



UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

TESIS

**“EL PERIODISMO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE JANGAS, HUARAZ 2024”**

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autora:

Bach. Vargas Huamán, Stefani Franci

Asesor:

Mg. Narváez Pomiano, Ernesto Filomeno

 <https://orcid.org/0000-0002-7180-8504>

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación organizacional y gubernamental

Huaraz – Perú

2025





ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huaraz, siendo las 09:00 horas del día jueves 05 de junio del 2025, se reunieron los Miembros del Jurado de Sustentación de Tesis en acto público en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo para evaluar la defensa de la tesis presentada por la bachiller:

Nombre(s) y Apellidos	Programa de Estudios
Stefani Franci VARGAS HUAMÁN	Ciencias de la Comunicación

TÍTULO DE LA TESIS:

EL PERIODISMO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JANGAS, HUARAZ 2024

Después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las preguntas formuladas por el Jurado, se le declara APTA para optar el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Con el calificativo de (14) catorce a la Bach. Stefani Franci VARGAS HUAMÁN

En consecuencia, la sustentante queda en condición de recibir el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, con mención en su carrera, conferido por el Consejo Universitario de la UNASAM de conformidad con las Normas Estatutarias y la Ley Universitaria en vigencia.

Huaraz, 05 de junio del 2025



Mag. Jim Leopoldo MONTALVO CÁRDENAS
Presidente



Mag. Edgar Alberto HERRERA TUYA
Secretario



Mag. Jaime Teodoro DEXTRE RODRÍGUEZ
Vocal



INFORME DE CONFORMIDAD

Que, en mi condición de Presidente de Jurado de sustentación de tesis hago constar que las observaciones dadas después de la defensa de la tesis, han sido subsandadas post sustentación de la tesis titulada:

EL PERIODISMO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JANGAS, HUARAZ 2024

RESPONSABLE:

Stefani Franci VARGAS HUAMÁN

PROGRAMA DE ESTUDIOS:

Ciencias de la Comunicación


RÉGIMEN DE ESTUDIOS:

Regular

Se informa que las observaciones realizadas al informe de tesis han sido subsanadas, por lo cual se emite el presente informe para su conocimiento y demás fines.

Huaraz, 15 de julio del 2025

Atentamente,


Mag. Jim Leopoldo MONTALVO CÁRDENAS
Presidente de Jurado



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD N° 296-2025

EL DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNASAM;

HACE CONSTAR:

Que, el informe de tesis titulado **EL PERIODISMO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JANGAS, HUARAZ 2024**, presentado por la bachiller: **Stefani Franci VARGAS HUAMÁN**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Ciencias de la Comunicación**, cumple con los estándares de originalidad establecidos por esta casa de estudios.

El análisis de similitud realizado sobre el mencionado informe determinó un **15 %** de coincidencia, valor que se encuentra dentro del rango aceptable según lo dispuesto en el artículo 11 del Reglamento de Evaluación de Originalidad de la UNASAM, aprobado mediante **Resolución del Consejo Universitario N° 126-2022- UNASAM** y detallado en su Anexo 1.

Esta constancia se emite con base en el informe de originalidad presentado por el docente asesor **Mag. Ernesto Filomeno NARVÁEZ POMIANO**, quien avala el cumplimiento de los criterios establecidos.

Se expide la presente constancia a solicitud de la interesada para los fines que considere pertinente.

Huaraz, 03 de septiembre del 2025


Dr. César H. Brito Mallqui
Director de la Unidad de Investigación
FCSEC-UNASAM

Anexo de la R.C.U N° 126 -2022 -UNASAM
ANEXO 1
INFORME DE SIMILITUD.

El que suscribe (asesor) del trabajo de investigación titulado:

“EL PERIODISMO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JANGAS,
HUARAZ 2024”

Presentado por: Bach. VARGAS HUAMÁN, Stefani Franci

con DNI N°: 47993374

para optar el Título Profesional de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Informe que el documento del trabajo anteriormente indicado ha sido sometido a revisión, mediante la plataforma de evaluación de similitud, conforme al Artículo 11° del presente reglamento y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de :15..... de similitud.

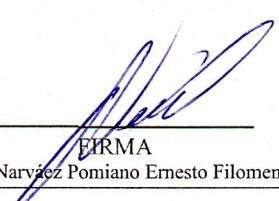
Evaluación y acciones del reporte de similitud de los trabajos de los estudiantes/ tesis de pre grado (Art. 11, inc. 1).

Porcentaje			
Trabajos de estudiantes	Tesis de pregrado	Evaluación y acciones	Seleccione donde corresponda <input type="radio"/>
Del 1 al 30%	Del 1 al 25%	Esta dentro del rango aceptable de similitud y podrá pasar al siguiente paso según sea el caso.	<input checked="" type="radio"/>
Del 31 al 50%	Del 26 al 50%	Se debe devolver al estudiante o egresado para las correcciones con las sugerencias que amerita y que se presente nuevamente el trabajo.	<input type="radio"/>
Mayores a 51%	Mayores a 51%	El docente o asesor que es el responsable de la revisión del documento emite un informe y el autor recibe una observación en un primer momento y si persistiese el trabajo es invalidado.	<input type="radio"/>

Por tanto, en mi condición de Asesor/ Jefe de Grados y Títulos de la EPG UNASAM/ Director o Editor responsable, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera hoja del reporte del software anti-plagio.

Huaraz, 16/07/2025

Apellidos y Nombres:


FIRMA
Narváez Pomiano Ernesto Filomeno

DNI N°:

31612747

Se adjunta:

1. Reporte completo Generado por la plataforma de evaluación de similitud

Stefani Vargas Huaman

INFORME DE TESIS 2024 stef (1) culminado.pdf

 Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::8100:474217409

Fecha de entrega

16 jul 2025, 9:46 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

16 jul 2025, 9:55 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

INFORME DE TESIS 2024 stef (1) culminado.pdf

Tamaño de archivo

3.0 MB

91 Páginas

15.443 Palabras

91.469 Caracteres

15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 13%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 8%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A Dios, mis padres, mi hijo
Adriano y pareja; por su apoyo
incondicional.

La tesista.

AGRADECIMIENTO

A nuestros docentes de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación, de manera especial a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación por su formación integral que me brindaron para desempeñarme como profesional.

A mi asesor, el Mag. Ernesto Narváz Pomiano por apoyarme y guiarme durante todo el proceso de la elaboración de la presente tesis.

A los colaboradores del Área de Imagen de la Municipalidad Distrital de Jangas, por su colaboración para la culminación de este trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación, titulada *El periodismo institucional de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024*, tuvo como propósito analizar cómo se manifiesta el periodismo institucional desde la percepción de los pobladores del distrito. El objetivo general fue caracterizar la forma en que se presenta el periodismo institucional en dicha municipalidad, considerando una muestra de 308 habitantes del distrito de Jangas.

Se adoptó una metodología con enfoque cuantitativo, utilizando un diseño no experimental y de corte transversal. La recolección de datos se realizó mediante una encuesta estructurada de 20 ítems, basada en tres dimensiones del periodismo institucional: informativa, persuasiva y explicativa.

Los resultados obtenidos revelan percepciones mixtas entre los ciudadanos: el 45.4 % de los encuestados considera que el nivel del periodismo institucional es bajo o muy bajo, mientras que el 38.3 % lo percibe como alto o muy alto. Asimismo, se destaca que la dimensión informativa obtuvo un 48 % de valoraciones negativas, seguida por la dimensión explicativa (48.1 %) y la dimensión persuasiva (45.4 %).

Estos hallazgos evidencian importantes carencias en la gestión comunicacional de la municipalidad, particularmente en cuanto a la claridad, profundidad y capacidad de persuasión de sus mensajes. En consecuencia, se concluye que es urgente fortalecer el periodismo institucional mediante estrategias de comunicación más claras, éticas y efectivas, que permitan mejorar la percepción ciudadana, aumentar la transparencia y fomentar una relación más participativa y de confianza entre el gobierno local y la comunidad.

Palabras clave: Periodismo institucional, comunicación institucional, percepción ciudadana, municipalidad.

ABSTRACT

The research on Institutional Journalism of City Hall Municipality of Jangas, Huaraz 2024, sought to explore the development of institutional journalism from the perspective of the residents of Jangas. The general objective was to characterize how institutional journalism is conducted within the City Hall of Jangas, Huaraz 2024. The specific objectives were as follows: To analyze the presentation of the informative dimension of institutional journalism in the City Hall of Jangas, Huaraz 2024, To examine the presentation of the persuasive dimension of institutional journalism in the same institution and to assess the presentation of the explanatory dimension of institutional journalism in the City Hall of Jangas, Huaraz 2024.

The research was based on a sample of 308 residents. A quantitative methodology was employed, utilizing a non-experimental, cross-sectional design. Data were collected through a 20-item survey administered to the district's residents.

The statistical analysis revealed that 29.2% of respondents perceived the level of institutional journalism as very low, while 26% rated it as very high. Overall, 45.4% reported low or very low levels, in contrast to 38.3% who observed high or very high levels. These findings underscore the necessity of enhancing the management of institutional journalism in the District Municipality of Jangas.

Key word: Institutional journalism.

INTRODUCCIÓN

Explorar el periodismo institucional como una herramienta estratégica de comunicación utilizada por instituciones gubernamentales y organizaciones públicas es fundamental, ya que desempeña un papel clave en la construcción de la imagen institucional, la transparencia y la relación con la ciudadanía. Esto resulta especialmente relevante a nivel local, como en el caso de un municipio distrital, donde el periodismo institucional se convierte en un medio esencial de interacción entre el gobierno local y la comunidad, impactando directamente en la percepción y la confianza de los ciudadanos en su administración.

El propósito de esta investigación fue analizar cómo se manifiesta el periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz, en el año 2024. En consecuencia, el estudio se estructura en tres capítulos interrelacionados:

El Capítulo I aborda el problema y la metodología de la investigación, presentando un análisis detallado del problema, la formulación de los objetivos tanto general como específicos, la justificación del estudio, la operacionalización de las variables y el enfoque metodológico empleado.

El Capítulo II presenta el marco teórico de la investigación, el cual incluye antecedentes a nivel internacional, nacional y local. Asimismo, se desarrolla el fundamento teórico de la variable de estudio, respaldado por diversos autores, y se incorporan las definiciones de los términos clave utilizados en el estudio.

El Capítulo III presenta los resultados de la investigación, detallando el trabajo de campo realizado mediante un cuestionario de 20 ítems, así como la presentación e interpretación de los datos obtenidos. En la discusión de los hallazgos, los resultados fueron contrastados con el marco teórico y las conclusiones de estudios previos, lo que permitió sustentar y contextualizar los principales aportes del estudio.

Además, se incluyen las conclusiones y recomendaciones derivadas de esta investigación. Se presentan también las referencias bibliográficas y los anexos, que contienen las piezas comunicacionales utilizadas en el estudio. El objetivo de este trabajo fue contribuir al entendimiento de la percepción del periodismo institucional en los municipios distritales y destacar las áreas de mejora en la comunicación gubernamental, con el fin de fortalecer la efectividad y la transparencia de las comunicaciones institucionales, fomentando una relación más sólida entre el gobierno local y la comunidad.

SUMARIO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN, PALABRAS CLAVE.....	iv
ABSTRACT, KEY WORD.....	v
INTRODUCCIÓN.....	vi
SUMARIO.....	viii

Capítulo I: PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. El problema de investigación.....	10
1.1.1. Planteamiento del problema.....	10
1.1.2. Formulación de problemas.....	13
➤ Problema general.....	13
➤ Problemas específicos.....	14
1.2. Objetivos de la investigación.....	14
1.2.1. Objetivo general.	14
1.2.2. Objetivos específicos.	14
1.3. Justificación de la investigación.....	15
1.4. Hipótesis.	17
1.4.1. Clasificación de Variables.	17
1.4.2. Operacionalización de variables.	17
1.5. Metodología de la investigación.....	20
1.5.1. Tipo de estudio.	20
1.5.2. El diseño de investigación.	21
1.5.3. Población y muestra.....	22
1.5.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23

1.5.5. Técnicas de análisis y prueba de hipótesis.....	24
Capítulo II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	
2.1. Antecedentes de la investigación.....	25
2.2. Bases teóricas	28
2.3. Definición conceptual.	42
Capítulo III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. Descripción del trabajo de campo.....	44
3.2. Presentación resultados y prueba de hipótesis.....	45
3.3. Discusión de resultados.....	49
3.4. Adopción de decisiones.....	52
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	58
ANEXOS.....	66
Matriz de consistencia de la investigación.	66
Instrumentos de recolección de datos.....	67
Tablas y figuras.....	79

Capítulo I: PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1- El problema de Investigación

1.1.1.- Planteamiento del problema

El periodismo institucional, como herramienta de comunicación estratégica empleada por instituciones gubernamentales y organizaciones públicas, desempeña un papel fundamental en la construcción de la imagen institucional, la transparencia y la relación con la ciudadanía. Su relevancia es especialmente notable a nivel local, como en el caso de un municipio distrital, donde se convierte en un medio clave de interacción entre el gobierno local y la comunidad, influyendo directamente en la percepción y confianza de los ciudadanos respecto a la transparencia de su administración.

En el caso de la presente investigación, se ha identificado que la Municipalidad Distrital de Jangas emplea diversas expresiones del periodismo institucional, tales como: boletines informativos —en formato impreso o digital—; redes sociales oficiales, como el Facebook institucional, donde se publican comunicados, coberturas de eventos en tiempo real, videos informativos cortos, infografías, transmisiones en vivo, notas de prensa e interacciones con la ciudadanía; y el portal institucional, en el que se difunden noticias, servicios, convocatorias, ordenanzas, presupuesto participativo y otros datos de interés público.

Desde el año 2021, se evidencia la presencia de comunicadores profesionales a cargo de la Oficina de Imagen Institucional, quienes han comenzado a desarrollar géneros periodísticos para difundir las actividades y logros de la municipalidad. Asimismo, se han producido publicaciones como boletines informativos y transmisiones en vivo con contenido relevante para la población. Estas acciones han sido incorporadas en el Plan de Comunicación de la entidad durante dicho periodo.

Cabe destacar que la estructura organizacional influye directamente en estas prácticas comunicativas, ya que las decisiones estratégicas son tomadas por el alcalde del distrito de Jangas y la Oficina General de Administración, lo cual condiciona el enfoque, la oportunidad y los contenidos del periodismo institucional.

No obstante, el uso del periodismo institucional como recurso para la divulgación de información no garantiza, por sí solo, la generación de credibilidad en la población. Por ejemplo, en el caso de Cerro de Pasco, se evidencia que más del 34.9 % de los pobladores desconfía de las publicaciones institucionales, lo que genera rechazo y una imagen negativa de las autoridades (Encarnación, 2019).

Sin embargo, a pesar de su relevancia, el periodismo institucional en los municipios distritales enfrenta frecuentemente una serie de desafíos y cuestionamientos que afectan su efectividad. Por ejemplo, en la cobertura de eventos de la Municipalidad Distrital de Jangas, se observa una priorización exclusiva de la imagen de las autoridades, en lugar de enfocarse en la institución o en la población, que es, en realidad, la parte más relevante y directamente involucrada (Anexos N.º 03 y N.º 04).

La redacción periodística en las publicaciones de la Municipalidad de Jangas presenta debilidades significativas en cuanto a coherencia y cohesión, lo cual afecta negativamente la claridad y efectividad del mensaje institucional. La omisión de las 5W limita el desarrollo lógico de las ideas, mientras que el uso excesivo de lenguaje técnico y la ausencia de conectores adecuados generan confusión y dificultan la comprensión por parte de la ciudadanía, tal como se evidencia en los Anexos N.º 05 y N.º 06.

En el contexto del periodismo institucional, la coherencia y la cohesión no son únicamente aspectos formales del lenguaje, sino elementos fundamentales para garantizar una comunicación clara, accesible y transparente. Su ausencia compromete

la credibilidad de la institución y dificulta el cumplimiento de su función informativa. Por ello, resulta urgente fortalecer las capacidades comunicativas del personal encargado de la redacción institucional, promoviendo una escritura más ordenada, articulada y orientada a las necesidades de la ciudadanía.

Debido a la falta de un enfoque adecuado en el área de comunicación, las deficiencias son evidentes, reflejándose en la ausencia de una estrategia centrada en la producción y difusión de contenido informativo por parte del municipio. Esta estrategia debería tener como objetivo informar, persuadir, educar o influir en su audiencia, que incluye a empleados, ciudadanos, clientes, actores clave (stakeholders) y, especialmente, a los habitantes del distrito de Jangas.

Estas deficiencias se evidencian en diversos aspectos. Por ejemplo, según el director de Imagen Institucional de la comuna, durante el periodo 2023-2024 la municipalidad no empleó adecuadamente las herramientas tecnológicas, comunicacionales y organizativas necesarias para una comunicación institucional efectiva, como en el caso de las notas de prensa. A pesar de contar con medios de comunicación locales y provinciales, dichas notas no se distribuyen en ninguno de ellos. Asimismo, la municipalidad carece de un sitio web institucional que permita la publicación de contenidos con mayor profundidad y transparencia, utilizando únicamente su página de Facebook como principal medio de difusión.

La falta de transparencia en la información representa otro problema significativo. Aunque en su boletín informativo la municipalidad afirma avances en su gestión, los datos de Consulta Amigable revelan una baja ejecución del gasto en proyectos correspondientes a la Municipalidad de Jangas, lo que evidencia una discrepancia entre lo comunicado y la realidad (Anexo N.º 07).

Además, la municipalidad no realiza entrevistas ni emite declaraciones oficiales que permitan brindar información detallada y relevante. En el caso de los eventos institucionales, las publicaciones se limitan a imágenes y transmisiones en vivo, sin un relato informativo adecuado. Esta situación puede generar un mayor desconocimiento por parte de la población sobre las actividades y servicios ofrecidos por la Municipalidad Distrital de Jangas, así como una posible distorsión de la información relacionada con sus acciones internas y externas. Las causas de estas deficiencias son diversas, pero entre las principales se encuentran la falta de proyección institucional, la desinformación sobre las actividades municipales, la escasez de herramientas de comunicación para emitir mensajes claros y veraces, y la limitada potenciación de los canales informativos existentes.

Este estudio contribuirá al conocimiento sobre la percepción del periodismo institucional en los municipios distritales y permitirá identificar áreas de mejora en la comunicación gubernamental. Los resultados ofrecerán recomendaciones orientadas a fortalecer la efectividad y la transparencia de las comunicaciones institucionales, promoviendo una relación más sólida y participativa entre el gobierno local y la comunidad.

1.1.2. Formulación de problemas

Problema general

¿Cuál es la percepción de los pobladores de Jangas sobre el periodismo institucional de la Municipalidad Distrital de Jangas 2024?

Problemas específicos

- a) ¿De qué manera se presenta la dimensión informativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024?
- b) ¿De qué manera se presenta la dimensión persuasiva del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024?
- c) ¿De qué manera se presenta la dimensión explicativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024?

1.2.- Objetivos de la investigación

1.2.1.- Objetivo general

Caracterizar de qué manera se presenta el periodismo institucional, desde la percepción de los pobladores, de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.

1.2.2.- Objetivos específicos

- a) Describir la manera en que se presenta la dimensión informativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.
- b) Describir la manera en que se presenta la dimensión persuasiva del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.

- c) Describir la manera en que se presenta la dimensión explicativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.

1.3.- Justificación de la investigación

Justificación Teórica

El presente estudio se sustenta teóricamente en la necesidad de comprender y describir la situación actual del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas. Para ello, se han revisado fuentes académicas relevantes que abordan la comunicación institucional, la gestión de la imagen y el papel del periodismo en las entidades públicas. Este análisis permite examinar si la oficina correspondiente cuenta con un plan estratégico de comunicación, recursos adecuados, así como profesionales competentes y especializados en la materia (Martínez Nicolás, 2006; Beltrán, 2005).

Asimismo, se busca establecer si las acciones comunicacionales contribuyen a la construcción de una imagen positiva de la institución ante la ciudadanía. De este modo, la justificación teórica radica en el aporte que esta investigación realiza al campo de las ciencias de la comunicación, especialmente en lo referente al periodismo institucional, utilizando autores contemporáneos y de referencia académica que fundamentan conceptualmente el estudio (Díaz Bordenave, 1982; Alfaro, 2006).

Justificación Metodológica

Desde el punto de vista metodológico, la investigación adquiere relevancia al abordar una temática poco explorada en el contexto local. Al tratarse de un estudio descriptivo, ha permitido un acercamiento empírico a las características del fenómeno comunicacional en una institución pública, específicamente en lo referente al periodismo institucional. Se empleó un instrumento de recolección de datos cuya confiabilidad fue verificada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, y cuya validez

fue establecida a través del juicio de expertos, lo que garantiza la rigurosidad metodológica del estudio (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2014).

Justificación Práctica

La justificación práctica de este estudio se fundamenta en la aplicabilidad de los resultados obtenidos. Las conclusiones pueden servir como base para futuras investigaciones relacionadas con la comunicación institucional en gobiernos locales. Asimismo, se brindan recomendaciones concretas a la Municipalidad Distrital de Jangas respecto a la importancia de fortalecer su Oficina de Imagen Institucional, promoviendo una gestión estratégica de la comunicación que contribuya a consolidar una imagen corporativa coherente y positiva.

Además, este trabajo beneficiará a los profesionales y egresados de la carrera de Periodismo, al visibilizar nuevas oportunidades laborales en el sector público, especialmente en el ámbito de la comunicación institucional. Finalmente, los resultados permitirán optimizar la difusión de información, fortalecer la confianza ciudadana y promover una gestión pública más transparente, participativa y eficiente, en consonancia con los principios del buen gobierno y la responsabilidad social institucional (Serrano, 2008; Armas, 2011).

1.4.- Hipótesis

Los estudios descriptivos realizan mediciones detalladas. Cuando se mide un fenómeno con la finalidad de describirlo, no necesita de hipótesis, es por eso que este estudio no presenta hipótesis, es por eso que este estudio no presenta hipótesis en su planteamiento (Hernández y Sampieri, 2018).

1.4.1. Clasificación de variables:

Variable 1: periodismo institucional

1.4.2. Operalización de variables:

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Periodismo Institucional	Actividad metodológicamente desarrollada, cuya misión consiste en atender a dos tipos de públicos y su función es recolectar, sintetizar, vulgarizar, jerarquizar y colocar información veraz, responsable, confiable en medios públicos y privados que generen una mayor conciencia de la colectividad con el ente emisor Zavarce (2010).	El periodismo institucional será medido a través de tres dimensiones: informativa, persuasiva y explicativa; a su vez, estas tres dimensiones tomarán en cuenta 15 indicadores, que permitirán conocer la percepción del público.	Dimensión informativa	Claridad de la información	1.-La información proporcionada por la municipalidad distrital de Jangas es fácil de entender
				Exactitud y veracidad	2. Creo que la información que la municipalidad distrital de Jangas brindada es veraz. 3.Tengo confianza en que la municipalidad distrital de Jangas presenta los hechos de manera exacta
				Relevancia	4.Siento que la información proporcionada por la municipalidad distrital de Jangas es relevante para mis necesidades e intereses, 5.Considero que la municipalidad distrital de Jangas aborda temas que son importantes para la comunidad

				Objetividad	en general 6. Percibo que la municipalidad distrital de Jangas presenta los hechos de manera imparcial, sin sesgo ni favoritismos.
				Diversidad de fuentes	7. Las publicaciones de la municipalidad distrital de Jangas se elaboran sobre la base de opiniones de las autoridades 8. Tengo confianza en que la municipalidad distrital de Jangas utiliza diversas fuentes de información en sus mensajes
			Dimensión persuasiva	Claridad de los objetivos	9. La municipalidad distrital de Jangas difunde de manera clara sus objetivos de gestión en la información que publica. 10, Encuentro que la municipalidad distrital de Jangas comunica sus intenciones de manera transparente.
				Capacidad para influir	11. Percibo que la municipalidad distrital de Jangas difunde información que influye en mis decisiones respecto a las acciones que tienen que ver con su gestión (Ejem. Pago de arbitrios, licencias de funcionamiento, cumplimiento de su plan de gobierno, etc)
				Etica en la persuasión	12.-Considero que la municipalidad distrital de Jangas aborda temas de manera ética y responsable en su

					comunicación persuasiva
				Transparencia	13.- Encuentro que la municipalidad distrital de Jangas es transparente en sus comunicaciones por redes sociales.
					14.-Percibo que la información emitida por la municipalidad distrital de Jangas en los medios impresos como: boletines informativos, comunicados y notas de prensa son veraces.
				Feedback del público	15.-Encuentro que La Municipalidad Distrital de Jangas toma en cuenta las opiniones del público en su toma de decisiones municipales
			Dimensión explicativa	Contextualización	16.-Considero que la municipalidad distrital de Jangas publica información importante para el desarrollo de la comunidad
				Análisis y perspectivas múltiples	17.-Creo que las comunicaciones de la municipalidad distrital de Jangas reflejan una variedad de opiniones y enfoques sobre los asuntos de interés de la población
				Profundidad en la	18.-Percibo que la municipalidad

				explicación	distrital de Jangas ofrece explicaciones detalladas y exhaustivas de los temas comunicacionales que aborda
				Usabilidad de la información	19.-Encuentro que la información proporcionada por la municipalidad distrital de Jangas es útil para tomar decisiones informadas
				Fomento del pensamiento crítico	20.- La Municipalidad Distrital de Jangas fomenta la reflexión y el cuestionamiento de la gestión a través de sus publicaciones comunicacionales

1.5. Metodología de la investigación

1.5.1. Tipo de estudio

La metodología empleada en esta investigación corresponde a un enfoque cuantitativo (Fernández, 2022), lo que permitió estimar las magnitudes del fenómeno investigado, en este caso, determinar en qué medida el periodismo institucional de la Municipalidad Distrital de Jangas influye en la población. El alcance o nivel del estudio es descriptivo, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), ya que se describen las características de las dimensiones del periodismo institucional. Este tipo de estudio se llevó a cabo midiendo las características específicas de dicho periodismo en el contexto de la Municipalidad Distrital de Jangas.

La investigación se enmarca dentro de un diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por los habitantes del distrito de Jangas, de los cuales se seleccionó una muestra representativa mediante un muestreo aleatorio simple.

Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario estructurado de 20 ítems, diseñado específicamente para medir las dimensiones del periodismo institucional. Las encuestas fueron aplicadas de forma presencial y anónima, a fin de garantizar respuestas genuinas.

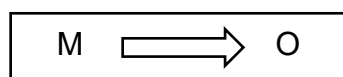
El análisis de los datos se realizó mediante técnicas estadísticas descriptivas, lo que permitió identificar tendencias y niveles de percepción en la población, asegurando la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

1.5.2. El diseño de investigación

En cuanto al diseño de la investigación, se trata de un diseño no experimental, ya que no se manipularán intencionalmente las variables de estudio, sino que se observarán los fenómenos en su entorno natural para su posterior análisis. Además, es un estudio de corte transversal, ya que los datos se recopilarán en un único momento en el tiempo, y de tipo descriptivo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

En este estudio se utilizará el método inductivo, lo que significa que se generalizarán conclusiones a partir de casos particulares. Es decir, utilizando el pensamiento sistémico, las conclusiones de este estudio podrían ser aplicadas a otras entidades similares. Todo esto se enmarca dentro del método científico, que consiste en una serie de procedimientos lógicos.

Así, el diseño de investigación, queda representada de la siguiente manera:



Donde:

M= Muestra

O = Observación

1.5.3. Población y muestra

Población

Se ha considerado como población los usuarios de la Municipalidad Distrital de Jangas, situada en el área urbana, que, para el presente caso, está conformado por 1549 pobladores, de la siguiente manera:

Rango de edades	Población total			Urbana			Rural		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
	2857	1450	1407	1549	754	795	1308	696	612
De 18 a 19 años	166	73	93	82	46	36	84	27	57
De 20 a 24 años	385	199	186	214	111	103	171	88	83
De 25 a 29 años	395	196	199	232	110	122	163	86	77
De 30 a 34 años	397	209	188	219	104	115	178	105	73
De 35 a 39 años	315	173	142	176	88	88	139	85	54
De 40 a 44 años	344	190	154	160	78	82	184	112	72
De 45 a 49 años	275	131	144	149	64	85	126	67	59
De 50 a 54 años	211	108	103	125	63	62	86	45	41
De 55 a 59 años	185	96	89	100	53	47	85	43	42
De 60 a 64 años	184	75	109	92	37	55	92	38	54

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-2023

Muestra

La muestra está conformada por 308 habitantes, sustentado en:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(E^2(N - 1) + Z^2 pq)}$$

N =	1549	Población
Z =	1.96	Nivel de confianza
p =	0.5	Probabilidad de ocurrencia
q =	0.5	Probabilidad de no ocurrencia
E =	0.05	Error sistemático

(n₀) = 308

1.5.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos:

Técnicas

En el presente estudio se usó la encuesta, que es la técnica más apropiada para recopilar datos en muestras mayores.

Instrumentos

Para esta investigación, se utilizó un cuestionario de 20 preguntas con una escala de Likert, conforme a la técnica seleccionada. Además, se sometió el instrumento de recolección de datos al criterio de tres jueces para garantizar su validez. También se realizó una prueba piloto de la encuesta en una población con características similares a la muestra del estudio, lo que demostró la consistencia interna del instrumento y aseguró su confiabilidad. Para determinar el nivel de confiabilidad estadística del instrumento, se llevó a cabo una prueba piloto con 15 participantes. Los resultados obtenidos se analizaron mediante la prueba Alpha de Cronbach, que reveló un coeficiente de 0.997, considerado excelente (se presentan las tablas correspondientes en los anexos).

La presente encuesta fue validada por los siguientes expertos:

Nº	Nombres y Apellidos	Grado académico	Años de experiencia	especialidad
01	Carlos Revelino Estrada Apolinario	Licenciado	9 años	Comunicación social y periodismo.
02	Jim Montalvo cardenas	Magister	20 años	Comunicación social y periodismo.
03	Eyner Romero Estrada	Licenciado	25 años	Comunicación para el desarrollo.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,997	20

1.5.5. Técnicas de análisis y prueba de hipótesis

En este estudio se llevó a cabo un análisis estadístico inferencial para obtener datos precisos y comparaciones entre los indicadores y dimensiones de la variable. Sin embargo, se decidió prescindir de la prueba de hipótesis, dado que se trata de una investigación descriptiva no predictiva.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes de la investigación

La presente investigación conto con diferentes estudios preliminarmente realizados en diferentes lugares a nivel internacional, nacional y regional.

Internacional

Barceló y Paredes (2022) realizaron una investigación cuantitativa descriptiva titulada "La comunicación institucional en la Universidad de Camagüey a partir de los estudios de emisores", en la que participaron 43 unidades de análisis. Concluyeron que los desafíos tecnológicos, los factores estructurales y organizativos, así como el contexto sociopolítico, afectan las formas de selección, producción, difusión y consumo de la información. Se propuso un plan de acción para mejorar y fortalecer la gestión de la comunicación en esta institución.

Por otro lado, Barberà (2021) realizó un estudio titulado *"Transformación del periodismo institucional en el ámbito científico. El papel de las UCC+i en las nuevas dinámicas de comunicación digital de la ciencia"*, cuyo objetivo fue examinar el desarrollo profesional de las Unidades de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i) en los últimos 14 años, así como profundizar en el análisis de su estructura profesional, dinámicas de trabajo y principales estrategias digitales. La metodología empleada fue de carácter exploratorio preliminar, aplicada en la Unidad de Cultura Científica y de la Innovación de la Universitat Jaume I, combinando una perspectiva y técnica cuantitativa general con una técnica cualitativa complementaria.

En este estudio se aplicaron dos técnicas de investigación en dos fases progresivas para analizar el trabajo desarrollado por las UCC+i. En la primera fase, se utilizó una encuesta dirigida a los profesionales de estas unidades como técnica cuantitativa principal, con el objetivo de examinar detalladamente sus funciones. La población estuvo conformada por

todas las UCC+i inscritas en la Red de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), dependiente del Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España en el año 2019. La muestra incluyó a las 96 UCC+i registradas en dicha red durante ese periodo.

Los resultados evidencian la creciente relevancia de las Unidades de Cultura Científica y de la Innovación en el contexto actual, especialmente debido al renovado interés en la comunicación científica generado por la reciente pandemia de la COVID-19, así como al compromiso de los profesionales que integran estas unidades. Se destaca la necesidad de una mayor implicación por parte de las administraciones públicas para fomentar la cultura científica en la sociedad.

Nacional

Díaz (2022) examinó la relación entre el periodismo institucional y la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Punchana, en San Juan Bautista, Loreto - Maynas. La metodología empleada fue de tipo descriptivo, con un diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por la totalidad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Punchana en el año 2022, sumando un total de 50 personas. La recolección de datos se realizó mediante cuestionarios. Los resultados indicaron que tanto el periodismo institucional como la imagen corporativa de la municipalidad fueron valorados como regulares.

Por otro lado, Bustos (2022) investigó la incidencia del periodismo institucional en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de La Victoria, Lima. La metodología empleada fue de tipo básica, con un alcance explicativo y un diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 188,384 residentes habituales del distrito, y se trabajó con una muestra por conveniencia de 325 contribuyentes. Para la recolección de datos se utilizaron encuestas, aplicadas mediante dos cuestionarios. Los

resultados evidenciaron que las dimensiones del periodismo institucional como las notas informativas, la información oportuna, el uso de la página web y las publicaciones institucionales incidieron de manera directa y significativa en la imagen institucional de la municipalidad.

Reyna (2019) se propuso determinar en qué medida el periodismo institucional se relaciona con la gestión municipal del distrito de Ate, Lima - Perú. La metodología empleada fue de tipo no experimental, con un diseño correlacional y de corte transversal. La población estuvo conformada por 1,200 vecinos del distrito de Ate que, en 2017, realizaron visitas, consultas y búsquedas de orientación en la SIIC de la municipalidad. La muestra, seleccionada mediante muestreo aleatorio simple, correspondió al 10% de dicha población, es decir, 120 personas. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta estructurada mediante un cuestionario. Los resultados evidenciaron una correlación significativa entre el periodismo institucional y la mejora de la gestión edil local del distrito.

Finalmente, Ramírez (2017) investigó la relación entre el periodismo institucional y la imagen corporativa en la percepción de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna en 2016. La metodología fue cuantitativa, con un diseño no experimental y correlacional, de corte transversal. La población y muestra incluyeron a 6,630 estudiantes matriculados en la universidad a julio de 2016. Se utilizó una encuesta con cuestionario para recopilar datos, y los resultados indicaron una relación significativa entre el periodismo institucional y la imagen corporativa de la universidad.

Regional

Paccara (2021) investigó la influencia del periodismo institucional en la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Shilla, Carhuaz - 2021. El objetivo fue determinar en qué medida el periodismo institucional influye en la imagen corporativa de la municipalidad. La metodología utilizada fue aplicada, con un enfoque cuantitativo y un alcance explicativo, empleando un diseño no experimental de corte transaccional. La muestra consistió en 70 ciudadanos del distrito de Shilla, seleccionados para responder un cuestionario que sirvió como instrumento para recopilar los datos necesarios.

Los resultados mostraron que el 55% de los participantes afirmaron que la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Shilla está influenciada por el periodismo institucional. Además, según la prueba de correlación de Pearson, se encontró una influencia directa y significativa, con un coeficiente de determinación de $r^2 = 0.5501$ y un nivel de confianza del 95%.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Periodismo

El periodismo es esencial para el funcionamiento democrático, siendo un servicio público crucial que se encarga de proporcionar información precisa y crítica. Se reconoce como una prensa libre y ética que defiende la transparencia y la rendición de cuentas en la sociedad. Esta perspectiva resalta el papel fundamental del periodismo en la formación de una ciudadanía informada y comprometida (Graham, 1998).

2.2.1.1. Periodismo institucional

Massoni (2011), replantea el papel del periodismo institucional, superando la visión tradicional centrada en transmitir mensajes desde la institución hacia un público pasivo. Propone una comunicación estratégica que fomente el diálogo, la participación y la construcción colectiva de significados. En lugar de informar de manera unilateral, la autora defiende una práctica comunicativa situada, intercultural y transformadora. Desde esta perspectiva, el periodismo institucional debe dejar de ser repetitivo y técnico, para convertirse en una herramienta que vincule a las personas, promueva el cambio social y genere encuentros significativos entre diversos actores, situada, relacional y sociocultural, capaz de vincularse con las emociones, los contextos y los imaginarios de las comunidades. La figura del comunicador ya no es la de un mero portavoz, sino la de un facilitador de encuentros y constructor de vínculos significativos.

El periodismo institucional es, por tanto, una actividad desarrollada metodológicamente, cuya misión consiste en atender a dos tipos de públicos. Su función es recolectar, sintetizar, jerarquizar, vulgarizar y difundir información veraz, responsable y confiable en medios públicos y privados, con el fin de generar una mayor conciencia colectiva respecto al ente emisor (Zavarce, 2010).

Mancinas y Rodríguez (2010) señalan que el periodismo institucional comprende la labor de comunicación tanto interna como externa, donde el rol del periodista está vinculado a las comunicaciones en la gestión estratégica de una institución y al análisis del impacto que estas generan en la sociedad. En ese sentido, es necesario entender que una institución es toda organización con una estructura en la cual las personas desempeñan actividades encomendadas y especializadas; además, posee propiedades de cohesión, está sujeta a una estructura orgánica mayor e interactúa para alcanzar fines concretos.

De este modo, la institución ejerce y requiere la comunicación, ya que necesita relacionarse tanto a nivel interno como externo. Por ello, genera y promueve productos y servicios de naturaleza informativa con la finalidad de satisfacer adecuadamente la demanda de información.

El periodismo institucional se considera una parte indispensable de la sociedad democrática, destacándose por su función crucial de informar a los ciudadanos sobre las actividades y decisiones de las instituciones gubernamentales y otras organizaciones relevantes. Meyer (1973) subraya la importancia de este tipo de periodismo para el adecuado funcionamiento de una sociedad democrática, ya que facilita la transparencia y la rendición de cuentas. Su enfoque resalta cómo los medios, al centrarse en las instituciones, desempeñan un papel vital en la formación de la opinión pública y en la construcción de puentes de comunicación entre las instituciones sociales y el público en general.

Blumler y McQuail (1969) consideran al periodismo institucional como un componente fundamental de la comunicación en la sociedad. En su obra conjunta *Teoría del comunicador de masas*, destacan la importancia de este tipo de periodismo en la interacción entre las instituciones sociales y el público. Lo definen como un facilitador esencial que permite a los medios de comunicación desempeñar un papel clave en la formación de la opinión pública, al informar sobre las actividades, políticas y decisiones de diversas instituciones, contribuyendo así a una comprensión más completa de la vida pública y social.

2.2.1.2. Formas que adopta el periodismo Institucional

Para Martínez (2000), el periodismo institucional adopta las mismas formas que el periodismo en general, pero se adapta a las condiciones empresariales que rigen a la organización. Explorar las formas que asume el periodismo institucional implica examinar las diversas teorías que ofrecen enfoques complementarios y enriquecedores sobre esta importante profesión.

Los géneros periodísticos, como la noticia y los comunicadores públicos, son definidos como “las diferentes modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el propósito de atender a los grandes objetivos de la información de actualidad, el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos” (Martínez, 2000, p. XX). El autor también señala que el relato de acontecimientos puede limitarse a un enunciado cronológico o lógico —como en el caso de la noticia—, o bien puede adquirir mayor complejidad mediante explicaciones que no necesariamente expresan la opinión del redactor, como ocurre en el reportaje y la crónica.

El juicio valorativo sobre estos sucesos se manifiesta, entre otros, en géneros como el editorial y la columna. Esta clasificación es bastante clara en la prensa escrita; sin embargo, en la radio y la televisión tiende a producirse una mezcla entre información y opinión, posiblemente debido al mayor énfasis en la inmediatez y en la presencia personal del redactor, especialmente en la televisión, donde el periodismo adquiere rasgos de espectáculo.

2.2.1.3. El periodismo institucional y su tratamiento informativo

La información que se divulga a través de los medios debe contar con la aprobación previa del editor periodístico, quien es responsable de seleccionar los temas a difundir, asegurándose de que cumplan con ciertos criterios noticiosos, como la relevancia, la novedad, la actualidad o el impacto, entre otros. En esta fase de selección se define la línea editorial y los estilos propios del medio de comunicación.

Según Rivadeneira (2007), “el estilo periodístico es el modo de realizar una comunicación; el código es el lenguaje empleado, el instrumento semántico de esa comunicación. El uno influye sobre el otro de modo inevitable. En la forma de expresión está implícito un significado o un haz de significaciones. Por otra parte, el uso de un repertorio de significados determina cierto estilo o por lo menos lo reclama” (p. XX).

2.2.1.4. El Periodismo institucional como factor de imagen corporativa

El periodismo institucional, como factor de la imagen corporativa, se relaciona estrechamente con la ciencia de las relaciones públicas, la cual abarca todas las acciones orientadas a establecer vínculos entre una organización y sus diversos públicos, adaptando el mensaje para cada uno de ellos en función de objetivos previamente definidos. Las actividades derivadas de esta disciplina tienen como finalidad comunicar y proyectar una imagen positiva y coherente de la organización, con el propósito de influir en la preferencia por los productos y servicios que esta ofrece (Ramírez, 2017).

Administrar adecuadamente las relaciones de la organización con otras entidades o individuos resulta crucial para alcanzar una imagen sólida y una posición favorable. Por lo tanto, dejar estas relaciones al azar puede implicar riesgos

innecesarios, especialmente en un contexto donde la profesionalización de estas prácticas marca una diferencia significativa.

2.2.1.5. Responsabilidades centrales del periodismo institucional

Según Riel (1997), las responsabilidades centrales del periodismo institucional son las siguientes:

1. Elaborar estrategias para minimizar las discrepancias no funcionales entre la identidad y la imagen deseada, considerando la interacción entre la estrategia institucional y la percepción identitaria.
2. Definir claramente quién debe encargarse de cada tarea en el ámbito de la comunicación, con el fin de desarrollar y ejecutar procedimientos eficaces que faciliten la toma de decisiones en asuntos relacionados con la comunicación.

Para cumplir con estas responsabilidades, el departamento de comunicación debe establecer los siguientes objetivos:

1. Fomentar, unificar, fortalecer, desarrollar y difundir las actividades de comunicación e imagen pública tanto a nivel interno como externo.
2. Coordinar y dirigir el plan de comunicación de la institución.
3. Garantizar que la comunicación y la imagen institucional sean claras, transparentes, rápidas y veraces.
4. Transmitir a los altos directivos de la institución el eco de la opinión pública.
5. Proporcionar la información necesaria para promover la integración, cohesión, motivación y colaboración entre todos los empleados.

6. Establecer y mantener relaciones personales estrechas y efectivas con los periodistas.
7. Coordinar acciones específicas ante los medios de comunicación para generar una opinión favorable sobre la institución.
8. Supervisar y controlar la calidad y el impacto informativo y publicitario de las acciones comunicativas.

2.2.1.6. Planeación de la comunicación institucional

Martínez (2004) detalla los siguientes pasos derivados de la planeación estratégica aplicada a la comunicación institucional, los cuales contribuyen a establecer coherencia entre los objetivos de la institución y su imagen pública:

1. Diagnóstico: Consiste en evaluar la situación actual de la institución en términos de comunicación, identificando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Este análisis permite comprender la realidad interna y externa de la institución.
2. Determinación de objetivos: Una vez realizado el diagnóstico, se definen los objetivos específicos de la comunicación, en consonancia con el objetivo general de situar a la institución en la opinión pública.
3. Definición del público objetivo: Se identifica el público objetivo, tanto interno como externo, para adaptar el estilo de comunicación a las necesidades de cada grupo.
4. Diseño del plan de actividades: Se elabora un plan anual de actividades, desglosado en planes mensuales, semanales y diarios, considerando el calendario institucional y los eventos relevantes.

5. Asignación de recursos: Se asignan recursos financieros y humanos a las distintas actividades en función del presupuesto total de comunicación.
6. Evaluación y seguimiento: Se evalúa la efectividad de las actividades realizadas para implementar mejoras continuas, teniendo en cuenta que la comunicación es una actividad humana con múltiples variables.

En cuanto a las rutinas diarias del periodista institucional, según Ramos (2004), incluyen las siguientes actividades:

1. Seguimiento de los medios de comunicación: El periodista institucional monitorea diariamente los medios de comunicación relacionados con la institución, preparando resúmenes y seleccionando temas de interés.
2. Elaboración de informaciones: Se encarga de redactar comunicados, boletines y notas de prensa, preparando la información que se va a transmitir.
3. Distribución de la información: Ajusta los horarios y formatos de distribución de la información según las rutinas de los medios de comunicación.
4. Respuesta y suministro de documentación: Atiende las solicitudes de información y proporciona la documentación requerida por los medios.
5. Valoración de la información: Evalúa la información publicada sobre la institución, realizando confirmaciones, valoraciones y puntualizaciones según sea necesario.

2.2.1.8. Dimensiones del Periodismo Institucional

Hay diversas propuestas para subdividir el periodismo institucional según sus formatos, características, noticiabilidad y funciones. En este contexto, se considerará el marco teórico propuesto por Parratt (2008), quien identifica las

dimensiones del periodismo institucional como: la dimensión informativa, la dimensión persuasiva y la dimensión explicativa.

D.1. Dimensión Informativa

La dimensión informativa del periodismo institucional constituye un elemento fundamental en la creación y transmisión de mensajes. En este sentido, la claridad, la precisión, la relevancia, la imparcialidad y la diversidad de fuentes se combinan para otorgar a la información una solidez que trasciende la simple comunicación. La claridad garantiza la comprensión; la precisión y la veracidad refuerzan la credibilidad; la relevancia asegura la pertinencia del discurso; la imparcialidad preserva la objetividad; y la diversidad de fuentes enriquece la narrativa.

Estos componentes, interrelacionados, establecen un marco teórico sólido para el periodismo institucional, promoviendo una comunicación efectiva, transparente y ética, cuyo impacto va más allá de la mera transmisión de información, al fortalecer la relación entre la institución y su audiencia (Parratt, 2008).

Claridad de la información

La claridad en el periodismo institucional es un aspecto fundamental para lograr una comunicación efectiva. Garantizar que el mensaje sea comprensible, mediante una redacción precisa y accesible, facilita la conexión con la audiencia, lo que fortalece tanto la transmisión de información como la construcción de un significado compartido (Kaplún, 1998).

Exactitud y veracidad

La precisión y la veracidad son elementos esenciales en el periodismo institucional. La integridad de la información es clave para garantizar la confianza del público. Verificar los hechos y presentar los datos de manera precisa constituye un requisito

ético fundamental que refuerza tanto la credibilidad como la reputación de la institución (Díaz, 2009).

Relevancia

La importancia del periodismo institucional radica en la capacidad de seleccionar y destacar información relevante para la audiencia. Al abordar temas pertinentes y oportunos, se garantiza que la información sea valiosa y satisfaga las necesidades informativas del público (Piñuel, 2002).

Objetividad

La imparcialidad en el periodismo institucional es crucial para garantizar una presentación equitativa de los hechos. Al evitar cualquier tipo de sesgo u opinión personal, se fortalece la confianza del público, lo que permite que la información sea percibida como justa y libre de influencias indebidas (Martínez, 2007).

Diversidad de fuentes

La inclusión de diversas fuentes en el periodismo institucional enriquece la narrativa al incorporar distintas perspectivas y opiniones. Al utilizar una variedad de fuentes confiables, se fomenta una cobertura informativa más completa y equitativa, que refleja la complejidad y diversidad del entorno comunicativo (Rodrigo, 1999).

D.2. Dimensión persuasiva

La dimensión persuasiva del periodismo institucional se destaca como un elemento crucial para establecer relaciones efectivas entre la institución y su audiencia. Más que simplemente transmitir información, esta dimensión implica una habilidad estratégica para influir de manera ética y transparente en las percepciones y decisiones del público. Desde la claridad de los objetivos hasta la capacidad de generar impacto, con un enfoque en la ética, la transparencia en las acciones

comunicativas y la atención al feedback del público, esta perspectiva busca no solo informar, sino también persuadir de manera efectiva, construyendo una conexión sólida y basada en la confianza entre la institución y su audiencia. Este estudio explorará y analizará los elementos que definen y configuran la dimensión persuasiva del periodismo institucional en la actualidad (Parratt, 2008).

Claridad de los objetivos

Establecer metas y propósitos de manera clara es fundamental en la dimensión persuasiva del periodismo institucional. La transparencia en los objetivos permite que el público los comprenda y, al mismo tiempo, establece una base sólida para desarrollar estrategias comunicativas convincentes y alineadas con los fines de la institución (Canel, 2008).

Capacidad para influir

La dimensión persuasiva requiere la habilidad de influir positivamente en las percepciones y decisiones del público. La capacidad de generar impacto va más allá de la simple transmisión de información; implica la construcción de narrativas persuasivas que conecten de manera significativa con la audiencia y fomenten el cambio deseado (Cialdini, 1984).

Ética en la persuasión

La persuasión ética en el periodismo institucional resalta la importancia de mantener la integridad en las estrategias persuasivas. Al aplicar prácticas éticas, se favorece la construcción de relaciones basadas en la confianza y la autenticidad, evitando cualquier forma de manipulación o engaño que pueda afectar negativamente la percepción del público (Johannesen, 2001).

Transparencia

La transparencia, como pilar esencial de la dimensión persuasiva, implica revelar de manera abierta y honesta los objetivos institucionales. La franqueza en la comunicación contribuye a generar confianza, lo que permite que el público comprenda y valore de forma informada las intenciones persuasivas de la institución (Lee, 2001).

Feedback del público

La consideración del feedback del público en el periodismo institucional persuasivo es fundamental para ajustar las estrategias y adaptarse a expectativas y percepciones cambiantes. El constante intercambio de retroalimentación facilita la mejora continua, asegurando que las acciones persuasivas estén alineadas con las necesidades y opiniones de la audiencia (Bruhn, 2002).

D.3. Dimensión explicativa

La dimensión explicativa del periodismo institucional resalta su función esencial como generador de conocimiento e interpretación significativa. Más allá de limitarse a transmitir información, esta dimensión se centra en contextualizar, analizar y ofrecer una comprensión profunda de los hechos institucionales. Desde la contextualización hasta el fomento del pensamiento crítico, estas facetas consolidan el papel del periodismo institucional como un medio clave para construir conocimiento y promover una comprensión informada y reflexiva entre la audiencia. Esta investigación explorará las estrategias y prácticas que definen dicha dimensión, analizando cómo el periodismo institucional contribuye a la creación de significado y a la formación de perspectivas fundamentadas en el ámbito institucional (Parratt, 2008).

Contextualización

La contextualización en el periodismo institucional implica ubicar la información dentro de un contexto relevante, ofreciendo antecedentes y conexiones que ayuden a la audiencia a comprender el significado y la importancia de los eventos o acciones institucionales (Denton, 2006).

Análisis y perspectivas múltiples

Explorar distintas interpretaciones y opiniones en el periodismo institucional enriquece la comprensión de los hechos. Al analizar detenidamente y considerar diversas perspectivas, se proporciona una visión más completa de los acontecimientos, lo que favorece una comprensión más profunda y matizada de la realidad (Hall, 1997).

Profundidad en la explicación

La dimensión explicativa se destaca por su capacidad de profundizar en la interpretación de los eventos institucionales. Al ir más allá de la superficie y proporcionar detalles y contexto, enriquece la narrativa y permite a la audiencia alcanzar una comprensión más completa y detallada de los hechos (Kahneman, 2011).

Usabilidad de la información

La utilidad de la información se manifiesta en una presentación clara y accesible. En el ámbito del periodismo institucional, esta característica garantiza que la audiencia pueda beneficiarse plenamente de la información, facilitando su comprensión y la aplicación práctica del conocimiento (Nielsen, 1993).

Fomento del pensamiento crítico

El periodismo institucional, al promover el pensamiento crítico, estimula la reflexión y el análisis profundo. Al alentar a la audiencia a cuestionar, evaluar y contextualizar la información, se fomenta una participación informada, lo que contribuye a una ciudadanía reflexiva y comprometida (Freire, 1968).

2.2.1.9. Errores en los que puede caer el periodista institucional

Según Ramírez (2006), los errores más frecuentes del periodista institucional son los siguientes:

1. No responder a las llamadas de los periodistas.
2. Ser poco claro o evasivo en las respuestas.
3. Mostrar desinterés y menosprecio hacia periodistas novatos o medios que considera "poco relevantes".
4. Priorizar la comunicación con periodistas que comparten sus puntos de vista.
5. Criticar a colegas periodistas en presencia de otros.
6. Recurrir a instancias superiores cuando surgen problemas con un redactor.
7. Presionar para que los periodistas publiquen contenido publicitario o mezclar publicidad con información.
8. No escuchar las necesidades o sugerencias de los periodistas.
9. Ser intolerante y exigente, sin comprender las limitaciones de tiempo o los errores involuntarios.
10. Quejarse constantemente del trabajo de los periodistas.

2.3.- Definición conceptual

2.3.1.-Periodismo

El periodismo representa un componente crucial de la democracia, siendo reconocido como un servicio público esencial con la tarea de ofrecer información precisa y crítica. Se enfatiza la importancia de una prensa ética y libre, que promueva la transparencia y la rendición de cuentas en la sociedad. Se resalta el papel fundamental del periodismo en la educación de una ciudadanía comprometida e informada (Graham, 1998).

2.3.2.- Periodismo institucional

El periodismo institucional es una pieza fundamental en la comunicación de la sociedad. En su colaboración titulada "Teoría del Comunicador de Masas", se enfatiza la relevancia de este tipo de periodismo en la relación entre las instituciones sociales y el público. Blumler y McQuail (1969) definen el periodismo institucional como un elemento esencial que permite a los medios de comunicación desempeñar un papel crucial en la formación de la opinión pública, al informar sobre las actividades, políticas y decisiones de diversas instituciones. Esto contribuye a una comprensión más completa de la vida pública y social.

2.3.4.- Nota informativa

La nota informativa es un género periodístico diseñado para comunicar de manera precisa y objetiva sobre un suceso o tema de interés público. Es una herramienta fundamental para informar de manera clara y objetiva sobre eventos relevantes. En su esencia, resalta la importancia de presentar los hechos de manera veraz y comprensible, estableciendo así los cimientos de un periodismo ético y responsable (Lippmann, 1922).

2.3.5.- Información oportuna

La información oportuna implica proporcionar datos, noticias o conocimientos en el momento adecuado para satisfacer las necesidades y expectativas de los receptores. En el contexto de los medios de comunicación, la idea de información oportuna destaca cómo la rapidez en la entrega de la información puede influir en la percepción pública y la comprensión de los eventos (Postman, N., 1985).

2.3.6.- Publicaciones institucionales

Es una forma de edición que se adapta a las necesidades de comunicación particulares de una institución, ya sea una organización, como una cooperativa, una ONG o una entidad estatal (Eguaras, 2013).

2.3.7.- Información

La información se define como un conjunto de datos con un significado específico, lo que implica la reducción de la incertidumbre o el aumento del conocimiento sobre algo. En esencia, la información se presenta como un mensaje con significado dentro de un contexto particular, disponible para su uso inmediato y que guía las acciones al disminuir la incertidumbre en nuestras decisiones" (Chiavenato, 2019).

Por otro lado, Ferrell y Hirt definen la información como "los datos y conocimientos utilizados en el proceso de toma de decisiones" (Ferrell et al., 2010).

2.3.8.- Noticiabilidad

La importancia de la noticiabilidad es fundamental en la teoría periodística, investigando cómo ciertos eventos o temas se vuelven relevantes para las noticias según factores como la actualidad, la urgencia y el interés del público (Baldini, 2015).

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Descripción del trabajo de campo

La investigación se llevó a cabo entre septiembre y las primeras semanas de abril de 2024 en la Municipalidad Distrital de Jangas, ubicada en la provincia de Huaraz, departamento de Áncash. Para obtener la información necesaria sobre la imagen institucional, el trabajo comunicacional y el periodismo institucional, se presentó una solicitud formal a la municipalidad.

Durante la recopilación de datos, se presentaron diversos obstáculos, especialmente al intentar acceder a datos numéricos clave, como la población, la cantidad de trabajadores y detalles sobre el trabajo comunicacional en redes sociales, así como las responsabilidades del jefe de imagen institucional. Por esta razón, fue necesario solicitar permisos para acceder a dicha información de manera presencial.

Además, el tiempo requerido para obtener la información se vio afectado por las múltiples responsabilidades del personal del área de comunicaciones, quienes, a pesar de su carga laboral, colaboraron activamente para proporcionar los datos solicitados.

La realización de encuestas también presentó desafíos, ya que la población mostró cierta reticencia y desconfianza inicial. Se implementaron diversas estrategias para motivar su participación, debido a que existía preocupación respecto a posibles consecuencias por sus respuestas, a pesar de su insatisfacción con la gestión del alcalde.

A pesar de estos contratiempos y dificultades, se logró completar al 100 % la recopilación de información sobre las piezas comunicacionales. Este logro

permitió avanzar con la descripción de los resultados, el análisis estadístico y la interpretación de la información, cumpliendo así con los objetivos establecidos para la investigación.

3.2. Presentación de resultados y prueba de hipótesis

3.2.1. Resultados Generales

A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

En relación al objetivo general

Tabla 1

Resultados de la variable periodismo institucional

Periodismo Institucional				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	90	29,2	29,2	29,2
Bajo	50	16,2	16,2	45,5
Medio	50	16,2	16,2	61,7
Alto	38	12,3	12,3	74,0
Muy alto	80	26,0	26,0	100,0
Total	308	100,0	100,0	

Interpretación: una parte significativa de la población del distrito de Jangas percibe el periodismo institucional de su municipalidad como deficiente. Con un 45.4% de los encuestados ubicándose en los niveles “bajo” y “muy bajo”, se evidencia una percepción mayoritaria de insatisfacción o poca efectividad en la difusión de la información institucional.

Por otro lado, aunque un 38.3% de la población tiene una visión positiva del periodismo institucional (niveles “alto” y “muy alto”), esta cifra sigue siendo inferior a la de quienes tienen una percepción negativa. La presencia de un 16.2% en el nivel “medio” sugiere que hay un

sector de la población que se encuentra indeciso o que percibe un desempeño variable en la gestión de la comunicación institucional.

El 45.4% de la población percibe negativamente el periodismo institucional debido a la falta de claridad en los contenidos, el uso de lenguaje técnico poco accesible y la ausencia de una estructura informativa coherente. Estos factores generan confusión y desinterés en la ciudadanía. Estos hallazgos resaltan la necesidad de fortalecer los canales de comunicación, mejorar la transparencia y garantizar mensajes claros, accesibles y oportunos para toda la comunidad.

Tabla 2

Resultados de la dimensión 1

Dimensión informativa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	98	31,8	31,8	31,8
Bajo	50	16,2	16,2	48,1
Medio	30	9,7	9,7	57,8
Alto	50	16,2	16,2	74,0
Muy alto	80	26,0	26,0	100,0
Total	308	100,0	100,0	

Interpretación: La interpretación cualitativa de estos resultados refleja una percepción predominantemente negativa sobre la dimensión informativa en el distrito de Jangas. Con un 48% de los encuestados situándose en los niveles "muy bajo" y "bajo", se evidencia una insatisfacción considerable respecto a la calidad, accesibilidad o efectividad de la información proporcionada por la municipalidad.

Si bien un 42.2% de los encuestados considera que el nivel de información es "alto" o "muy alto", esta cifra aún es inferior a la de quienes tienen una percepción negativa. Además, el 9.7% que se encuentra en un nivel "medio" sugiere que existe un grupo de ciudadanos que percibe inconsistencias en la comunicación institucional.

Los resultados reflejan una percepción negativa porque la municipalidad no ha logrado consolidar canales de información eficaces ni garantizar transparencia en sus comunicaciones. La falta de claridad, accesibilidad y coherencia en los mensajes institucionales ha generado insatisfacción ciudadana. Por ello, se vuelve indispensable fortalecer la gestión comunicativa para asegurar el acceso oportuno a información relevante y cumplir con los objetivos propuestos en el distrito.

Tabla 3

Resultados de la dimensión 2

Dimensión persuasiva				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	90	29,2	29,2	29,2
Bajo	50	16,2	16,2	45,5
Medio	50	16,2	16,2	61,7
Alto	68	22,1	22,1	83,8
Muy alto	50	16,2	16,2	100,0
Total	308	100,0	100,0	

Interpretación: La interpretación cualitativa de estos resultados revela que la dimensión persuasiva del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas enfrenta desafíos importantes. Con un 45.4% de los encuestados ubicándose en los niveles "muy bajo" y "bajo", se percibe una deficiencia en la capacidad del periodismo institucional para influir y generar confianza en la comunidad.

Por otro lado, un 38.3% de los encuestados considera que el nivel de persuasión es "alto" o "muy alto", lo que sugiere que hay avances, pero aún no son suficientes para consolidar una comunicación efectiva. El 16.2% en el nivel "medio" indica que una parte de la población percibe inconsistencias o limitaciones en la manera en que se presentan los mensajes.

Los resultados reflejan una percepción negativa porque las estrategias comunicativas actuales no logran persuadir ni generar confianza en la población. La falta de mensajes claros, accesibles y contextualizados debilita el impacto del periodismo institucional. Por ello, se vuelve necesario fortalecer dichas estrategias para mejorar la credibilidad municipal, implementar técnicas más efectivas y fomentar una mayor participación ciudadana basada en una comunicación cercana y significativa.

Tabla 4

Resultados de la dimensión 3

Dimensión explicativa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	80	26,0	26,0	26,0
Bajo	68	22,1	22,1	48,1
Medio	62	20,1	20,1	68,2
Alto	50	16,2	16,2	84,4
Muy alto	48	15,6	15,6	100,0
Total	308	100,0	100,0	

Interpretación: La claridad y efectividad en la transmisión de información son fundamentales para el periodismo institucional, pero los datos obtenidos en la dimensión explicativa reflejan una importante área de mejora. Un preocupante 48.1% de la población percibe la capacidad explicativa del periodismo institucional en niveles "muy bajos" o "bajos", lo que sugiere dificultades en la presentación de la información de manera comprensible y accesible.

Por otro lado, solo un 31.8% de los encuestados considera que esta dimensión se encuentra en niveles "altos" o "muy altos", lo que indica que los esfuerzos actuales no están logrando una comunicación efectiva y clara para toda la comunidad.

Estos resultados subrayan la alta percepción negativa, revela que muchos ciudadanos no comprenden adecuadamente la información institucional, debido a una comunicación poco clara, técnica o desorganizada. Esta dificultad genera desinterés y aleja a la población del contenido difundido. Por ello, es necesario replantear las estrategias explicativas, empleando un lenguaje cercano, accesible y contextualizado, que permita mejorar la comprensión, fortalecer el vínculo ciudadano y aumentar el impacto del periodismo institucional.

3.2.2. Prueba de Hipótesis

Dado el alcance descriptivo simple (no predictivo) de la presente investigación, no se efectuaron pruebas de hipótesis.

3.3.- Discusión de resultados

La presente investigación permitió identificar un nivel predominantemente negativo en el periodismo institucional implementado por la Municipalidad Distrital de Jangas, evidenciado por un 45.4 % en los niveles bajos y muy bajos. Este resultado coincide con los hallazgos de Barceló y Paredes (2022), quienes identificaron la necesidad de mejorar la gestión comunicacional en la Universidad de Camagüey (Cuba). De forma semejante, Barberà (2021) demostró la necesidad de fortalecer la praxis del periodismo institucional en la Unidad de Cultura.

Los resultados obtenidos reflejan una percepción baja sobre la efectividad del periodismo institucional en Jangas, con un 48.1 % de los encuestados calificándolo en niveles bajos o muy bajos dentro de la dimensión explicativa. Según Álvarez y Méndez (2021), la comunicación institucional debe ser clara, accesible y estratégica para fortalecer la relación entre las

instituciones y la ciudadanía. La falta de comprensión del mensaje periodístico podría deberse a deficiencias en la estructura informativa y en la adecuación del contenido a las necesidades del público. Para mejorar esta dimensión, es fundamental implementar estrategias que simplifiquen los mensajes sin perder rigurosidad, asegurando así que la información municipal llegue de manera efectiva a los ciudadanos y se promueva una comunicación más transparente y bidireccional.

Asimismo, los datos evidencian deficiencias estructurales en la dimensión explicativa del periodismo institucional, con un 48.1 % de percepciones bajas o muy bajas. Según Zavarce (2020), el periodismo institucional debe ser estratégico y estructurado para generar confianza y participación ciudadana. No obstante, los resultados reflejan una falta de claridad en la comunicación municipal. El autor también enfatiza la importancia de integrar tanto a públicos internos como externos en la difusión de la información. En este sentido, es clave fortalecer la capacitación del personal, optimizar los canales de comunicación y aplicar estrategias que garanticen una mayor transparencia y efectividad en la gestión institucional.

A la luz de los planteamientos de Utrera (2005), los resultados de esta investigación evidencian debilidades en la comunicación institucional de la Municipalidad Distrital de Jangas. Utrera resalta la importancia de la intencionalidad y la planificación estratégica en el periodismo institucional, elementos que contrastan con los hallazgos de este estudio, donde un 48.1 % de los encuestados percibe un nivel bajo o muy bajo en la dimensión explicativa. Esto sugiere que la gestión comunicativa no logra transmitir eficazmente la información a la población. La baja percepción tanto en la dimensión persuasiva como explicativa refuerza la necesidad de mejorar las estrategias de comunicación para fortalecer la identidad institucional y generar mayor confianza entre los ciudadanos. Por ello, es fundamental replantear los canales y mensajes empleados para optimizar la interacción entre la municipalidad y la comunidad.

A nivel nacional, los resultados de Díaz (2022) en la Municipalidad Distrital de Punchana, San Juan Bautista (Loreto), situaron al periodismo institucional en un nivel regular, lo cual se aproxima a los hallazgos del presente estudio. Por otro lado, los estudios de Bustos (2022), Reyna (2019) y Ramírez (2017) demostraron una relación estadísticamente significativa entre el periodismo institucional y la imagen institucional en diversas entidades públicas, confirmando así la relevancia de esta variable en el logro de los objetivos organizacionales. En consecuencia, se hace necesario que la Municipalidad Distrital de Jangas fortalezca el área correspondiente, dotándola de los recursos humanos, técnicos y logísticos necesarios.

A nivel regional, Paccara (2021) demostró que el periodismo institucional influye directamente en la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Shilla (Carhuaz), con un coeficiente de determinación $r^2 = 0.5501$. Esto reafirma la necesidad de mejorar la gestión comunicacional en la entidad sede del presente estudio.

Los resultados dimensionales muestran un predominio de niveles bajos: 48 % en la labor informativa, 45.4 % en la función persuasiva y 48.1 % en la dimensión explicativa. Esta coincidencia refuerza la necesidad de un enfoque integral y estratégico en la comunicación institucional, tal como lo plantea Ramírez (2017).

En relación con las dimensiones evaluadas, se observa que la dimensión informativa presenta un 48 % de percepciones negativas, lo que indica oportunidades de mejora en la transmisión de información a la comunidad. En contraste, la investigación de Barceló y Paredes (2022) en Camagüey arrojó resultados más positivos, con menores niveles de insatisfacción, lo cual sugiere prácticas comunicativas más eficaces en dicho contexto.

En cuanto a la dimensión persuasiva, el 45.4 % de percepciones bajas evidencia una limitada capacidad de persuasión en la comunicación institucional de Jangas. Esto contrasta con los hallazgos de Díaz (2022) en Maynas, donde se identificaron estrategias persuasivas aparentemente más efectivas.

Finalmente, la dimensión explicativa, con un 48.1 % de percepciones negativas, muestra que la Municipalidad de Jangas enfrenta dificultades para proporcionar contextos claros y explicaciones adecuadas. Este aspecto es crucial para garantizar una comprensión profunda por parte de la ciudadanía. En contraposición, el estudio de Bustos (2022) en Lima reportó resultados más favorables en este ámbito, lo que podría indicar el uso de mejores prácticas comunicativas.

En conjunto, los resultados evidencian la necesidad urgente de implementar una estrategia de comunicación integral y adaptada a las características propias de Jangas. La comparación con otras investigaciones permite identificar buenas prácticas y enfoques exitosos que podrían servir como referentes para mejorar cada una de las dimensiones evaluadas.

3.4. Adopción de decisiones

Una vez analizados los antecedentes y discutidos los resultados, se ha evidenciado una percepción deficiente por parte de la población respecto al periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas durante el año 2024. A partir de la información recolectada y el análisis estadístico realizado, se hace evidente la necesidad de mejorar la gestión comunicacional en este ámbito.

En este contexto, la aceptación de la investigación resulta pertinente, ya que se han cumplido los objetivos planteados. Los hallazgos subrayan la urgencia de abordar las deficiencias identificadas y resaltan la importancia de fortalecer el periodismo institucional con el fin de responder a las expectativas de la ciudadanía y optimizar la comunicación entre la municipalidad y la comunidad.

CONCLUSIONES

1.- Los hallazgos evidencian una predominancia significativa de niveles bajos (45.4 %), lo que pone de manifiesto deficiencias importantes en la gestión comunicativa de la Municipalidad Distrital de Jangas. Aunque un 38.3 % de los encuestados percibe niveles superiores (alto y muy alto), la diferencia con respecto a los niveles bajos resalta la necesidad urgente de fortalecer el periodismo institucional.

La suma de niveles inferiores (bajo y muy bajo) alcanza el 45.4 %, mientras que la de niveles superiores es de 38.3 %. Esta brecha pone en evidencia la necesidad de implementar estrategias efectivas que permitan mejorar la calidad de la comunicación institucional. En particular, se requiere una intervención centrada en las áreas percibidas como deficientes por la población, con el fin de promover una comunicación más clara, cercana y estratégica, acorde con las expectativas ciudadanas.

2.- En la conclusión específica de la investigación sobre la dimensión informativa del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz en 2024, los datos muestran una predominancia preocupante de niveles bajos (48%) en la percepción de los pobladores. Aunque se registra un 42.2% de niveles superiores, la brecha entre percepciones negativas y positivas resalta la urgencia de mejorar la dimensión informativa. La suma de niveles bajos (bajo y muy bajo) alcanza el 48%, indicando áreas críticas. Estos resultados enfatizan la necesidad inminente de implementar estrategias específicas para elevar la calidad informativa del periodismo institucional en Jangas, en línea con los objetivos planteados. Mejorar la dimensión informativa se presenta como una prioridad para fortalecer la comunicación y satisfacer las expectativas de la

población, reafirmando la importancia de tomar acciones correctivas inmediatas en este ámbito.

3.- En la conclusión específica sobre la dimensión persuasiva del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz en 2024, los resultados muestran una preocupante predominancia de niveles bajos (45.4%) en la percepción de los pobladores. Aunque se registra un 38.3% de niveles superiores, la brecha entre las percepciones negativas y positivas destaca la urgencia de mejorar las estrategias persuasivas. La suma de niveles bajos (bajo y muy bajo) alcanza el 45.4%, resaltando áreas críticas. Estos resultados enfatizan la necesidad inminente de implementar estrategias específicas para elevar la calidad persuasiva del periodismo institucional en Jangas, alineadas con los objetivos propuestos. La mejora de las estrategias persuasivas se presenta como esencial para fortalecer la comunicación y responder de manera efectiva a las expectativas de la población, destacando la importancia de intervenciones inmediatas en este ámbito.

4.- En la conclusión específica sobre la dimensión explicativa del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz en 2024, los resultados indican una predominancia preocupante de niveles bajos (48.1%) en la percepción de los pobladores. Aunque se registra un 31.8% de niveles superiores, la brecha entre las percepciones negativas y positivas resalta la necesidad de evaluar y replantear estrategias de comunicación explicativa. La suma de niveles bajos (bajo y muy bajo) alcanza el 48.1%, identificando áreas críticas. Estos hallazgos enfatizan la urgencia de implementar estrategias específicas para mejorar la calidad explicativa del periodismo institucional en Jangas, alineadas con los objetivos establecidos. La evaluación y posible replanteamiento

de las estrategias explicativas son esenciales para fortalecer la comunicación y satisfacer las expectativas de la población, destacando la importancia de intervenciones inmediatas en este ámbito.

RECOMENDACIONES

1.- Dada la predominancia significativa de niveles bajos (45.4%) en la percepción del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas, es crucial implementar medidas inmediatas para mejorar la gestión comunicativa. Se recomienda realizar un análisis exhaustivo de las deficiencias identificadas y desarrollar un plan de acción específico. Este plan podría involucrar programas de capacitación, mejoras en los canales de comunicación y un aumento en la transparencia. Además, se sugiere que la Municipalidad mantenga un diálogo constante con la comunidad para comprender mejor sus necesidades, lo que permitiría una comunicación más efectiva y una percepción positiva del periodismo institucional.

2.- Se recomienda tomar medidas inmediatas para mejorar la calidad informativa del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024. Esto implica capacitar al personal de comunicación, revisar los canales de comunicación y promover la transparencia en la difusión de información. Es fundamental identificar áreas críticas y abordarlas de manera específica. Asimismo, mantener un diálogo continuo con la comunidad para comprender mejor sus necesidades y expectativas es crucial. Estas acciones son fundamentales para fortalecer la comunicación y garantizar la satisfacción de la población, lo que contribuirá al logro de los objetivos establecidos.

3.- Se recomienda implementar estrategias específicas para mejorar la calidad persuasiva del periodismo institucional en la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024, debido a la preocupante predominancia de niveles bajos (45.4%) en la percepción de los pobladores. Aunque existe un 38.3% de niveles superiores, la brecha entre las percepciones negativas y positivas subraya la urgencia de actuar. Estas estrategias deben

estar en línea con los objetivos establecidos y son fundamentales para fortalecer la comunicación y cumplir con las expectativas de la población, lo que requiere intervenciones inmediatas.

4.- Se sugiere evaluar y reconsiderar las estrategias de comunicación explicativa en la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024, debido a la preocupante predominancia de niveles bajos (48.1%) en la percepción de los pobladores. Aunque hay un 31.8% de niveles superiores, la brecha entre las percepciones negativas y positivas resalta la necesidad de una acción inmediata. Estas estrategias deben estar en consonancia con los objetivos establecidos y son fundamentales para fortalecer la comunicación y cumplir con las expectativas de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, R. M. (2006). *Comunicación y cambio social: Una mirada latinoamericana*. Calandria.
- Alsina, M. (1999), "La construcción de la noticia" <https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/La%20produccion%20de%20la%20noticia.pdf>
- Álvarez Marcos, J., & Méndez Muros, S. (2021). Periodismo y comunicación institucional. Editorial http://www.anp.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2323&Itemid=97
- ANP, A. N. de P. del P. (n.d.). *El periodismo según García Márquez*. Retrieved November 17, 2021,
- Armas, S. (2011). *La responsabilidad social y la comunicación en el Estado*. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Barberà, A. (2021). Transformación del periodismo institucional en el ámbito científico. El papel de las UCC+i en las nuevas dinámicas de comunicación digital de la ciencia. Tesis de doctorado, Universitat Jaume I, España. <https://www.tdx.cat/handle/10803/673317#page=1>
- Barcelo, A., & Paredes, R. (2022). La comunicación institucional en la Universidad de Camagüey a partir de los estudios de emisores. Tesis de pre grado, Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/143911/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Beltrán, L. R. (2005). *Periodismo y comunicación para el desarrollo*. CIESPAL.
- Blumler, J. G., & McQuail, D. (1969). *Teoría del Comunicador de Masas*. (Mass Communication Research: Problems and Prospects). Buenos Aires: Paidós.
- Bruhn, K (2002) "A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies" https://www.google.com.pe/books/edition/A_Handbook_of_Media_and_Communicatio_n_Re/AXhiAAAAMAAJ?hl=es
- Bustos, D. (2022). Periodismo institucional y su incidencia en la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de La Victoria, Lima 2022. Tesis de pregrado, Universidad Cesar

- Vallejo, Lima.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/114480/Bustos_ADA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Por%20lo%20que%20se%20concluye,esta d%C3%ADgrafo%20r2%3D0%2C7068
- Campbell, F. (2002). *Periodismo escrito* (1ra.). Alfaguara.
<https://periodismoccujs.blogspot.com/2006/10/la-entrevista-de-prensa.html>
- Canel, M. (2008) "Comunicación corporativa en la práctica: Las relaciones públicas internas y externas" https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf
- Castillo-Esparcia, A. (2012). La comunicación empresarial en Internet. *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 6(2), 1.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v6i2.348>
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración* (10ma.). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Cialdini, R. (1984), "Influence: The Psychology of Persuasion"
https://www.google.com.pe/books/edition/Influencia_La_psicolog%C3%ADa_de_la_persuasi/nVxPEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&pg=PP1&printsec=frontcover
- Coelho, F. (2019, May 30). *Comunicación asertiva: qué es, concepto y definición - Significados*. <https://www.significados.com/comunicacion-asertiva/>
- Corrales, A., Quijano, N., & Góngora, E. (2017). EMPATÍA, COMUNICACIÓN ASERTIVA Y SEGUIMIENTO DE NORMAS. UN PROGRAMA PARA DESARROLLAR HABILIDADES PARA LA VIDA. *Enseñanza e Investigación En Psicología*, 22(1).
- Definista. (2015). *¿Que es Comunicación? • Definición y Qué es [2021]*.
<https://definicionyque.es/comunicacion/>
- Denton, Jr. (2006), "The Primetime Presidency of Ronald Reagan: The Era of the Television Presidency"
[https://books.google.es/books?id=ZurEEAAAQBAJ&lpg=PR9&ots=nVl8tNPZ87&dq=Denton%2C%20Jr.%20\(2006\)%2C%20%E2%80%9CThe%20Primetime%20Preside ncy%20of%20Ronald%20Reagan%3A%20The%20Era%20of%20the%20Television%20Presidency%22&lr&hl=es&pg=PR9#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=ZurEEAAAQBAJ&lpg=PR9&ots=nVl8tNPZ87&dq=Denton%2C%20Jr.%20(2006)%2C%20%E2%80%9CThe%20Primetime%20Preside ncy%20of%20Ronald%20Reagan%3A%20The%20Era%20of%20the%20Television%20Presidency%22&lr&hl=es&pg=PR9#v=onepage&q&f=false)
- Díaz Bordenave, J. E. (1982). *El desarrollo en la aldea: opciones para América Latina*. Ediciones de la Banda Oriental.

- Díaz, J. (2009) "Manual de Redacción Ciberperiodística" <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010063.pdf>
- Díaz, J. (2022). *Periodismo institucional y su relación con la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Punchana San Juan Bautista – Loreto - Maynas - 2022*. Tesis de pre grado, Universidad científica del Perú, Loreto. <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/2423/JUAN%20GUILLERMO%20D%c3%8dAZ%20C%c3%81RDENAS%20-%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Eguaras, M. (2013, September 11). *Qué es y cómo funciona la edición institucional* • @MarianaEguaras. <https://marianaeguaras.com/que-es-y-como-funciona-la-edicion-institucional/>
- Encarnación, R., & Laureano, J. (2019). *Periodismo e imagen institucional de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC - Cerro de Pasco – 2018*.
- Estrella, A., & Segovia, C. (2016). *Comunicación integrada de marketing* (1ra.). Esic Editorial. Europa-Press_Madrid. (2019, January 9). *La RAE moderniza las definiciones de 'periodista' y 'periodismo.'* La Vanguardia.
- Ferrell, G., Hirt, L., Henderson, N., & Henderson, A. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Freire, P. (1968), "Pedagogy of the Oppressed", https://ds.amu.edu.et/xmlui/bitstream/handle/123456789/12957/%5BPaulo_Freire%5D_Pedagogy_of_the_Oppressed%28BookFi.org%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Garibay, N. (2013, November 20). *Ventajas, usos, aplicaciones y tipos de las páginas web – Recursos Digitales*. <https://nayeligaribay.wordpress.com/2013/11/20/ventajas-usos-aplicaciones-y-tipos-de-las-paginas-web/>
- Graham, K. (1998). *Personal History*. Vintage
- Gurevitch, M., & Bennett, T. (1999). "Mediated Political Cultures: Communicating Europe on Television." *Communications*, 24(3), 283–300
- Hall, S. (1997), "Representation: Cultural Representations and Signifying Practices" [https://books.google.es/books?id=dAqycFD4PBsC&lpg=PA1&ots=3b610PWbc5&dq=Hall%2C%20S.%20\(1997\)%2C%20%22Representation%3A%20Cultural%20Representations%20and%20Signifying%20Practices%22&lr&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q=H](https://books.google.es/books?id=dAqycFD4PBsC&lpg=PA1&ots=3b610PWbc5&dq=Hall%2C%20S.%20(1997)%2C%20%22Representation%3A%20Cultural%20Representations%20and%20Signifying%20Practices%22&lr&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q=H)

- all,%20S.%20(1997),%20%22Representation:%20Cultural%20Representations%20and%20Signifying%20Practices%22&f=false
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología para la investigación Científica: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (7ma.). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- https://www.google.com.pe/books/edition/Periodismo_y_comunicaci%C3%B3n_institucional/6_gzgeEACAAJ?hl=es-419
- Irigaray, J. (2017). La respuesta eficiente al consumidor como estrategia de gestión en la farmacia hospitalaria. *Dialnet*.
- Johannesen,(2001) "Ethics in Human Communication"
[https://www.google.com.pe/books/edition/Ethics_in_Human_Communication/wXwYAAQAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Johannesen%2C\(2001\)%20%22Ethics%20in%20Human%20Communication%22&pg=PA310&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Ethics_in_Human_Communication/wXwYAAQAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Johannesen%2C(2001)%20%22Ethics%20in%20Human%20Communication%22&pg=PA310&printsec=frontcover)
- Kahneman, D. (2011), "Thinking, Fast and Slow",
<http://www.math.chalmers.se/~ulfp/Review/fastslow.pdf>
- Kaplún, M. (1998),"Una pedagogía de la comunicación"
[https://books.google.es/books?id=8t_xO12cSOgC&lpg=PA2&ots=9rI3rJR5vf&dq=Kaplu%C3%BAn%2C%20M.%20\(1998\)%2C%22Una%20pedagog%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%22%20&lr&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q=Kaplu%C3%BAn,%20M.%20\(1998\),%22Una%20pedagog%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%22&f=false](https://books.google.es/books?id=8t_xO12cSOgC&lpg=PA2&ots=9rI3rJR5vf&dq=Kaplu%C3%BAn%2C%20M.%20(1998)%2C%22Una%20pedagog%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%22%20&lr&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q=Kaplu%C3%BAn,%20M.%20(1998),%22Una%20pedagog%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%22&f=false)
- Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación* (1ra.). Fundación Universitaria del Área Andina.
- Lee, P. (2014) "Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice"
https://www.google.com.pe/books/edition/Media_Ethics/kW3b020OVZ8C?hl=es&gbpv=1&pg=PP1&printsec=frontcover
- León, A., & León, J. (2019). *Control, regulación, feedback, redundancia y recompensa en la comunicación*.

- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: Harcourt, Brace and Company.
https://www.cambridge.org/core/journals/american-political-science-review/article/abs/public-opinion-by-walter-lippmann-new-york-harcourt-brace-and-company-1922-pp-x-427/980CEDE2500673A4A4E17A22E10ACACA?utm_campaign=shareaholic&utm_medium=copy_link&utm_source=bookmark
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios. personal, tecnología y estrategia* (6ta.). Pearson Educación.
- Mancias, Ch. (2010). La práctica del periodismo institucional, Deposito de investigación Universidad de Sevilla, <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/30696/Pages%20from%20Ambitos-10-12.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Mancinas, R., & Rodríguez, R. (2010). *La práctica del periodismo institucional*. Handle.
- Martínez Nicolás, M. (2006). *Periodismo institucional y comunicación corporativa: convergencias y diferencias*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (61), 1-12.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-61-2006-694-001-012>
- Martínez, J. (2007). "Manual de estilo de la lengua española"
https://www.academia.edu/36611227/Martinez_de_Sousa_Jos%C3%A9_Manual_de_estilo_de_la_lengua_espa%C3%B1ola
- Martínez, J.-L. (1999). El periodismo en el siglo XXI: mas allá del rumor y por encima del caos. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 5–35.
- Martínez-de-Sousa, J. (1981). *Diccionario general del periodismo*. Paraninfo.
- McQuail, D. (2010). "McQuail's Mass Communication Theory." SAGE Publications
- Meyer, P. (1973). *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Montoya, R., & Ulloa, K. (2012). *Comunicación en el escenario empresarial* (1ra.). Corporación universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO.
- Montoya-Robles, M.-J. (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón Y Palabra*, 22(1_100), 22, 778–795.
- Moreno, J. (2020). *Análisis de las estrategias de la comunicación externa de la Universidad de Guayaquil, año 2020*.
- Muñoz, G. (2020). *Periodismo digital e identidad institucional*.

- Nielsen, J. (1993), "Usability Engineering"
[https://books.google.es/books?id=95As2OF67f0C&lpg=PR9&ots=3cHGEEnbp_x&dq=Nielsen%2C%20J.%20\(1993\)%2C%20%22Usability%20Engineering%22&lr&hl=es&pg=PR9#v=onepage&q=Nielsen,%20J.%20\(1993\),%20%22Usability%20Engineering%22&f=false](https://books.google.es/books?id=95As2OF67f0C&lpg=PR9&ots=3cHGEEnbp_x&dq=Nielsen%2C%20J.%20(1993)%2C%20%22Usability%20Engineering%22&lr&hl=es&pg=PR9#v=onepage&q=Nielsen,%20J.%20(1993),%20%22Usability%20Engineering%22&f=false)
- Paccara, W (2021) Influencia del periodismo institucional en la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Shilla, Carhuaz -2021. Tesis pregrado, Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima.
<https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14229/278/Paccara-%20Wilca-%20Wilmar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pacheco, M. (2015). Influencia de la comunicación interna en la gestión del conocimiento y aprendizaje”, *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (Febrero 2015)*.
<https://www.eumed.net/rev/atlante/2015/02/comunicacion-interna.html>
- Parratt, S. (2008). Géneros periodísticos en prensa.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55350>
- Peiró, R. (2019, July 8). *Página web - Qué es, definición y concepto | Economipedia*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/pagina-web.html>
- Piñuel, J. (2002), "Teoría de la información: un modelo epistemológico para la comunicación
https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingusticaUVigo.pdf
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Viking. <https://anthonymcollinsfilm.com/wp-content/uploads/2021/03/Amusing-Ourselves-To-Death-Neil-Postman.pdf>
- PowerData. (2016). *Características necesarias para una buena calidad de la información*.
<https://blog.powerdata.es/el-valor-de-la-gestion-de-datos/caracteristicas-necesarias-para-una-buena-calidad-de-la-informacion>
- Ramírez, E. (2017) *El periodismo institucional y la imagen corporativa de la universidad nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna, 2016*. Tesis pregrado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann
- Ramírez, E., Mamani, R., & Ticona, E. (2017). *El periodismo institucional y la imagen corporativa de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna, 2016*.

- Ramos, E., & Valle, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1).
- Reig, R., & Domínguez, M. (2010). Teoría del periodismo según los periodistas. In *La dinámica periodística: perspectiva, contexto, métodos y técnicas*. Universidad de Sevilla. Departamento de Periodismo II.
- Reyes, J. (2010). *Periodismo de base organizacional*. UNMSM.
- Reyna, À (2019). Periodismo institucional y gestión municipal del distrito de Ate Lima – Perú 2019. Tesis pregrado, Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima. <https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14229/274/Antonio-Reyna-%c3%81ngel%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivadeneira, R. (2007). *Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. Trillas.
- Rivadeneira, M. (2018). Impacto de la comunicación en la reputación : una aproximación desde la cultura organizacional. Caso: Empresa azucarera en la costa del Perú. In *Pontificia Universidad Católica del Perú*.
- Salaverría, R. (2019). El profesional de la Información. *El Profesional de La Información*, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Samper, D. (2021). *¿Qué es el periodismo y cómo se clasifica?* Universidad Latínica. <https://www.ulatina.ac.cr/blog/qu%C3%A9-es-el-periodismo-y-como-se-clasifica>
- Serrano, S. (2008). *Comunicación institucional: Estrategias, públicos y mensajes*. Editorial UOC.
- Sreeramana, A. (2016). Creating Innovators Through Setting Up Organizational Vision, Mission And Core Values : A Strategic Model In Higher Education. *IJMIE*.
- Tapia, C. (2017). *Análisis y diseño de estrategias de comunicación externa para la empresa gráfica Eduapoyo-Servimpres dentro de la ciudad de Quito y analizar su entorno comunicacional*.
- Utrera, O. (2005). El periodismo institucional bajo la mira. https://www.google.com.pe/books/edition/El_periodismo_institucional_bajo_la_mira/XjYbAQAAIAAJ?hl=es-419&gbpv=0&bsq=etica%20en%20periodismo%20institucional
- Vargas, Y. (2019). *Relación de la comunicación externa como herramienta de relaciones públicas con la imagen corporativa de la empresa Liderman, lima, año 2018*.

- Vivilia, T. (2018, December 18). *Redacción de Textos: Formas y Estilos*. Vivilia.
<https://vivilia.com/blog/redaccion-de-textos/>
- Zavarce (2010) En busca de un concepto de Periodismo institucional.
<https://es.scribd.com/document/498329425/En-busca-de-un-concepto-de-periodismo-institucional-por-Carlos-Zavarce>
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Valaire A. Zeithaml y Mary Jo Bitner*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Zeler, I., & Capriotti, P. (2017). Facebook como herramienta de Relaciones Públicas en las empresas: Información de negocios y de RSE en las empresas con mejor reputación a nivel mundial. *REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS*, 7.

ANEXOS:

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN:

Problemas	Objetivos	Variables	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cuál es la percepción de los pobladores de Jangas sobre el periodismo institucional de la Municipalidad Distrital 2024?</p>	<p>General</p> <p>Caracterizar de qué manera se presenta el periodismo institucional, desde la percepción de los pobladores, de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.</p>	<p>Periodismo Institucional</p> <p>El periodismo institucional es un componente fundamental de la comunicación en sociedad. Según Blumler y McQuail (1969), autores de "Teoría del Comunicador de Masas", este tipo de periodismo es un facilitador esencial que permite a los medios de comunicación desempeñar un papel clave en la formación de la opinión pública al informar sobre las actividades, políticas y decisiones de diversas instituciones. Esto contribuye a una comprensión más completa de la vida pública y social.</p>	<p>Investigación: No experimental</p> <p>Enfoque cuantitativo</p> <p>Tipo: Descriptivo</p>
<p>Específicos</p> <p>1.- ¿De qué manera se presenta la dimensión informativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024?</p>	<p>Específicos</p> <p>1.- Describir la manera en que se presenta la dimensión informativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.</p>		
<p>2.- ¿De qué manera se presenta la dimensión persuasiva del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024?</p>	<p>2.- Describir la manera en que se presenta la dimensión persuasiva del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.</p>		
<p>3.- ¿De qué manera se presenta la dimensión explicativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024?</p>	<p>3.- Describir la manera en que se presenta la dimensión explicativa del periodismo institucional desde la percepción de los pobladores de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz 2024.</p>		

ANEXO 02

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS POBLADORES DE LA MDJ

Título de la investigación: EL PERIODISMO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JANGAS, HUARAZ 2024

INTRODUCCIÓN

Este estudio tiene como objetivo fundamental comprender y analizar cómo los ciudadanos perciben la labor de comunicación y el periodismo institucional llevado a cabo por la Municipalidad Distrital de Jangas en el año 2024. El presente cuestionario busca recopilar información valiosa sobre cómo los residentes y miembros de la comunidad de Jangas, Huaraz, perciben la calidad, veracidad, importancia y facilidad de la información proporcionada por la Municipalidad Distrital de Jangas a través de sus canales de comunicación institucional, incluyendo medios de comunicación, redes sociales, boletines, entre otros. Sus respuestas serán fundamentales para identificar áreas de mejora en la comunicación y el periodismo institucional de la municipalidad, así como para fortalecer la relación entre el gobierno local y sus ciudadanos.

INSTRUCCIONES

A continuación, encontrarán una serie de preguntas diseñadas para evaluar su percepción y opinión en relación con la comunicación y el periodismo institucional de la Municipalidad Distrital de Jangas. Les solicitamos que respondan de manera honesta y reflexiva, ya que sus opiniones son esenciales para el éxito de esta investigación. No hay respuestas correctas ni incorrectas; estamos interesados en conocer sus puntos de vista personales.

Por favor, sigan las siguientes instrucciones para completar el cuestionario:

Lea cuidadosamente cada pregunta antes de responder.

Seleccione la opción que mejor refleje su opinión o experiencia en relación con el tema.

En caso de preguntas abiertas, tómese el tiempo necesario para proporcionar una respuesta detallada y clara.

Si alguna pregunta no es aplicable a su situación o no sabe la respuesta, puede dejarla en blanco. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima. No se revelará su identidad en ningún momento.

Siéntase libre de expresar sus opiniones y sugerencias adicionales en las secciones destinadas para comentarios.

Para cada pregunta, se proporcionará una escala de Likert de 1 a 5, donde:

5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

Agradecemos sinceramente su participación en este estudio. Su colaboración contribuirá significativamente a mejorar la comunicación y el periodismo institucional de la Municipalidad Distrital de Jangas, beneficiando así a toda la comunidad.

Nº	Í TEMS	Alternativas
	VARIABLE: PERIODISMO INSTITUCIONAL	

Indicador: Claridad de la información						
1	La información proporcionada por la municipalidad distrital de Jangas es fácil de entender	5	4	3	2	1
Indicador: Exactitud y veracidad						
2	Creo que la información que la municipalidad distrital de Jangas brinda es precisa y veraz.	5	4	3	2	1
3	Tengo confianza en que la municipalidad distrital de Jangas presenta los hechos de manera exacta	5	4	3	2	1
Indicador: Relevancia						
4	Siento que la información proporcionada por la municipalidad distrital de Jangas es relevante para mis necesidades e intereses,	5	4	3	2	1
5	Considero que la municipalidad distrital de Jangas aborda temas que son importantes para la comunidad en general	5	4	3	2	1
Indicador: objetividad						
6	Percibo que la municipalidad distrital de Jangas presenta los hechos de manera imparcial, sin sesgo ni favoritismos.	5	4	3	2	1
Indicador: Diversidad de fuentes						
7	Las publicaciones de la municipalidad distrital de Jangas se elaboran sobre la base de opiniones de las autoridades	5	4	3	2	1
8	Tengo confianza en que la municipalidad distrital de Jangas utiliza diversas fuentes de información en sus mensajes	5	4	3	2	1
Indicador: Claridad de los objetivos						
9	La municipalidad distrital de Jangas difunde de manera clara sus objetivos de gestión en la información que publica.	5	4	3	2	1
10	Encuentro que la municipalidad distrital de Jangas comunica sus intenciones de manera transparente.	5	4	3	2	1
Indicador: Capacidad para influir						
11	Percibo que la municipalidad distrital de Jangas difunde información que influye en mis decisiones respecto a las acciones que tienen que ver con su gestión (Ejem. Pago de arbitrios, licencias de funcionamiento, cumplimiento de su plan de gobierno, etc)	5	4	3	2	1
Indicador: Ética en la persuasión						
12	Considero que la municipalidad distrital de Jangas aborda temas de manera ética y responsable en su comunicación persuasiva	5	4	3	2	1
Indicador: Transparencia						
13	Encuentro que la municipalidad distrital de Jangas es transparente en sus comunicaciones por redes sociales.	5	4	3	2	1
14	Percibo que la información emitida por la municipalidad distrital de Jangas en los medios impresos como: boletines informativos, comunicados y notas de prensa son veraces.	5	4	3	2	1
Indicador: Feedback del público						
15	Encuentro que La Municipalidad Distrital de Jangas toma en cuenta las opiniones del público en su toma de decisiones municipales	5	4	3	2	1
Indicador: Contextualización						
16	Considero que la municipalidad distrital de Jangas publica información importante para el desarrollo de la comunidad	5	4	3	2	1

	Indicador: Análisis y perspectivas múltiples					
17	Creo que las comunicaciones de la municipalidad distrital de Jangas reflejan una variedad de opiniones y enfoques sobre los asuntos de interés de la población	5	4	3	2	1
	Indicador: Profundidad en la explicación					
18	Percibo que la municipalidad distrital de Jangas ofrece explicaciones detalladas y exhaustivas de los temas comunicacionales que aborda	5	4	3	2	1
	Indicador: Usabilidad de la información					
19	Encuentro que la información proporcionada por la municipalidad distrital de Jangas es útil para tomar decisiones informadas	5	4	3	2	1
	Indicador: Fomento del pensamiento crítico					
20	La Municipalidad Distrital de Jangas fomenta la reflexión y el cuestionamiento de la gestión a través de sus publicaciones comunicaciones	5	4	3	2	1

Muchas gracias por su colaboración



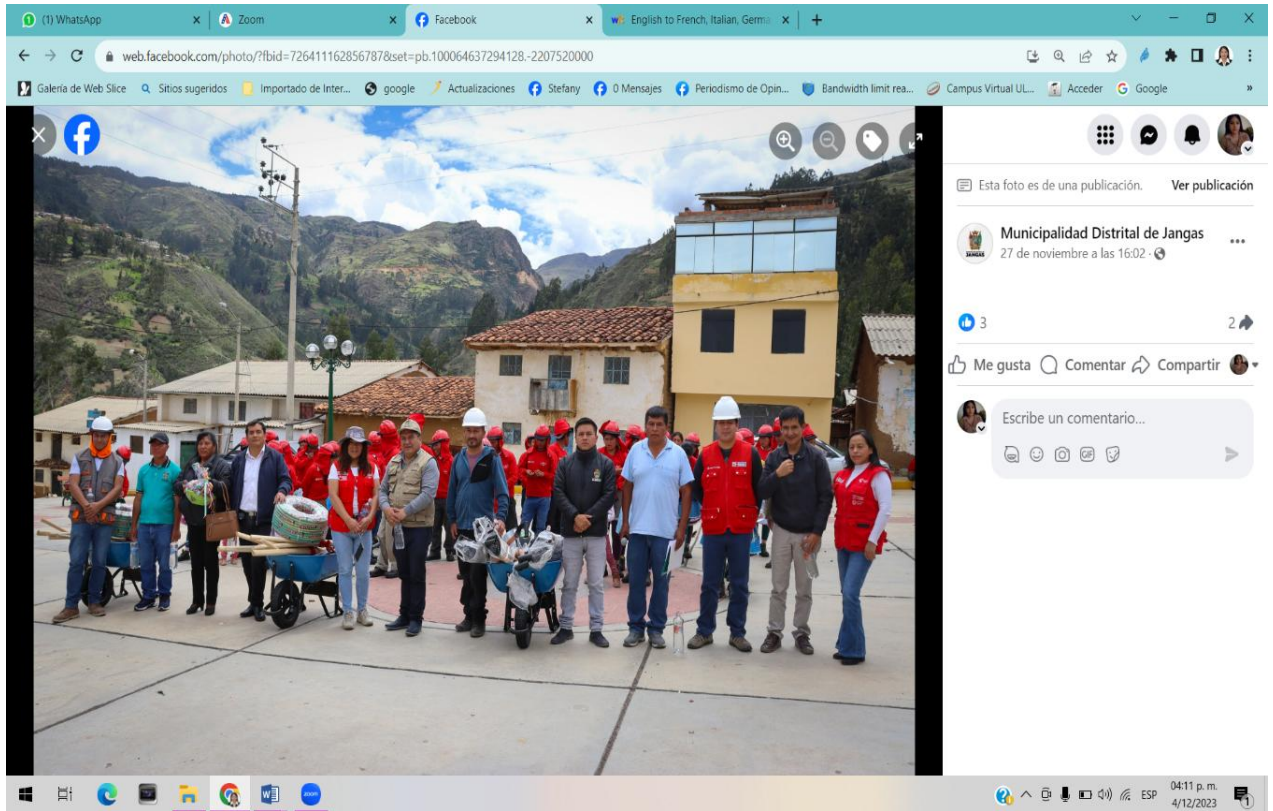
 CPP. Carlos Revelino Estrada Apolinario
 N.º 01-0315


 Mg. JM L. MONTALVO CÁRDENAS


 Eyner Romero Estrada
 CONSULTOR EN COMUNICACIÓN
 Y DESARROLLO

Anexo 03

Priorización exclusiva de la imagen de las autoridades y no de la población



Anexo 04

Priorización exclusiva de la imagen de las autoridades y no de la población



The image is a screenshot of a Facebook live video. The video content shows a group of approximately ten people, mostly men in suits and one woman, walking down a street during a public event. They are surrounded by a crowd of people. The video player interface includes a close button (X), a Facebook logo, a progress bar at the bottom left showing 02:11 / 2:03:41, and various control icons at the bottom right. The Facebook post interface on the right includes the profile of 'Municipalidad Distrital de Jangas', the title 'JANGAS: CEREMONIA DE TRANSFERENCIA FINANCIERA HATUN ANCASH II', and a comment from Ivan Cc. saying 'Felicitaciones don elmer'.

Municipalidad Distrital de Jangas
transmitió en vivo.
13 de octubre · 🌐

JANGAS: CEREMONIA DE TRANSFERENCIA FINANCIERA HATUN ANCASH II
JANGAS: CEREMONIA DE TRANSFERENCIA FINANCIERA HATUN ANCASH II

👍❤️ 44 4 👤 4 mil 🌐

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 🧑🏻

Comentarios Ocultar

Más relevantes ▾

Ivan Cc. 🧑🏻
Felicitaciones don elmer
7 sem Me gusta Responder

Stephie Quiroz 🧑🏻 · 2:00:54

Escribe un comentario...

Anexo N°05

deficiencias en la redacción periodística de sus publicaciones



Municipalidad Distrital de Jangas

Departamento de Áncash, Provincia de Huaraz

El horario de recepción de documentos, es de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Pasado este horario, los documentos se registrarán a partir del día hábil siguiente.

Puedes presentar tus documentos a nivel nacional a través del correo mesavirtual@munijangas.gob.pe.

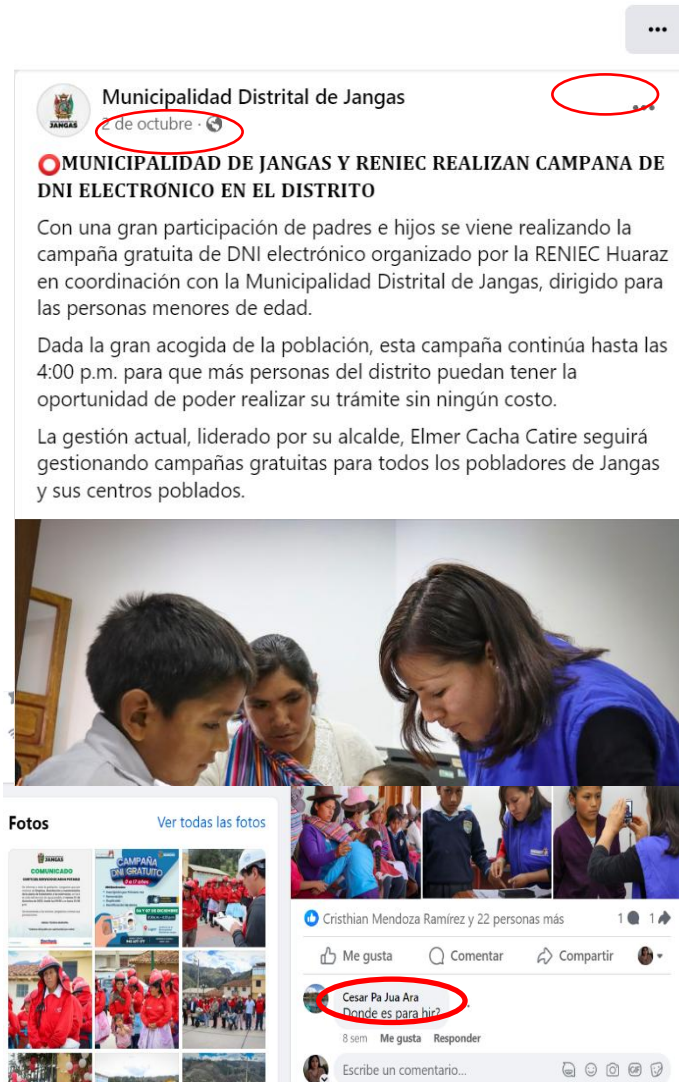
Si perteneces a una entidad pública habilitada en la Plataforma Nacional de Interoperabilidad del Estado (PIDE), puedes enviar tus documentos a la Municipalidad Distrital de Jangas a través de dicha aplicación.

Acceder a mesa de partes virtual

<https://facilita.gob.pe/t/682>

Anexo N°06

Falta de cohesión en las notas informativas



Municipalidad Distrital de Jangas
2 de octubre · 🌐

MUNICIPALIDAD DE JANGAS Y RENIEC REALIZAN CAMPANA DE DNI ELECTRONICO EN EL DISTRITO

Con una gran participación de padres e hijos se viene realizando la campaña gratuita de DNI electrónico organizado por la RENIEC Huaraz en coordinación con la Municipalidad Distrital de Jangas, dirigido para las personas menores de edad.

Dada la gran acogida de la población, esta campaña continúa hasta las 4:00 p.m. para que más personas del distrito puedan tener la oportunidad de poder realizar su trámite sin ningún costo.

La gestión actual, liderado por su alcalde, Elmer Cacha Catire seguirá gestionando campañas gratuitas para todos los pobladores de Jangas y sus centros poblados.

Fotos [Ver todas las fotos](#)

Cristhian Mendoza Ramirez y 22 personas más · 1 🗨️ 1 ➦

Me gusta · Comentar · Compartir

Cesar Pa Jua Ara
Donde es para hir?
8 sem · Me gusta · Responder

Escribe un comentario...

Municipalidad Distrital de Jangas

Detalles

Página oficial de la Municipalidad Distrital de Jangas, Huaraz.

Página · Organización gubernamental

02001, Jangas, Peru

992 676 874

mesavirtual@munijangas.gob.pe

DESCARGAR ROF:
https://drive.google.com/file/d/1AVR6VMo8LTGhC9zKqf_YzZVSoxy5xfZa/view?usp=sharing

DESCARGAR TUPA:
<https://drive.google.com/file/d/1ZIS5qFMxC DwGjb7Dj4eGfkXTu2p-E6Og/view?usp=sharing>

BOLETIN II AUDIENCIA 2023:

Municipalidad Distrital de Jangas
 8 de octubre ·

Se informa a la población, el fallecimiento de la Prof. Luzmila Paucar Roncal. Desde aquí hacemos llegar nuestras más sentidas condolencias a los familiares y amigos.

El alcalde de la Municipalidad de Jangas, Regidores, Funcionarios y trabajadores en general expresan sus más sinceras condolencias a los familiares por el fallecimiento de la Profesora:

Luzmila Paucar Roncal
 (Q.E.P.D & D.D.G)

Las palabras nunca serán suficientes para expresar el dolor y la tristeza que siente los familiares y amigos ante la pérdida de un ser querido, pero recordemos siempre a nuestros seres queridos con amor y gratitud por el tiempo que tuvimos juntos.

Publicación de Municipalidad Distrital de Jangas

Luzmila Paucar Roncal
 (Q.E.P.D & D.D.G)

Las palabras nunca serán suficientes para expresar el dolor y la tristeza que siente los familiares y amigos ante la pérdida de un ser querido, pero recordemos siempre a nuestros seres queridos con amor y gratitud por el tiempo que tuvimos juntos.

Jangas, 08 de octubre de 2023

munijangas.gob.pe

Elmer Amado
 ALCALDE DISTRICTAL

21 Me gusta · 2 comentarios · 1 vez compartido

Me gusta · Comentar · Compartir


Más relevantes

Fan destacado
 Emilio Quiroz Tinoco
 QEPD, Y DDG. profesora...se debe informar completo, de qué grado era inicial, primaria secundaria, cepro, etc, gracias...

Escribe un comentario...

Anexo N°07

Boletín informativo municipal y Consulta amigable



SEGUNDA AUDIENCIA PÚBLICA
RENDICIÓN DE CUENTAS - 2023

“Gobierno del pueblo con oportunidad para todos”

Elmer Amado
ALCALDE

[Gestión 2023 - 2026]

GERENCIA DE DESARROLLO TERRITORIAL

N°	DESCRIPCION	FUNCION	CUI	NOMBRE DE LA INVERSION	COSTO DE INVERSION ACTUALIZADO (S/)	ESTADO SITUACIONAL
EXPEDIENTES TECNICOS PARA EJECUCION						
1	Riego San Juan de Puelin	AGRICULTURA	7570086	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DEL SERVIDO DE AGUA PARA RIEGO EN LOS SECTORES DE HUAYOC, CHUCURU, ANGA, PATAY PAMPA, HUAYO Y NUCO SAN IGON DE LA LOCALIDAD DE SAN JUAN DE PUELIN, DISTRITO DE JANGAS - PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	7,088,897.89	ETAPA DE TRANSFERENCIA
2	I.E. Alfa Pocco Wila	EDUCACION	2502767	CONSTRUCCION DE SALA DE UNOS MULTIPLES SERVICIOS REINICIADOS Y/O VESTIBULO Y ALMACEN EN EL SAO 10 1541 1010 BOCAL EL BUN - JANGAS EN LA LOCALIDAD JANGAS, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA HUARAZ, DEPARTAMENTO ANCASH	472,091.70	ETAPA DE TRANSFERENCIA
3	Saneamiento Huaccha	SANEAMIENTO	2508927	CONSTRUCCION DE ESTACIONES SOBRECARGAS DE AGUA POTABLE, RED DE DISTRIBUCION, COLECTOR PRIMARIO Y CONDUCCION DE COMULAMBA DE ALCANALLO - SIEMAS DE OTROS ACTIVOS DE EL SAJ SISTEMA DE SANEAMIENTO DE BARRIO DE HUACHCHA EN LA LOCALIDAD DE JANGAS, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	426,533.73	EN PROCESO DE LICITACION
4	Pavimentación A. Ancahuasi	TRANSPORTE	2555520	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE TRANSPORTABILIDAD DEL SE. APARCADO EN LA LOCALIDAD DE HUACHCHA EN LA LOCALIDAD DE JANGAS, DISTRITO DE JANGAS - PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	137,109.12	EN PROCESO DE LICITACION
5	PEAR ANGA	SANEAMIENTO	-	RECONSTRUCCION DE PEAR EN EL SAJ SISTEMA DE SANEAMIENTO BASICO EN LA LOCALIDAD DE ANGA, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA DE HUARAZ, DEPARTAMENTO DE ANCASH	679,665.95	PROCESO DE APROBACION DEL EXPEDIENTE TECNICO
EXPEDIENTES TECNICOS PARA FINANCIAMIENTO						
1	Saneamiento Puelin	SANEAMIENTO	2022726	RENOVACION DE CAPTACION DE AGUA, LINEA DE CONDUCCION EN EL SAJ SISTEMA DE AGUA POTABLE DEL BARRIO DE PUELIN, DE LA LOCALIDAD JANGAS, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA HUARAZ, DEPARTAMENTO ANCASH	308,774.26	SE REQUIERE A LA PROVINCIAL
2	Riego Huaccha	AGRICULTURA	2611047	RENOVACION DE CAPTACION DE AGUA, LINEA DE CONDUCCION Y OBRAS DE BATE, EN EL SAJ SISTEMA DE RIEGO EN LAS LOCALIDADES DE HUAYLOPAMPA, SIEMASA Y SIEMASA, DEL C. P. DE HUAYLOPAMPA, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA HUARAZ, DEPARTAMENTO ANCASH	526,248.65	SE REQUIERE A LA PROVINCIAL
3	Pavimentación A. Ancahuasi	TRANSPORTE	2552021	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE TRANSPORTABILIDAD DEL SE. APARCADO EN LA LOCALIDAD DE HUACHCHA EN LA LOCALIDAD DE JANGAS - PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	131,482.24	SE REQUIERE A LA PROVINCIAL
4	Trocha Cochab - Llicca	TRANSPORTE	-	MANUTENCION DE EMERGENCIA Y/O PELIGRO INMEDIATO DE LA TROCHA CARROZABLE TRAMO COCHAB - LILICCA EN EL SAJ SISTEMA DE RIEGO EN LA LOCALIDAD DE JANGAS, PROVINCIA DE HUARAZ, DEPARTAMENTO DE ANCASH	1,948,086.04	SE REQUIERE A LA PCM
5	Trocha Cochab - Guevedal	TRANSPORTE	-	MANUTENCION DE EMERGENCIA Y/O PELIGRO INMEDIATO DE LA TROCHA CARROZABLE TRAMO SIEMASA CINCASARCA SIEMASA, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA DE HUARAZ, DEPARTAMENTO DE ANCASH	1,196,503.08	SE REQUIERE A LA PCM
6	Trocha Cochab - Mollamayo	TRANSPORTE	-	MANUTENCION DE EMERGENCIA DE LA TROCHA TRAMO SIEMASA CINCASARCA SIEMASA, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA DE HUARAZ, DEPARTAMENTO DE ANCASH	916,948.57	SE REQUIERE A LA PCM
7	Trocha Jango	TRANSPORTE	-	LIMPIEZA, MANUTENCION Y ADECUACIONAMIENTO DE LA TROCHA CARROZABLE EN EL PUENTE CACHIRINI HASTA LA LOCALIDAD DE JANGAS, DISTRITO DE JANGAS - PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	100,000.00	LIBERACION PERU

GERENCIA DE DESARROLLO TERRITORIAL



N°	DESCRIPCION	FUNCION	CUI	NOMBRE DE LA INVERSION	COSTO DE INVERSION ACTUALIZADO (S/)	ESTADO SITUACIONAL
OBRAS EJECUTADAS Y PARALIZADAS POR LA REGION						
1	Agua y Saneamiento Huaccha	SANEAMIENTO	2391702	AMPLIACION Y MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE AGUA Y DESAGUE EN LA LOCALIDAD DE HUAYLLA DEL DISTRITO DE JANGAS - PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	2,541,138.95	PARALIZADO
2	Trocha Tazo Huaccha	TRANSPORTE	2391365	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DE LA TROCHA CARROZABLE DE LA LOCALIDAD DE HUACHCHA A LA LOCALIDAD DE TAZO EN LA LOCALIDAD JANGAS DEL DISTRITO DE JANGAS - PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	2,701,867.30	PARALIZADO
3	Pavimentación Huaccha	TRANSPORTE	2467768	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE TRANSPORTABILIDAD DE LA VÍA VECINAL DEL PUENTE TAZO HASTA LA LOCALIDAD DE HUACHCHA, DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA HUARAZ, DEPARTAMENTO ANCASH	12,128,901.80	PARALIZADO
PERFILES PARA GESTION						
1	Proyecto de agua	PRODUCTIVO	-	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE APOYO AL DESARROLLO PRODUCTIVO EN LA CADENA PRODUCTIVA DE PAPA EN LAS LOCALIDADES DE TAZO, HUAYLLALLON, ATUPA Y JANGAS DEL DISTRITO DE JANGAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ DEL DEPARTAMENTO DE ANCASH	-	EN ELABORACION
2	Electrificacion Jango	ELECTRIFICACION	-	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DEL SERVICIO DE SUMINISTRO ELECTRICO SOBRECARGAS EN ZONAS RURALES EN LOS SECTORES DE KUMAMAN, ANGA, EL MILAGRO Y METACO, DEL DISTRITO DE JANGAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ DEL DEPARTAMENTO DE ANCASH	-	EN ELABORACION
3	Comedor Deportivo de Jango	RECREACION	-	ERACION DEL SERVICIO DE PRACTICA DEPORTIVA Y/O RECREATIVA EN EL COMPLEJO DEPORTIVO DE LA LOCALIDAD DE JANGAS, DEL DISTRITO DE JANGAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ DEL DEPARTAMENTO DE ANCASH	-	EN ELABORACION
4	Saneamiento Cochab	SANEAMIENTO	-	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DEL SERVICIO DE AGUA POTABLE RURAL Y MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DEL SERVICIO DE ALCANTARILLADO Y OBRAS DE DISPOSICION SANITARIA DE EXCRETAS EN EL BARRIO COCHA DE LA LOCALIDAD DE JANGAS DEL DISTRITO DE JANGAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ DEL DEPARTAMENTO DE ANCASH	-	EN ELABORACION
5	Riego Tazo Huaccha	AGRICULTURA	-	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DEL SERVICIO DE PROVISION DE AGUA PARA RIEGO EN LA LOCALIDAD DE TAZO DEL DISTRITO DE JANGAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ DEL DEPARTAMENTO DE ANCASH	-	EN ELABORACION
6	Colegio Vago de las Mesetas	INFRAESTRUCTURA	-	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE EDUCACION PRIMARIA Y SECUNDARIA EN LA I.E. BARRIO VECINAL DE LAS MESETAS DEL CENTRO POBLADO DE JANGAS, DISTRITO DE JANGAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ, DEPARTAMENTO DE ANCASH	-	EN ELABORACION
7	Riego Huaccha Cochab	AGRICULTURA	-	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DEL SERVICIO DE PROVISION DE AGUA PARA RIEGO EN EL SISTEMA DE RIEGO TECNIFICADO A NIVEL PARCELARIO EN LOS SECTORES DE COLPA, A, CATZAN, DE LA LOCALIDAD DE HUACHCHA, DISTRITO DE JANGAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ DEL DEPARTAMENTO DE ANCASH	-	EN ELABORACION
8	Riego Tazo Huaccha	AGRICULTURA	2508501	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE AGUA A NIVEL PARCELARIO CON UN SISTEMA DE RIEGO TECNIFICADO EN EL SECTOR JANGAS DEL CASERIO CACHIRINI DEL DISTRITO DE JANGAS, PROVINCIA DE HUARAZ - DEPARTAMENTO DE ANCASH	3,061,563.53	EN PROYECCION PARA EXPEDIENTE



Transparencia Económica PERU

Consulta Amigable
Consulta de Ejecución del Gasto

Portal del MEF | Portal de Transparencia Económica

lunes, 04 de diciembre del 2023

Reiniciar Exportar Graficar

Año 2023 | Actividades/Proyectos

¿Quién gasta?	¿En qué se gasta?		¿Con qué se financian los gastos?		¿Cómo se estructura el gasto?	¿Dónde se gasta?	¿Cuándo se hizo el gasto?		Avance %
	Categoría (Presupuestal)	Producto/Proyecto	Función	Fuente			Rubro	Departamento	
TOTAL									
Nivel de Gobierno M: GOBIERNOS LOCALES	29.706.996.756	48.535.454.270	42.795.315.099	39.085.329.398	33.411.241.652	29.471.711.435	29.078.991.600	60.7	
Gob.Loc./Mancor. M: MUNICIPALIDADES	29.706.996.756	48.512.647.361	42.773.178.049	39.063.302.158	33.399.746.844	29.462.655.541	28.671.054.384	60.7	
Departamento 02: ANCASH	2.387.676.728	4.580.227.765	3.852.768.231	2.727.431.410	2.572.324.160	1.964.089.032	1.933.054.206	43.5	
Provincia 0201: HUARAZ	166.576.257	324.078.448	241.082.160	171.072.328	165.422.047	126.393.050	124.686.576	39.0	

Municipalidad	PIA	PIM	Certificación	Compromiso Anual	Ejecución		Avance %	
					Atención de Compromiso Mensual	Devengado		
020101-300085: MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUARAZ	74.491.300	108.696.354	86.528.302	83.908.438	62.476.855	40.641.995	40.136.256	37.4
020102-300086: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COCHABAMBA	2.751.885	8.402.167	7.838.462	6.024.229	4.695.230	4.311.979	4.252.400	51.0
020103-300087: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COLCABAMBA	671.833	1.202.149	1.223.559	1.011.099	1.006.394	1.004.162	994.061	77.7
020104-300088: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE HUANCHAY	2.584.843	3.603.959	2.269.313	2.189.858	1.988.708	1.814.238	1.714.475	49.1
020105-300089: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE INDEPENDENCIA	58.285.495	134.968.558	88.755.539	65.558.208	61.938.922	49.326.738	48.933.431	36.5
020106-300090: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JANGAS	6.310.050	21.145.830	16.014.120	6.894.677	6.734.733	6.095.393	6.027.139	28.7
020107-300091: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LA LIBERTAD	1.091.285	3.078.792	2.168.601	1.762.605	1.762.605	1.700.432	1.686.175	56.2
020108-300092: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE OLLEROS	3.108.890	5.454.471	4.497.468	3.148.706	3.131.908	3.056.129	3.025.316	56.0
020109-300093: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PAMPAS	1.477.215	7.811.947	7.104.426	3.408.570	3.394.851	2.376.006	2.277.051	31.2
020110-300094: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PARIACOTO	4.354.532	8.491.057	7.207.269	4.774.666	4.733.600	4.605.068	4.309.085	53.1
020111-300095: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIRA	4.272.014	6.990.568	6.164.960	5.651.291	5.610.075	4.143.748	4.127.939	59.3
020112-300096: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TARICA	9.326.725	14.162.601	11.710.062	7.778.413	7.680.671	7.408.143	7.201.745	52.3

Notas

ANEXO 08





TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1

Respuestas a la pregunta 1

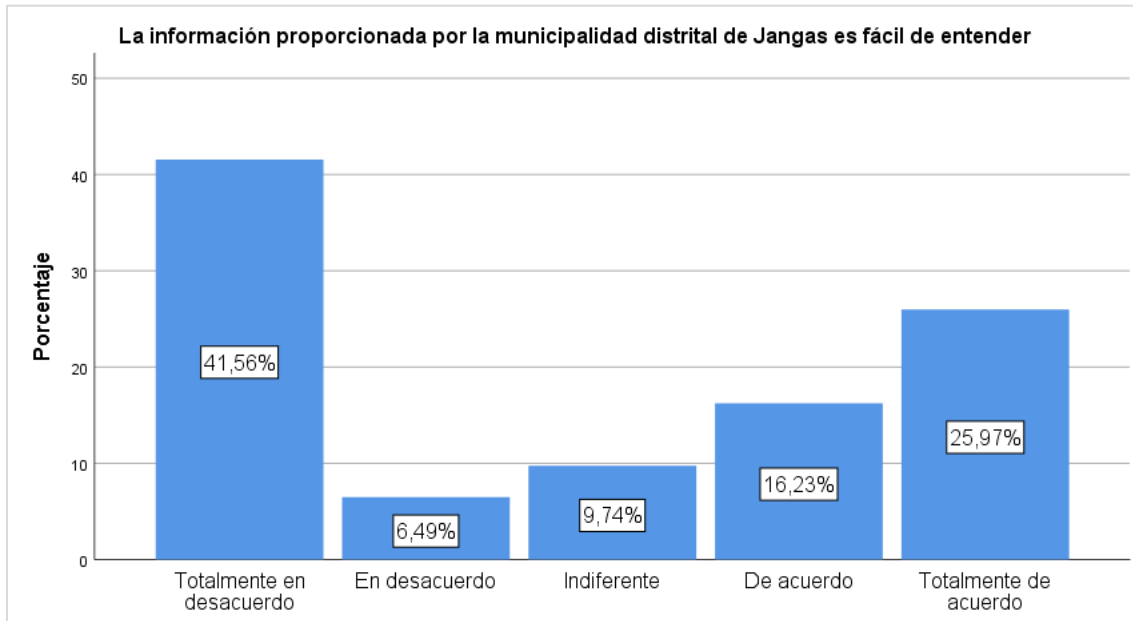


Tabla 2

Respuestas a la pregunta 2

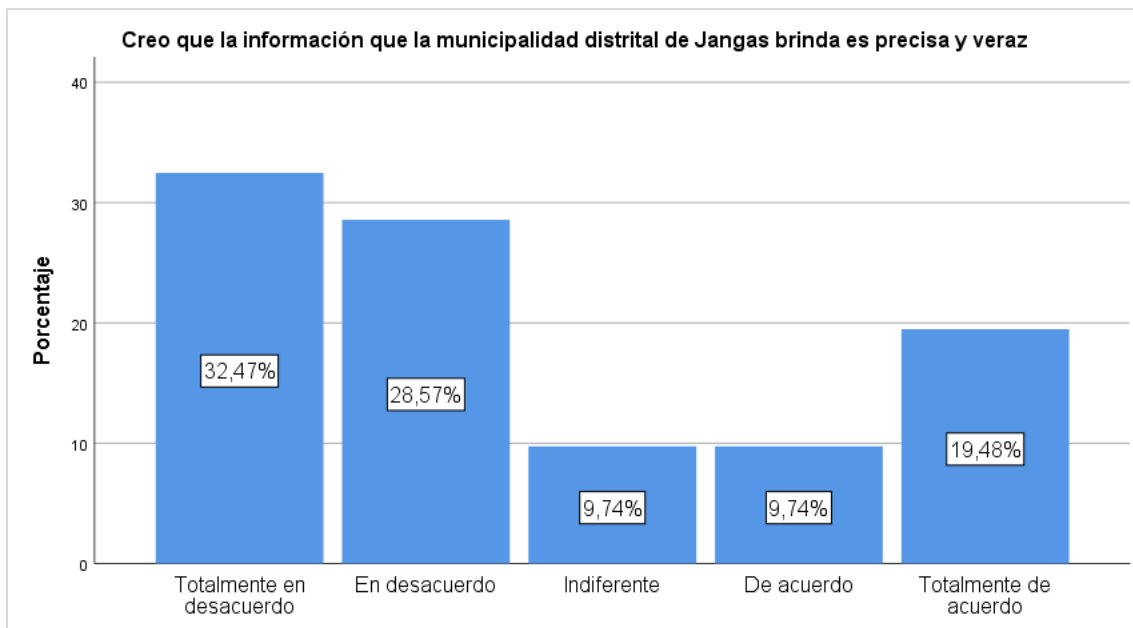


Tabla 3

Respuestas a la pregunta 3

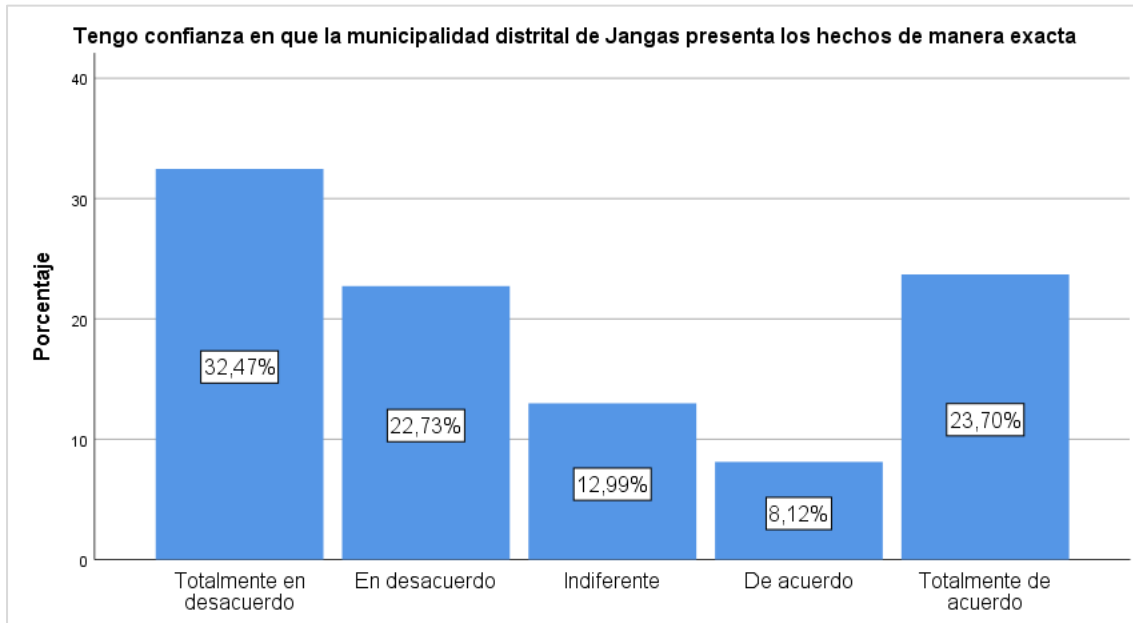


Tabla 4

Respuestas a la pregunta 4

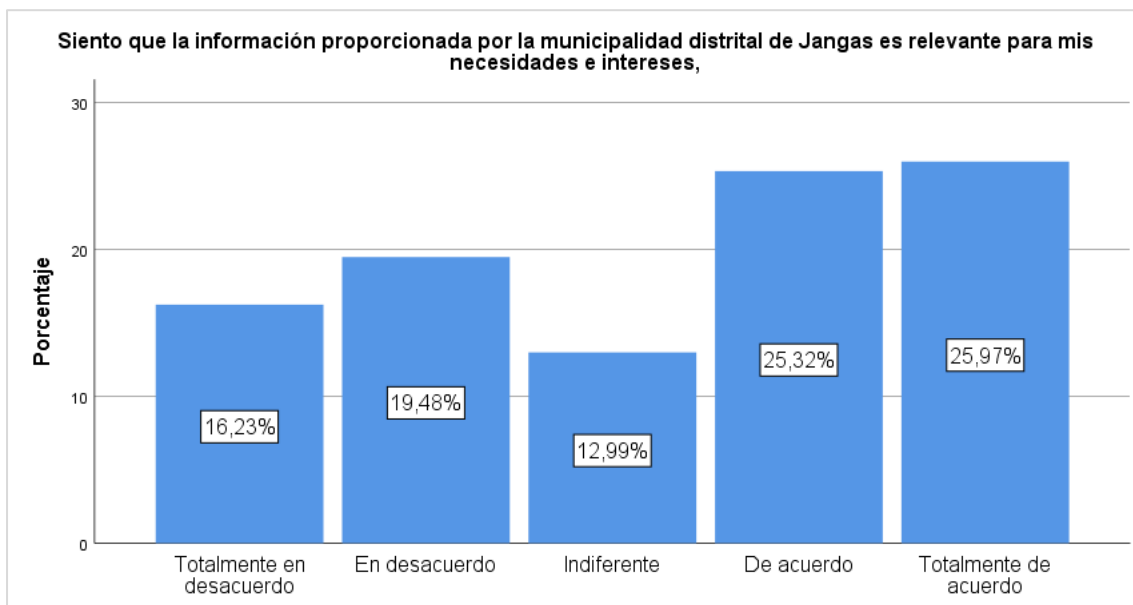


Tabla 5

Respuestas a la pregunta 5

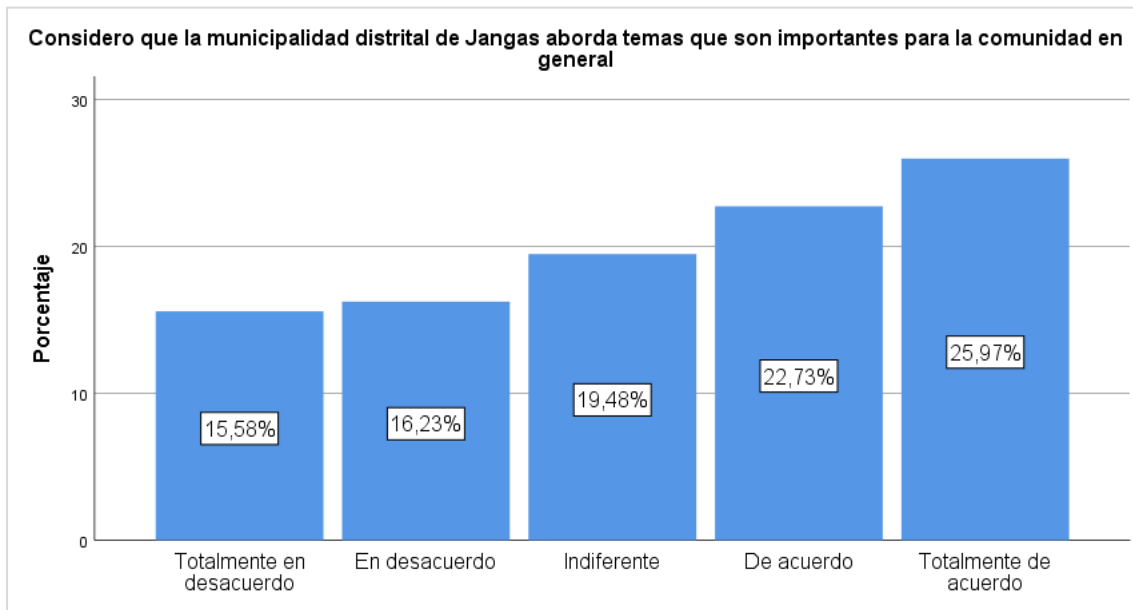


Tabla 6

Respuestas a la pregunta 6

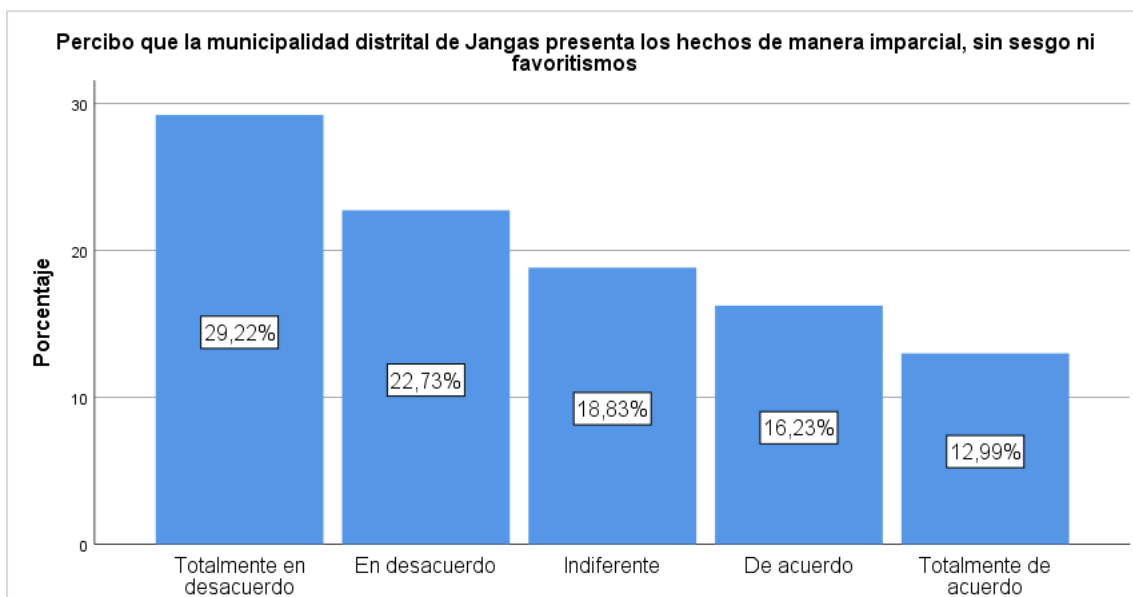


Tabla 7

Respuestas a la pregunta 7

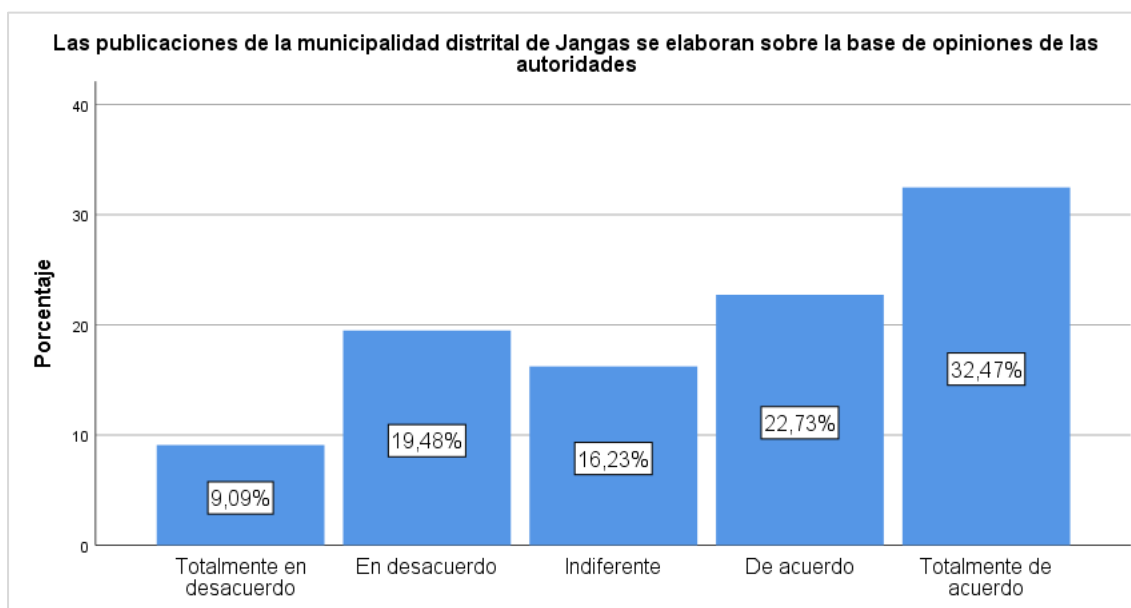


Tabla 8

Respuestas a la pregunta 8

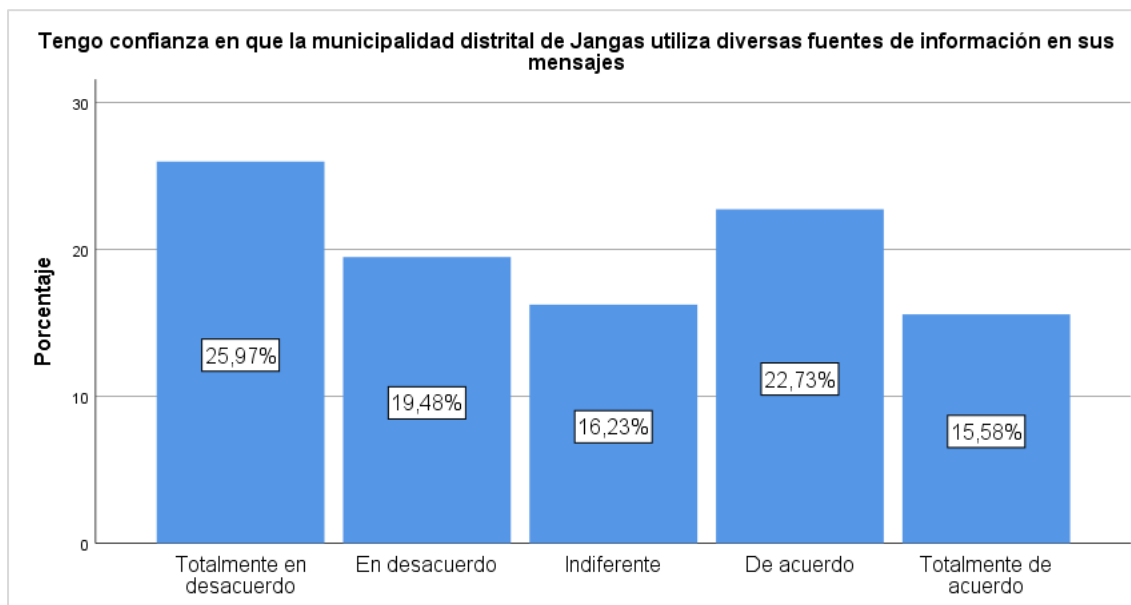


Tabla 9
Respuestas a la pregunta 9

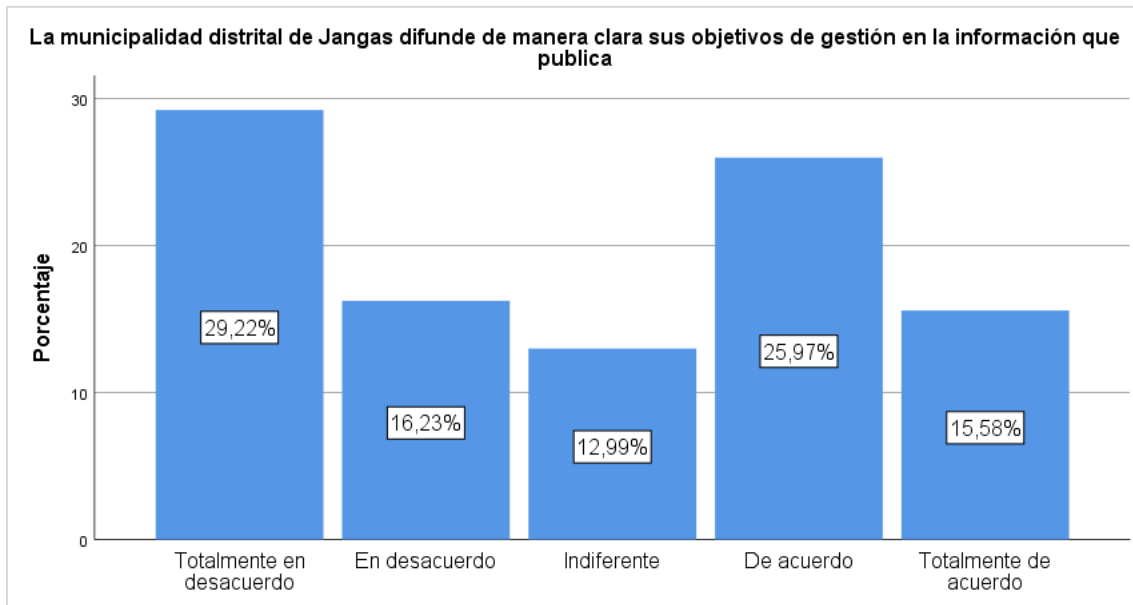


Tabla 10
Respuestas a la pregunta 10

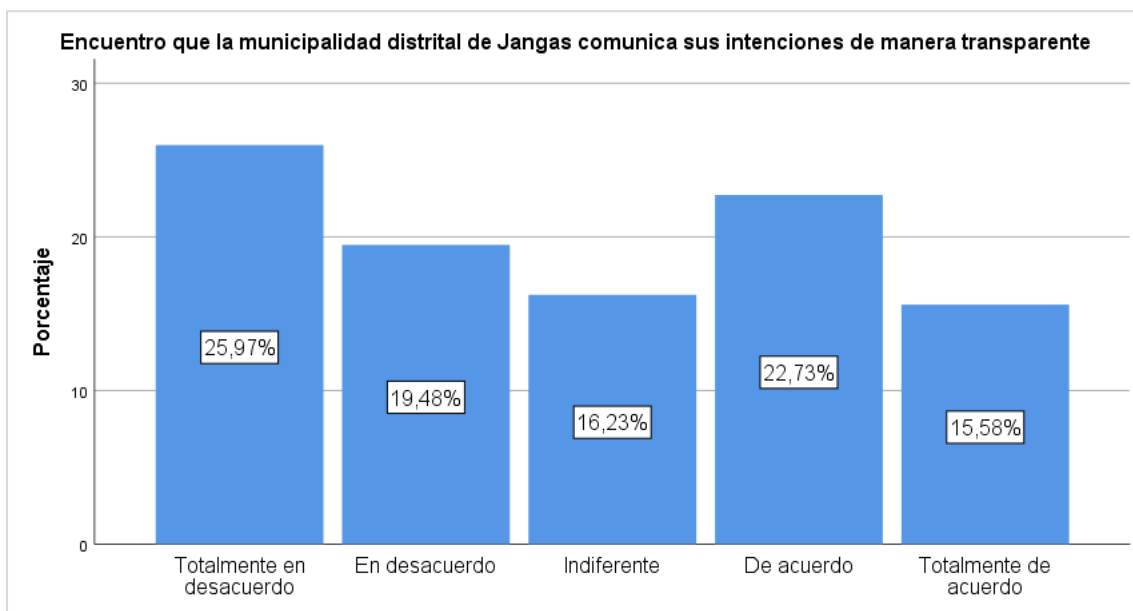


Tabla 11

Respuestas a la pregunta 11

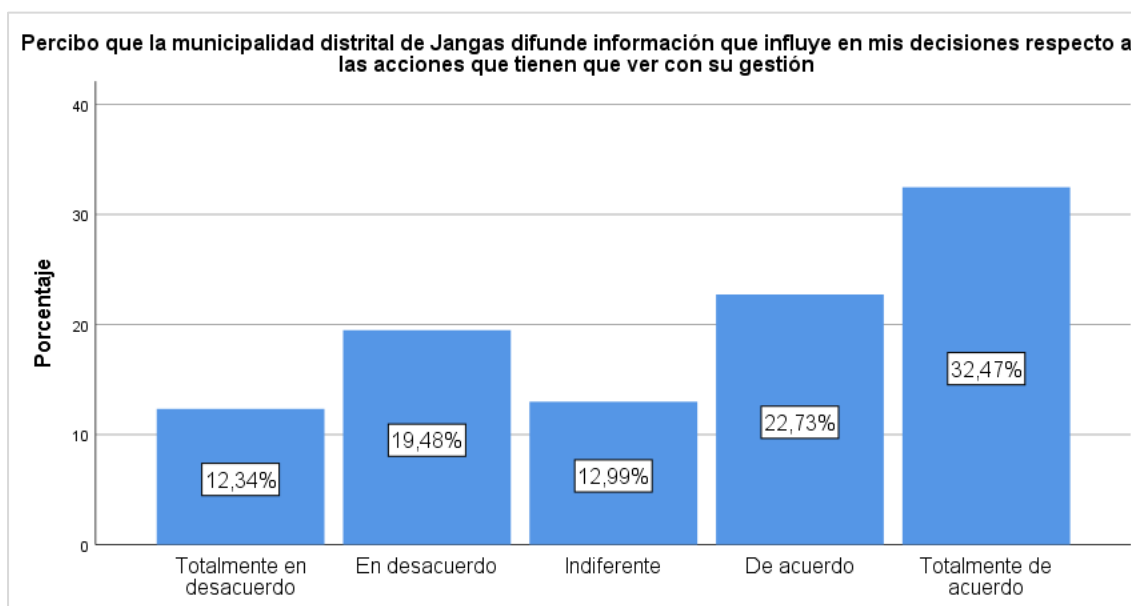


Tabla 12

Respuestas a la pregunta 12

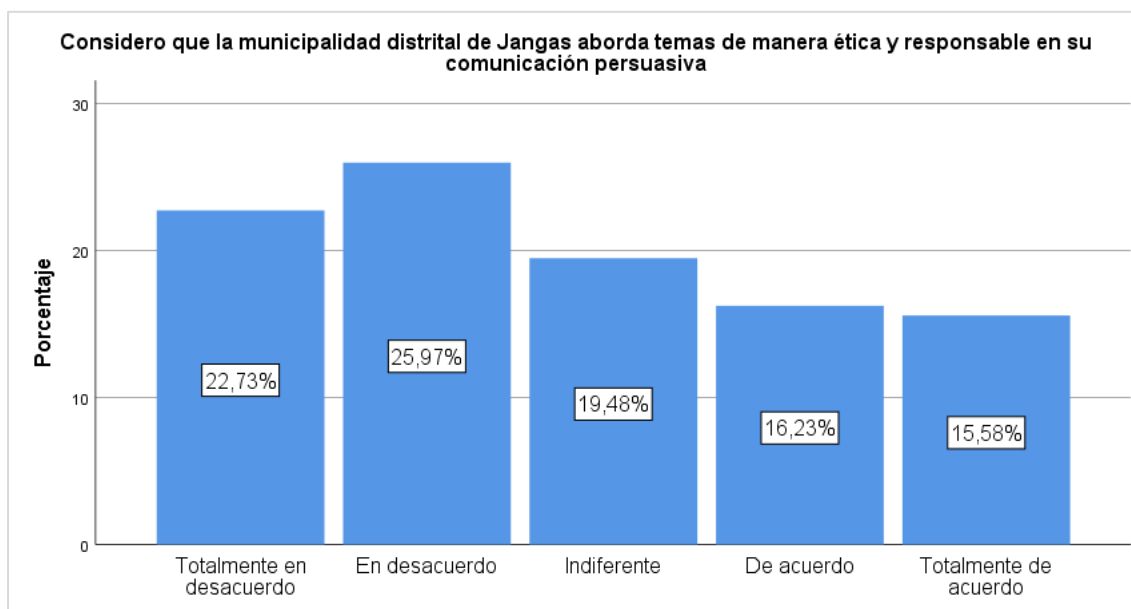


Tabla 13

Respuestas a la pregunta 13

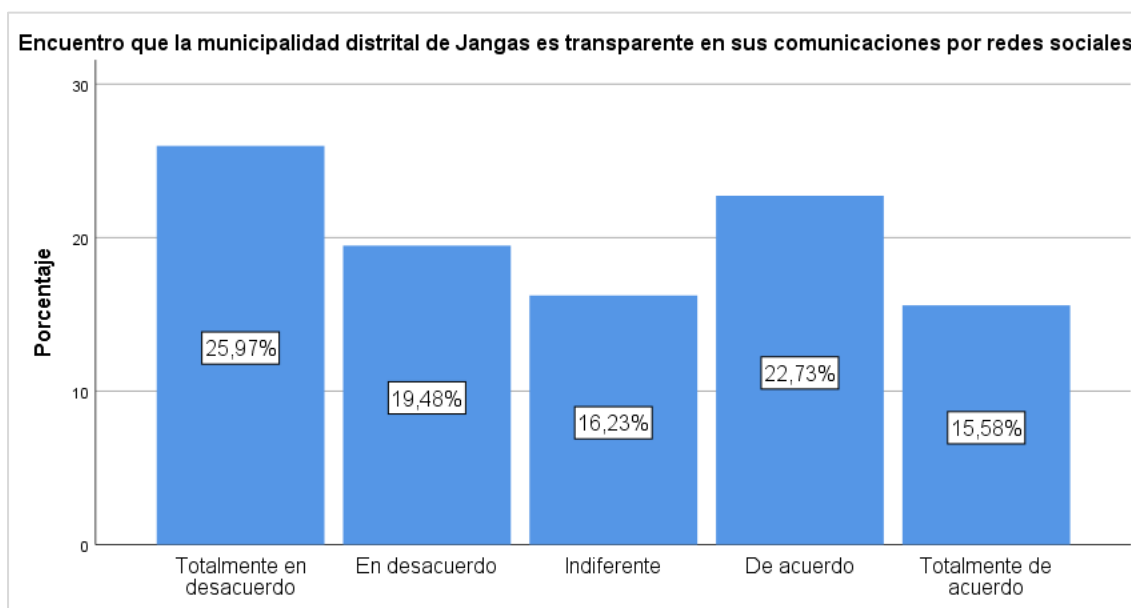


Tabla 14

Respuestas a la pregunta 14

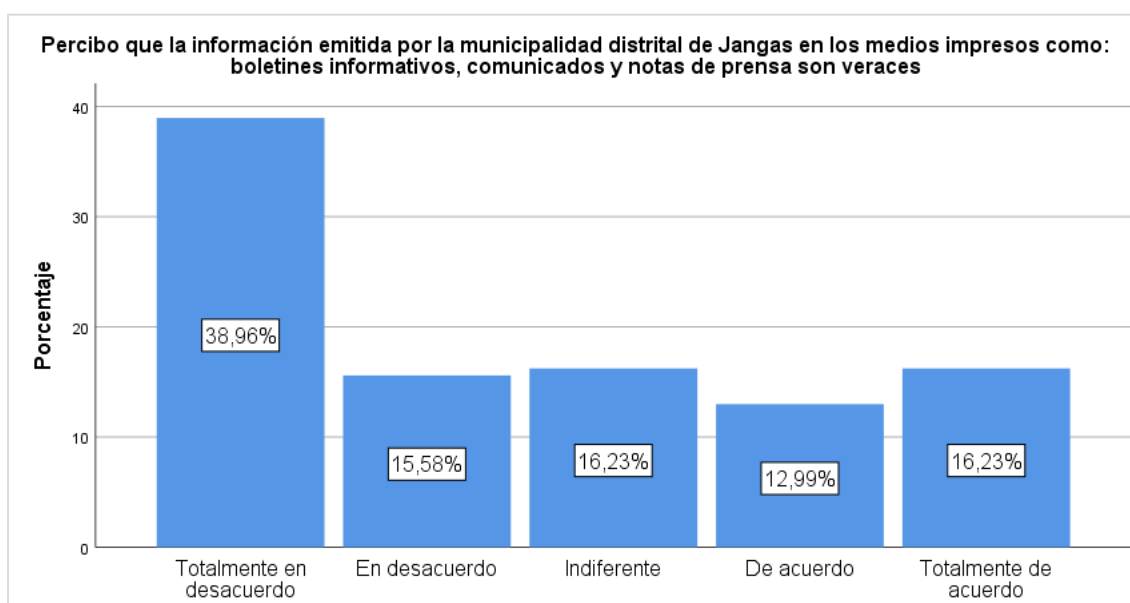


Tabla 15

Respuestas a la pregunta 15

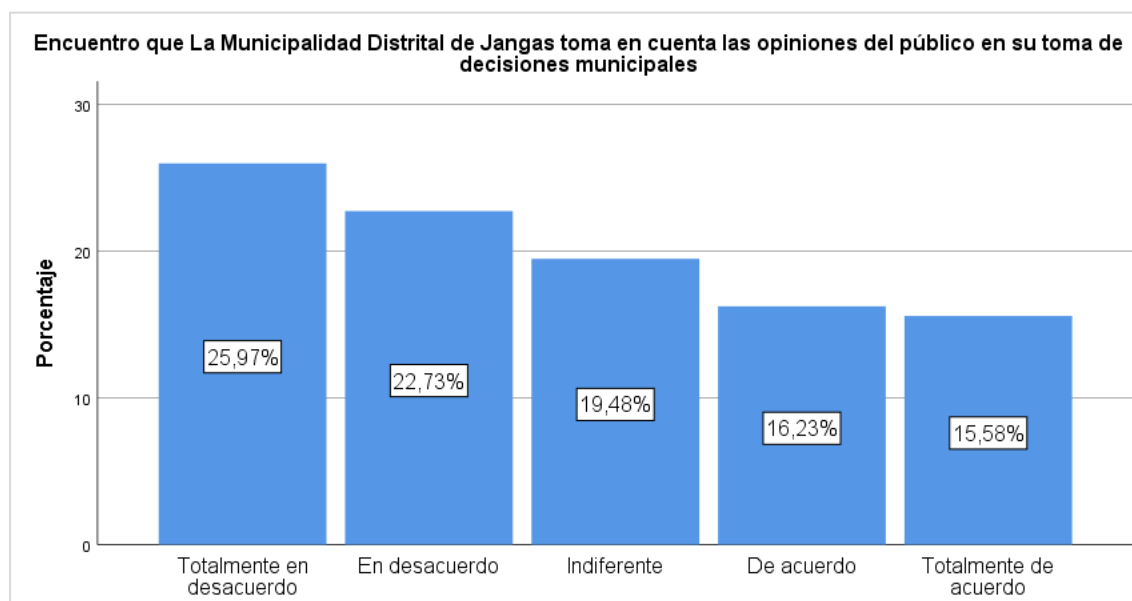


Tabla 16

Respuestas a la pregunta 16

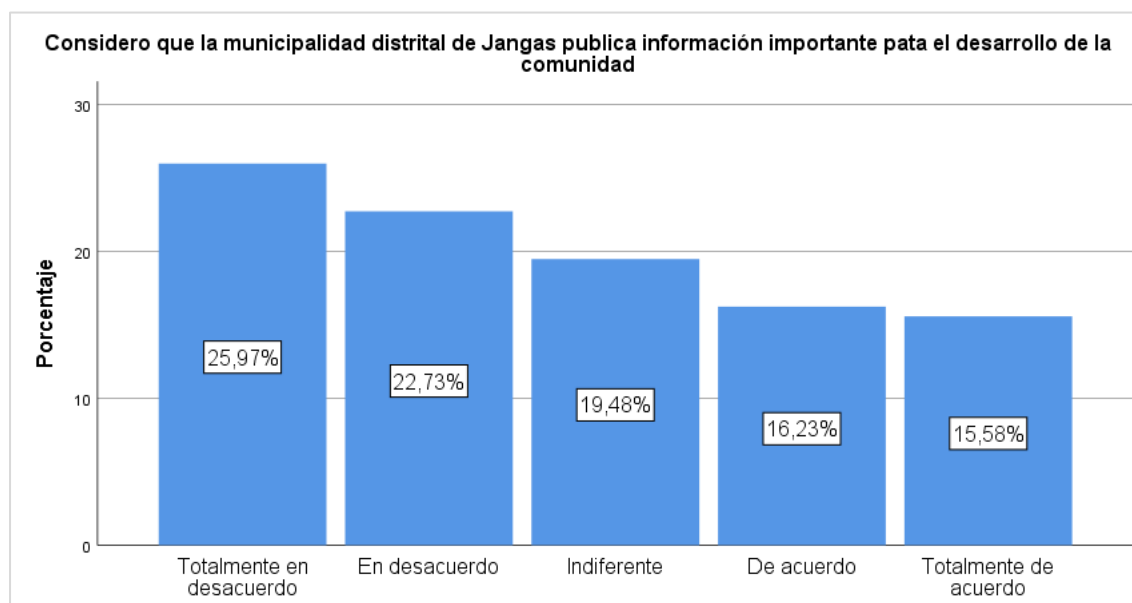


Tabla 17

Respuestas a la pregunta 17

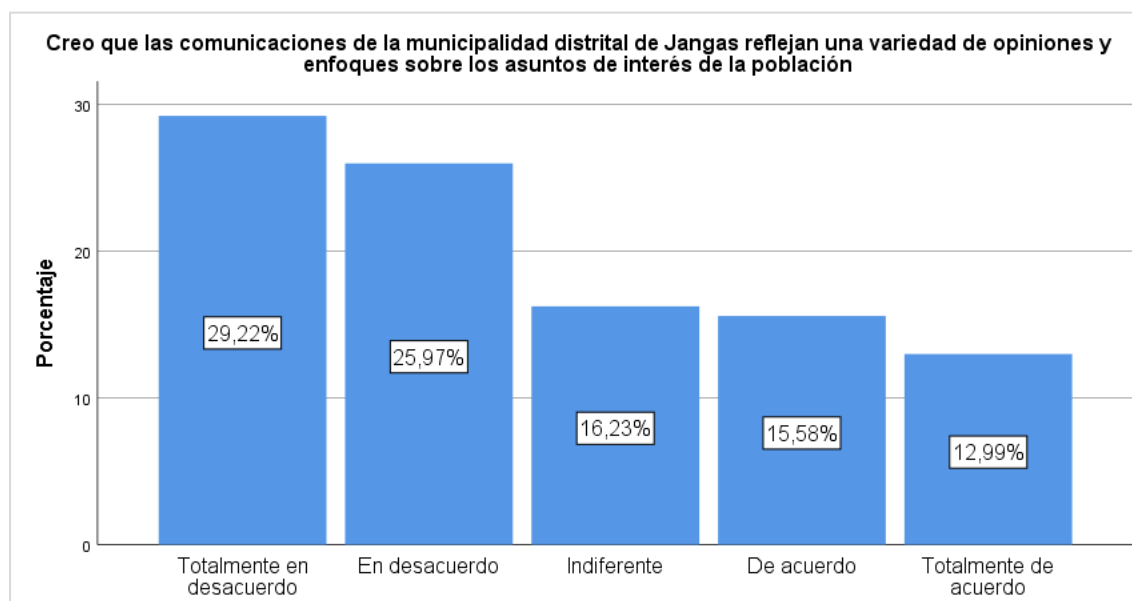


Tabla 18

Respuestas a la pregunta 18

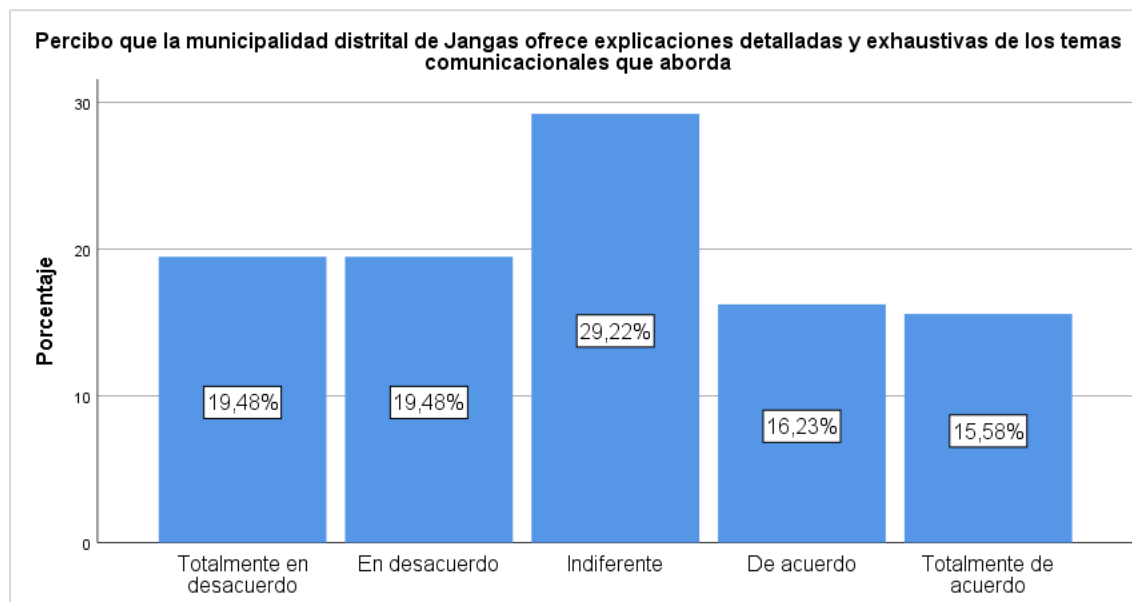


Tabla 19

Respuestas a la pregunta 19

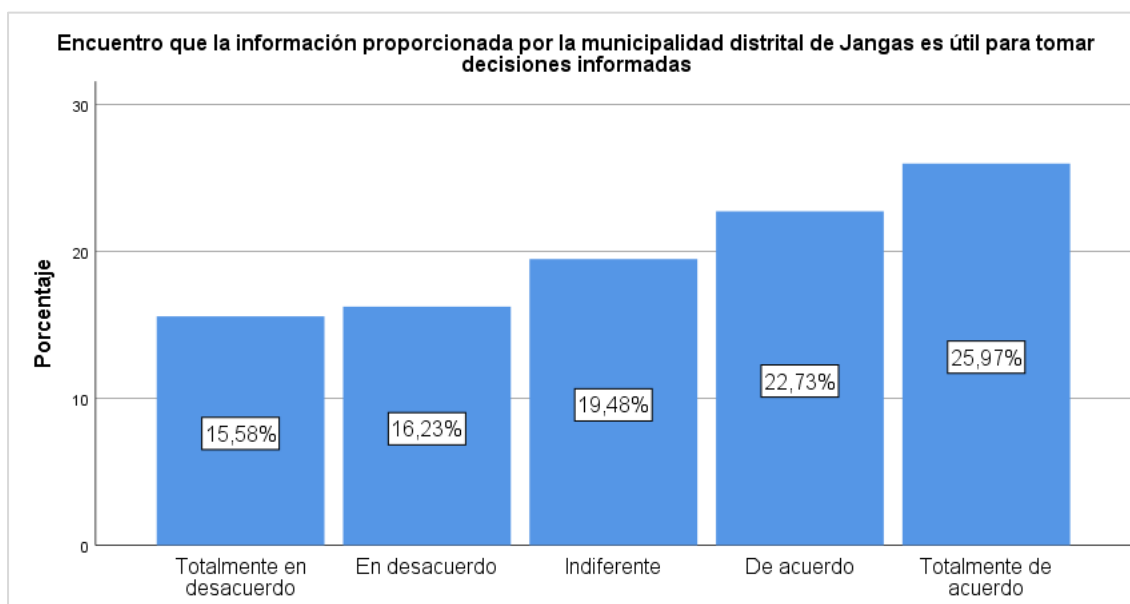


Tabla 20

Respuestas a la pregunta 20

