



**Universidad César Vallejo**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO MAESTRÍA EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub  
Regional de Amazonas, 2024

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO CADÉMICO DE:**

Maestro en Gestión Pública

**AUTOR:**

Mendoza Carmen, Segundo Claudio ([orcid.org/0009-0008-8350-1316](https://orcid.org/0009-0008-8350-1316))

**ASESORES:**

Dra. Arbulu Perez Vargas, Carmen Graciela ([orcid.org/0000-0002-8463-6553](https://orcid.org/0000-0002-8463-6553))

Dr. Perez Delgado, Jose Willams ([orcid.org/0000-0002-8544-1029](https://orcid.org/0000-0002-8544-1029))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Reforma y Modernización del Estado

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2024

## Declaratoria de autenticidad del asesor



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

### Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ARBULU PEREZ VARGAS CARMEN GRACIELA, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024", cuyo autor es MENDOZA CARMEN SEGUNDO CLAUDIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHICLAYO, 22 de Julio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ARBULU PEREZ VARGAS CARMEN GRACIELA DNI: 16437326 ORCID: 0000-0002-8463-6553	Firmado electrónicamente por: CARBULU el 22-07- 2024 17:11:11

Código documento Trilce: TRI - 0830322



# Declaratoria de originalidad del autor



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

## Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, MENDOZA CARMEN SEGUNDO CLAUDIO estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
SEGUNDO CLAUDIO MENDOZA CARMEN DNI: 33566221 ORCID: 0009-0008-8350-1316	Firmado electrónicamente por: SMENDOZACA31 el 22-07-2024 20:17:32

Código documento Trilce: TRI - 0830321



## Dedicatoria

A mis padres que han sabido educarme con valores, buenos hábitos y sentimientos lo cual me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles, que desde el cielo me ilumina para seguir adelante con mis proyectos.

También dedico a mi esposa María Catalina Sandoval Rioja quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar a ser ejemplo para mis hijos.

A mi nuera Margarita Vela Peña por su comprensión y estímulo constante y apoyo incondicional a lo largo de mis estudios de maestría en Gestión Pública.

Claudio.

## Agradecimiento

El principal agradecimiento a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante.

Agradezco de manera especial a mis asesores la Dra. Arbulú Pérez Vargas, Carmen y al Dr. Pérez Delgado, José Willams, por su apoyo constante y capacidad para guiar mis ideas que han sido aporte importante para el desarrollo de esta tesis y formación profesional.

Al gerente sub regional Milser Edwin Monteza Guerrero, por su apoyo y seguimiento con el avance del producto de esta investigación, por haberme dado la factibilidad de acceder a la información necesaria para desarrollar con éxito la tesis.

Claudio.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor .....	ii
Declaratoria de originalidad del autor.....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract .....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA .....	12
III. RESULTADOS.....	17
IV. DISCUSIÓN.....	22
VI. CONCLUSIONES .....	27
VII. RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS.....	
ANEXOS .....	

## Índice de tablas

Tabla 1 Relación entre la gestión de la comunicación y la imagen institucional ...	17
Tabla 2 Relación entre la gestión de la comunicación interna y la imagen institucional.....	18
Tabla 3 Relación entre la gestión de la comunicación externa y la imagen institucional.....	19
Tabla 4 Relación entre la gestión de la comunicación personal y la imagen institucional.....	20

## Índice de figuras

Figura 1 Diseño de correlacional.....	12
Figura 2 Diseño del plan de gestión de comunicación. ....	21



## Resumen

La investigación aporta al Objetivo de Desarrollo Sostenible de la ONU número 8. Trabajo decente y crecimiento económico, porque al optimizar la comunicación y fortalecer la imagen institucional, se facilita una mayor transparencia, eficiencia en la gestión pública, y ejecución de políticas que fomentan el desarrollo económico regional. El estudio tuvo por objetivo: determinar la relación que presenta la gestión de la comunicación y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas; el enfoque fue cuantitativo, el alcance correlacional y el diseño no experimental; la muestra lo representaron 60 servidores públicos; se usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario de gestión de la comunicación y el cuestionario de imagen institucional; por resultados se determinaron la gestión de la comunicación presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), además, se identificó una relación positiva moderada ( $Rho=0.573$ ), asimismo, se obtuvo que la gestión de comunicación interna, externa y personal se relacionan con la imagen institucional ( $p<0.05$ ). Se concluyó que las variables se relacionan significativamente, por lo tanto, en la entidad al potencializarse la gestión de comunicación se fortalecerá la imagen institucional, la que mostrará un carácter más sólido y respetado.

**Palabras clave:** Gestión, comunicación, imagen institucional.

## **Abstract**

The research contributes to the UN Sustainable Development Goal number 8. Decent work and economic growth, because by optimizing communication and strengthening the institutional image, greater transparency, efficiency in public management, and execution of policies that promote regional economic development are facilitated. The objective of the study was to determine the relationship between communication management and institutional image in a Sub Regional Management of Amazonas; the approach was quantitative, the scope was correlational and the design was non-experimental; the sample consisted of 60 public servants; the survey technique was used and the communication management questionnaire and the institutional image questionnaire were used as instruments; the results showed that communication management has a significant relationship with institutional image ( $p=0.000$ ), in addition, a moderate positive relationship was identified ( $Rho=0.573$ ), likewise, it was obtained that internal, external and personal communication management are related to institutional image ( $p<0.05$ ). It was concluded that the variables are significantly related; therefore, by strengthening communication management, the institutional image of the entity will be strengthened, which will show a more solid and respected character.

**Keywords:** Management, communication, institutional image.

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la imagen institucional y habilidades comunicativas son temas relevantes que contribuyen a una eficiente gestión administrativa, la cual siempre se encuentra dirigido por un equipo de trabajo que conduce la imagen institucional de una organización, siendo clave para alcanzar un crecimiento exponencial en la trayectoria organizacional (Lee et al., 2023). Por ende, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se dispone de 17 objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), donde la investigación aporta al ODS número 8. Trabajo decente y crecimiento económico, porque al optimizar la comunicación y fortalecer la imagen institucional, se facilita una mayor transparencia y eficiencia en la gestión pública, lo cual puede mejorar la confianza de los ciudadanos, colaboración con el gobierno, la comunicación y ejecución de políticas que fomentan el desarrollo económico regional y la creación de empleos de calidad y decente para alcanzar los ODS (ONU, 2024).

Los cambios y avances en la sociedad siempre resultan beneficiosos cuando se implementan de manera efectiva y eficiente, tal es el caso en el ámbito estatal, donde, a través de la gestión pública se materializa el bienestar de la población al centrarse en satisfacer sus necesidades; sin embargo, cuando la comunicación no es efectiva, la resolución de problemas se vuelve ineficaz y la imagen que proyecta se opaca con la corrupción, haciendo más difícil mantener la confianza del pueblo y consecución de objetivos (Vílchez & Sánchez, 2021).

Las entidades públicas ecuatorianas presentan la necesidad de que se fortalezca la comunicación como un proceso estratégico de gestión, dado que actualmente existe una débil comunicación organizativa, lo que debilita concretar sus objetivos internos como lo planifican, no se fortalezca la relación con la ciudadanía y muestran una inadecuada imagen administrativa en la gestión del estado (Valle et al., 2023). Para alcanzar una imagen institucional sobresaliente, es imperativo que todos los colaboradores de la administración pública desempeñen eficientemente sus funciones, demostrando una identificación clara con el sector en el que operan, comprendiendo y aplicando sus principios institucionales (Dávila et al., 2022).

En el ámbito nacional, Lima enfrenta actualmente desafíos significativos en cuanto a su imagen institucional, a raíz de la incertidumbre generada por casos de corrupción, de acuerdo con la última encuesta de Ipsos Perú el 77% de la población expresa su desaprobación hacia la gestión comunicativa de la imagen pública de

Estado, este rechazo se atribuye, a la percepción de que la administración no prioriza las obras de acuerdo con las necesidades prioritarias de la ciudadanía lo que genera la desconfianza de la gestión actual (IPSOS, 2023).

La imagen institucional de las entidades públicas peruanas enfrenta desafíos significativos, los cuales son derivados de un amplio conjunto de herramientas de información y el amplio desarrollo tecnológico en el país, por lo que es necesario que la administración pública desempeñe sus funciones de forma eficaz para que brinden información con transparencia y en un tiempo real, para que la imagen que proyecten al ciudadano sea confiable (Ordoñez & Davila, 2021). En los gobiernos regionales tienen por finalidad establecer actividades que faciliten tener informado al ciudadano sobre la gestión, se encarga de la administración de las relaciones públicas entre el gobierno y el ciudadano, velar por la imagen institucional de la entidad, difundir información de los proyectos que ejecuta el gobierno usando los medios idóneos para llegar al ciudadano (Plataforma Digital Única del Perú, 2024).

A nivel local, en la Gerencia Sub Regional de Amazonas, se han implementado nuevos planes estratégicos, sin embargo, no se están ejecutando de manera efectiva en el distrito. Aunque la gestión actual estuvo realizando obras y proyectos sociales que contribuyeron positivamente al desarrollo del distrito, es esencial mejorar la gestión de la comunicación, dado que se requiere de una mayor presencia en redes sociales, un aumento en el trabajo de campo, una interacción más activa para establecer un vínculo más estrecho con los residentes y mejorar la imagen institucional de la subgerencia; además, en el análisis FODA de la institución, se han identificado problemas y deficiencias que afectan directamente a la gestión de la comunicación e imagen corporativa; se evidencian dificultades en la comunicación interna y externa, destacando a la rivalidad y celos profesionales entre los trabajadores, lo cual afecta negativamente el manejo de un lenguaje adecuado. En relación con la imagen corporativa, se detecta una representación inadecuada en términos esenciales, contextuales, factuales y conceptuales, es imperativo abordar estos problemas para fortalecer la percepción pública institucional.

Por ello, acorde con la problemática observada se propuso por formulación de problema ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024?

El proyecto resalta su justificación teórica al emplear diversas bases conceptuales de teorías relacionadas con las variables de gestión de la comunicación

e imagen institucional, esto se realiza con el propósito de ampliar el entendimiento de dichas variables. Desde la perspectiva de la justificación práctica, se focalizó en la relevancia de la investigación para comprender la percepción de los residentes sobre la interrelación entre la gestión de la comunicación y la imagen institucional, considerando su impacto en el desarrollo de la sociedad. En cuanto a la justificación metodológica, se destacó que la investigación aborda aspectos metodológicos, adoptando un enfoque cuantitativo con un alcance correlacional y un diseño no experimental; la utilización de cuestionarios se subraya como un medio para obtener información válida que contribuyó mejorar la comprensión de las variables en estudio; este estudio, además, se posiciona como un referente útil para investigaciones futuras dentro de la misma línea de indagación.

Es así, que se planteó como objetivo general de la investigación: Determinar la relación que presenta la gestión de la comunicación y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas. Mientras que como objetivos específicos se consideraron: establecer la relación que presenta la gestión de la comunicación interna y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024; identificar la relación que presenta la gestión de la comunicación externa y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024; analizar la relación que presenta la gestión de la comunicación personal y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024; proponer un plan de gestión de la comunicación para mejorar la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024. La hipótesis formulada en la investigación fue: La gestión de la comunicación se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024; y por hipótesis específicas, la gestión de la comunicación interna se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas; la gestión de la comunicación externa se relaciona significativamente la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024; la gestión de la comunicación personal se relaciona significativamente la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

En los antecedentes de investigación, en Italia el estudio de Mori et al. (2021) propuso por objetivo analizar los sistemas de comunicación de los gobiernos locales de Italia por medio de Facebook, en enfoque fue cuantitativo y se estudió 11 municipios; por resultados se identificó que los gobiernos locales todavía se

encuentran en proceso de implementación paulatina de un sistema de comunicación que se adapta a las necesidades del ciudadano y aún están en constante aprendizaje de estas nuevas formas comunicativas, se concluye que los gobiernos aún están en una etapa temprana en el proceso de comunicación por medio de la red social de Facebook, por lo que se necesita la implementación de estrategias de comunicación para que se fortalezca la relación social y se logre que el ciudadano esté más informado e involucrado con los proyectos institucionales.

En Ecuador, Merino et al. (2023) tuvo por objetivo analizar la incidencia que presenta la comunicación institucional sobre la imagen corporativa en entidades públicas, el enfoque fue cuantitativo; por resultados se identificó que el 82% de los colaboradores llegan a estimar que el manejo de la comunicación interna por parte de la municipalidad del Cantón de Montecristi es buena, sin embargo el 18% lo llega a calificar como regular o mala; además, la imagen corporativa de la entidad fortalece la comunicación interna e influye de forma considerable en la gestión de dicho municipio, se concluye que la comunicación institucional influye en la imagen corporativa de los municipios dado que permite que se fortalezca el compromiso por parte de los colaboradores hacia la institución, se genere una gestión basada en valores como la ética, puntualidad y equidad facilitando ofrecer un mejor servicio.

En Holanda, Faber et al. (2020) estableció por objetivo en su investigación realizar una evaluación al uso de las redes sociales en los municipios holandeses desde aspectos políticos, socioeconómicos e institucionales, el enfoque fue cuantitativo, participaron un total de 380 municipios, se analizaron cinco plataformas de redes sociales considerándose al Instagram, Twitter, Facebook, YouTube y linkedin; por resultados se identificó que los tuits parecen ser los enlaces que mayor usan los municipios, posteriormente le sigue el @menciones; luego los #hashtag, respuestas y retuits; de igual manera se identificó que los municipios que mayor tiempo tienen utilizando las redes sociales cuentan con mayor experiencia en identificar las fortalezas y debilidades de las diferentes plataformas, se concluye que los municipios que presentan un mayor nivel educativo son los que frecuentan más el uso de las redes sociales para interactuar con el ciudadano, además los que tienen trabajadores capacitados para manejar las (TIC) son los que efectúan mejor interacción con el ciudadano desde factores políticos y socioeconómicos.

En Portugal, Padeiro et al. (2021) en su investigación estableció como objetivo analizar el uso de Facebook por parte de los municipios de Portugal en tiempos de

pandemia; el enfoque fue cuantitativo, participaron 304 municipios portugueses; por resultados se indica que todos los municipios en análisis presentaron autonomía financiera la cual es uno de los principales criterios predictores para que exista divulgación electrónica, sin embargo desde la primera ola de la pandemia el uso de las redes sociales se volvió mucho más prevalente destacando así mejorar los factores comunicativos con el ciudadano, para lo cual se utilizaron los medios digitales para que se contribuya con una divulgación de información y rendición de cuentas mucho más efectiva e interactiva, se concluye que en tiempos de pandemia el entorno socioespacial se requirió de manejar una comunicación independiente, interactiva y transparente de los procesos institucionales en los diferentes municipios.

En el contexto nacional, se resalta al estudio de Quispe (2022) desarrollaron por objetivo analizar la relación que presenta la comunicación externa con la imagen corporativa en una institución pública de Guadalupe; el enfoque fue cuantitativo y participaron 100 ciudadanos, por resultados se obtuvo que se presenta una correlación positiva, directa y fuerte entre la comunicación externa y la imagen corporativa ( $p < 0.05$ ;  $\rho = 0,806$ ); de igual manera se obtuvo que el 50% consideraron que a veces la institución muestra una buena imagen corporativa; en lo que respecta a la comunicación corporativa el 58,3% señaló que a veces se implementan planes de acción para comunicar la gestión institucional; se concluye que es importante que la institución pública elabore diferentes planes de acción para que difunda una adecuada imagen corporativa.

Vílchez & Sánchez (2021) propusieron por objetivo determinar la gestión por procesos e imagen institucional alineada en la búsqueda de una mayor visibilidad municipal para el ciudadano de tal forma que se contribuya a mejorar la imagen institucional por medio de una adecuada gestión de procesos administrativos; el enfoque fue cuantitativo, por resultados se identificó que la imagen corporativa se considera un punto crítico de éxito en las entidades públicas dado que favorece a que los usuarios puedan interpretar las características de los bienes y servicios que ofrece la entidad municipal y mantener comunicación continua y transparente con el pueblo, se concluye que tanto los procesos de gestión como el fortalecimiento de la imagen institucional permite al ciudadano estar comunicado e informado sobre la gestión que efectúa su gobierno local, además facilita a las entidades adaptarse con mayor facilidad a atender las brechas de necesidades y favorecer con el desarrollo institucional.

Rodríguez (2022) indicó por objetivo analizar el vínculo que presenta la comunicación corporativa con la imagen institucional proyectada en una municipalidad de tumbes, el enfoque fue cuantitativo, participaron 40 colaboradores administrativos. Por resultados se determinó que la comunicación directiva y la imagen institucional presentan una alta relación significativa destacando un  $p < 0.05$  y un Rho de 0.747, se concluye que efectivamente en la entidad Pública para que se mejore la imagen que proyecta la institución es sumamente necesario que también se mejore la comunicación corporativa que esta ofrece hacia sus colaboradores y por ende al ciudadano.

En lo que respecta al análisis de las teorías, se refleja que la variable gestión de la comunicación se fundamenta en la Teoría de la comunicación corporativa de David Berlo (1960), la cual se centra en el estudio y la aplicación de estrategias comunicativas dentro de una organización con el objetivo de gestionar y fortalecer las relaciones con sus diversos públicos, esta teoría busca establecer un marco conceptual para entender cómo las entidades pueden planificar, implementar y evaluar de manera efectiva sus procesos de comunicación, destacando que la comunicación corporativa aborda la construcción de su imagen, reputación e identidad a través de mensajes cuidadosamente diseñados que se dirigen tanto a audiencias internas como externas (Díaz, 2021).

La gestión de la comunicación se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para manejar de manera efectiva y coherente sus procesos comunicativos, este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de mensajes hasta su distribución y evaluación de impacto (Álvarez et al., 2020). Un aspecto central de la gestión de la comunicación es la coordinación estratégica de mensajes para garantizar consistencia en la transmisión de información, en el que se consideran la elaboración de un plan de comunicación que defina claramente los objetivos, públicos objetivo, mensajes clave y canales de comunicación más efectivos (Prado et al., 2020), también incluye la adaptación de los mensajes a las características específicas de cada audiencia, reconociendo la diversidad de públicos y sus diferentes necesidades informativas (Blas et al., 2022).

Asimismo, se considera como una disciplina estratégica que se centra en la planificación, implementación y supervisión de procesos comunicativos para entidades gubernamentales (Tkalac & Spoljaric, 2020), además, este enfoque considera la coordinación de diversas estrategias para asegurar que la información



fluya de manera efectiva en la entidad, con el objetivo de construir y mantener relaciones positivas con ciudadanos y otras partes interesadas (Merino et al., 2023).

La tecnología desempeña un papel crucial en la gestión de la comunicación, proporcionando herramientas y plataformas para facilitar la interacción y difusión de información (Zerfass & Brockhaus, 2023); la rápida evolución de las redes sociales y las tecnologías digitales ha transformado la forma en que las organizaciones se comunican, exigiendo una adaptación en las estrategias de gestión de la comunicación (Rahman et al., 2024).

La monitorización y la retroalimentación en la comunicación permiten a la entidad evaluar la efectividad de sus mensajes y ajustar su enfoque según sea necesario (Leyva et al., 2021), de igual forma, la transparencia y la coherencia son fundamentales durante estos momentos críticos, contribuyendo a mantener la confianza de los stakeholders (Glyptis et al., 2020). La gestión de la comunicación también se enfoca en la construcción y mantenimiento de relaciones sólidas con los diversos públicos de la organización, conocidos como stakeholders, estos pueden incluir empleados, usuarios, proveedores, comunidades locales, medios de comunicación y otros actores relevantes (Li & Qu, 2023).

La interacción efectiva con estos grupos es esencial para fortalecer la reputación y la percepción positiva de la organización en el largo plazo (Moreno et al., 2020), por lo tanto, la comunicación se centra en la difusión de información, la creación de vínculos y la generación de confianza entre la organización y sus stakeholders (Wang et al., 2021). La gestión de la comunicación también aborda desafíos relacionados con la diversidad cultural y las diferencias en las expectativas comunicativas (Hameduddin et al., 2020), es importante adaptar sus estrategias de comunicación para garantizar que los mensajes sean comprensibles y respetuosos en diversas culturas, para evitar malentendidos y promover la inclusión (Mansoor, 2021).

La innovación y la creatividad son elementos clave en la gestión de la comunicación, ya que las organizaciones buscan destacarse en un entorno saturado de información (Heath, 2020), el desarrollo de campañas creativas, el uso de nuevas plataformas y la exploración de enfoques innovadores son estrategias que permiten a las organizaciones captar la atención de su audiencia y destacar en un mundo cada vez más competitivo (Kim & Kreps, 2020).

Además, se integra estrechamente con otras áreas, como el marketing y la

gestión de la marca, en la cual, la alineación de mensajes y la coherencia en la narrativa contribuyen a construir una identidad organizacional sólida y reconocible en todos los aspectos de la comunicación, desde la publicidad hasta las interacciones (Warner, 2023).

Correspondiente al análisis de las dimensiones se indica: La dimensión de la gestión de la comunicación interna, se refiere al manejo estratégico de la información y la interacción dentro de una organización (Quiñones et al., 2021). En este contexto, se planifican y ejecutan actividades comunicativas dirigidas a los empleados, buscando fomentar la cohesión, la comprensión de los objetivos organizacionales y el fortalecimiento de la cultura interna, asimismo, se ocupa de construir un ambiente propicio para el flujo efectivo de información y la participación activa de los miembros de la organización (Álvarez et al., 2020).

La dimensión de la gestión de la comunicación externa, abarca las estrategias y tácticas diseñadas para dirigirse a audiencias fuera de la organización, en la que se considera la planificación y ejecución de mensajes destinados al usuario y público en general, de igual manera, busca construir y mantener una imagen positiva de la organización en el mercado, así como gestionar las percepciones y opiniones externas a través de una comunicación efectiva y estratégica (Álvarez et al., 2020).

La dimensión de la gestión de la comunicación personal, se centra en las interacciones comunicativas individuales, especialmente aquellas realizadas por representantes clave de la organización, como líderes y portavoces, esta dimensión implica la formación y orientación de estas personas para asegurar que sus comunicaciones personales estén alineadas con los valores y objetivos de la organización, la gestión de la comunicación personal busca garantizar que los mensajes transmitidos por individuos clave refuercen la imagen y la reputación de la organización (Álvarez et al., 2020).

De manera consecuente en el análisis teórico de la variable imagen institucional, esta se fundamenta en la Teoría de la Gestalt propuesta por Max Wertheimer, en la que se destaca que la idea fundamental de que la mente humana tiende a organizar percepciones visuales en patrones significativos y completos, asimismo, se sostiene que las personas tienden a ver elementos visuales y símbolos como un todo integrado en lugar de partes separadas.

En términos de imagen institucional, se toma en consideración la presentación coherente y unificada de los elementos visuales, como el logotipo, el diseño y los

colores, es crucial para formar una impresión integral y significativa en la mente de los stakeholders; de igual forma, señala que la presentación de mensajes visuales y comunicativos de manera clara y concisa puede facilitar una comprensión más rápida y efectiva por parte de los públicos (Chica & Mérida, 2019).

La imagen institucional constituye la representación integral que una entidad proyecta ante su audiencia y stakeholders, tanto a nivel visual como conceptual, este conjunto de elementos abarca la identidad visual, los principios, la misión y la reputación de la organización, generando una percepción unificada y positiva, en esencia, se trata de una construcción cuidadosa y estratégica de la imagen de la entidad en todos los aspectos, desde el diseño del logotipo hasta la manera en que se comunica con su entorno (Ramos y Valle, 2020), la finalidad primordial de la imagen institucional es establecer una identidad sólida y reconocible que refleje de manera auténtica la esencia y los objetivos de la organización (Reyes et al., 2022).

La identidad visual es un componente clave de la imagen institucional, comprendiendo elementos como el logotipo, colores y tipografía que conforman la apariencia visual de la entidad, estos elementos son cuidadosamente seleccionados para transmitir valores, personalidad y profesionalismo. Además, la coherencia en la presentación de la marca a lo largo del tiempo refuerza el reconocimiento y la confianza en la institución (Ramos y Valle, 2020). La construcción de la imagen institucional va más allá de lo visual e involucra la comunicación efectiva de los valores, la misión y los logros de la organización a través de diversos canales, como mensajes corporativos, publicidad y presencia en redes sociales (Feng et al., 2020).

La gestión de la imagen institucional se convierte así en una labor estratégica, que busca no solo generar una percepción positiva, sino también fortalecer la relación entre la organización y sus diferentes públicos (Balmer & Podnar, 2021). La consistencia en la proyección de la imagen contribuye a forjar una identidad única y a diferenciar a la entidad en un entorno competitivo (Sun et al., 2021). Asimismo, la imagen institucional puede ser moldeada y adaptada en respuesta a cambios internos o externos, manteniendo su relevancia y vigencia (Vílchez & Sánchez, 2021).

La imagen en la esfera gubernamental que abarca la percepción pública de un Estado o gobierno ante sus ciudadanos y la comunidad internacional, este aspecto es crucial para construir y mantener la confianza, credibilidad y apoyo hacia las instituciones gubernamentales, la imagen estatal se forja a través de la gestión eficiente, la transparencia, la coherencia en las políticas y la comunicación efectiva

(Khawaja et al., 2021). Además, es la percepción que el público tiene sobre una entidad estatal, abarcando sus valores, principios, y su desempeño en la obtención de sus objetivos, es una amalgama de elementos tangibles e intangibles que contribuyen a la reputación y legitimidad de una institución (Kim et al., 2020).

La imagen corporativa desde las entidades públicas se enfoca en la representación visual y simbólica de las entidades estatales, incluye elementos como el diseño de logotipos, colores institucionales, tipografía y otros aspectos visuales que buscan transmitir una identidad coherente y profesional, este análisis, permite proyectar una apariencia unificada y confiable a través de diversos canales de comunicación, fortaleciendo la identidad visual de la institución (Delgado, 2022).

La gestión efectiva de la imagen institucional implica asegura que todos los aspectos comunicativos y visuales estén alineados con los valores y objetivos del gobierno, la percepción positiva resultante no solo fortalece la confianza ciudadana, sino que también mejora las relaciones diplomáticas y promueve una imagen sólida a nivel internacional (Gjerazi & Skana, 2023).

La imagen institucional es un activo intangible valioso que requiere una atención estratégica continua para mantener y mejorar la reputación de las instituciones gubernamentales (Mansoor, 2021). La imagen institucional, se construye a lo largo del tiempo a través de la experiencia y la percepción de los stakeholders, la transparencia, la ética y la responsabilidad social son aspectos clave que influyen en la construcción de una reputación sólida y positiva (Mtengwa y Muchenje, 2023); de igual forma, es un activo estratégico que va más allá de la mera estética visual, constituyendo una representación integral que impacta en la identidad, la comunicación y la percepción de una organización en su entorno (Domschat et al., 2023)

Entre sus dimensiones se destaca a la imagen esencial la cual se refiere a los elementos fundamentales que constituyen la identidad central de una organización; esta dimensión abarca la esencia misma de la entidad, incluyendo sus valores, propósito y atributos distintivos, la imagen esencial se convierte en la base sobre la cual se construye la percepción global de la organización, delineando su carácter distintivo y su posición única en el mercado (Reyes et al., 2022).

La dimensión imagen contextual se centra en la relación de la organización con su entorno y contexto circundante, aquí, se examinan las interacciones y conexiones de la entidad con factores externos, como la industria, la cultura, y las tendencias

sociales, la comprensión de la imagen contextual es esencial para adaptar la identidad corporativa a su entorno, asegurando una alineación efectiva con las expectativas y percepciones del público (Reyes et al., 2022).

La dimensión imagen factual se concentra en los aspectos objetivos y tangibles asociados con la organización. Incluye información concreta, como datos financieros, historial, y cualquier otro elemento verificable; esta dimensión juega un papel crucial en la construcción de la credibilidad y confianza, ya que proporciona fundamentos tangibles sobre los cuales se basa la percepción pública de la organización (Reyes et al., 2022).

La dimensión imagen conceptual aborda los elementos más abstractos y simbólicos que influyen en la percepción de la entidad, esto implica la gestión de conceptos intangibles, como la reputación, la marca y las asociaciones emocionales, la imagen conceptual se construye a través de la narrativa, la comunicación y las experiencias que dan forma a las percepciones subjetivas de la organización en la mente de los stakeholders (Reyes et al., 2022).

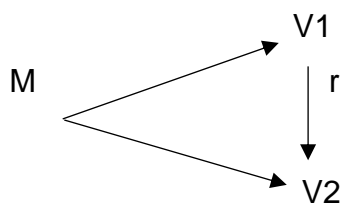
## II. METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue básica, en la cual acorde con Hernández Sampieri & Mendoza (2018) este tipo de estudio permite que se realice una exploración, análisis y comprensión de las variable estudiadas. De forma similar el enfoque fue cuantitativo, esto debido a que los resultados que se obtendrán en la investigación serán expresados en términos numéricos lo que conlleva a destacar que la información recopilada será cuantificada (Zúñiga et al., 2023). El alcance fue correlacional, lo que implica el desarrollo de un análisis inferencial para que se contraste la hipótesis de estudio y se conozcan los niveles de relación que existe entre las variables (Arias, 2021).

Diseño fue no experimental, donde Zamora & Calixto (2021) indican que no se desarrolla intervención deliberada en las condiciones del entorno estudiado ni se manipularán las variables. De igual forma, fue de corte transversal, donde Hernández Sampieri & Mendoza (2018) indican que este diseño permite la recopilación de los datos se sitúan en un solo momento o punto temporal.

### Figura 1

*Diseño de correlacional.*



*Nota.* en la figura 1, se muestra el diseño de un estudio correlacional, en la cual: M: colaboradores de una Gerencia Sub Regional de Amazonas, V1: gestión de la comunicación, r: nivel de relación, V2: imagen institucional.

Variable gestión de la comunicación, se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para manejar de manera efectiva y coherente sus procesos comunicativos, este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de mensajes hasta su distribución y evaluación de impacto en la sociedad (Álvarez et al., 2020). Con respecto a la definición operacional, la gestión de la comunicación implica una cuidadosa consideración de los canales de comunicación utilizados, asegurando una transmisión efectiva y clara de la información tanto interna como externamente. En esencia, busca establecer un marco coherente y alineado con los objetivos de la organización, contribuyendo así a fortalecer la percepción y la imagen de la entidad. Al profundizar en el análisis de la variable 1 se plantearon las

dimensiones: comunicación interna, externa y personal. Los indicadores se reflejan en la matriz de operacionalización de variables (ver anexo 1). La escala de medición reflejó el uso de una escala ordinal, para la cual en la medición de los cuestionarios se consideró la herramienta de medida de la escala Likert.

La variable imagen institucional constituye la representación integral que una entidad proyecta ante su audiencia y stakeholders, tanto a nivel visual como conceptual, este conjunto de elementos abarca la identidad visual, los principios, la misión y la reputación de la organización, generando una percepción unificada y positiva, en esencia, se trata de una construcción cuidadosa y estratégica de la imagen de la entidad en todos los aspectos, desde el diseño del logotipo hasta la manera en que se comunica con su entorno (Merino et al., 2023). En lo referente a la definición operacional, la imagen institucional comprende la representación integral que una entidad proyecta a su audiencia y al público en general, abarcando tanto aspectos visuales como conceptuales, este conjunto de elementos engloba la identidad visual, los valores fundamentales, la misión y la reputación de la organización, conformando una percepción específica que se busca transmitir de manera coherente y positiva; al profundizar en el análisis de la variable 1 se plantearán cuatro dimensiones: imagen esencia, contextual, factual y conceptual. Los indicadores se reflejan en la matriz de operacionalización de variables (ver anexo 1). La escala de medición reflejó el uso de una escala ordinal, para la cual en la medición de los cuestionarios se considerará la herramienta de medida de la escala Likert.

La población se define como aquellos elementos que comparten una característica común esencial para el desarrollo de la investigación, representa la totalidad de los elementos relevantes en el ámbito de estudio y constituye el fundamento para la toma de decisiones sobre la representatividad de la muestra seleccionada; donde, la identificación clara y precisa de la población es esencial para asegurar la validez externa de la investigación y para que los resultados sean aplicables al conjunto más amplio al que se pretende hacer inferencias (Sucasaire, 2022). En este contexto, la población de interés para el presente estudio está constituida por 60 servidores públicos de una Gerencia Sub Regional de Amazonas. y se considerarán los siguientes criterios de selección:

Por criterios de inclusión se consideraron a todos los servidores que laboren en una Gerencia Sub Regional de Amazonas que deseen libremente participar en el estudio y por criterios de exclusión se destacan a los colaboradores que no deseen

de forma voluntaria participar en la investigación.

La muestra es el subconjunto representativo y seleccionado cuidadosamente de la población total que es objeto de estudio, este grupo más reducido se elige estratégicamente para extraer conclusiones y generalizar resultados sobre la población más amplia (Sucasaire, 2022). La que estuvo caracterizada por 60 servidores públicos una Gerencia Sub Regional de Amazonas.

Se tomó en consideración un muestreo no probabilístico intencional, este enfoque consiste en que los participantes son seleccionados de manera consciente y deliberada por el investigador, con base en ciertos criterios predefinidos y objetivos específicos del estudio. La unidad de análisis que se considerará al servidor público de una Gerencia Sub Regional de Amazonas.

La técnica se refiere a los procedimientos y enfoques utilizados para obtener información y analizar datos, estas técnicas pueden variar ampliamente y están influenciadas por la metodología de investigación, la naturaleza de las preguntas de estudio y la disponibilidad de recursos (Arias, 2020). En el ámbito de esta investigación, se prevé utilizar la técnica de la encuesta como una estrategia metodológica, esta elección se fundamenta en la necesidad de establecer una interacción directa con la muestra de estudio, facilitando así la recopilación puntual y precisa de la información requerida.

Los instrumentos se tratan de las herramientas específicas utilizadas para recopilar información, estos instrumentos son diseñados para medir variables específicas de interés. En el marco de esta investigación, se implementará un cuestionario, en relación con la medición de la gestión de la comunicación, el instrumento contendrá tres dimensiones fundamentales: comunicación interna, externa y personal; de manera similar, el cuestionario dirigido a evaluar la imagen institucional se estructurará en torno a cuatro dimensiones esenciales: esencial, contextual, factual y conceptual. Cada una de estas dimensiones fueron evaluada mediante 24 ítems específicos por variable, haciendo un total de 48 ítems, los cuales fueron valorados por los participantes utilizando una escala de Likert.

La validez de los instrumentos determina la idoneidad para medir las variables específicas en estudio (Arias, 2020), se adoptó la técnica del juicio de expertos para asegurar la validez de los instrumentos diseñados, esta estrategia implica la participación de especialistas en el campo de estudio, quienes aportarán su experiencia para evaluar la coherencia y la relevancia de los ítems y preguntas en



relación con los objetivos de la investigación, la contribución de expertos en el tema fortaleció la validez de constructo de los instrumentos, garantizando así la precisión en la medición de las variables consideradas.

En cuanto a la confiabilidad esta prueba la consistencia interna y equivalencia paralela del instrumento y busca garantizar que los resultados obtenidos sean consistentes y puedan ser generalizados de manera confiable a lo largo del tiempo y en diferentes situaciones (Arias, 2020). En el estudio destacó la utilidad del coeficiente de Alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna de los datos obtenidos, en la cual se resalta que un coeficiente de alfa superior a 0.7 es indicativo de que los datos son fiables y consistentes.

En los procedimientos, el primer paso crucial en este proceso es la fase de diseño de los instrumentos de recolección de datos, en la cual se detallarán con precisión los indicadores a evaluar y las preguntas claves que orientarán la investigación, este diseño meticuloso es esencial para asegurar que los instrumentos sean efectivos en la medición de las variables pertinentes. Posteriormente, se llevó a cabo un proceso de validación de los instrumentos, utilizando la técnica del juicio de expertos, quienes aportarán su experiencia para evaluar la coherencia y relevancia de los indicadores y preguntas propuestas. Se procedió a solicitar el permiso correspondiente a una Gerencia Sub Regional de Amazonas, este paso implica coordinaciones previas y la solicitud de información necesaria para la investigación. Además, se gestionó el consentimiento necesario para la aplicación de los instrumentos, respetando los principios éticos y legales asociados con la participación de la entidad en la investigación. Finalmente, se llevó a cabo una prueba de confiabilidad de los datos obtenidos, este análisis permitió identificar la consistencia y la confiabilidad de las respuestas recabadas, asegurando que los datos sean apropiados y fiables para el análisis subsiguiente.

El enfoque metodológico para el análisis de la información en esta investigación fue la estadística descriptiva e inferencial, con el propósito de proporcionar una descripción detallada de todos los datos recopilados en relación con la medición de las variables. Donde en todo este método de análisis de datos se constará de la utilización de la herramienta estadística SPSS y Microsoft Excel para ordenar los datos y realizar análisis inferenciales. Esta técnica permitió la agrupación de datos y la generación de tablas y figuras, facilitando la identificación y comprensión de la problemática subyacente en el estudio y relaciones significativas en los datos

recolectados, permitiendo una presentación clara y detallada de los resultados.

En el contexto de la presente investigación, se siguieron los aspectos éticos establecidos por la normativa de la universidad, en particular la resolución N°062-2023-VI-UCV. Uno de los principios éticos es el de beneficencia, que se aplicó rigurosamente en la exposición de la información recolectada, este criterio garantizará que los datos recopilados sean utilizados exclusivamente con fines académicos, sin causar daño alguno a los participantes y resguardando la integridad tanto de la entidad como de las personas encuestadas. El aspecto ético de no maleficencia, establece la premisa de que la investigación no debe causar ningún tipo de daño a los participantes en ninguna circunstancia. El aspecto de autonomía, fue analizado, en la redacción del documento, se prestó especial atención a citar y referenciar adecuadamente la información tomada de otros autores, siguiendo el estilo APA 7 y el Turnitin, con el fin de salvaguardar el derecho de propiedad intelectual. El principio de justicia se aplicó al momento de implementar los instrumentos, asegurando una aplicación oportuna y un trato igualitario a todos los participantes.

### III. RESULTADOS

En esta sección, se detallaron los resultados que se han obtenido a través de la aplicación de cuestionarios a 60 servidores públicos una Gerencia Sub Regional de Amazonas. Se empleó un enfoque cuantitativo para recopilar y analizar estos datos, que posteriormente fueron examinados en función de los objetivos planteados en esta investigación.

OG. Determinar la relación que presenta la gestión de la comunicación y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas.

**Tabla 1**

*Relación entre la gestión de la comunicación y la imagen institucional*

			Imagen institucional
Rho de Spearman	Gestión de la comunicación	Coefficiente de correlación	,573**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	60

*Nota.* Elaboración propia.

En el análisis efectuado a la relación entre la gestión de la comunicación y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, se obtuvo que la gestión de la comunicación presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.573$ ), por ello, al presentar mejoras en la gestión de la comunicación contribuirá a que se potencialice la imagen institucional de la unidad ejecutora.

Por lo que de acuerdo a la hipótesis general:

Hi: La gestión de la comunicación se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

Ho: La gestión de la comunicación no se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

Acorde con los resultados encontrados se decide aceptar la hipótesis de la investigación y rechazar la hipótesis nula.

OE1. Establecer la relación que presenta la gestión de la comunicación interna y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

**Tabla 2**

*Relación entre la gestión de la comunicación interna y la imagen institucional*

			Imagen institucional
Rho de Spearman	Gestión de la comunicación interna	Coefficiente de correlación	,407**
		Sig. (bilateral)	0.001
		N	60

*Nota.* Elaboración propia.

En el análisis efectuado a la relación entre la gestión de la comunicación interna y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, se obtuvo que la gestión de la comunicación interna presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.407$ ), por ello, al presentar mejoras en la gestión de la comunicación interna contribuirá a que se potencialice la imagen institucional de la unidad ejecutora.

Por lo que de acuerdo a la hipótesis específica 1:

$H_{i1}$ : La gestión de la comunicación interna se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

$H_o$ : La gestión de la comunicación interna no se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

Acorde con los resultados encontrados se decide aceptar la hipótesis específica 1 de la investigación y rechazar la hipótesis nula.

OE2. Identificar la relación que presenta la gestión de la comunicación externa y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

**Tabla 3**

*Relación entre la gestión de la comunicación externa y la imagen institucional*

			Imagen institucional
Rho de Spearman	Gestión de la comunicación externa	Coefficiente de correlación	,642**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	60

*Nota.* Elaboración propia.

En el análisis efectuado a la relación entre la gestión de la comunicación externa y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, se obtuvo que la gestión de la comunicación externa presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.642$ ), por ello, al presentar mejoras en la gestión de la comunicación externa contribuirá a que se potencialice la imagen institucional de la unidad ejecutora.

Por lo que de acuerdo a la hipótesis específica 2:

H<sub>2</sub>: La gestión de la comunicación externa se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

H<sub>0</sub>: La gestión de la comunicación externa no se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

Acorde con los resultados encontrados se decide aceptar la hipótesis específica 2 de la investigación y rechazar la hipótesis nula.

OE3. Analizar la relación que presenta la gestión de la comunicación personal y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

**Tabla 4**

*Relación entre la gestión de la comunicación personal y la imagen institucional*

			Imagen institucional
Rho de Spearman	Gestión de la comunicación personal	Coefficiente de correlación	,561**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	60

*Nota.* Elaboración propia.

En el análisis efectuado a la relación entre la gestión de la comunicación personal y la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, se obtuvo que la gestión de la comunicación presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.561$ ), por ello, al presentar mejoras en la gestión de la comunicación personal contribuirá a que se potencialice la imagen institucional de la unidad ejecutora.

Por lo que de acuerdo a la hipótesis específica 3:

$H_{i3}$ : La gestión de la comunicación personal se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

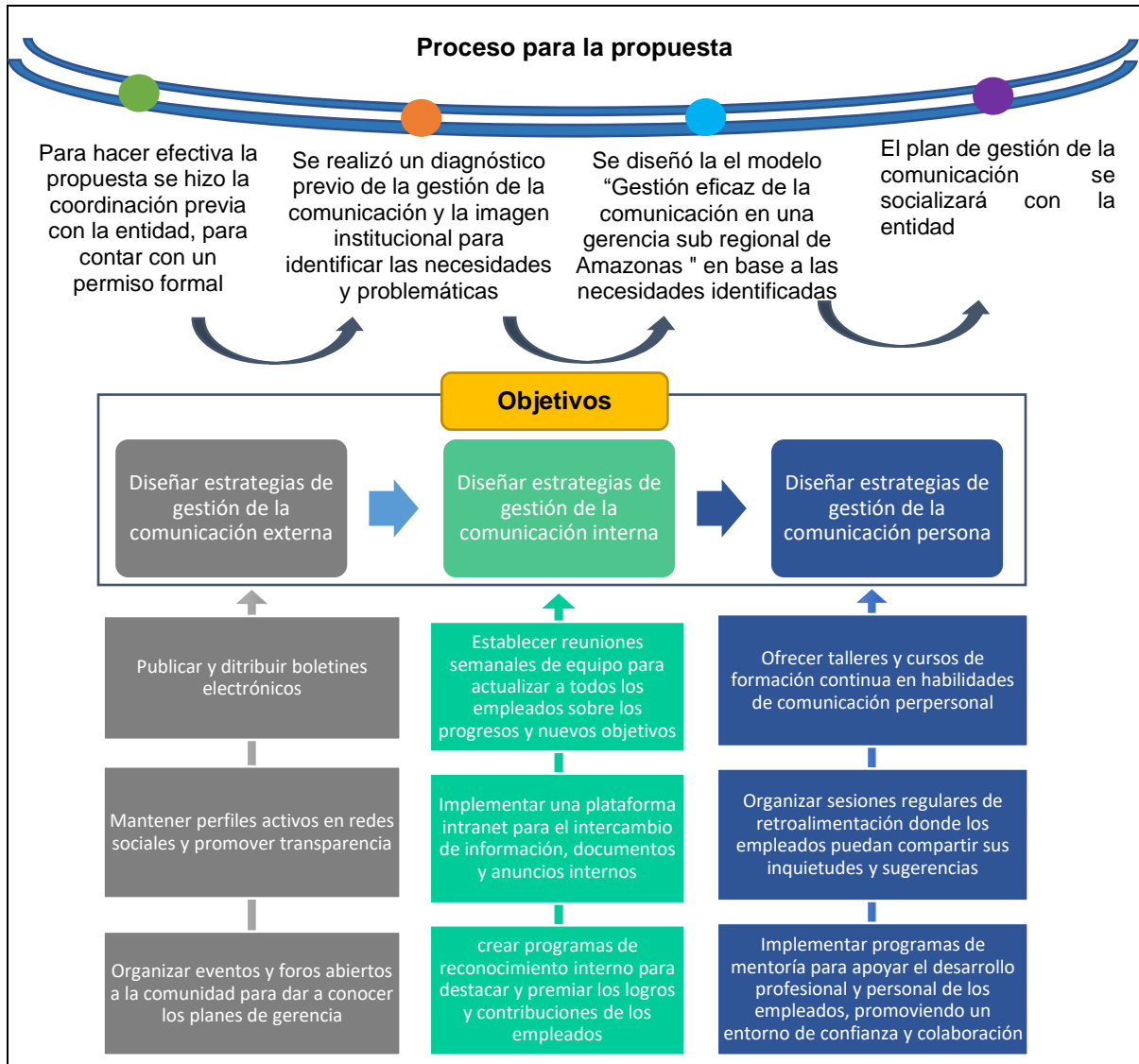
$H_o$ : La gestión de la comunicación personal no se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

Acorde con los resultados encontrados se decide aceptar la hipótesis específica 3 de la investigación y rechazar la hipótesis nula.

OE4. Proponer un plan de gestión de la comunicación para mejorar la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

**Figura 2**

*Diseño del plan de gestión de comunicación.*



*Nota.* Elaboración propia.

Se diseñó una propuesta "Gestión eficaz de la comunicación en una gerencia sub regional de Amazonas" la que se alineó a mejorar la imagen institucional por medio del planteamiento de estrategias de comunicación interna, externa y personal, de tal manera que se asegure que todas las acciones y decisiones sean comunicadas de manera clara y oportuna para construir confianza, se fomente una comunicación bidireccional que permita comprender y atender las necesidades y expectativas de los ciudadanos, se destaquen los avances y éxitos de la Gerencia para mejorar la percepción pública y el reconocimiento de los esfuerzos institucionales.

#### IV. DISCUSIÓN

En el capítulo de discusión, se llevó a cabo una triangulación de datos en consonancia con los objetivos de la investigación, durante este proceso, los resultados obtenidos fueron contrastando con los hallazgos de estudios previos y comparados con el marco teórico establecido, esto permitió una evaluación rigurosa de los resultados, asegurando su coherencia y validez en relación a las variables de gestión de la comunicación e imagen institucional.

En lo que respecta al OG. se determinó que la gestión de la comunicación presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.573$ ). Por lo que se destaca que en la entidad al potencializarse la gestión de comunicación Esto va a influir de manera positiva en la imagen institucional, determinando que una comunicación eficiente y transparente va a fortalecer la confianza en los ciudadanos, facilitar de que exista una óptima comprensión de las políticas públicas y de los proyectos municipales por parte del ciudadano y de los funcionarios, ello contribuirá a que exista una buena percepción pública de la administración. Destacando que al implementar estrategias de comunicación efectivas, va a transmitir de forma clara los logros y los objetivos de la entidad municipal lo que contribuye a que la imagen institucional se muestre como un carácter más sólido y respetado, fomentando significativamente la relación más cercana y cooperativa entre la gerencia sub regional y la ciudadanía.

Se encontró coincidencias con los resultados de Merino et al. (2023) quienes mostraron que la imagen corporativa de la entidad fortalece la comunicación interna e influye de forma considerable en la gestión de dicho municipio ( $p<0.05$ ), se destacando que la comunicación institucional influye en la imagen corporativa de los municipios dado que permite que se fortalezca el compromiso por parte de los colaboradores hacia la institución, se genere una gestión basada en valores como la ética, puntualidad y equidad facilitando ofrecer un mejor servicio.

De igual manera se coincide con los resultados de Rodríguez (2022) quién determinó que la comunicación directiva y la imagen institucional presentan una alta relación significativa destacando un  $p<0.05$  y un  $Rho$  de 0.747, mostrando que



efectivamente en la entidad Pública para que se mejore la imagen que proyecta la institución es sumamente necesario que también se mejore la comunicación corporativa que esta ofrece hacia sus colaboradores y por ende al ciudadano.

Además, se coincide con lo indicado por Álvarez et al. (2020) quienes mencionan que la gestión de la comunicación se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para manejar de manera efectiva y coherente sus procesos comunicativos, este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de mensajes hasta su distribución y evaluación de impacto, asimismo, se hace énfasis con Kim & Kreps (2020) quienes señalaron que la innovación y la creatividad son elementos clave en la gestión de la comunicación, ya que las organizaciones buscan destacarse en un entorno saturado de información; donde, el desarrollo de campañas creativas, el uso de nuevas plataformas y la exploración de enfoques innovadores son estrategias que permiten a las organizaciones captar la atención de su audiencia y destacar en un mundo cada vez más competitivo.

En lo referente al OE1. Se estableció que la gestión de la comunicación interna presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.407$ ). lo cual enfatiza que una comunicación interna eficaz asegura y facilita a los empleados en el carácter informativo y que estos puedan estar alineados a los objetivos y proyectos de la gerencia, traduciéndose en un trabajo Mucho más eficiente y coordinado para cumplir con los proyectos establecidos, Asimismo si se potencializa la comunicación interna va a fomentar un ambiente de transparencia y colaboración organizacional lo que contribuye a que se refuerce la moral del equipo y se reduzca la posibilidad de malentendidos y conflictos internos y estos serán reflejados externamente y proyectando una imagen de profesionalismo y confiabilidad hacia la comunidad y a las partes interesadas lo que va a mejorar directamente la percepción pública de la gerencia subregional.

Así se encuentra coincidencias con el estudio de Mori et al. (2021) quienes mostraron por resultados que los gobiernos locales todavía se encuentran en proceso de implementación paulatina de un sistema de comunicación que se adapta a las necesidades del ciudadano y aún están en constante aprendizaje de estas nuevas formas comunicativas, lo que conlleva a debilitar la relación con los ciudadanos,

generando que estos presenten débil involucramiento con la gestión.

De igual forma, se encontró coincidencias con los hallazgos de Vélchez & Sánchez (2021) quienes identificaron que la imagen corporativa se considera un punto crítico de éxito en las entidades públicas dado que favorece a que los usuarios puedan interpretar las características de los bienes y servicios que ofrece la entidad municipal y mantener comunicación continua y transparente con el pueblo, por ello, tanto los procesos de gestión como el fortalecimiento de la imagen institucional se relacionan con la comunicación del ciudadano y este se mantenga informado sobre la gestión que efectúa su gobierno local, además facilita a las entidades adaptarse con mayor facilidad a atender las brechas de necesidades y favorecer con el desarrollo institucional.

En lo que concierne al OE2. Se identificó que la gestión de la comunicación externa presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.642$ ). Destacando de esta forma que al mejorarse la comunicación externa va a asegurar que la información Respecto a los logros, proyectos y servicios desarrollados por la entidad lleguen de manera clara y precisa a la comunidad ya las partes interesadas, asimismo que al establecerse canales de comunicación accesibles y transparentes va a permitir el fortalecimiento de la confianza y mejorar el compromiso de la ciudadanía con la gerencia subregional, por ello, una estrategia de comunicación bien planificada permite responder de forma adecuada las preocupaciones y necesidades del pueblo lo que contribuye a gozar de una mejor percepción y reputación de la entidad, destacando así que una gestión de comunicación externa va a proyectar una imagen de eficiencia, responsabilidad y cercanía reforzando la legitimidad y apoyo hacia la gerencia subregional y un mayor compromiso con el ciudadano.

Así se encuentra coincidencias con el estudio de Quispe (2022) quien mostró como resultados que la comunicación externa se relaciona con la imagen corporativa ( $p<0.05$ ;  $\rho = 0,806$ ); indicando que es importante que la institución pública elabore diferentes planes de acción para que difunda una adecuada imagen corporativa.

De acuerdo con el OE3. Se indicó que la gestión de la comunicación personal presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma,

se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.561$ ); estas evaluaciones determinan que al mejorar la gestión de comunicación personal va a fortalecer las relaciones internas y promover un ambiente de trabajo más colaborativo además va a reflejar una organización que destaquen procesos bien coordinados y se visualice profesionalismo en los funcionarios públicos, De igual forma al potencializar una comunicación Clara y directa de forma personal se van a minimizar los malentendidos y se va a mejorar la eficiencia operativa lo que conlleva a que exista una buena percepción de la gerencia subregional por parte de la comunidad.

Se encontró coincidencias con lo indicado por Álvarez et al. (2020) quienes señalaron que la gestión de la comunicación personal, se centra en las interacciones comunicativas individuales, especialmente aquellas realizadas por representantes clave de la organización, como líderes y portavoces, la que destaca que la formación y orientación de estas personas para asegurar que sus comunicaciones personales estén alineadas con los valores y objetivos de la organización, por ende, la gestión de la comunicación personal busca garantizar que los mensajes transmitidos por individuos clave refuercen la imagen y la reputación de la organización.

De la misma manera una gestión de comunicación de personal va a incrementar la moral del personal y asegurar que todos trabajen hacia una misma meta lo que favorecerá el aumento de la productividad y el cumplimiento de los objetivos estratégicos todo ello contribuye a que se proyecte una imagen de estabilidad y competencia hacia el exterior lo que resultará en el fortalecimiento de confianza y credibilidad de la gerencia subregional ante la comunidad.

Correspondiente al OE4. proponer un plan de gestión de la comunicación para mejorar la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024, se planteó un plan titulado “Gestión eficaz de la comunicación en amazonas en una gerencia sub regional de amazonas” la que se alineó a mejorar la imagen institucional por medio del planteamiento de estrategias de comunicación externa, externa y personal, de tal manera que se asegure que todas las acciones y decisiones sean comunicadas de manera clara y oportuna para construir confianza y credibilidad, se fomente una comunicación bidireccional que permita comprender y atender las necesidades y expectativas de los ciudadanos, se destaquen los avances y éxitos de la Gerencia para mejorar la percepción pública y el reconocimiento de los esfuerzos

institucionales.

Así se contrasta con el estudio de Mori et al. (2021) quienes luego de identificar que los gobiernos aún están en una etapa temprana en el proceso de comunicación por medio de la red social de Facebook, señalaron que se necesita la implementación de estrategias de comunicación para que se fortalezca la relación social y se logre que el ciudadano esté más informado e involucrado con los proyectos institucionales.

De igual manera, se coincide con Padeiro et al. (2021) quienes en su estudio indicaron que el uso de medios digitales contribuye con una divulgación de información y rendición de cuentas mucho más efectiva e interactiva favoreciendo con la transparencia de los procesos institucionales en los diferentes municipios.

Así se muestra similitud con el aporte de la Teoría de la comunicación corporativa de David Berlo (1960), la cual se centra en el estudio y la aplicación de estrategias comunicativas dentro de una organización con el objetivo de gestionar y fortalecer las relaciones con sus diversos públicos, esta teoría busca establecer un marco conceptual para entender cómo las entidades pueden planificar, implementar y evaluar de manera efectiva sus procesos de comunicación, destacando que la comunicación corporativa aborda la construcción de su imagen, reputación e identidad a través de mensajes cuidadosamente diseñados que se dirigen tanto a audiencias internas como externas (Díaz, 2021).

## V. CONCLUSIONES

Se determinó que la gestión de la comunicación presenta relación significativa con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.573$ ), lo que indica que en la entidad al potencializarse la gestión de comunicación esto va a influir de manera positiva en la imagen institucional, la que mostrará un carácter más sólido y respetado.

Se estableció que la gestión de la comunicación interna presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.407$ ), enfatizando que una comunicación interna eficaz asegura y facilita a los empleados en el carácter informativo y que estos puedan estar alineados a los objetivos y proyectos de la gerencia, proyectando una imagen de profesionalismo y confiabilidad hacia la comunidad.

Se identificó que la gestión de la comunicación externa presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.642$ ). Destacando que al mejorarse la comunicación externa va a asegurar que la información respecto a los logros, proyectos y servicios desarrollados por la entidad lleguen de manera clara a la comunidad, lo que generará la proyección de una imagen de eficiencia.

Se determinó que la gestión de la comunicación personal presenta relación significativa con la imagen institucional ( $p=0.000$ ), de igual forma, se identificó que esta relación es positiva moderada ( $Rho=0.561$ ); estas evaluaciones determinan que al mejorar la gestión de comunicación personal va a fortalecer las relaciones internas y promover un ambiente de trabajo más colaborativo conllevando a que exista una buena percepción de la gerencia subregional por parte de la comunidad.

Se propuso un plan de gestión de la comunicación “Gestión eficaz de la comunicación en una gerencia sub regional de amazonas” la que se alineó a mejorar la imagen institucional por medio del planteamiento de estrategias de comunicación externa, externa y personal, de tal manera que se asegure que todas las acciones y decisiones sean comunicadas de manera clara y oportuna para construir confianza y credibilidad, de igual forma, la propuesta fue validada mediante juicio de expertos.

## **VI. RECOMENDACIONES**

A la Gerencia Sub Regional de Amazonas, se recomienda implementar un sistema integral de gestión de la comunicación que incluya canales formales y estructurados para la difusión de información relevante y actualizada, lo que mejorará la eficiencia operativa, sino que también fortalecerá la imagen institucional al garantizar la transparencia y la claridad en las comunicaciones administrativas.

A la Oficina Sub Regional de Planeamiento, se le sugiere desarrollar y mantener una estrategia de comunicación interna que asegure que todos los empleados estén alineados con los objetivos y proyectos de la gerencia, lo cual puede lograrse mediante reuniones regulares y plataformas de comunicación internas que faciliten la participación y el compromiso de los empleados.

A los colaboradores, se les recomienda, recibir formación continua en habilidades de comunicación interpersonal y en técnicas de trabajo en equipo, lo que fomentará un ambiente de trabajo más colaborativo y eficiente, reflejándose positivamente en la percepción de la gerencia subregional por parte de la comunidad.

Asimismo, a los colaboradores, deben mostrar compromiso con la participación activa en la comunicación externa, compartiendo logros y avances en proyectos a través de canales oficiales, lo que contribuirá a que se fortalezca el sentido de pertenencia, sino que también proyecta una imagen institucional de eficiencia y transparencia hacia la comunidad.

A los futuros investigadores, se les sugiere, que exploren en mayor profundidad la relación entre las diferentes dimensiones de la comunicación y su impacto en la imagen institucional en diversos contextos, lo que ayudará a una comprensión más detallada de cómo optimizar las estrategias de comunicación para mejorar la percepción y el desempeño institucional en diferentes entornos y situaciones.

## REFERENCIAS

- Álvarez, A., Castillo, A., & Ruiz, I. M. (2020). Automatizaciones en la gestión de la comunicación en las instituciones públicas. *Revista Internacional de Comunicación*, 48, 10-33. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.02>
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (Enfoque Consulting E.I.R.L). Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú. [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias\\_S2.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf)
- Arias, J. L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Enfoques Consulting EIRL. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>
- Balmer, J. M. T., & Podnar, K. (2021). Corporate brand orientation: Identity, internal images, and corporate identification matters. *Journal of Business Research*, 134, 729-737. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.016>
- Berlo, D. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*, Holt, Reinhart and Winston. [https://books.google.com.pe/books/about/The\\_Process\\_of\\_Communication.html?id=0k9IAAAAMAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/The_Process_of_Communication.html?id=0k9IAAAAMAAJ&redir_esc=y)
- Blas, F. G., Uribe, Y. C., Cacho, A., & Valqui, J. M. (2022). Modernización del Estado en la gestión pública: Revisión sistemática. *Revista de ciencias sociales*, 28(Extra 5), 290-301. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471692>
- Chica, A., & Mérida, Ju. (2019). La Gestalt como herramienta metodológica para analizar la publicidad gráfica del Gobierno de España. *Universidad de Córdoba*, 7, 29-32. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7714520>
- Dávila, M., Rodríguez, I. D., Martínez, M. I., & Iglesias, G. (2022). Comunicación pública y gobierno: Una aproximación a las prácticas institucionales en el municipio de Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 7(1), Article 1. <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/340>

- Delgado, V. A. (2022). Modernización de la gestión pública y su influencia en la atención de la ciudadanía desde los gobiernos locales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 2405-2420. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2034](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2034)
- Diaz, R. (2021). Teoría de la Comunicación Corporativa. *Polo del conocimiento-Dialnet*, 6(3), 2393-2416. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2519>
- Domschat, L., Stephens, M., & Saeed, H. (2023). Communication to protect brand image during a terrorism crisis: Application of situational crisis communication theory. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 31(4), 913-927. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12489>
- Faber, B., Budding, T., & Gradus, R. (2020). Assessing social media use in Dutch municipalities: Political, institutional, and socio-economic determinants. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101484. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101484>
- Feng, B., Xue, W., Xue, B., & Liu, Z. (2020). Every Corporation Owns Its Image: Corporate Credit Ratings via Convolutional Neural Networks. *2020 IEEE 6th International Conference on Computer and Communications (ICCC)*, 1578-1583. <https://doi.org/10.1109/ICCC51575.2020.9344973>
- Gjerazi, B., & Skana, P. (2023). Philanthropy as a Strategic Tool for Corporate Reputation Management: The Albanian Case. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 12(5), 157-167. <https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0134>
- Glyptis, L., Christofi, M., Vrontis, D., Giudice, M. D., Dimitriou, S., & Michael, P. (2020). E-Government implementation challenges in small countries: The project manager's perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 152, 119880. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119880>
- Hameduddin, T., Fernandez, S., & Demircioglu, M. A. (2020). Conditions for open innovation in public organizations: Evidence from Challenge.gov. *Asia Pacific Journal of Public Administration*.



<https://doi.org/10.1080/23276665.2020.1754867>

Heath, R. L. (2020). *Management of Corporate Communication: From Interpersonal Contacts To External Affairs* (1st Edition). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003064046>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta | RUDICS*. Editorial Mc Graw Hill Education. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>

IPSOS. (2023, abril 17). *Dina Boluarte y Congreso cuesta abajo: Encuesta de Ipsos revela que sigue alto índice de desaprobación*. infobae. <https://www.infobae.com/peru/2023/04/17/dina-boluarte-y-congreso-cuesta-abajo-encuesta-de-ipsos-revela-que-sigue-alto-indice-de-desaprobacion/>

Khawaja, K. F., Sarfraz, M., Jamil, R., & Haseki, M. I. (2021). Envisaging the impact of perceived corporate social responsibility on customer commitment under the patronage of corporate image. *Middle East Journal of Management*, 8(6), 533-552. <https://doi.org/10.1504/MEJM.2021.118448>

Kim, D. K. D., & Kreps, G. L. (2020). An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication. *World Medical & Health Policy*, 12(4), 398-412. <https://doi.org/10.1002/wmh3.363>

Kim, M., Yin, X., & Lee, G. (2020). The effect of CSR on corporate image, customer citizenship behaviors, and customers' long-term relationship orientation. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102520. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102520>

Lee, S., Hameduddin, T., & Lee, G. R. (2023). Organizational Image and Employee Engagement: Exploring the Inter-Relationships Between Construed External Image and Perceived Organizational Identity. *The American Review of Public Administration*, 53(2), 82-96. <https://doi.org/10.1177/02750740221147573>

Leyva, M. Y., Viteri, J. R., Estupiñán, J., & Hernández, R. E. (2021). Diagnóstico de los retos de la investigación científica postpandemia en el Ecuador. *Dilemas*

contemporáneos: educación, política y valores, 9(SPE1).  
<https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.2960>

Li, B., & Qu, L. (2023). *Digital Technology Empowering Brand Management Based on Big Data Research*. 519-523. <https://doi.org/10.1109/ICAML60083.2023.00102>

Mansoor, M. (2021). An interaction effect of perceived government response on COVID-19 and government agency's use of ICT in building trust among citizens of Pakistan. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 15(4), 693-707. <https://doi.org/10.1108/TG-01-2021-0002>

Merino, J. L., Soledispa, K., Mite, M. G., & Choez, M. S. (2023). La comunicación institucional y la imagen corporativa en las empresas públicas. *RECIAMUC*, 7(1), Article 1. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.\(1\).enero.2023.728-743](https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.(1).enero.2023.728-743)

Moreno, Á., Fuentes, C., & Navarro, C. (2020). Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation. *Profesional de La Información*, 29(4), Article 4. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.02>

Mori, E., Barabaschi, B., Cantoni, F., & Virtuani, R. (2021). Local governments' communication through Facebook. Evidences from COVID-19 pandemic in Italy. *Journal of Public Affairs*, 21(4), e2551. <https://doi.org/10.1002/pa.2551>

Mtengwa, E., & Muchenje, C. (2023). Reputation management: A cog for nurturing trust and building entrepreneurial success. En *Sustainable Marketing, Branding, and Reputation Management: Strategies for a Greener Future* (pp. 212-237). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0019-0.ch011>

ONU. (2024). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. *Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Ordoñez, M. V., & Davila, D. K. S. (2021). Gestión por procesos e imagen institucional: En busca de mayor visibilidad municipal para los ciudadanos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 6444-6473. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i4.778](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.778)

- Padeiro, M., Bueno-Larraz, B., & Freitas, Â. (2021). Local governments' use of social media during the COVID-19 pandemic: The case of Portugal. *Government Information Quarterly*, 38(4), 101620. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101620>
- Plataforma Digital Única del Perú. (2024). *Gerencia de Promoción del Desarrollo Social y Económico—Sub Gerencia de Promoción del Desarrollo Social*. <https://www.gob.pe/20460-municipalidad-provincial-de-ilo-gerencia-de-promocion-del-desarrollo-social-y-economico>
- Prado, C., Diez, F., & Blanco, A. (2020). The effect of communication on the legitimacy and performance of organizations. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22, 565-581. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i3.4071>
- Quiñones, A. E., Cervera, L. E., Macarlupu, D. M., & Quiñones, C. A. (2021). Gerencia educativa: Comunicación interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos caso Perú. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(21), 197-206. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i21.296>
- Quispe, A. R. (2022). La relación entre la comunicación externa y la imagen corporativa de una institución pública del distrito de Guadalupe – 2021. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/104074>
- Rahman, N. A. A., Melewar, T. C., Foroudi, P., & Gupta, S. (2024). The role of technology advancement in managing business and establishing corporate brand image: Conception, challenges, and commendation in logistics and transport sector. En *Corporate Branding in Logistics and Transportation: Recent Developments and Emerging Issues* (pp. 26-41). <https://doi.org/10.4324/9781003356882-4>
- Ramos, E. V., & Valle, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: Camino al cambio empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1451>

- Reyes, F. A., Reyes, M. G., Ruiz, R. E., & Castillo, L. A. (2022). La imagen corporativa a través de una estrategia de marketing social en las empresas peruanas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1), 4107-4121. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i1.1788](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1788)
- Rodríguez, J. I. (2022). La comunicación corporativa y la imagen institucional proyectada en la Municipalidad Provincial de Tumbes 2020. *Repositorio Institucional* - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101236>
- Sucasaire, J. (2022). *Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra de investigación*. Sucasaire Pilco, Jorge. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/3096>
- Sun, W., Tang, S., & Liu, F. (2021). Examining Perceived and Projected Destination Image: A Social Media Content Analysis. *Sustainability*, 13(6), Article 6. <https://doi.org/10.3390/su13063354>
- Tkalac, A., & Spoljaric, A. (2020). Managing internal communication: How the choice of channels affects internal communication satisfaction. *Public Relations Review*, 46(3), 101926. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101926>
- Valle, D. R., Vásquez, D. C., Soria, J. L., & Zambrano, M. L. (2023). Relación ente la comunicación corporativa y la imagen corporativa. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*. ISSN 2737-6354., 6(12), Article 12. <https://doi.org/10.46296/rc.v6i12.0143>
- Vílchez, M., & Sánchez, K. (2021). Gestión por procesos e imagen institucional: En busca de mayor visibilidad municipal para los ciudadanos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 6444-6473. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i4.778](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.778)
- Wang, Y., Hao, H., & Platt, L. S. (2021). Examining risk and crisis communications of government agencies and stakeholders during early-stages of COVID-19 on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 114, 106568. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106568>

- Warner, S. (2023). Social Media, the Communication Tool Used by Caribbean Public Health Entities During the Pandemic: An Examination. En S. Roberts, H. A. F. DeShong, W. C. Grenade, & D. Devonish (Eds.), *Interdisciplinary Perspectives on COVID-19 and the Caribbean, Volume 2: Society, Education and Human Behaviour* (pp. 463-490). Springer Nature Switzerland. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-31119-2\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-031-31119-2_21)
- Zamora, I., & Calixto, L. (2021). *Metodología de La Investigacion Cientifica para Tesis 2021* (Primera). SMITH ZAMORA E.I.R.L. <https://es.scribd.com/document/521185904/Metodologia-de-La-Investigacion-Cientifica-Para-Tesis-2021-1>
- Zerfass, A., & Brockhaus, J. (2023). *Chapter 17: Digital corporate communication and digital transformation of communication functions and organizations* (pp. 238-252). <https://doi.org/10.4337/9781802201963.00028>
- Zúñiga, P. I. V., Cedeño, R. J. C., & Palacios, I. A. M. (2023). Metodología de la investigación científica: Guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.7658](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658)

## ANEXOS

### Anexo 1. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos	
Gestión de la comunicación	La gestión de la comunicación, se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para manejar de manera efectiva y coherente sus procesos comunicativos, este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de mensajes hasta su distribución y evaluación de impacto en la sociedad (Álvarez et al., 2020)	la gestión de la comunicación implica una cuidadosa consideración de los canales de comunicación utilizados, asegurando una transmisión efectiva y clara de la información tanto interna como externamente. En esencia, busca establecer un marco coherente y alineado con los objetivos de la organización, contribuyendo así a fortalecer la percepción y la imagen de la entidad	Gestión de la comunicación interna	Comunicación interna con directivos	1-3	Ordinal	Nivel bajo: [24 – 72]	
				Comunicación interna que motiva a mantener un buen desempeño	4-5			1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces
				Existencia de un plan de comunicación interna	6-7			4. Casi siempre
				Comunicación interna que favorezca el clima institucional	8			5. Siempre
				Comunicación adecuada con los usuarios	9-10			Nivel medio: [73 – 96]
				Mejora de la cantidad de informes que se emiten	11-12			
			Cantidad de informes que se emiten	13-14				
			Gestión de la comunicación externa	Política de comunicación organizacional	15-16	Nivel alto: [97 – 120]		
				Trato amable	17-18			
				Buen nivel de comunicación interpersonal	19-21			
			Participación en la toma de decisiones	22				
			Comunicación por medios formales	23-24				

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos	
Imagen institucional	La imagen institucional constituye la representación integral que una entidad proyecta ante su audiencia y stakeholders, tanto a nivel visual como conceptual, este conjunto de elementos abarca la identidad visual, los principios, la misión y la reputación de la organización, generando una percepción unificada y positiva, en esencia, se trata de una construcción cuidadosa y estratégica de la imagen de la entidad en todos los aspectos, desde el diseño del logotipo hasta la manera en que se comunica con su entorno (Merino et al., 2023)	La imagen institucional comprende la representación integral que una entidad proyecta a su audiencia y al público en general, abarcando tanto aspectos visuales como conceptuales, este conjunto de elementos engloba la identidad visual, los valores fundamentales, la misión y la reputación de la organización, conformando una percepción específica que se busca transmitir de manera coherente y positiva.	Imagen esencial	Gestión de la visión y misión institucionales	1-2	Ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Nivel bajo: [24 – 72]	
			Imagen contextual	Gestión de los objetivos institucionales	3-4		Implementación según necesidades de usuarios Implementación de recursos en función a las exigencias del contexto Cualidades corporativas de la institución Interés y uso de recursos para un servicio de calidad Comportamiento característico de la institución Comportamiento característico del colaborador	7-9
				Identidad corporativa	5-6			
			Imagen factual	Implementación de recursos en función a las exigencias del contexto	10-12			
			Imagen conceptual	Cualidades corporativas de la institución	13-15			
				Interés y uso de recursos para un servicio de calidad	16-18			
			Comportamiento característico de la institución	Comportamiento característico de la institución	19-21			
				Comportamiento característico del colaborador	22-24			

## Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Estimado colaborador de una Gerencia Sub Regional de Amazonas, a continuación, se le presentará un conjunto de ítems relacionados con la investigación titulada “Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas” que tiene por finalidad analizar la gestión de la comunicación y la imagen institucional.

Instrucciones: Lea cada ítem y marque con una “x” la respuesta que más determine su percepción, por lo que se le pide responder sinceramente. Recordarle que no existe repuesta buena ni mala, y la información que otorgue será totalmente anónima y se usará únicamente para fines académicos. Al mismo tiempo, agradecerle por su participación.

Sexo: Femenino\_\_\_\_\_ Masculino: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Nivel de instrucción: \_\_\_\_\_

Considere la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

### Cuestionario de Gestión de la comunicación

	Indicadores	1	2	3	4	5
	<b>Dimensión: Gestión de la comunicación interna</b>					
1	Considera usted que el tipo de lenguaje que utilizan los directivos de una Gerencia Sub Regional de Amazonas para dar órdenes es el indicado					
2	Cómo se siente con las respuestas que su jefe le brinda ante sus inquietudes y dudas					
3	Considera usted que la comunicación interna que se practica en su oficina es la mejor					
4	Los mensajes de comunicación interna de una Gerencia Sub Regional de Amazonas contribuyen al mejoramiento de la calidad del servicio					
5	La comunicación interna que practica con sus compañeros le motiva a tener un mejor desempeño en su trabajo					
6	Existe un plan de comunicación interna para dar a conocer a los trabajadores en forma oportuna los objetivos estratégicos institucionales					
7	Considera Usted que en la institución la información fluye					



	con mayor rapidez y claridad						
8	Las reuniones y formas de comunicación interna (ascendente-descendente) hacen que el clima organizacional agradable						
	<b>Dimensión: Gestión de la comunicación externa</b>						
9	Cree usted que la comunicación que una Gerencia Sub Regional de Amazonas mantiene con los usuarios es el indicado						
10	Cree Usted que los trámites documentarios se realizan con prontitud						
11	Considera usted que los procesos y/o actividades que realiza una Gerencia Sub Regional de Amazonas son trascendentales						
12	Considera que los trabajadores reciben algún tipo de charla motivacional para mejorar la comunicación externa con los usuarios						
13	La comunicación externa que una Gerencia Sub Regional de Amazonas establece con los proveedores y público en general es adecuada						
14	Cree Usted que la cantidad de documentos emitidos son una señal de avance y mejoramiento para la institución.						
15	En la institución existe una política de comunicación organizacional adecuada						
16	El área de imagen institucional permite informar a la población sobre los logros y avances de la gestión institucional						
	<b>Dimensión: Gestión de la comunicación personal</b>						
17	Considera Usted que la comunicación personal que practica beneficie a su institución						
18	Mantiene usted una comunicación amable con los demás trabajadores de su institución						
19	Considera usted que le es fácil comunicarse con sus compañeros de área o departamentos						
20	Cree Usted que la comunicación personal en su institución es adecuada						
21	Considera que en su institución existe una adecuada interrelación entre jefes y subordinados						
22	Considera que los trabajadores se involucran en la toma de decisiones de su institución a partir de sus opiniones						
23	Cree Usted que la comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución						
24	En institución se cuenta con facilidades para acceder a la información requerida y desempeñar sus funciones						

### Cuestionario de Imagen institucional

	<b>Indicadores</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>Dimensión: Imagen esencial</b>					
1	En una Gerencia Sub Regional de Amazonas existe preocupación para difundir la visión y misión institucional					
2	Los trabajadores de una Gerencia Sub Regional de Amazonas se identifican con la visión institucional					
3	En la entidad se difunden los objetivos institucionales para el conocimiento del personal					
4	Los trabajadores de la entidad suman esfuerzos para el logro de objetivos estratégicos institucionales					
5	En la Gerencia Sub Regional de Amazonas los trabajadores se encuentran plenamente identificados con el rol de servicio a la comunidad					
6	En la entidad los valores permiten la integración de los trabajadores y el desarrollo de la identidad institucional					
	<b>Dimensión: Imagen contextual</b>					
7	La entidad muestra preocupación por conocer las demandas y necesidades de los usuarios					
8	La entidad brinda sus servicios en función a las necesidades de los usuarios					
9	La entidad implementa mecanismos y procedimientos para cubrir las demandas de la comunidad					
10	Se implementan recursos TIC para una mejor atención a los usuarios					
11	Existe una política de renovación y modernización de los equipos y materiales					
12	Se capacita al personal en políticas de gobiernos electrónico					
	<b>Dimensión: Imagen factual</b>					
13	En mi opinión esta institución se esfuerza por materializar un trabajo de calidad					
14	Me gusta que todos los estamentos de esta institución trabajen coordinadamente.					
15	Me agrada que en esta institución se trate de manera igualitaria a todos los usuarios					
16	Los recursos con que cuenta esta institución se orientan a garantizar un servicio de calidad					
17	Existe un interés de la entidad por hacer bien el servicio a la comunidad.					
18	Las personas de esta institución utilizan racionalmente los recursos materiales					
	<b>Dimensión: Imagen conceptual</b>					
19	Los trabajadores de esta institución guardan las formalidades del caso en la labor diaria					
20	Los procedimientos administrativos en esta institución se tratan con celeridad					
21	La cooperación y el trabajo solidario son valores que se					

	practican en esta institución					
22	Los trabajadores de esta institución trabajan bien aun cuando no hay control del personal responsable					
23	En esta institución reciben buen trato en la condición de trabajadores o usuarios					
24	Los trabajadores asisten con puntualidad a sus labores en la entidad					

### Anexo 3. Validación de los instrumentos

#### Experto validador 1.

#### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

**Gestión de comunicación**, se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para manejar de manera efectiva y coherente sus procesos comunicativos, este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de mensajes hasta su distribución y evaluación de impacto en la sociedad (Álvarez et al., 2020).

Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Gestión de la comunicación interna	Comunicación interna con directivos	Considera usted que el tipo de lenguaje que utilizan los directivos de una Gerencia Sub Regional de Amazonas para dar órdenes es el indicado	1	1	1	1	
		Cómo se siente con las respuestas que su jefe le brinda ante sus inquietudes y dudas	1	1	1	1	
		Considera usted que la comunicación interna que se practica en su oficina es la mejor	1	1	1	1	
	Comunicación interna que motiva a mantener un buen desempeño	Los mensajes de comunicación interna de una Gerencia Sub Regional de Amazonas contribuyen al mejoramiento de la calidad del servicio	1	1	1	1	
		La comunicación interna que practica con sus compañeros le motiva a tener un mejor desempeño en su trabajo	1	1	1	1	
	Existencia de un plan de comunicación interna	Existe un plan de comunicación interna para dar a conocer a los trabajadores en forma oportuna los objetivos estratégicos institucionales	1	1	1	1	
		Considera Usted que en la institución la información fluye con mayor rapidez y claridad	1	1	1	1	
	Comunicación interna que favorezca el clima institucional	Las reuniones y formas de comunicación interna (ascendente-descendente) hacen que el clima organizacional agradable	1	1	1	1	

Gestión de la comunicación externa	Comunicación adecuada con los usuarios	Cree usted que la comunicación que una Gerencia Sub Regional de Amazonas mantiene con los usuarios es el indicado.	1	1	1	1		
		Cree Usted que los trámites documentarios se realizan con prontitud.	1	1	1	1		
	Mejora de la cantidad de informes que se emiten	Considera usted que los procesos y/o actividades que realiza una Gerencia Sub Regional de Amazonas son trascendentales	1	1	1	1		
		Considera que los trabajadores reciben algún tipo de charla motivacional para mejorar la comunicación externa con los usuarios	1	1	1	1		
	Cantidad de informes que se emiten	La comunicación externa que una Gerencia Sub Regional de Amazonas establece con los proveedores y público en general es adecuada	1	1	1	1		
		Cree Usted que la cantidad de documentos emitidos son una señal de avance y mejoramiento para la institución.	1	1	1	1		
	Política de comunicación organizacional	En la institución existe una política de comunicación organizacional adecuada	1	1	1	1		
		El área de imagen institucional permite informar a la población sobre los logros y avances de la gestión institucional	1	1	1	1		
	Gestión de la comunicación personal	Trato amable	Considera Usted que la comunicación personal que practica beneficie a su institución	1	1	1	1	
			Mantiene usted una comunicación amable con los demás trabajadores de su institución	1	1	1	1	
Buen nivel de comunicación interpersonal		Considera usted que le es fácil comunicarse con sus compañeros de área o departamentos	1	1	1	1		
		Cree Usted que la comunicación personal en su institución es adecuada	1	1	1	1		

	Considera que en su institución existe una adecuada interrelación entre jefes y subordinados	1	1	1	1	
Participación en la toma de decisiones	Considera que los trabajadores se involucran en la toma de decisiones de su institución a partir de sus opiniones	1	1	1	1	
Comunicación por medios formales	Cree Usted que la comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución	1	1	1	1	
	En institución se cuenta con facilidades para acceder a la información requerida y desempeñar sus funciones	1	1	1	1	

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable  [X]

Aplicable después de corregir  [ ]

No aplicable  [ ]



-----  
Mg. Edgardo Guillen Díaz Rojas  
DNI: 41476304

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	"Cuestionario de Gestión de la comunicación"
Objetivo del instrumento	Analizar la gestión de la comunicación en una Gerencia Sub Regional de Amazonas
Nombres y apellidos del experto	Edgardo Guillen Díaz Rojas Maestro en Gerencia en Gestión Publica
Documento de identidad	41476304
Años de experiencia en el área	05 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión Publica
Nacionalidad	Peruano
Institución	Instituto Nacional de Innovación Gerencia Sub Regional Bagua
Cargo	Jefe de Recursos Humanos
Número telefónico	962859140
Firma	
Fecha	05/06/2024

**CUESTIONARIO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL**

**Imagen institucional**, constituye la representación integral que una entidad proyecta ante su audiencia y stakeholders, tanto a nivel visual como conceptual, este conjunto de elementos abarca la identidad visual, los principios, la misión y la reputación de la organización, generando una percepción unificada y positiva, en esencia, se trata de una construcción cuidadosa y estratégica de la imagen de la entidad en todos los aspectos, desde el diseño del logotipo hasta la manera en que se comunica con su entorno (Merino et al., 2023).

Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Imagen esencial	Gestión de la visión y misión institucional	En una Gerencia Sub Regional de Amazonas existe preocupación para difundir la visión y misión institucional	1	1	1	1	
		Los trabajadores de una Gerencia Sub Regional de Amazonas se identifican con la visión institucional	1	1	1	1	
	Gestión de los objetivos institucionales	En la entidad se difunden los objetivos institucionales para el conocimiento del personal	1	1	1	1	
		Los trabajadores de la entidad suman esfuerzos para el logro de objetivos estratégicos institucionales	1	1	1	1	
	Identidad corporativa	En la municipalidad los trabajadores se encuentran plenamente identificados con el rol de servicio a la comunidad	1	1	1	1	
		En la entidad los valores permiten la integración de los trabajadores y el desarrollo de la identidad institucional	1	1	1	1	
Imagen contextual		La entidad muestra preocupación por conocer las demandas y necesidades de los usuarios	1	1	1	1	



	Implementación según necesidades de usuarios	La entidad brinda sus servicios en función a las necesidades de los usuarios	1	1	1	1	
		La entidad implementa mecanismos y procedimientos para cubrir las demandas de la comunidad	1	1	1	1	
	Implementación de recursos en función a las exigencias del contexto	Se implementan recursos TIC para una mejor atención a los usuarios	1	1	1	1	
		Existe una política de renovación y modernización de los equipos y materiales	1	1	1	1	
		Se capacita al personal en políticas de gobiernos electrónico	1	1	1	1	
	Imagen factual	Cualidades corporativas de la institución	En mi opinión esta institución se esfuerza por materializar un trabajo de calidad	1	1	1	1
Me gusta que todos los estamentos de esta institución trabajen coordinadamente.			1	1	1	1	
Me agrada que en esta institución se trate de manera igualitaria a todos los usuarios			1	1	1	1	
Interés y uso de recursos para un servicio de calidad		Los recursos con que cuenta esta institución se orientan a garantizar un servicio de calidad	1	1	1	1	
		Existe un interés de la entidad por hacer bien el servicio a la comunidad.	1	1	1	1	
		Las personas de esta institución utilizan racionalmente los recursos materiales	1	1	1	1	

Imagen conceptual	Comportamiento característico de la institución	Los trabajadores de esta institución guardan las formalidades del caso en la labor diaria	1	1	1	1	
		Los procedimientos administrativos en esta institución se tratan con celeridad	1	1	1	1	
		La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta institución	1	1	1	1	
	Comportamiento característico del colaborador	Los trabajadores de esta institución trabajan bien aun cuando no hay control del personal responsable	1	1	1	1	
		En esta institución reciben buen trato en la condición de trabajadores o usuarios	1	1	1	1	
		Los trabajadores asisten con puntualidad a sus labores en la entidad	1	1	1	1	

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable  [X]


Aplicable después de corregir  [ ]

No aplicable  [ ]



-----  
Mg. Edgardo Guillen Díaz Rojas  
DNI: 41476304

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	"Cuestionario de imagen institucional"
Objetivo del instrumento	Analizar la gestión de la comunicación en una Gerencia Sub Regional de Amazonas
Nombres y apellidos del experto	Edgardo Guillen Díaz Rojas Maestro en Gerencia en Gestión Publica
Documento de identidad	41476304
Años de experiencia en el área	05 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión Publica
Nacionalidad	Peruano
Institución	Instituto Nacional de Innovación Gerencia Sub Regional Bagua
Cargo	Jefe de Recursos Humanos
Número telefónico	962859140
Firma	
Fecha	05/06/2024



PERÚ

Superintendencia Nacional de  
Educación Superior Universitaria

Dirección de Registro y Reconocimiento  
de Grados y Títulos e Información  
Universitaria

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Registro y Reconocimiento de Grados y Títulos e Información Universitaria, a través del Ejecutivo (e) de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **DÍAZ ROJAS**  
Nombres **EDGARDO GUILLEN**  
Tipo de Documento de Identidad **DNI**  
Número de Documento de Identidad **41476304**

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO**  
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**  
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**  
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**  
Denominación **MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**  
Fecha de Expedición **28/12/18**  
Resolución/Acta **0451-2018-UCV**  
Diploma **052-051636**  
Fecha Matrícula **22/04/2017**  
Fecha Egreso **12/08/2018**

Fecha de emisión de la constancia:  
03 de Agosto de 2024



CÓDIGO VIRTUAL 0002031768



Firmado digitalmente por:  
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR UNIVERSITARIA  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.  
Fecha: 03/08/2024 17:32:46-0500

**ROLANDO RUIZ LLATANCE**  
**EJECUTIVO (e)**  
Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

## Experto validador 2.

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

**Gestión de comunicación**, se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para manejar de manera efectiva y coherente sus procesos comunicativos, este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de mensajes hasta su distribución y evaluación de impacto en la sociedad (Álvarez et al., 2020).

Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Gestión de la comunicación interna	Comunicación interna con directivos	Considera usted que el tipo de lenguaje que utilizan los directivos de una Gerencia Sub Regional de Amazonas para dar órdenes es el indicado	1	1	1	1	
		Cómo se siente con las respuestas que su jefe le brinda ante sus inquietudes y dudas	1	1	1	1	
		Considera usted que la comunicación interna que se practica en su oficina es la mejor	1	1	1	1	
	Comunicación interna que motiva a mantener un buen desempeño	Los mensajes de comunicación interna de una Gerencia Sub Regional de Amazonas contribuyen al mejoramiento de la calidad del servicio	1	1	1	1	
		La comunicación interna que practica con sus compañeros le motiva a tener un mejor desempeño en su trabajo	1	1	1	1	
	Existencia de un plan de comunicación interna	Existe un plan de comunicación interna para dar a conocer a los trabajadores en forma oportuna los objetivos estratégicos institucionales	1	1	1	1	
		Considera Usted que en la institución la información fluye con mayor rapidez y claridad	1	1	1	1	
	Comunicación interna que favorezca el clima institucional	Las reuniones y formas de comunicación interna (ascendente-descendente) hacen que el clima organizacional agradable	1	1	1	1	

Gestión de la comunicación externa	Comunicación adecuada con los usuarios	Cree usted que la comunicación que una Gerencia Sub Regional de Amazonas mantiene con los usuarios es el indicado.	1	1	1	1		
		Cree Usted que los trámites documentarios se realizan con prontitud.	1	1	1	1		
	Mejora de la cantidad de informes que se emiten	Considera usted que los procesos y/o actividades que realiza una Gerencia Sub Regional de Amazonas son trascendentales	1	1	1	1		
		Considera que los trabajadores reciben algún tipo de charla motivacional para mejorar la comunicación externa con los usuarios	1	1	1	1		
	Cantidad de informes que se emiten	La comunicación externa que una Gerencia Sub Regional de Amazonas establece con los proveedores y público en general es adecuada	1	1	1	1		
		Cree Usted que la cantidad de documentos emitidos son una señal de avance y mejoramiento para la institución.	1	1	1	1		
	Política de comunicación organizacional	En la institución existe una política de comunicación organizacional adecuada	1	1	1	1		
		El área de imagen institucional permite informar a la población sobre los logros y avances de la gestión institucional	1	1	1	1		
	Gestión de la comunicación personal	Trato amable	Considera Usted que la comunicación personal que practica beneficia a su institución	1	1	1	1	
			Mantiene usted una comunicación amable con los demás trabajadores de su institución	1	1	1	1	
Buen nivel de comunicación interpersonal		Considera usted que le es fácil comunicarse con sus compañeros de área o departamentos	1	1	1	1		
		Cree Usted que la comunicación personal en su institución es adecuada	1	1	1	1		

	Considera que en su institución existe una adecuada interrelación entre jefes y subordinados	1	1	1	1	
Participación en la toma de decisiones	Considera que los trabajadores se involucran en la toma de decisiones de su institución a partir de sus opiniones	1	1	1	1	
Comunicación por medios formales	Cree Usted que la comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución	1	1	1	1	
	En institución se cuenta con facilidades para acceder a la información requerida y desempeñar sus funciones	1	1	1	1	

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable  [X]


Aplicable después de corregir  [ ]

No aplicable  [ ]



-----  
Mg. Liz Karim Rumiche Irigoín  
DNI: 71592850

## FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	"Cuestionario de Gestión de la comunicación"
Objetivo del instrumento	Analizar la gestión de la comunicación en una Gerencia Sub Regional de Amazonas
Nombres y apellidos del experto	Liz Karim Rumiche Irigoín Ingeniera Empresarial
Documento de identidad	71592850
Años de experiencia en el área	06 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión pública
Nacionalidad	Peruana
Institución	Municipalidad de Catache
Cargo	Especialista administrativo
Número telefónico	901728134
Firma	
Fecha	15/06/2024



**CUESTIONARIO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL**

**Imagen institucional**, constituye la representación integral que una entidad proyecta ante su audiencia y stakeholders, tanto a nivel visual como conceptual, este conjunto de elementos abarca la identidad visual, los principios, la misión y la reputación de la organización, generando una percepción unificada y positiva, en esencia, se trata de una construcción cuidadosa y estratégica de la imagen de la entidad en todos los aspectos, desde el diseño del logotipo hasta la manera en que se comunica con su entorno (Merino et al., 2023).

Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Imagen esencial	Gestión de la visión y misión institucional	En una Gerencia Sub Regional de Amazonas existe preocupación para difundir la visión y misión institucional	1	1	1	1	
		Los trabajadores de una Gerencia Sub Regional de Amazonas se identifican con la visión institucional	1	1	1	1	
	Gestión de los objetivos institucionales	En la entidad se difunden los objetivos institucionales para el conocimiento del personal	1	1	1	1	
		Los trabajadores de la entidad suman esfuerzos para el logro de objetivos estratégicos institucionales	1	1	1	1	
	Identidad corporativa	En la municipalidad los trabajadores se encuentran plenamente identificados con el rol de servicio a la comunidad	1	1	1	1	
		En la entidad los valores permiten la integración de los trabajadores y el desarrollo de la identidad institucional	1	1	1	1	
Imagen contextual		La entidad muestra preocupación por conocer las demandas y necesidades de los usuarios	1	1	1	1	

	Implementación según necesidades de usuarios	La entidad brinda sus servicios en función a las necesidades de los usuarios	1	1	1	1	
		La entidad implementa mecanismos y procedimientos para cubrir las demandas de la comunidad	1	1	1	1	
	Implementación de recursos en función a las exigencias del contexto	Se implementan recursos TIC para una mejor atención a los usuarios	1	1	1	1	
		Existe una política de renovación y modernización de los equipos y materiales	1	1	1	1	
		Se capacita al personal en políticas de gobiernos electrónico	1	1	1	1	
	Imagen factual	Cualidades corporativas de la institución	En mi opinión esta institución se esfuerza por materializar un trabajo de calidad	1	1	1	1
Me gusta que todos los estamentos de esta institución trabajen coordinadamente.			1	1	1	1	
Me agrada que en esta institución se trate de manera igualitaria a todos los usuarios			1	1	1	1	
Interés y uso de recursos para un servicio de calidad		Los recursos con que cuenta esta institución se orientan a garantizar un servicio de calidad	1	1	1	1	
		Existe un interés de la entidad por hacer bien el servicio a la comunidad.	1	1	1	1	
		Las personas de esta institución utilizan racionalmente los recursos materiales	1	1	1	1	

Imagen conceptual	Comportamiento característico de la institución	Los trabajadores de esta institución guardan las formalidades del caso en la labor diaria	1	1	1	1	
		Los procedimientos administrativos en esta institución se tratan con celeridad	1	1	1	1	
		La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta institución	1	1	1	1	
	Comportamiento característico del colaborador	Los trabajadores de esta institución trabajan bien aun cuando no hay control del personal responsable	1	1	1	1	
		En esta institución reciben buen trato en la condición de trabajadores o usuarios	1	1	1	1	
		Los trabajadores asisten con puntualidad a sus labores en la entidad	1	1	1	1	

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable  [X]

Aplicable después de corregir  [ ]

No aplicable  [ ]



Mg. Liz Karim Rumiche Irigoín  
DNI: 71592850

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	"Cuestionario de imagen institucional"
Objetivo del instrumento	Analizar la gestión de la comunicación en una Gerencia Sub Regional de Amazonas
Nombres y apellidos del experto	Liz Karim Rumiche Irigoín Ingeniera Empresarial
Documento de identidad	71592850
Años de experiencia en el área	06 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión pública
Nacionalidad	Peruana
Institución	Municipalidad de <del>Catache</del>
Cargo	Especialista administrativo
Número telefónico	901728134
Firma	
Fecha	15/06/2024



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Jefe de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra previamente inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	RUMICHE IRIGOIN
Nombres	LIZ KARIM
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	71592850

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION
Secretario General	LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	MAESTRO
Denominación	MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA
Fecha de Expedición	25/11/20
Resolución/Acta	0369-2020-UCV
Diploma	052-096541
Fecha Matrícula	01/02/2019
Fecha Egreso	09/08/2020

Fecha de emisión de la constancia:  
02 de Junio de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000762341

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA  
JEFA

Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.  
Fecha: 02/06/2022 22:31:07-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

### Experto validador 3.

#### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

**Gestión de comunicación**, se refiere al conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para manejar de manera efectiva y coherente sus procesos comunicativos, este proceso abarca desde la planificación y desarrollo de mensajes hasta su distribución y evaluación de impacto en la sociedad (Álvarez et al., 2020).

Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Gestión de la comunicación interna	Comunicación interna con directivos	Considera usted que el tipo de lenguaje que utilizan los directivos de una Gerencia Sub Regional de Amazonas para dar órdenes es el indicado	1	1	1	1	
		Cómo se siente con las respuestas que su jefe le brinda ante sus inquietudes y dudas	1	1	1	1	
		Considera usted que la comunicación interna que se practica en su oficina es la mejor	1	1	1	1	
	Comunicación interna que motiva a mantener un buen desempeño	Los mensajes de comunicación interna de una Gerencia Sub Regional de Amazonas contribuyen al mejoramiento de la calidad del servicio	1	1	1	1	
		La comunicación interna que practica con sus compañeros le motiva a tener un mejor desempeño en su trabajo	1	1	1	1	
	Existencia de un plan de comunicación interna	Existe un plan de comunicación interna para dar a conocer a los trabajadores en forma oportuna los objetivos estratégicos institucionales	1	1	1	1	
		Considera Usted que en la institución la información fluye con mayor rapidez y claridad	1	1	1	1	
	Comunicación interna que favorezca el clima institucional	Las reuniones y formas de comunicación interna (ascendente-descendente) hacen que el clima organizacional agradable	1	1	1	1	

Gestión de la comunicación externa	Comunicación adecuada con los usuarios	Cree usted que la comunicación que una Gerencia Sub Regional de Amazonas mantiene con los usuarios es el indicado.	1	1	1	1		
		Cree Usted que los trámites documentarios se realizan con prontitud.	1	1	1	1		
	Mejora de la cantidad de informes que se emiten	Considera usted que los procesos y/o actividades que realiza una Gerencia Sub Regional de Amazonas son trascendentales	1	1	1	1		
		Considera que los trabajadores reciben algún tipo de charla motivacional para mejorar la comunicación externa con los usuarios	1	1	1	1		
	Cantidad de informes que se emiten	La comunicación externa que una Gerencia Sub Regional de Amazonas establece con los proveedores y público en general es adecuada	1	1	1	1		
		Cree Usted que la cantidad de documentos emitidos son una señal de avance y mejoramiento para la institución.	1	1	1	1		
	Política de comunicación organizacional	En la institución existe una política de comunicación organizacional adecuada	1	1	1	1		
		El área de imagen institucional permite informar a la población sobre los logros y avances de la gestión institucional	1	1	1	1		
	Gestión de la comunicación personal	Trato amable	Considera Usted que la comunicación personal que practica beneficia a su institución	1	1	1	1	
			Mantiene usted una comunicación amable con los demás trabajadores de su institución	1	1	1	1	
Buen nivel de comunicación interpersonal		Considera usted que le es fácil comunicarse con sus compañeros de área o departamentos	1	1	1	1		
		Cree Usted que la comunicación personal en su institución es adecuada	1	1	1	1		

	Considera que en su institución existe una adecuada interrelación entre jefes y subordinados	1	1	1	1	
Participación en la toma de decisiones	Considera que los trabajadores se involucran en la toma de decisiones de su institución a partir de sus opiniones	1	1	1	1	
Comunicación por medios formales	Cree Usted que la comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la institución	1	1	1	1	
	En institución se cuenta con facilidades para acceder a la información requerida y desempeñar sus funciones	1	1	1	1	

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable  [X]

Aplicable después de corregir  [ ]


No aplicable  [ ]



-----  
Mg. Manuel Hamilton Cabañas López  
DNI: 33431280



**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	"Cuestionario de la Gestión de la comunicación"
Objetivo del instrumento	Analizar la gestión de la comunicación en una Gerencia Sub Regional de Amazonas
Nombres y apellidos del experto	Manuel Hamiltthon Cabañas López Licenciado en ciencias de la comunicación
Documento de identidad	33431280
Años de experiencia en el área	07 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión pública
Nacionalidad	Peruano
Institución	Sede del Gobierno Regional de Amazonas
Cargo	Sub Gerente de Cooperación Internacional
Número telefónico	968950833
Firma	
Fecha	05/06/2024

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE IMAGEN INSTITUCIONAL**

**Imagen institucional**, constituye la representación integral que una entidad proyecta ante su audiencia y stakeholders, tanto a nivel visual como conceptual, este conjunto de elementos abarca la identidad visual, los principios, la misión y la reputación de la organización, generando una percepción unificada y positiva, en esencia, se trata de una construcción cuidadosa y estratégica de la imagen de la entidad en todos los aspectos, desde el diseño del logotipo hasta la manera en que se comunica con su entorno (Merino et al., 2023).

Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Imagen esencial	Gestión de la visión y misión institucional	En una Gerencia Sub Regional de Amazonas existe preocupación para difundir la visión y misión institucional	1	1	1	1	
		Los trabajadores de una Gerencia Sub Regional de Amazonas se identifican con la visión institucional	1	1	1	1	
	Gestión de los objetivos institucionales	En la entidad se difunden los objetivos institucionales para el conocimiento del personal	1	1	1	1	
		Los trabajadores de la entidad suman esfuerzos para el logro de objetivos estratégicos institucionales	1	1	1	1	
	Identidad corporativa	En la municipalidad los trabajadores se encuentran plenamente identificados con el rol de servicio a la comunidad	1	1	1	1	
		En la entidad los valores permiten la integración de los trabajadores y el desarrollo de la identidad institucional	1	1	1	1	
Imagen contextual		La entidad muestra preocupación por conocer las demandas y necesidades de los usuarios	1	1	1	1	

	Implementación según necesidades de usuarios	La entidad brinda sus servicios en función a las necesidades de los usuarios	1	1	1	1	
		La entidad implementa mecanismos y procedimientos para cubrir las demandas de la comunidad	1	1	1	1	
	Implementación de recursos en función a las exigencias del contexto	Se implementan recursos TIC para una mejor atención a los usuarios	1	1	1	1	
		Existe una política de renovación y modernización de los equipos y materiales	1	1	1	1	
		Se capacita al personal en políticas de gobiernos electrónico	1	1	1	1	
	Imagen factual	Cualidades corporativas de la institución	En mi opinión esta institución se esfuerza por materializar un trabajo de calidad	1	1	1	1
Me gusta que todos los estamentos de esta institución trabajen coordinadamente.			1	1	1	1	
Me agrada que en esta institución se trate de manera igualitaria a todos los usuarios			1	1	1	1	
Interés y uso de recursos para un servicio de calidad		Los recursos con que cuenta esta institución se orientan a garantizar un servicio de calidad	1	1	1	1	
		Existe un interés de la entidad por hacer bien el servicio a la comunidad.	1	1	1	1	
		Las personas de esta institución utilizan racionalmente los recursos materiales	1	1	1	1	

Imagen conceptual	Comportamiento característico de la institución	Los trabajadores de esta institución guardan las formalidades del caso en la labor diaria	1	1	1	1	
		Los procedimientos administrativos en esta institución se tratan con celeridad	1	1	1	1	
		La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta institución	1	1	1	1	
	Comportamiento característico del colaborador	Los trabajadores de esta institución trabajan bien aun cuando no hay control del personal responsable	1	1	1	1	
		En esta institución reciben buen trato en la condición de trabajadores o usuarios	1	1	1	1	
		Los trabajadores asisten con puntualidad a sus labores en la entidad	1	1	1	1	

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable  [X]


Aplicable después de corregir  [ ]

No aplicable  [ ]



Mg. Manuel Hamilton Cabañas López  
DNI: 33431280

## FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	"Cuestionario de imagen institucional"
Objetivo del instrumento	Analizar la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas
Nombres y apellidos del experto	Manuel Hamilthon Cabañas López Licenciado en ciencias de la comunicación
Documento de identidad	33431280
Años de experiencia en el área	07 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión pública
Nacionalidad	Peruano
Institución	Sede del Gobierno Regional de Amazonas
Cargo	Sub Gerente de Cooperación Internacional
Número telefónico	968950833
Firma	
Fecha	05/06/2024



PERÚ

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Registro y Reconocimiento de Grados y Títulos e Información Universitaria

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Registro y Reconocimiento de Grados y Títulos e Información Universitaria, a través del Ejecutivo (e) de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **CABAÑAS LOPEZ**  
Nombres **MANUEL HAMILTHON**  
Tipo de Documento de Identidad **DNI**  
Numero de Documento de Identidad **33431280**

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**  
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**  
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**  
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**  
Denominación **MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**  
Fecha de Expedición **15/04/19**  
Resolución/Acta **0103-2019-UCV**  
Diploma **052-060565**  
Fecha Matrícula **04/01/2013**  
Fecha Egreso **28/12/2014**

Fecha de emisión de la constancia:  
03 de Agosto de 2024



CÓDIGO VIRTUAL 0002031764



Firmado digitalmente por:  
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACION  
SUPERIOR UNIVERSITARIA  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.

Fecha: 03/08/2024 17:28:08-0500

**ROLANDO RUIZ LLATANCE**  
**EJECUTIVO (e)**

Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

## Anexo 4. Confiabilidad de los instrumentos

### Variable – gestión de la comunicación

<b>Fiabilidad</b>			
<b>Escala: ALL VARIABLES</b>			
<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	60	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			
<b>Estadísticas de fiabilidad</b>			
Alfa de Cronbach		N de elementos	
,914		24	

### Variable imagen institucional

<b>Fiabilidad</b>			
<b>Escala: ALL VARIABLES</b>			
<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	60	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			
<b>Estadísticas de fiabilidad</b>			
Alfa de Cronbach		N de elementos	
,904		24	

## Anexo 5. Declaraciones juradas



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



### DECLARACIÓN JURADA: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Apellidos y nombres	Mendoza Carmen Segundo Claudio
DNI	33566221
Código de estudiante	7002927837
Campus	FILIAL CHICLAYO
Programa	POSGRADO
Modalidad	PRESENCIAL
Grupo	A3
Docente asesor	Dra. ARBULU PEREZ VARGAS CARMEN GRACIELA

Declaro que regularizaré la presentación de los formatos de validez (Fichas de validación) y confiabilidad (Base de datos de la muestra piloto y resultados) de los instrumentos a utilizar, como máximo al término de la semana 13. De no cumplir dentro del plazo establecido asumo la responsabilidad y tomé conocimiento que **NO podré sustentar la tesis de grado** por no cumplir con uno de los requisitos establecidos en la Guía de elaboración de trabajos de investigación emitido por el Vicerrectorado de Investigación (RCU 081-2024 VI/UCV)

Ciudad, Chiclayo 03 de junio del año 2024

  
-----  
DNI: 33566221



Huella digital



**DECLARACIÓN JURADA: USO DE DATOS PÚBLICOS**

Apellidos y nombres	Mendoza Carmen Segundo Claudio
DNI	33566221
Código de estudiante	7002927837
Campus	FILIAL CHICLAYO
Programa	POSGRADO
Modalidad	PRESENCIAL
Grupo	A3
Docente asesor	Dra. ARBULU PEREZ VARGAS CARMEN GRACIELA

Declaro que la información que utilizaré para el desarrollo de mi trabajo de investigación titulado "Gestión de riesgos de desastres por fenómenos naturales y proyectos de inversión pública de Lambayeque 2024." **son datos de dominio público**; por tanto, no requiero tener la autorización de la institución correspondiente. Asumo la responsabilidad de la veracidad de lo expuesto.

Ciudad, Chiclayo 03 de junio del año 2024

  
-----  
DNI: 33566221  
Huella digital

## Anexo 6. Reporte de Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome  
ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1088032488&o=2420818729&ro=103&s=1&lang=es

feedback studio SEGUNDO CLAUDIO MENDOZA CARMEN Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024 /100 7 de 13

**Resumen de coincidencias** 17 %

Se están viendo fuentes estándar  
Ver fuentes en inglés

Coincidencias	Porcentaje
1 repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6 %
2 hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %
3 Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
4 www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
5 Entregado a Ministerio ... Trabajo del estudiante	<1 %
6 Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
7 linkedpolitics.project.c... Fuente de Internet	<1 %
8 www.cnea.gob.ar Fuente de Internet	<1 %
9 issuu.com Fuente de Internet	<1 %
10 www.portalalimentario... Fuente de Internet	<1 %
11 moam.info Fuente de Internet	<1 %
12 www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
13 repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14 www.azarplus.com Fuente de Internet	<1 %
15 www.osde.org.ar Fuente de Internet	<1 %
16 Entregado a ULACIT Un... Trabajo del estudiante	<1 %

Página: 1 de 29 Número de palabras: 9713 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado 11:24 22/07/2024



### Universidad César Vallejo

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

**Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO CADÉMICO DE:**  
Maestro en Gestión Pública

**AUTOR:**  
Mendoza Carmen, Segundo Claudio (orcid.org/0009-0008-8350-1316)

**ASESORES:**  
Dra. Arbulú Pérez Vargas, Carmen Graciela (orcid.org/0000-0002-8463-6553)  
Dr. Pérez Delgado José Willams (https://orcid.org/0000-0003-0596-9892)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
Reforma y modernización del Estado

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**  
Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CHICLAYO - PERÚ**  
2024

## Anexo 7. Tablas

### Análisis de la gestión de la comunicación y sus dimensiones

Variable y dimensiones		Nivel		
		Bajo	Medio	Alto
Dimensión gestión de la comunicación interna	f	15	27	18
	%	25%	45%	30%
Dimensión Gestión de la comunicación externa	f	22	26	12
	%	37%	43%	20%
Dimensión Gestión de la comunicación personal	f	12	26	22
	%	20%	43%	37%
Variable Gestión de la comunicación	f	16	26	18
	%	27%	43%	30%

### Análisis de la imagen institucional y sus dimensiones

Variable y dimensiones		Nivel		
		Bajo	Medio	Alto
Dimensión Imagen esencial	f	20	24	16
	%	33%	40%	27%
Dimensión Imagen contextual	f	25	27	8
	%	42%	45%	13%
Dimensión Imagen factual	f	18	27	15
	%	30%	45%	25%
Dimensión Imagen conceptual	f	19	25	16
	%	32%	42%	27%
Variable Imagen institucional	f	21	27	12
	%	35%	45%	20%

## Anexo 8. Prueba de normalidad

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de la comunicación interna	0.227	60	0.000
Gestión de la comunicación externa	0.237	60	0.000
Gestión de la comunicación personal	0.237	60	0.000
Gestión de la comunicación	0.218	60	0.000
Imagen esencial	0.218	60	0.000
Imagen contextual	0.267	60	0.000
Imagen factual	0.227	60	0.000
Imagen conceptual	0.209	60	0.000
Imagen institucional	0.482	60	0.000

Analizando los resultados de la prueba de normalidad mediante Kolmogorov Smirnov se obtuvo un  $p\_valor < 0.05$  en las variables y dimensiones, lo que señala que los datos no presentaron una distribución normal, por ende, para el análisis inferencial se hará uso de la prueba no paramétrica de Rho de Spearman.

## Anexo 9. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable e indicadores				
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> a) ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación interna con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas?</p> <p>b) ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación externa con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas?</p> <p>c) ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la relación que presenta la gestión de la comunicación con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> a) Establecer la relación que presenta la gestión de la comunicación interna con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas. b) Establecer la relación que presenta la gestión de la comunicación externa con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas. c) Establecer la relación que presenta la gestión de la</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> Hi: La gestión de la comunicación se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas.</p> <p><b>Ho:</b> La gestión de la comunicación no se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> a) La gestión de la comunicación interna se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas. b) La gestión de la comunicación externa se relaciona significativamente con la imagen</p>	<b>Variable 1: Gestión de la comunicación</b>				
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles o rangos</b>
			Gestión de la comunicación interna	Comunicación interna con directivos	1-3	Ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Nivel bajo: [24 – 72]  Nivel medio: [73 – 96]  Nivel alto: [97 – 120]
				Comunicación interna que motiva a mantener un buen desempeño	4-5		
				Existencia de un plan de comunicación interna	6-7		
				Comunicación interna que favorezca el clima institucional	8		
			Gestión de la comunicación externa	Comunicación adecuada con los usuarios	9-10		
				Mejora de la cantidad de informes que se emiten	11-12		
				Cantidad de informes que se emiten	13-14		
				Política de comunicación organizacional	15-16		
			Gestión de la comunicación personal	Trato amable	17-18		
				Buen nivel de comunicación interpersonal	19-21		
				Participación en la toma de decisiones	22		
				Comunicación por medios formales	23-24		
			<b>Variable 2: Imagen institucional</b>				
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles o rangos</b>
			Imagen esencial	Gestión de la visión y misión institucionales	1-2	Ordinal 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Nivel bajo: [24 – 72]  Nivel medio: [73 – 96]  Nivel alto: [97 – 120]
				Gestión de los objetivos institucionales	3-4		
Identidad corporativa	5-6						
Imagen contextual	Implementación según necesidades de usuarios	7-9					
	Implementación de recursos en función a las exigencias del contexto	10-12					
Imagen factual	Cualidades corporativas de la institución	13-15					
	Interés y uso de recursos para un servicio de calidad	16-18					

<p>personal con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas?</p> <p>d) ¿Cómo elaborar una propuesta de un plan de gestión de la comunicación para mejorar la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024?</p>	<p>comunicación personal con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas.</p> <p>d) Proponer un plan de gestión de la comunicación para mejorar la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.</p>	<p>institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas.</p> <p>c) La gestión de la comunicación personal se relaciona significativamente con la imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas.</p>	<p>Imagen conceptual</p>	<p>Comportamiento característico de la institución</p>	19-21		
				<p>Comportamiento característico del colaborador</p>	22-24		

## **Anexo 10. Desarrollo de la propuesta**

### **Gestión eficaz de la comunicación en una gerencia sub regional de Amazonas**

#### **1. Identificación del Problema:**

En la GSRA, se están implementando nuevos planes estratégicos, sin embargo, en el ámbito de la comunicación, no se está llevando a cabo de manera efectiva en el distrito. Aunque la gestión actual está realizando obras y proyectos sociales que contribuyen positivamente al desarrollo del distrito, es esencial mejorar la gestión de la comunicación, dado que se requiere de una mayor presencia en redes sociales, un aumento en el trabajo de campo, una interacción más activa para establecer un vínculo más estrecho con los residentes y mejorar la imagen institucional de la subgerencia. Además, en el análisis FODA de la institución, se han identificado problemas y deficiencias que afectan directamente a la gestión de la comunicación e imagen corporativa; se evidencian dificultades en la comunicación interna y externa, destacando a la rivalidad y celos profesionales entre los trabajadores, lo cual afecta negativamente el manejo de un lenguaje adecuado. En relación con la imagen corporativa, se detecta una representación inadecuada en términos esenciales, contextuales, factuales y conceptuales, es imperativo abordar estos problemas para fortalecer la percepción pública y eficacia comunicativa institucional.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se prevé el aporte significativo del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, además, guarda una fuerte relación con el ODS 17, el mismo que promueve las Alianzas para lograr los objetivos, estableciéndose que la imagen institucional y la gestión de la comunicación se caracterizan por elementos claves para fomentar las alianzas, por lo tanto la investigación aporta en forjar relaciones sólidas, generar una comunicación transparente y lograr que se aborden desafíos globales equitativos para alcanzar los ODS (ONU, 2024).

Por ello, acorde con la problemática observada se propone por formulación del problema ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación con la imagen institucional en una GSRA, 2024?

El presente proyecto resalta su justificación teórica al emplear diversas bases

conceptuales de teorías relacionadas con las variables de gestión de la comunicación e imagen institucional, esto se realiza con el propósito de ampliar el entendimiento de dichas variables. Desde la perspectiva de la justificación práctica, se focaliza en la relevancia de la investigación para comprender la percepción de los residentes sobre la interrelación entre la gestión de la comunicación y la imagen institucional, considerando su impacto en el desarrollo de la sociedad. En cuanto a la justificación metodológica, se destaca que la investigación aborda aspectos metodológicos, adoptando un enfoque cuantitativo con un alcance correlacional y un diseño no experimental; la utilización de cuestionarios se subraya como un medio para obtener información válida que contribuirá a mejorar la comprensión de las variables en estudio; este estudio, además, se posiciona como un referente útil para investigaciones futuras dentro de la misma línea de indagación.

## **2. Fundamentación**

En la actualidad, la imagen institucional y habilidades comunicativas permiten una eficiente gestión administrativa, el cual siempre se encuentra dirigido por un líder o un equipo de trabajo que rigen como figura central en la conducción de la imagen institucional de una empresa, siendo clave para alcanzar un crecimiento exponencial en la trayectoria organizacional y la sociedad altamente digitalizada (Lee et al., 2023). Los cambios y avances en la sociedad siempre resultan beneficiosos cuando se implementan de manera efectiva y eficiente, y esto aplica igualmente al ámbito estatal, que actúa como garante del bienestar de los ciudadanos, donde, a través de la gestión pública se materializa el bienestar de la población al centrarse en satisfacer sus necesidades; sin embargo, cuando la comunicación no es efectiva, la resolución de problemas se vuelve ineficaz y la imagen que proyecta se opaca con la corrupción, haciendo más difícil mantener la confianza del pueblo y con ello la consecución de objetivos institucionales (Vílchez y Sánchez, 2021).

En el ámbito internacional, se destaca que las entidades públicas del Ecuador presentan la necesidad de que se fortalezca la comunicación como un proceso estratégico de gestión, dado que actualmente existe una débil comunicación organizativa, lo que debilita mantener una buena relación entre colaboradores y con



los ciudadanos, asimismo, limita que las entidades no puedan concretar sus objetivos internos como lo planifican, no fortalezcan su relación con la ciudadanía y mostrar una inadecuada imagen administrativa en la gestión del estado (Valle et al., 2023). Para alcanzar una imagen institucional sobresaliente, es imperativo que todos los colaboradores de la administración pública desempeñen eficientemente sus funciones, demostrando una identificación clara con el sector en el que operan, comprendiendo y aplicando sus principios laborales, y ofreciendo un trato apropiado tanto a clientes internos como externos (Dávila et al., 2022).

En el ámbito nacional, Lima enfrenta actualmente desafíos significativos en cuanto a su imagen institucional, principalmente a raíz de la incertidumbre generada por casos de corrupción protagonizados por algunos de sus miembros, de acuerdo con la última encuesta de Ipsos Perú el 77% de la población expresa su desaprobación hacia la gestión comunicativa de la imagen pública de estado, este rechazo se atribuye, en gran medida, a la percepción de que la administración no prioriza las obras de acuerdo con las necesidades prioritarias de la ciudadanía lo que genera la desconfianza de la gestión actual (IPSOS, 2023).

Por otro lado, se establece que, la imagen institucional de las entidades públicas peruana enfrenta desafíos significativos, los cuales son derivados de un amplio conjunto de herramientas de información y el amplio desarrollo tecnológico en el país, por lo que es necesario que la administración pública desempeñe sus funciones de forma eficaz para que brinden información con transparencia y en un tiempo real, de esta forma la imagen que proyecten al ciudadano será más confiable (Ordoñez & Davila, 2021). En los gobiernos regionales el órgano de apoyo que permite la ejecución y control del sistema de comunicación es la sub gerencia de promoción y desarrollo, la cual tiene por finalidad establecer actividades que faciliten tener informado al ciudadano sobre la gestión municipal, de igual forma, se encarga de la adecuada administración de las relaciones públicas entre el gobierno y el ciudadano, así también en velar por la imagen institucional de la entidad, difundir información de los proyectos y actividades que ejecuta el gobierno usando los medios adecuados para llegar al ciudadano (Plataforma Digital Única del Perú, 2024).

A nivel local, en la Gerencia Sub Regional de Bagua, se están implementando

nuevos planes estratégicos, sin embargo, en el ámbito de la comunicación, no se está llevando a cabo de manera efectiva en el distrito. Aunque la gestión actual está realizando obras y proyectos sociales que contribuyen positivamente al desarrollo del distrito, es esencial mejorar la gestión de la comunicación. Se requiere una mayor presencia en redes sociales, un aumento en el trabajo de campo y una interacción más activa para establecer un vínculo más estrecho con los residentes del distrito. Lograr la participación activa de los miembros de la comunidad será crucial para mejorar la imagen institucional de la subgerencia. Además, en el análisis FODA de la institución, se han identificado problemas y deficiencias que afectan directamente a la gestión de la comunicación e imagen corporativa. Se evidencian dificultades en la comunicación interna y externa, ya que se observan rivalidades y celos profesionales entre los trabajadores, lo cual afecta negativamente el manejo de un lenguaje adecuado. En relación con la imagen corporativa, se detecta una representación inadecuada en términos esenciales, contextuales, factuales y conceptuales. Es imperativo abordar estos problemas para fortalecer la percepción pública y la eficacia comunicativa de la institución.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se prevé el aporte significativo del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 16. Paz, justicia e instituciones sólidas, además, guarda una fuerte relación con el ODS 17, el mismo que promueve las Alianzas para lograr los objetivos, estableciéndose que la imagen institucional y la gestión de la comunicación se caracterizan por elementos claves para fomentar las alianzas, por lo tanto la investigación aporta en forjar relaciones sólidas, generar una comunicación transparente y lograr que se aborden desafíos globales equitativos para alcanzar los ODS (ONU, 2024).

### 3. Población beneficiaria o alcance

Población beneficiada y Agentes Involucrados	Situación Negativa	Intereses o expectativas de involucrados	Estrategias de la propuesta	Acuerdos y compromisos
Usuarios de la GSRA	La demora en responder a las consultas y quejas de los usuarios muestra una falta de interés y atención hacia la comunidad.	Que los usuarios puedan solicitar un reclamo todos los días de la semana, incluyendo los sábados y domingos.	Propuesta de la creación de un aplicativo móvil que les permita solicitar un reclamo de manera fácil todos los días de la semana.	Establecer y mantener una comunicación efectiva y abierta con la comunidad.
Institución Público Gerencia GSRA	Permite el acceso a reclamos presencia, telefónico y virtual, por parte de los usuarios solamente de lunes a viernes.	Descongestionar los canales presenciales, telefónicos y virtuales de atención a los reclamos	Implementar un sistema de respuesta rápida a consultas y comentarios de los ciudadanos para mejorar la percepción de eficiencia y atención.	Permitir el acceso de los usuarios y mantener en funcionamiento el aplicativo móvil todos los días de la semana.
Servidores públicos de una GSRA	La falta de programas de formación continua para la personal resulta en un bajo desempeño y una mala atención al usuario.	Capacitar al personal en habilidades de comunicación y relaciones públicas para asegurar una interacción efectiva y positiva con la comunidad.	Desarrollar programas de capacitación continua en áreas clave como atención al cliente, gestión de proyectos y comunicación efectiva.	Realizar evaluaciones periódicas del desempeño de los servidores y su impacto en la imagen institucional.

### 4. Objetivos de la propuesta de innovación

➤ **General:**

- Proponer un plan de gestión de la comunicación para mejorar la imagen institucional en la Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024.

➤ **Específicos**

- “Diseñar estrategias de gestión de la comunicación externa para mejorar la imagen institucional en la Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024”
- “Diseñar estrategias de gestión de la comunicación interna para mejorar la imagen institucional en la Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024”

- “Diseñar estrategias de gestión de la comunicación personal para mejorar la imagen institucional en la Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024”

## **5. “Aspectos Innovadores**

Solución Propuesta:

La GSRA, enfrenta múltiples desafíos en términos de comunicación y percepción pública. Actualmente, se observan diversas problemáticas que afectan la imagen institucional, entre las cuales se resaltan a una comunicación insuficiente y desorganizada ha generado una percepción de falta de transparencia en las decisiones y acciones de la gerencia, asimismo, existe una notable desconexión entre la Gerencia y la comunidad, lo cual se refleja en la escasa participación ciudadana y la limitada retroalimentación de los ciudadanos; de igual manera, los avances y logros de la entidad no son debidamente comunicados, lo que impide que la población reconozca y valore los esfuerzos realizados y la falta de una comunicación interna fluida y efectiva ha generado descoordinación y desmotivación entre el personal.

Por ende, para que se aborden estos desafíos, proponemos desarrollar una adecuada gestión por medio de la aplicación de un plan para la mejora de la imagen institucional. Esta propuesta está fundamentada en la necesidad de establecer una comunicación clara, coherente y transparente tanto internamente como con la comunidad y otros actores relevantes.

Los objetivos que se buscan abordar con la propuesta es asegurar que todas las acciones y decisiones sean comunicadas de manera clara y oportuna para construir confianza y credibilidad, se fomente una comunicación bidireccional que permita comprender y atender las necesidades y expectativas de los ciudadanos, se destaquen los avances y éxitos de la Gerencia para mejorar la percepción pública y el reconocimiento de los esfuerzos institucionales.

## **6. Impacto y Aplicabilidad**

Se centra en el desarrollo de un plan de gestión de la comunicación orientado a mejorar la imagen institucional de la GSRA en el año 2024. La imagen institucional juega un rol fundamental en la percepción que la comunidad, los colaboradores y los stakeholders tienen de una organización, afectando directamente su reputación y su capacidad para alcanzar sus objetivos. En este contexto, es crucial diseñar e implementar estrategias efectivas de comunicación tanto interna como externa, que fortalezcan la visibilidad, credibilidad y confianza en nuestra institución. Este plan no solo busca corregir percepciones negativas o malentendidos existentes, sino también establecer una comunicación clara y efectiva que resalte nuestros logros, iniciativas y compromisos con la comunidad. A lo largo de esta investigación, exploraremos los principales componentes del plan propuesto, y delinearemos las estrategias específicas que se implementarán para alcanzar nuestros objetivos de mejora de la imagen institucional en la GSRA

El plan de gestión de la comunicación se considera como la mejor opción para mejorar la imagen institucional de la GSRA 2024, debido a su enfoque integral, su capacidad para fortalecer la cultura organizacional y su capacidad para establecer relaciones de confianza y transparencia con la comunidad, de tal manera que fortalece la imagen institucional.

El plan de gestión de la comunicación y el plan estratégico para mejorar la imagen institucional en la GSRA en 2024, tienen sus ventajas y enfoques específicos que podrían ser adecuados según las necesidades y recursos disponibles. A continuación, se detallan las razones por las cuales considero que el plan de gestión de la comunicación es la mejor solución para mejorar la imagen institucional.





<b>Sub Total Costos Fijos</b>					<b><u>811.1</u></b>
<b>Costos Variables:</b>					
<u>Adquisición de equipos informáticos</u>					<u>9.5</u>
<u>12 Cursos y 1 ruta piloto de capacitación:</u>	1.9	5	Unidades		
					<u>34.9</u>
Docente (dictado)	75	24	Horas lectivas		1.8
Docente (preparación de materiales)	25	24	Horas de preparación		600
Docente (asesoría - foro)	75	48	Horas de asesoría	4 horas de asesoría por curso	3.6
Emisión de certificados	250	10	Certificados digitales		2.5
<b><u>Sub Total Costos Variables</u></b>					<b><u>652.3</u></b>
<b>COSTO TOTAL</b>					<b>1463.4</b>



## Anexo 11. Validación de la propuesta

### Experto 1



#### Rúbrica de Evaluación de la Propuesta de Innovación en la Gestión Pública en la Pospandemia

INSTRUCCIÓN: estimado evaluador, a continuación, la presente rúbrica permitirá evaluar la pertinencia y coherencia de la propuesta de innovación en la investigación "**Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024**" Por lo que, se le solicita que tenga a bien evaluar, realizando, de ser caso, las sugerencias y observaciones para las correcciones pertinentes.

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Título de la investigación	Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024
Autor(a)	Mendoza Carmen, Segundo Claudio
Programa	PROGRAMA ACADÉMICO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA
Línea de investigación	Reforma y modernización del Estado
Denominación de la propuesta	Gestión eficaz de la comunicación en una gerencia sub regional de Amazonas

Criterios
1. Identificación del Problema
2. Fundamentación
3. Objetivos de la Investigación
4. Aspectos Innovadores y creativos
5. Impacto y Aplicabilidad
6. Cronograma y Presupuesto

Nota: Criterios adaptados de la rúbrica de Logros de Competencias UCV-2024

El Baremo, los criterios e indicadores de validación son:

#### Baremo de Evaluación

- **Nivel Insuficiente:** 1-4 puntos
- **Nivel Básico:** 5-7 puntos
- **Nivel Satisfactorio:** 8-9 puntos
- **Nivel Excelente:** 10 puntos

criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
<b>1. Identificación del Problema (20)</b>	<b>Contextualización (10)</b>	El problema no es claro ni específico.	El problema es algo claro pero no específico o relevante.	El problema es claro, específico y relevante.	El problema es muy claro, específico, relevante y bien contextualizado dentro de la administración de la educación.
	<b>Justificación (10)</b>	No se justifica adecuadamente la importancia del problema.	La justificación es limitada en términos de impacto y relevancia.	La justificación es clara en términos de impacto y relevancia.	La justificación es muy clara y convincente en términos de impacto en la educación, administración y política educativa.
<b>2. Fundamentación (20)</b>	<b>Teoría y Literatura (10)</b>	Uso inadecuado o ausente de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso limitado de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso adecuado de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso muy adecuado y extenso de fundamentos teóricos y revisión de literatura pertinente.
	<b>Metodología (10)</b>	Metodología inadecuada o no descrita.	Metodología poco clara o incompleta.	Metodología clara y adecuada.	Metodología muy clara, detallada y adecuada para abordar el problema.
<b>3. Objetivos de la Investigación (20)</b>	<b>Objetivo General (10)</b>	No se define un objetivo general claro.	El objetivo general es poco claro o no está bien formulado.	El objetivo general es claro y bien formulado.	El objetivo general es muy claro, bien formulado y guía adecuadamente la propuesta.
	<b>Objetivos Específicos (10)</b>	No se definen objetivos específicos o	Los objetivos específicos son limitados o	Los objetivos específicos son claros, medibles y alcanzables.	Los objetivos específicos son muy claros, medibles,

criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
		son inadecuados.	poco relevantes.		alcanzables y relevantes para la propuesta.
<b>4. Aspectos Innovadores y creativos (20)</b>	<b>Enfoque Innovador (10)</b>	Propuesta sin elementos innovadores claros ni desarrollo de soluciones creativas.	Propuesta con algunos elementos innovadores pero poco claros o desarrollados.	Propuesta innovadora con enfoques y soluciones creativas.	Propuesta altamente innovadora, con enfoques y soluciones creativas bien desarrolladas, integrando nuevas tecnologías o met
	<b>Soluciones Creativas (10)</b>	No se desarrollan soluciones creativas.	Las soluciones creativas son limitadas o poco prácticas.	Las soluciones creativas son adecuadas y prácticas.	Las soluciones creativas son muy adecuadas, prácticas y bien fundamentadas.
<b>5. Impacto y Aplicabilidad (20)</b>	<b>Impacto en la mejora de los servicios publicos de la entidad estatal(10)</b>	No se describe adecuadamente el posible impacto en la mejora de los servicios publicos de la entidad estatal	La descripción de Impacto en la mejora de los servicios publicos de la entidad estatal es limitada.	La descripción de futuro impacto en la mejora de los servicios publicos de la entidad estatal es clara y adecuada.	La descripción del futuro impacto mejora de los servicios publicos de la entidad estatal es muy clara, detallada y convincente.
	<b>Aplicabilidad (10)</b>	No se demuestra adecuadamente la aplicabilidad de los resultados.	La aplicabilidad de los resultados es limitada o poco clara.	La aplicabilidad de los resultados es clara y adecuada.	La aplicabilidad de los resultados es muy clara, detallada y convincente.
<b>6. Cronograma y Presupuesto (20)</b>	<b>Cronograma Detallado (10)</b>	El cronograma es inadecuado o está ausente.	El cronograma es limitado o poco detallado.	El cronograma es claro y detallado.	El cronograma es muy claro, detallado y bien estructurado.

Criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
	<b>Presupuesto Justificado (10)</b>	El presupuesto es inadecuado o no está justificado.	El presupuesto es limitado o poco justificado.	El presupuesto es claro y adecuadamente justificado.	El presupuesto es muy claro, detallado y muy bien justificado.


**Puntuación Total:**

- **91-120 puntos:** Excelente
- **77-90 puntos:** Muy bueno
- **64-76 puntos:** Bueno.
- **41-63 puntos:** Satisfactorio
- **0-40 puntos:** Insuficiente

**Propuesta de Innovación en la Gestión Pública en la Pospandemia se considera:**

**Excelente**

**Observaciones:**

<b>Datos del personal experto</b>	
Nombres y apellidos del experto	Liz Karim Rumiche Irigoín
Documento de identidad	Ingeniera Empresarial 71592850
Años de experiencia en el área	06 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión pública
Nacionalidad	Peruana
Institución	Municipalidad de Catache
Cargo	Especialista administrativo
Número telefónico	901728134
Firma	
Fecha	<b>10/07/2024</b>



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Jefe de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra previamente inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **RUMICHE IRIGOIN**  
Nombres **LIZ KARIM**  
Tipo de Documento de Identidad **DNI**  
Numero de Documento de Identidad **71592850**

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**  
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**  
Secretario General **LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA**  
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**  
Denominación **MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA**  
Fecha de Expedición **25/11/20**  
Resolución/Acta **0369-2020-UCV**  
Diploma **052-096541**  
Fecha Matrícula **01/02/2019**  
Fecha Egreso **09/08/2020**

Fecha de emisión de la constancia:  
02 de Junio de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000762341

**JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA**  
JEFA

Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.  
Fecha: 02/06/2022 22:31:07-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

## Experto 2



### Rúbrica de Evaluación de la Propuesta de Innovación en la Gestión Pública en la Pospandemia

INSTRUCCIÓN: estimado evaluador, a continuación, la presente rúbrica permitirá evaluar la pertinencia y coherencia de la propuesta de innovación en la investigación "**Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024**". Por lo que, se le solicita que tenga a bien evaluar, realizando, de ser caso, las sugerencias y observaciones para las correcciones pertinentes.

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Título de la investigación	Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024
Autor(a)	Mendoza Carmen, Segundo Claudio
Programa	PROGRAMA ACADÉMICO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA
Línea de investigación	Reforma y modernización del Estado
Denominación de la propuesta	Gestión eficaz de la comunicación en una gerencia sub regional de Amazonas

Criterios
1. Identificación del Problema
2. Fundamentación
3. Objetivos de la Investigación
4. Aspectos Innovadores y creativos
5. Impacto y Aplicabilidad
6. Cronograma y Presupuesto

Nota: Criterios adaptados de la rúbrica de Logros de Competencias UCV-2024

El Baremo, los criterios e indicadores de validación son:

#### Baremo de Evaluación

- **Nivel Insuficiente:** 1-4 puntos
- **Nivel Básico:** 5-7 puntos
- **Nivel Satisfactorio:** 8-9 puntos
- **Nivel Excelente:** 10 puntos

criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
<b>1. Identificación del Problema (20)</b>	<b>Contextualización (10)</b>	El problema no es claro ni específico.	El problema es algo claro pero no específico o relevante.	El problema es claro, específico y relevante.	El problema es muy claro, específico, relevante y bien contextualizado dentro de la administración de la educación.
	<b>Justificación (10)</b>	No se justifica adecuadamente la importancia del problema.	La justificación es limitada en términos de impacto y relevancia.	La justificación es clara en términos de impacto y relevancia.	La justificación es muy clara y convincente en términos de impacto en la educación, administración y política educativa.
<b>2. Fundamentación (20)</b>	<b>Teoría y Literatura (10)</b>	Uso inadecuado o ausente de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso limitado de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso adecuado de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso muy adecuado y extenso de fundamentos teóricos y revisión de literatura pertinente.
	<b>Metodología (10)</b>	Metodología inadecuada o no descrita.	Metodología poco clara o incompleta.	Metodología clara y adecuada.	Metodología muy clara, detallada y adecuada para abordar el problema.
<b>3. Objetivos de la Investigación (20)</b>	<b>Objetivo General (10)</b>	No se define un objetivo general claro.	El objetivo general es poco claro o no está bien formulado.	El objetivo general es claro y bien formulado.	El objetivo general es muy claro, bien formulado y guía adecuadamente la propuesta.
	<b>Objetivos Específicos (10)</b>	No se definen objetivos específicos o	Los objetivos específicos son limitados o	Los objetivos específicos son claros, medibles y alcanzables.	Los objetivos específicos son muy claros, medibles,

criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
		son inadecuados.	poco relevantes.		alcanzables y relevantes para la propuesta.
<b>4. Aspectos Innovadores y creativos (20)</b>	<b>Enfoque Innovador (10)</b>	Propuesta sin elementos innovadores claros ni desarrollo de soluciones creativas.	Propuesta con algunos elementos innovadores pero poco claros o desarrollados.	Propuesta innovadora con enfoques y soluciones creativas.	Propuesta altamente innovadora, con enfoques y soluciones creativas bien desarrolladas, integrando nuevas tecnologías o met
	<b>Soluciones Creativas (10)</b>	No se desarrollan soluciones creativas.	Las soluciones creativas son limitadas o poco prácticas.	Las soluciones creativas son adecuadas y prácticas.	Las soluciones creativas son muy adecuadas, prácticas y bien fundamentadas.
<b>5. Impacto y Aplicabilidad (20)</b>	<b>Impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal(10)</b>	No se describe adecuadamente el posible impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal.	La descripción de Impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal es limitada.	La descripción de futuro impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal es clara y adecuada.	La descripción del futuro impacto mejora de los servicios públicos de la entidad estatal es muy clara, detallada y convincente.
	<b>Aplicabilidad (10)</b>	No se demuestra adecuadamente la aplicabilidad de los resultados.	La aplicabilidad de los resultados es limitada o poco clara.	La aplicabilidad de los resultados es clara y adecuada.	La aplicabilidad de los resultados es muy clara, detallada y convincente.
<b>6. Cronograma y Presupuesto (20)</b>	<b>Cronograma Detallado (10)</b>	El cronograma es inadecuado o está ausente.	El cronograma es limitado o poco detallado.	El cronograma es claro y detallado.	El cronograma es muy claro, detallado y bien estructurado.



criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
	<b>Presupuesto Justificado (10)</b>	El presupuesto es inadecuado o no está justificado.	El presupuesto es limitado o poco justificado.	El presupuesto es claro y adecuadamente justificado.	El presupuesto es muy claro, detallado y muy bien justificado.


**Puntuación Total:**

- **91-120 puntos:** Excelente
- **77-90 puntos:** Muy bueno
- **64-76 puntos:** Bueno.
- **41-63 puntos:** Satisfactorio
- **0-40 puntos:** Insuficiente

**Propuesta de Innovación en la Gestión Pública en la Pospandemia se considera:**

**Excelente**

**Observaciones:**

<b>Datos del personal experto</b>	
Nombres y apellidos del experto	Edgardo Guillen Díaz Rojas
Documento de identidad	41476304
Años de experiencia en el área	05 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión Publica
Nacionalidad	Peruano
Institución	Instituto Nacional de Innovación Gerencia Sub Regional Bagua
Cargo	Jefe de Recursos Humanos
Número telefónico	962859140
Firma	
Fecha	<b>10/07/2024</b>



PERÚ

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Registro y Reconocimiento de Grados y Títulos e Información Universitaria

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Registro y Reconocimiento de Grados y Títulos e Información Universitaria, a través del Ejecutivo (e) de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **DIAZ ROJAS**  
Nombres **EDGARDO GUILLEN**  
Tipo de Documento de Identidad **DNI**  
Numero de Documento de Identidad **41476304**

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO**  
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**  
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**  
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**  
Denominación **MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**  
Fecha de Expedición **28/12/18**  
Resolución/Acta **0451-2018-UCV**  
Diploma **052-051636**  
Fecha Matrícula **22/04/2017**  
Fecha Egreso **12/08/2018**

Fecha de emisión de la constancia:  
03 de Agosto de 2024



CÓDIGO VIRTUAL 0002031768



Firmado digitalmente por:  
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACION  
SUPERIOR UNIVERSITARIA  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.  
Fecha: 03/08/2024 17:32:40-0500

**ROLANDO RUIZ LLATANCE**  
**EJECUTIVO (e)**  
Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

## Experto 3



### Rúbrica de Evaluación de la Propuesta de Innovación en la Gestión Pública en la Pospandemia

INSTRUCCIÓN: estimado evaluador, a continuación, la presente rúbrica permitirá evaluar la pertinencia y coherencia de la propuesta de innovación en la investigación "**Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024**". Por lo que, se le solicita que tenga a bien evaluar, realizando, de ser caso, las sugerencias y observaciones para las correcciones pertinentes.

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Título de la investigación	Gestión de la comunicación e imagen institucional en una Gerencia Sub Regional de Amazonas, 2024
Autor(a)	Mendoza Carmen, Segundo Claudio
Programa	PROGRAMA ACADÉMICO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA
Línea de investigación	Reforma y modernización del Estado
Denominación de la propuesta	Gestión eficaz de la comunicación en una gerencia sub regional de Amazonas

Criterios
1. Identificación del Problema
2. Fundamentación
3. Objetivos de la Investigación
4. Aspectos Innovadores y creativos
5. Impacto y Aplicabilidad
6. Cronograma y Presupuesto

Nota: Criterios adaptados de la rúbrica de Logros de Competencias UCV-2024

El Baremo, los criterios e indicadores de validación son:

#### Baremo de Evaluación

- **Nivel Insuficiente:** 1-4 puntos
- **Nivel Básico:** 5-7 puntos
- **Nivel Satisfactorio:** 8-9 puntos
- **Nivel Excelente:** 10 puntos

criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
<b>1. Identificación del Problema (20)</b>	<b>Contextualización (10)</b>	El problema no es claro ni específico.	El problema es algo claro pero no específico o relevante.	El problema es claro, específico y relevante.	El problema es muy claro, específico, relevante y bien contextualizado dentro de la administración de la educación.
	<b>Justificación (10)</b>	No se justifica adecuadamente la importancia del problema.	La justificación es limitada en términos de impacto y relevancia.	La justificación es clara en términos de impacto y relevancia.	La justificación es muy clara y convincente en términos de impacto en la educación, administración y política educativa.
<b>2. Fundamentación (20)</b>	<b>Teoría y Literatura (10)</b>	Uso inadecuado o ausente de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso limitado de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso adecuado de fundamentos teóricos y revisión de literatura.	Uso muy adecuado y extenso de fundamentos teóricos y revisión de literatura pertinente.
	<b>Metodología (10)</b>	Metodología inadecuada o no descrita.	Metodología poco clara o incompleta.	Metodología clara y adecuada.	Metodología muy clara, detallada y adecuada para abordar el problema.
<b>3. Objetivos de la Investigación (20)</b>	<b>Objetivo General (10)</b>	No se define un objetivo general claro.	El objetivo general es poco claro o no está bien formulado.	El objetivo general es claro y bien formulado.	El objetivo general es muy claro, bien formulado y guía adecuadamente la propuesta.
	<b>Objetivos Específicos (10)</b>	No se definen objetivos específicos o	Los objetivos específicos son limitados o	Los objetivos específicos son claros, medibles y alcanzables.	Los objetivos específicos son muy claros, medibles,

criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
		son inadecuados.	poco relevantes.		alcanzables y relevantes para la propuesta.
<b>4. Aspectos Innovadores y creativos (20)</b>	<b>Enfoque Innovador (10)</b>	Propuesta sin elementos innovadores claros ni desarrollo de soluciones creativas.	Propuesta con algunos elementos innovadores pero poco claros o desarrollados.	Propuesta innovadora con enfoques y soluciones creativas.	Propuesta altamente innovadora, con enfoques y soluciones creativas bien desarrolladas, integrando nuevas tecnologías o met
	<b>Soluciones Creativas (10)</b>	No se desarrollan soluciones creativas.	Las soluciones creativas son limitadas o poco prácticas.	Las soluciones creativas son adecuadas y prácticas.	Las soluciones creativas son muy adecuadas, prácticas y bien fundamentadas.
<b>5. Impacto y Aplicabilidad (20)</b>	<b>Impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal(10)</b>	No se describe adecuadamente el posible impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal.	La descripción de Impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal es limitada.	La descripción de futuro impacto en la mejora de los servicios públicos de la entidad estatal es clara y adecuada.	La descripción del futuro impacto mejora de los servicios públicos de la entidad estatal es muy clara, detallada y convincente.
	<b>Aplicabilidad (10)</b>	No se demuestra adecuadamente la aplicabilidad de los resultados.	La aplicabilidad de los resultados es limitada o poco clara.	La aplicabilidad de los resultados es clara y adecuada.	La aplicabilidad de los resultados es muy clara, detallada y convincente.
<b>6. Cronograma y Presupuesto (20)</b>	<b>Cronograma Detallado (10)</b>	El cronograma es inadecuado o está ausente.	El cronograma es limitado o poco detallado.	El cronograma es claro y detallado.	El cronograma es muy claro, detallado y bien estructurado.

criterio	Indicador	Nivel Insuficiente (1-4)	Nivel Básico (5-7)	Nivel Satisfactorio (8-9)	Nivel Excelente (10)
	<b>Presupuesto Justificado (10)</b>	El presupuesto es inadecuado o no está justificado.	El presupuesto es limitado o poco justificado.	El presupuesto es claro y adecuadamente justificado.	El presupuesto es muy claro, detallado y muy bien justificado.

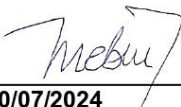
**Puntuación Total:**

- **91-120 puntos:** Excelente
- **77-90 puntos:** Muy bueno
- **64-76 puntos:** Bueno.
- **41-63 puntos:** Satisfactorio
- **0-40 puntos:** Insuficiente

**Propuesta de Innovación en la Gestión Pública en la Pospandemia se considera:**

**Excelente**

**Observaciones:**

<b>Datos del personal experto</b>	
Nombres y apellidos del experto	Manuel Hamilthon Cabañas López
Documento de identidad	Licenciado en ciencias de la comunicación 33431280
Años de experiencia en el área	07 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión pública
Nacionalidad	Peruano
Institución	Sede del Gobierno Regional de Amazonas
Cargo	Sub Gerente de Cooperación Internacional
Número telefónico	968950833
Firma	
Fecha	<b>10/07/2024</b>



PERÚ

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Registro y Reconocimiento de Grados y Títulos e Información Universitaria

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Registro y Reconocimiento de Grados y Títulos e Información Universitaria, a través del Ejecutivo (e) de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **CABAÑAS LOPEZ**  
Nombres **MANUEL HAMILTHON**  
Tipo de Documento de Identidad **DNI**  
Numero de Documento de Identidad **33431280**

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**  
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**  
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**  
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**  
Denominación **MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**  
Fecha de Expedición **15/04/19**  
Resolución/Acta **0103-2019-UCV**  
Diploma **052-060565**  
Fecha Matrícula **04/01/2013**  
Fecha Egreso **28/12/2014**

Fecha de emisión de la constancia:  
03 de Agosto de 2024



CÓDIGO VIRTUAL 0002031764



Firmado digitalmente por:  
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACION  
SUPERIOR UNIVERSITARIA  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.

Fecha: 03/08/2024 17:28:08-0500

**ROLANDO RUIZ LLATANCE**  
**EJECUTIVO (e)**

Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.