de otras instituciones de la región.	x		x		x		
12	La municipalidad de Pimentel hace que la población permanezca cercana a la institución.	x		x		x		
<b>VI 07: Imagen Institucional</b>								
13	Considera usted que la municipalidad tiene una buena reputación.		x		x		x	No es lo mismo imagen institucional que reputación. Se sugiere reemplazar el ítem.
14	Considera usted que la municipalidad es una institución con un alto nivel de confiabilidad.		x		x		x	La confiabilidad es una dimensión de la calidad de las relaciones (función relacional) Se sugiere reemplazar el ítem.
<b>VD: EL RELACIONAMIENTO</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>SUGERENCIAS</b>
<b>VD 01: Relaciones Humanas</b>								
15	La municipalidad planifica sus actividades y proyectos vinculando las necesidades de la población.	x		x		x		
<b>VD 02: Acciones Discursivas</b>								
16	Ante una crisis en el distrito de Pimentel, la municipalidad reacciona de manera favorable para la población.	x		x		x		
17	Considera que la institución toma en consideración y aprovecha el comportamiento de la población, planificando actividades respecto a ello.	x		x		x		
<b>VD 03: Expresiones Narrativas</b>								
18	Cree que las formas que emplea la municipalidad para comunicarse con la población son pertinentes.	x		x		x		
19	Considera usted que la forma de comunicarse de los trabajadores de la municipalidad es de utilidad para la población cuando van a la institución a realizar algún trámite.	x		x		x		

VD 04: Retroalimentación								
20	La municipalidad tiene en consideración siempre la opinión de la población.	x		x		x		
21	Usted considera que la municipalidad comprende las opiniones que emite la población	x		x		x		
VD 05: Mediación de Intereses								
22	La municipalidad de forma frecuente prioriza los intereses de la población.	x		x		x		
23	Cree usted que de existir un conflicto entre la población y la municipalidad esto influencia de forma negativa en el desarrollo de su distrito.	x		x		x		
VD 06: Contexto								
24	Considera usted que las diferentes formas de comunicación que emplea la municipalidad con la población influyen negativamente en su relacionamiento.	x		x		x		
VD 07: Parámetros Sociales								
25	La municipalidad distrital de Pimentel es una institución que respeta las normas y las hace respetar.	x		x		x		

## MATRIZ DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N°2

Este instrumento es mediante un formato de aplicación abierto, por ello se trabaja con ejes temáticos de diálogo

N°	VARIABLES/items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>VI: GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b>								
<b>Dimensiones: Rol Gerencial, Función Relacional, Rol Estratégico.</b>								
01	Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.	x		x		x		
<b>Dimensiones: Acciones Comunicacionales, Persuasión, Públicos, Imagen Institucional</b>								
02	Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.	x		x		x		



<b>VD: EL RELACIONAMIENTO</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Sugerencias</b>
<b>Dimensiones: Relaciones Humanas, Acciones Discursivas, Expresiones Narrativas, Retroalimentación.</b>								
<b>03</b>	Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.	<b>x</b>		<b>x</b>		<b>x</b>		
<b>Dimensiones: Mediación de Intereses, Contexto, Parámetros Sociales, Retroalimentación.</b>								
<b>04</b>	Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.	<b>x</b>		<b>x</b>		<b>x</b>		

# CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS QUE MIDEN LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y EL RELACIONAMIENTO

Observaciones:

---

---

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ ]  
  Aplicable después de corregir [X]  
  No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador

Dr. Marita Solórzano Castro

DNI: 07267910

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Femenina del Sagrado Corazón
02	Magister en Relaciones Públicas por la Universidad de San Martín de Porres
03	Doctora en Relaciones Públicas por la Universidad de San Martín de Porres

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	
02	
03	



Trujillo, 15 de julio del 2022

---

Dra. Marita Solórzano Castro

D.N.I: 07267910

## ANEXO 08

### VALIDACIÓN DEL TERCER EXPERTO

#### MATRIZ DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N°1

N°	VARIABLES/items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
<b>VI: GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b>			Si	No	Si	No	Si	
<b>VI 01: Rol Gerencial</b>								
01	Considera usted que la Municipalidad Distrital de Pimentel cuenta con trabajadores capacitados para las comunicaciones de la institución.	X		X		X		
02	La Municipalidad distrital de Pimentel cuenta con profesionales capacitados en Relaciones Públicas.	X		X		X		
<b>VI 02: Función Relacional</b>								
03	La municipalidad distrital de Pimentel planifica sus actividades de acuerdo a los intereses de la población.	X		X		X		
07	La municipalidad está constantemente interactuando con la población.	X		X		X		
04	Considera usted que la relación que tiene la municipalidad con la población afecta de forma positiva a la institución.	X		X		X		
<b>VI 03: Rol Estratégico</b>								
05	La municipalidad planifica sus actividades dirigidas a la población con anterioridad.	X		X		X		
<b>VI 04: Acciones Comunicacionales</b>								
06	Los mensajes que emite la municipalidad mediante sus redes sociales u otro medio de comunicación son claros.	X		X		X		
08	Considera usted que son importante los mensajes que comunica la municipalidad a la población.	X		X		X		
<b>VI 05: Persuasión</b>								

09	La municipalidad busca influenciar frecuentemente a la población a través de los mensajes que emite.	X		X		X		
10	Los trabajadores de la municipalidad tratan de mostrar eficiencia cuando se interactúa con ellos, para convencerlo de que realizan un buen trabajo.	X		X		X		
<b>VI 06: Públicos</b>								
11	La municipalidad de Pimentel promueve la participación de otras instituciones de la región.	X		X		X		
12	La municipalidad de Pimentel hace que la población permanezca cercana a la institución.	X		X		X		
<b>VI 07: Imagen Institucional</b>								
13	Considera que la municipalidad posee una buena imagen ante la población.	X		X		X		
14	Considera usted que la municipalidad es una institución que trabaja por el desarrollo del distrito.	X		X		X		
<b>VD: EL RELACIONAMIENTO</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>SUGERENCIAS</b>
<b>VD 01: Relaciones Humanas</b>								
15	La municipalidad planifica sus actividades y proyectos vinculando las necesidades de la población.	X		X		X		
<b>VD 02: Acciones Discursivas</b>								
16	Ante una crisis en el distrito de Pimentel, la municipalidad reacciona de manera favorable para la población.	X		X		X		
17	Considera que la institución toma en consideración y aprovecha el comportamiento de la población, planificando actividades respecto a ello.	X		X		X		
<b>VD 03: Expresiones Narrativas</b>								
18	Cree que las formas que emplea la municipalidad para comunicarse con la población son pertinentes.	X		X		X		

19	Considera usted que la forma de comunicarse de los trabajadores de la municipalidad es de utilidad para la población cuando van a la institución a realizar algún trámite.	X		X		X		
<b>VD 04: Retroalimentación</b>								
20	La municipalidad tiene en consideración siempre la opinión de la población.	X		X		X		
21	Usted considera que la municipalidad comprende las opiniones que emite la población	X		X		X		
<b>VD 05: Mediación de Intereses</b>								
22	La municipalidad de forma frecuente prioriza los intereses de la población.	X		X		X		
23	Cree usted que de existir un conflicto entre la población y la municipalidad esto influencia de forma negativa en el desarrollo de su distrito.	X		X		X		
<b>VD 06: Contexto</b>								
24	Considera usted que las diferentes formas de comunicación que emplea la municipalidad con la población influyen negativamente en su relacionamiento.	X		X		X		
<b>VD 07: Parámetros Sociales</b>								
25	La municipalidad distrital de Pimentel es una institución que respeta las normas y las hace respetar.	X		X		X		

## MATRIZ DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN N°2

Este instrumento es mediante un formato de aplicación abierto, por ello se trabaja con ejes temáticos de diálogo

N°	VARIABLES/items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>VI: GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b>								
<b>Dimensiones: Rol Gerencial, Función Relacional, Rol Estratégico.</b>								
01	Sobre la articulación e influencia estratégica de las funciones de las Relaciones Públicas.	X						
<b>Dimensiones: Acciones Comunicacionales, Persuasión, Públicos, Imagen Institucional</b>								
02	Los flujos de comunicación con sus públicos y su impacto en la institución.	X		X		X		
<b>VD: EL RELACIONAMIENTO</b>								
<b>Dimensiones: Relaciones Humanas, Acciones Discursivas, Expresiones Narrativas, Retroalimentación.</b>								
03	Sobre las políticas de comunicación de la institución con sus diferentes públicos.	X		X		X		
<b>Dimensiones: Mediación de Intereses, Contexto, Parámetros Sociales, Retroalimentación.</b>								
04	Criterios para la construcción de los discursos que van dirigidos a la población.	X		X		X		

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS  
QUE MIDEN LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y EL  
RELACIONAMIENTO**

Observaciones:

TRAS LA REVISIÓN DE LOS INSTRUMENTOS SE CONSIDERAN  
APLICABLES

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    
  Aplicable después de corregir [ ]   
  No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador

Mg. NOPO OLAZOBDL ROGBER ERICK

DNI: 41190670

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo – Lambayeque.
02	Magister en Gestión Pública por la Universidad César Vallejo – Chiclayo.

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

01	Relacionista Público de la Municipalidad Provincial de Lambayeque del 14 de febrero 2022 a la actualidad.
02	Coordinador de Comunicaciones del Despacho Congresal del parlamentario Humberto Acuña Peralta de 25 de marzo de 2022 al 26 de julio de 2021.
03	Jefe de la Oficina de Comunicaciones del Gobierno Regional de Lambayeque del 15 de mayo de 2017 al 31 de diciembre de 2018.

Chiclayo, 16 de julio del 2022

Mg. ROGBER ERICK NOPO OLAZOBDL  
D.N.I: 41190670

**ANEXO 09**  
**DOCUMENTOS DE GESTIÓN**

**"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"**

**Pimentel, 14 de Julio del 2022**

**MG. ING. JOSUÉ IVAN PALOMINO ZÁRATE**  
**Gerente Municipal**  
**Municipalidad Distrital de Pimentel**  
**Ca. Leoncio Prado Nro. 143 – Pimentel**



**ASUNTO: SOLICITO PERMISO PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

De mi especial consideración:

Por medio del presente, es grato dirigirme a usted para expresar un cordial saludo en mi calidad de estudiante de la Maestría de Relaciones Públicas e Imagen Corporativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo Filial Trujillo. Asimismo, teniendo presente su alto espíritu de colaboración para el desarrollo de proyectos estudiantiles, hago de su conocimiento que en el marco de la obtención de mi grado académico como magister, vengo desarrollando la investigación titulada "La Gestión de las Relaciones Públicas en una institución gubernamental local de la provincia de Chiclayo y el Relacionamiento con la Población de su distrito, 2022".

En ese marco, he creído conveniente poder aplicar un instrumento de recolección de datos (Entrevista) a su equipo de colaboradores que desempeñan las funciones de gestionar las Relaciones Públicas y comunicaciones de la institución que tiene usted a bien dirigir.

En ese sentido, le solicito gentilmente autorice la aplicación de dicho instrumento, anexo a la presente; de considerar aceptada la presente solicitud, se empleará 30 minutos del tiempo de sus colaboradores en horarios que ellos consideren pertinentes y coordinados de forma previa.

Pido a usted, se me brinde las facilidades del caso, a fin de que el proceso de recolección de datos se desarrolle de forma satisfactoria y permita aportar a dicha investigación que será de mucha utilidad para su comuna.

Quedo de Ud. agradeciendo de forma anticipada la atención a la presente.

Atentamente,

**Firmado de forma digital por:**  
**GLORIA UGAZ HERRERA**  
**DNI:77321663**  
**CDG: 7002685589**





**MG. ING. JOSUÉ IVAN PALOMINO ZÁRATE**  
**Gerente Municipal**  
**Municipalidad Distrital de Pimentel**  
Ca. Leoncio Prado Nro. 143 – Pimentel

**ASUNTO: SOLICITO PERMISO PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

De mi especial consideración:

Por medio del presente, es grato dirigirme a usted para expresar un cordial saludo en mi calidad de estudiante de la Maestría de Relaciones Públicas e Imagen Corporativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo Filial Trujillo. Asimismo, teniendo presente su alto espíritu de colaboración para el desarrollo de proyectos estudiantiles, hago de su conocimiento que en el marco de la obtención de mi grado académico como magister, vengo desarrollando la investigación titulada "La Gestión de las Relaciones Públicas en una institución gubernamental local de la provincia de Chiclayo y el Relacionamiento con la Población de su distrito, 2022".

En ese marco, he creído conveniente poder aplicar un instrumento de recolección de datos (Entrevista) a su equipo de colaboradores que desempeñan las funciones de gestionar las Relaciones Públicas y comunicaciones de la institución que tiene usted a bien dirigir.

En ese sentido, le solicito gentilmente autorice la aplicación de dicho instrumento, anexo a la presente; de considerar aceptada la presente solicitud, se empleará 30 minutos del tiempo de sus colaboradores en horarios que ellos consideren pertinentes y coordinados de forma previa.

Pido a usted, se me brinde las facilidades del caso, a fin de que el proceso de recolección de datos se desarrolle de forma satisfactoria y permita aportar a dicha investigación que será de mucha utilidad para su comuna.

Quedo de Ud. agradeciendo de forma anticipada la atención a la presente.

Atentamente,

Firmado de forma digital por:  
**GLORIA UGAZ HERRERA**  
DNI: 77321663  
CDG: 7002685589



# MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL

*Primer Balneario Turístico del Norte*

CREADO SEGÚN LEY N° 4155



**"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"**

Pimentel, 25 julio del 2022

**CARTA N°045-2022-MDP/GM**

Señores:

Escuela de Posgrado  
Universidad César Vallejo – Campus Trujillo

A través del presente, Mag. Ing. Iván Josué Palomino Zarate identificado (a) con DNI N°00256038 representante de la Municipalidad Distrital de Pimentel con el cargo de Gerente Municipal, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que la Sra. Gloria Ugaz Herrera

Está autorizada para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada La Gestión de las Relaciones Públicas en una institución pública gubernamental local de la provincia de Chiclayo y el relacionamiento con la Población de su distrito 2022"

Si  No

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si  No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL

Mg. Ing. Iván Josué Palomino Zarate  
GERENTE MUNICIPAL

mesadepartes@municipimentel.gob.pe

074-452017

Leoncio Prado N° 143 - Pimentel

www.municipimentel.gob.pe



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ALIAGA LOYOLA LUIS JAVIER, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Gestión de las Relaciones Públicas en la Institución Gubernamental del Distrito de Pimentel y el Relacionamiento con su Población, 2022.", cuyo autor es UGAZ HERRERA GLORIA FRANSHESCA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y 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.

TRUJILLO, 15 de Agosto del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ALIAGA LOYOLA LUIS JAVIER <b>DNI:</b> 07927638 <b>ORCID</b> 0000-0002-7034-0786	Firmado digitalmente por: LALIAGA20 el 15-08-2022 15:51:53

Código documento Trilce: TRI - 0415894