

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**LAS RELACIONES DEL PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO COMO
FACTOR DEL PRESTIGIO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE OROPESA - QUISPICANCHI, 2017**

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. Yerme Gladys Álvarez Torres

Bach. Evelin Luzbenia Marucho Sutta

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ASESOR: Mg. José Darío Salazar Bragagnini

CUSCO – PERÚ

2019

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	I
AGRADECIMIENTOS.....	1
DEDICATORIA.....	2
PRESENTACIÓN.....	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO I.....	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2.1 Problema general:.....	13
1.2.2 Problemas específicos:.....	13
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.3.1 Objetivo general.....	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	14
1.5 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.5.1 Antecedente internacional.....	15
1.5.2 Antecedente nacional.....	16
1.5.3 Antecedente local.....	17

1.6	HIPÓTESIS	19
1.6.1	Hipótesis general.....	19
1.6.2	Hipótesis específicas	19
1.7	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	20
1.8	METODOLOGÍA	20
1.8.1	Tipo de investigación.....	20
1.8.2	Diseño de la investigación	21
1.8.3	Enfoque de la investigación.....	21
1.8.4	Método de la investigación	21
1.8.5	Población	21
1.8.6	Muestra	22
1.8.7	Técnicas	23
1.8.8	Instrumentos.....	23
1.8.9	Procesamiento de datos.....	23
CAPÍTULO II: BASES TEÓRICAS Y FILOSÓFICAS		24
2.1	MARCO TEÓRICO.....	24
2.1.1	Teorías de las relaciones públicas.....	24
2.1.2	Públicos.....	34
2.1.3	Prestigio institucional	37
2.1.4	Imagen institucional.....	38
2.1.5	Desarrollo institucional.....	42
2.1.6	Las relaciones públicas gubernamentales	43
2.1.7	Relaciones públicas en el municipio.....	44
2.2	MARCO CONCEPTUAL.....	47
2.3	DISTRITO Y MUNICIPALIDAD DE OROPESA	51

2.3.1	Distrito de Oropesa	51
2.3.2	Municipalidad de Oropesa	56
CAPÍTULO III: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN - RESULTADOS		68
3.1	DESCRIPCIÓN DE LOS POBLADORES DE OROPESA USUARIOS/POBLADORES	68
3.2	DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DE OROPESA	81
3.3	ENTREVISTA AL PÚBLICO INTERNO.....	96
3.4	ENTREVISTA AL PÚBLICO EXTERNO	99
CAPÍTULO IV: APORTE		101
4.1	PLAN DE TRABAJO DE LA RELACIÓN DEL PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO PARA EL PRESTIGIO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE OROPESA.....	101
CONCLUSIONES		109
SUGERENCIAS		111
BIBLIOGRAFÍA.....		112
ANEXOS		114
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA		115
ANEXO 2: ENCUESTA A POBLADORES DE OROPESA		117
ANEXO 3: ENCUESTA A TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD		119
ANEXO 4: ENTREVISTA AL PÚBLICO INTERNO.....		121
ANEXO 5: ENTREVISTA AL PÚBLICO EXTERNO.....		130
ANEXO 6: REGISTRO FOTOGRÁFICO.....		136

AGRADECIMIENTOS

A todas aquellas personas que estuvieron involucradas en el proceso de desarrollo de este trabajo.

A nuestros docentes, que nos apoyaron permanentemente en nuestra formación profesional.

A nuestros padres por darnos la oportunidad de estudiar en la universidad.

A la Municipalidad Distrital de Oropesa a la población, por habernos permitido tener acceso a su información.

Bach. Yerme Gladys Álvarez Torres

Bach. Evelin Luzbenia Marucho Sutta

DEDICATORIA

A Dios por habernos dado fortaleza y salud para cumplir nuestras metas y objetivos.

*Con mucho afecto para nuestros seres queridos:
Nuestros padres quienes a lo largo de nuestras vidas han velado por nuestra educación y bienestar. Por otorgarnos su entera confianza en cada reto que nos hemos propuesto.*

Bach. Yerme Gladys Álvarez Torres

Bach. Evelin Luzbenia Marucho Sutta

PRESENTACIÓN

Señora Decana de la Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación

Señor(a) Presidente(a) y miembros del Jurado

Es grato para nosotras poner a vuestra disposición el presente trabajo de investigación denominado: **LAS RELACIONES DEL PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO COMO FACTOR DEL PRESTIGIO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE OROPESA - QUISPICANCHI, 2017**, estudio que realizamos con el propósito de profundizar nuestro conocimiento en el ámbito de las Relaciones Públicas.

El trabajo de investigación contribuirá a mejorar la situación actual en las relaciones del público interno y externo de la Municipalidad Distrital de Oropesa, e igualmente servirá de base para optimizar las relaciones entre Estado y sociedad.

Consideramos que el presente estudio es un aporte al campo de las ciencias de la comunicación social y esperamos que en el futuro se desarrollen otros trabajos que amplíen esta perspectiva.

Bach. Yerme Gladys Álvarez Torres

Bach. Evelin Luzbenia Marucho Sutta

RESUMEN

El trabajo titulado “Relaciones del Público Interno y Externo como factor del Prestigio Institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa – Quispicanchi, 2017” tiene como objetivo principal diagnosticar la influencia de la relación del público interno y externo en el prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa. Anticipamos mediante la hipótesis que esa relación es inadecuada y afecta el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa – Quispicanchi, 2017. El trabajo fue desarrollado desde un modelo mixto, con enfoque cuantitativo y cualitativo, diseño no experimental, para ello se utilizó las técnicas de encuestas, entrevistas y análisis documentario, con el uso de los instrumentos correspondientes y con resultados procesados en el SPSS - 23.

La población de estudio fueron los 60 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa y los pobladores del distrito que son 7,820 habitantes. La investigación fue desarrollada desde diversas teorías de la comunicación, que nos permitió acercarnos a la realidad y comprender los aspectos que afectan las relaciones del público interno y externo, situación que repercute en forma negativa en el prestigio institucional de esa institución.

Al concluir la investigación, llegamos a las conclusiones y recomendaciones sobre el tema y material de estudio que nos permite brindar una propuesta a manera de aporte para mejorar la relación entre público interno y externo y que tenga un efecto favorable en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

Términos clave: Público interno, público externo, prestigio institucional, Municipalidad Distrital

ABSTRACT

The work entitled "Relations of the Internal and External Public as a factor of the Institutional Prestige of the District Municipality of Oropesa - Quispicanchi, 2017" has as main objective to diagnose the influence of the relationship of the internal and external public on the prestige of the District Municipality of Oropesa . We anticipate through the hypothesis that this relationship is inadequate and influences the institutional prestige of the District Municipality of Oropesa - Quispicanchi, 2017. The work was developed from a mixed model with a quantitative and qualitative approach, with a non-experimental design, for this purpose the techniques of observation, surveys, interviews and documentary analysis, with the use of the corresponding instruments and with results processed in the SPSS - 23.

The study population was the workers of the District Municipality of Oropesa and the residents of 7820 people and 50 workers. The research was developed from various theories of communication, which allowed us to approach reality and understand the aspects that affect the internal and external public relations situation that negatively affects the institutional prestige of that institution.

At the conclusion of the investigation, we reached conclusions and recommendations on the material subject of study and we offered a proposal as a contribution to improve the relationship between internal and external public that has a favorable effect on the institutional prestige of the district municipality of Oropesa.

Key terms: Internal public, external public, institutional prestige, district municipality

INTRODUCCIÓN

Las relaciones entre el público interno y externo constituyen la base de una buena comunicación que debe incidir en el reconocimiento del prestigio institucional de cualquier organización pública y privada. Estas relaciones no son una función aislada sino un proceso global de generación de valor para la sociedad. Se trata de un proceso integrado de tareas en las que los trabajadores ofrecen una mayor velocidad de respuesta al público en un marco de relaciones óptimas y sostenidas en el tiempo.

Por ello comprendemos a las Relaciones Públicas como "Una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización" (Álvarez, 2013). En ese sentido, se puede hablar de un sistema organizado de comunicación, mediante el cual se busca mantener una imagen positiva ya sea este de una persona, grupo o institución.

Las relaciones del público interno y externo deben ser gestionadas adecuadamente, de lo contrario afectan de manera directa e indirecta en el prestigio de la institución. En consecuencia, conocer las relaciones del público interno y externo en el distrito de Oropesa y proponer mejorarlas, ayudará a un mejor servicio y una convivencia armoniosa entre esa institución pública y sus usuarios.

El trabajo se desarrolló en cuatro capítulos:

CAPÍTULO I- Descripción y formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación, antecedentes de la investigación, hipótesis, operacionalización de variables y la metodología.

CAPÍTULO II – Bases y marco teórico, descripción de la Municipalidad Distrital de Oropesa y marco conceptual.

CAPÍTULO III- Interpretación de resultados, descripción de la percepción de los pobladores y trabajadores de Oropesa y entrevista al público interno y externo.

CAPÍTULO IV- Propuesta de un plan para mejorar la relación entre el público interno y externo y optimizar el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa. Finalmente se presentan las conclusiones, sugerencias, bibliografía y anexos respectivos.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Operacionalización de Variables.....	20
Tabla N° 2: Lugar de procedencia	68
Tabla N° 3: ¿Cuánto tiempo vive en Oropesa?.....	70
Tabla N° 4: ¿Con qué frecuencia realiza sus trámites en la municipalidad?	71
Tabla N° 5: ¿Qué trámites realiza mayormente?	72
Tabla N° 6: ¿Cómo califica la atención brindada por los empleados de la municipalidad?....	74
Tabla N° 7: ¿Cómo califica la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?.....	75
Tabla N° 8: ¿Cómo cree usted que puede mejorar la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?.....	76
Tabla N° 9: ¿La distribución de las oficinas en la municipalidad son de fácil acceso?.....	77
Tabla N° 10: ¿Cree que la municipalidad realiza cambios para mejorar su calidad de atención?	78
Tabla N° 11: ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza actividades en beneficio de la población?.....	79
Tabla N° 12: ¿Cuánto tiempo trabaja en la Municipalidad Distrital de Oropesa?.....	81
Tabla N° 13: Labora en el área u oficina de	83
Tabla N° 14: La comunicación con sus compañeros es:.....	85
Tabla N° 15: La comunicación con su Jefe es:	86
Tabla N° 16: ¿Considera que las políticas que la gestión maneja están acorde a sus funciones?	87
Tabla N° 17: ¿Cómo califica la atención que brindan a los usuarios?.....	89
Tabla N° 18: ¿Cuáles son las principales quejas de los usuarios?.....	90
Tabla N° 19: ¿Cómo califica la identidad de los trabajadores con la Municipalidad Distrital de Oropesa?.....	92
Tabla N° 20: ¿Con cuál de estas alternativas se puede mejorar el prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa?	93
Tabla N° 21: ¿Considera que las políticas de la Municipalidad Distrital de Oropesa están direccionadas hacia la satisfacción de los pobladores?.....	94
Tabla N° 22: Presupuesto Propuesta 1	107
Tabla N° 23: Cronograma Propuesta 1	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Organigrama Municipal – Oropesa.....	58
Figura N°2: Lugar de procedencia.....	69
Figura N° 3: ¿Cuánto tiempo vive en Oropesa?	70
Figura N° 4: ¿Con qué frecuencia realiza sus trámites en la municipalidad?.....	71
Figura N° 5: Trámites que realiza mayormente	72
Figura N° 6¿Cómo califica la atención brindada por los trabajadores de la municipalidad?.74	
Figura N° 7: ¿Cómo califica la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?	75
Figura N° 8: ¿Cómo cree usted que puede mejorar la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?.....	76
Figura N° 9: ¿La distribución de las oficinas en la municipalidad son de fácil acceso?	77
Figura N° 10: ¿Cree que la municipalidad realiza cambios para mejorar su calidad de atención?	78
Figura N° 11: ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza actividades en beneficio de la población?.....	80
Figura N° 12: ¿Cuánto tiempo trabaja en la Municipalidad Distrital de Oropesa?	81
Figura N° 13: Labora en el área u oficina de	84
Figura N° 14: La comunicación con sus compañeros es:	85
Figura N° 15: la comunicación con su Jefe es:	86
Figura N° 16: ¿Considera que las políticas que la gestión maneja están acorde a sus funciones?	87
Figura N° 17: ¿Cómo califica la atención que brindan a los usuarios?	89
Figura N° 18: ¿Cuáles son las principales quejas de los usuarios?.....	90
Figura N° 19: ¿Cómo califica la identidad de los trabajadores con la Municipalidad Distrital de Oropesa?.....	92
Figura N° 20: ¿Con cuál de estas alternativas se puede mejorar el prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa?	93
Figura N° 21: ¿Considera que las políticas de la Municipalidad Distrital de Oropesa están direccionadas hacia la satisfacción de los pobladores?.....	94

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

“Las Relaciones Públicas son una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización”. (Castillo Esparcia, 2010). Las Relaciones Públicas en la comunicación interna y externa es el elemento clave para construir, administrar y mantener una imagen positiva ya sea de una persona, grupo, empresa o una institución. Se podría decir que es la técnica, el medio de gestionar, entablar una comunicación entre una organización y el público o también denominada como la disciplina planificada y deliberada llevada a cabo de modo estratégico. De esta manera, en el estudio realizado la intención es poder determinar la relación pública de carácter interno y externo en la Municipalidad Distrital de Oropesa y cómo estas influyen en el prestigio institucional, indagando la percepción que viene desarrollando el público interno de la Municipalidad Distrital de Oropesa. Osea los trabajadores de la mencionada municipalidad respecto a los trabajos, gestión, organización, participación, etc. que viene desarrollando el Alcalde y sus regidores; así también considerar la percepción del poblador de Oropesa desde sus diferentes perspectivas, tanto económicas, políticas, sociales, culturales, etc. aspectos que influyen o determinan el bienestar del poblador.

Considerando a su vez cuáles son los factores que pueden influir en esta percepción del poblador, cómo se establecen y en qué proporción, considerando el grado o nivel de prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa. De tal manera que una relación pública de carácter interno y externo es mucho más compleja debido a que establece no solo una comunicación más amplia desde su funcionalidad, sino que crea una

constante interacción y confrontación con las acciones que se vayan desarrollándose en una organización. De forma que es un proceso de formalización y de toma de decisiones donde se vienen entablando también perspectivas y solución a una determinada acción que venga desarrollando la Municipalidad Distrital de Oropesa.

El problema de investigación del presente trabajo se centra en la carencia de reconocimiento y valoración significativa del prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa por parte de la población. Según lo observado, no existe una adecuada relación entre el público interno y externo, porque el Alcalde o los trabajadores de la municipalidad aludida no desarrollaron una comunicación adecuada. Esto se debe al uso de estrategias poco objetivas en obtener resultados concretos, positivos y los pobladores al no encontrar una relación con la institución que atendían sus necesidades, resolver sus problemas, no buscaron entablar medios de diálogo con esta, debido a su poca organización y la necesidad de satisfacer sus necesidades trabajando. Por otro lado, la identidad corporativa de la institución ante el público se está perdiendo, en razón a que las acciones que desarrolla la municipalidad en beneficio del pueblo son mínimas como las obras, seguridad ciudadana, defensorías y apoyo hacia los pobladores, por lo cual la valoración o reputación de la institución es negativa. Otro factor a considerar es la organización de la comuna Distrital, como los centros poblados, anexos, comunidades, que son conocidos como actores sociales organizados con Juntas Directivas que a través de sus voces sostienen un diálogo con el Alcalde y otras autoridades para dar a conocer sus necesidades que muchas veces no son escuchadas. Otro factor que presentan las relaciones públicas entre los servidores es que el trato es inadecuado, porque existen problemas de relaciones interpersonales los cuales se reflejan en el servicio y atención que brindan al público que solicita servicios diversos en la municipalidad.

Otro factor es que las relaciones con otras organizaciones como el centro de salud, la policía nacional, la I.I.EE, no son adecuadas debido a que la Municipalidad no brinda el apoyo suficiente que piden muchas veces para mejorar los servicios que brinda cada organización, debido a estos y otros problemas, el nivel de reputación y prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa pierde su valor, así como el grado de reconocimiento social e institucional que se ha ido desarrollando a través del tiempo, como una institución sólida, con una amplia gama de servicios y trabajo dirigido a la población, fortaleciendo las relaciones con el público tanto interno como externo en el distrito para un mejor trabajo y desarrollo en beneficio de la comunidad.

Hemos visualizado que la población identificó un pésimo reconocimiento y valoración de la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa, ya que existe una mala comunicación interna y externa que afecta al público y a la identidad corporativa de la institución.

Para resolver la problemática descrita, es necesario realizar un análisis sobre las posibles causas para luego proponer algunas soluciones relacionísticas que puedan ayudar a mejorar las relaciones internas y externas de la municipalidad, como también fortalecer el prestigio institucional de la municipalidad mencionada.

La primera sería desarrollar un Plan de Estrategia Comunicativa Adecuada, donde el público externo se sienta informado, complacido o satisfecho con el servicio que brinda la municipalidad, así también se buscaría entablar una constante comunicación con las organizaciones y público en general, para dar a conocer el trabajo que vienen realizando, de qué forma se brinda el servicio, haciendo una evaluación de la población para una mejora de los servicios. Por otro lado, fortalecer la identidad corporativa a través de

logotipos o eventos donde se demuestre que la institución es una entidad direccionada a mejorar las relaciones sociales, económicas, etc. Que ayuden al poblador a tener una mayor participación democrática en los diferentes aspectos del crecimiento económico y desarrollo social. Seguidamente mejorar las relaciones laborales, debido a que este es imprescindible para un buen servicio al ciudadano, las acciones a tomar en cuenta serían capacitar constantemente a todo el personal de servicio.

Para detallar el problema descrito, se formulan las siguientes preguntas:

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general:

¿Cómo la relación del público interno y externo influye en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017?

1.2.2 Problemas específicos:

- ¿Cómo es la relación entre público interno y externo y cómo repercute en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa – Quispicanchi, 2017?
- ¿Cuál es la percepción que tiene la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017?
- ¿Cuáles son las alternativas para mejorar las relaciones entre los públicos internos y externos, a fin de mejorar el prestigio institucional en la Municipalidad Distrital de Oropesa-Quispicanchi, 2017?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar cómo la relación del público interno y externo influye en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017.

1.3.2 Objetivos específicos

- Describir cómo se desarrolla la relación entre el público interno y externo y los efectos que generan en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.
- Evaluar la percepción que tiene la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.
- Proponer un Plan de Trabajo para Mejorar el Prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

1.4 Justificación

El prestigio institucional en una entidad pública o privada, independientemente del lugar, es un factor muy importante para poder lograr el éxito en la gestión institucional, siempre y cuando lo que se proyecte sirva para un buen prestigio institucional, las relaciones entre el público es un factor de mucha significación, el cual radica en generar un vínculo entre la entidad y el público, el mismo que tiene como objetivo generar una imagen positiva y una promoción adecuada, los puntos mencionados contribuyen al desarrollo y la evolución de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

Social: El trabajo de investigación que se realizará no solamente beneficiará a la Municipalidad Distrital de Oropesa sino a la población en general en cualquier problema que se presente.

Institucional: Porque se necesita tener una Oficina de Relaciones Públicas para mejorar la imagen de la Municipalidad y estar al servicio del público. El presente trabajo de investigación sobre la Municipalidad Distrital de Oropesa, se debe al inadecuado prestigio institucional de dicha municipalidad, la cual atraviesa dificultades por una inadecuada relación entre el público interno y externo, es por esa razón que actualmente la municipalidad no proyecta de manera conveniente dicho prestigio.

1.5 Antecedentes de la investigación

1.5.1 Antecedente internacional

Título: “LA FUNCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, COMO INSTRUMENTO ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN MADERO Y MALDONADO, CORREDORES DE SEGUROS S.A”

Autor: Santiago Osorio Madero

Año: 2009

Universidad: Pontificia Universidad Javeriana

País: Bogotá

Conclusiones

Consolidar una estructura formal en los procesos de comunicación de la organización, fue un instrumento vital para el fortalecimiento de la cultura organizacional y para el establecimiento de estrategia que mejorará los aspectos débiles de la cultura.

En esta oportunidad, se logró demostrar la importancia que tienen los medios de comunicación internos y externos en la organización, ya que con la formulación del Plan Estratégico se demostró la ventaja competitiva que tiene la

estructuración, de los medios, especialmente en lo referente a las comunicaciones de marketing de la empresa.

Gracias a la política del desarrollo de comunicaciones de marketing se permitió dar un posicionamiento a la marca y generar canales alternos de comunicación con los clientes.

Se pudo determinar la importancia que tiene el desarrollo de un modelo de política de servicio al cliente fundamentado en la comunicación.

Darse a conocer en el mercado de corredores de seguros, como una organización enfocada en estrategias de comunicación y servicio para el bienestar de sus clientes.

Con la elaboración del diagnóstico, se pudo determinar que, a pesar de tener una estructura corporativa definida, muchos aspectos de comunicación son informales. Con el vencimiento de la norma ISO-900, el Plan Estratégico de comunicaciones es un soporte para continuar lo que se había logrado, y además de esto, posicionar la comunicación en todas las actividades de la organización

1.5.2 Antecedente nacional

Título: “IDENTIDAD CORPORATIVA Y ESTRATEGIAS DE

COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL
DE SANTA ANITA”

Autor: Yunny Tatiana Villuga Leonardo

Año: 2007

Universidad: Universidad Mayor de San Marcos

País: Perú

Conclusiones

La deficiente comunicación de la identidad corporativa de la MDSA influyó de manera negativa en el comportamiento de su público interno, de acuerdo al resultado de la presente investigación.

El personal administrativo de la MDSA en su mayoría se siente mínimamente identificado con su organización, ya que no tienen un sentimiento de pertenencia, además, un porcentaje alto prefiere cambiar su trabajo actual por otro, que le permita enriquecer sus conocimientos y pueda desarrollarse como profesional.

La organización estudiada no cuenta con un programa de identidad corporativa, dicho documento se convierte en una herramienta para elaborar las estrategias de comunicación de la misma para aumentar la posibilidad de identificación de su público interno con su organización.

El contenido de los mensajes analizados a los materiales impresos que se emiten en la organización, no son los adecuados para los públicos internos, ya que están dirigidos para el público externo.

1.5.3 Antecedente local

Título: “EL ROL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE OROPESA - CUSCO”

Autor: Condorhuanca Catunta, Juan Julio; Quispe Quispermachi, Eduardo

Año: 2015

Universidad: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

País: Perú

Conclusiones:

Al término del trabajo de investigación, los bachilleres llegaron a la conclusión que las Relaciones Públicas cumplen un papel fundamental en el desarrollo y proyección de las organizaciones tanto privadas como públicas; así como coadyuva al desarrollo socioeconómico y cultural de la sociedad. También mencionan que las Relaciones Públicas en el contexto actual del proceso de globalización y competencia agresiva en querer lograr una mejor productividad y servicios, contribuyen en la mejora de la imagen de la empresa proyectando una mejor relación, para que exista entendimiento de las organizaciones, de los gobiernos y de las sociedades.

Título: “LA DECISIÓN POLÍTICA Y SUS EFECTOS EN EL PRESTIGIO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CUSCO”

Autor: Bach. Adolfo Ccollque Montalvo y Bach. Yorgan Mellado Ramírez,

Año: 2017

Universidad: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

País: Perú

Conclusiones:

La toma de decisiones políticas, fue durante años, el punto central de estudio de los especialistas en ciencias políticas, interesados en analizar no solo el comportamiento decisorio de los votantes, legisladores y funcionarios; sino particular y prioritariamente el de los políticos y líderes de grupo de interés de la arena política. En el contexto nacional, el impacto e incidencia de la toma de decisiones políticas tuvo transcendencia significativa. En el régimen presidido por el ex Presidente Alberto Fujimori durante los años 90, una decisión adoptada por el ex mandatario marcó un hito en la historia política del país, el auto-golpe de 1992.

El actual escenario por la que atraviesa la gestión edil de la Municipalidad Provincial de Cusco, según las encuestadoras y el diagnóstico realizado es desalentador; puesto que algunas decisiones políticas adoptadas en concejo edil, han repercutido directamente en la edificación y proyección del prestigio institucional, así como en la opinión pública, en relación al accionar de las autoridades ediles de la comuna provincial.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

La inadecuada relación entre el público interno y externo influye en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

1.6.2 Hipótesis específicas

- La relación entre el público interno y externo influye significativamente en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.
- La percepción que tiene la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa es negativa a los propósitos institucionales
- Fortalecer la capacitación de los trabajadores y mejorar el sistema administrativo entre otros factores, contribuirán a optimizar las relaciones del público interno y externo, aspectos que son esenciales para elevar el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

1.7 Operacionalización de variables

Tabla N° 1: Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable	Público interno	<ul style="list-style-type: none">• Identidad
Independiente:	Público externo	<ul style="list-style-type: none">• Políticas
Las relaciones del		<ul style="list-style-type: none">• Gestión
público interno y		<ul style="list-style-type: none">• Satisfacción de los usuarios
externo		
Variable Dependiente:	Actos relacionados	<ul style="list-style-type: none">• Situación de los empleados
Prestigio Institucional		<ul style="list-style-type: none">• Situación de los usuarios
	Actos	<ul style="list-style-type: none">• Calidad de servicio
	comunicativos	<ul style="list-style-type: none">• Formas de comunicación

Fuente: Elaboración propia, 2017

1.8 Metodología

1.8.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo correlacional, de tal forma que el estudio se orienta a establecer la relación o dependencia de las relaciones del público interno y externos con los factores del prestigio institucional, a través de la medición se centran en examinar la relación entre sus variables producto de sus resultados. (Bernal, 2010. pp.110-114).

1.8.2 Diseño de la investigación

Los estudios no experimentales tienen por finalidad realizar el estudio de algún hecho en la forma cómo ocurre, tal como se presenta sin la intervención o manipulación del investigador, en ese entender la investigación es no experimental. (Hernández, Fernández, Baptista, 2010), en la investigación no experimental se tienen a los estudios correlacionales causales, que en este caso se hace uso debido a que se busca entender la implicancia que generan las relaciones del público interno y del público externo dentro de los factores del prestigio institucional, para lo cual se tiene la siguiente diagramación



X: Variable independiente (Las relaciones del público interno y externo)

Y: Variable dependiente (Factor del prestigio institucional)

→ : Correlación causal o implicancia.

1.8.3 Enfoque de la investigación

En el caso del método, este responde a la investigación mixta, porque no solamente fundamenta el análisis cuantitativo sino también buscamos a través del análisis de los hechos que van a ser de la revisión cualitativa en forma de la muestra, para el análisis de los resultados. (Hernández, Fernández, Baptista, 2010).

1.8.4 Método de la investigación

Se empleará el método deductivo porque se partirá de un aspecto general a unos aspectos particulares, a través de los resultados que se obtuvo del público externo sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa

1.8.5 Población

Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística e Informática del año 2015, la población total del distrito de Oropesa es de 7,820 habitantes que

comprende sus anexos (Pinagua, Ccajllapata, Patabamba, Pucara) y centros poblados (Huasao, Tipón, Oropesa).

Asímismo, la Municipalidad Distrital de Oropesa cuenta con 60 trabajadores, de los cuales se tomó en cuenta 43 trabajadores, ya que los 17 restantes, al momento de la investigación, se encontraban de vacaciones y otros que por motivos personales, no quisieron responder al cuestionario.

1.8.6 Muestra

Para determinar la muestra de la población, hemos aplicado la fórmula de Fisher, lo cual nos da como resultado de 365 pobladores (público externo) y 43 trabajadores de la municipalidad (público interno), Aplicando de la siguiente manera:

Esta es la fórmula de Fisher para poblaciones finitas.

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{(E)^2(N-1) + (p.q)Z^2}$$

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población (7,280)

Z = Nivel de confianza (95% = 1.96)

p = Probabilidad de éxito representada por el 50% es decir 0.5.

(1-p) = q = Probabilidad de fracaso representada por el 50% es decir 0.5.

e = Margen de error (5% = 0.05)

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{(7280) * ((1.96) * (1.96)) * (0.5) * (0.5)}{(0.05) * (7279) + ((1.96) * (1.96)) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 364.95$$

$$n = 365$$

Por lo que la muestra respecto a los pobladores es de 365.

1.8.7 Técnicas

- Encuestas
- Entrevistas

1.8.8 Instrumentos

- Cuestionario cerrado
- Guía de entrevista

1.8.9 Procesamiento de datos

El procesamiento de datos se realizó utilizando el programa SPSS 23, el cual nos facilitará en el procesamiento de la información.

“Es un sistema amplio y flexible de análisis estadístico y gestión de información que es capaz de trabajar con datos procedentes de distintos formatos generando, desde sencillos gráficos de distribuciones y estadísticos descriptivos hasta análisis estadísticos complejos que nos permitirán descubrir relaciones de dependencia e interdependencia, establecer clasificaciones de sujetos y variables, predecir comportamientos, etc. Su aplicación fundamental está orientada al análisis multivariante de datos experimentales.” (CASTAÑEDA; CABRERA, 2010)

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y FILOSÓFICAS

2.1 Marco teórico

2.1.1 Teorías de las relaciones públicas

Para (Bernays, 1990) las Relaciones Públicas son un campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un grupo, un individuo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende. De ahí, que siempre catalogue a los profesionales de relaciones públicas como científicos sociales, desde la perspectiva de que su actividad estaba muy enfocada al ámbito social de las organizaciones. En este sentido, las funciones que deben desempeñar las Relaciones Públicas son:

- Definir los objetivos comunes entre organización y sus públicos.
- Asesorar como experto sobre las relaciones con esos públicos y que sean satisfactorias para las dos partes.
- Intentar y descubrir por medio de la investigación, qué ajustes o desajustes hay entre la organización y sus públicos. Para ello aconseja modificar las formas de comportamiento o las actitudes para que concuerden con las demandas del público, de forma que la organización pueda alcanzar las metas acordadas que se concreta en cómo proporcionar al público una mejor comprensión de la organización.

Sin embargo, (Bernays, 1990) concibe las Relaciones Públicas como una función asesora en comunicación, es decir, en cierta medida un experto que ofrece su experiencia y saber a una organización. Eso implica que no existe una relación interna y directa con la organización.

Según (Grunig & Hunt, 2003) Se centran en la dirección y gestión de comunicación entre una organización y sus públicos como definición de Relaciones Públicas. Plantea que la bidireccionalidad y las relaciones con los públicos son las variables que definen a una empresa socialmente responsable. Afirman que las Relaciones Públicas son un fenómeno complejo, que va más allá de una relación lineal de emisor-receptor, sino que la comunicación debe ser bidireccional. Y que el feedback y la devolución del público son elementos importantes en las Relaciones Públicas, ya que su presencia es cada vez mayor en los procesos comunicativos.

Las Relaciones Públicas como función directiva

Según (Grunig J. Y., 2000) Recogen tres puntos negativos de las Relaciones Públicas:

1. Canales de comunicación desordenadamente obstruidos con los escombros pseudo-acontecimientos que no sirven ni al interés del promotor ni al del público.
2. Oscurecen u ocultan los hechos de una cuestión pública.
3. El resultado es el cinismo y la desconfianza de la gente a la que se ha engañado más de una vez en las congregaciones religiosas, corporaciones, facultades, la Presidencia y el Congreso.

Pero también existen aspectos positivos como son:

1. Las Relaciones Públicas han hecho que las organizaciones sean más sensibles a sus públicos al canalizar el feedback de los públicos hacia la dirección.
2. Los profesionales sirven al interés público, proporcionando una voz clara e inteligible a cada idea, individuo o institución en el foro público.

3. Los profesionales aumentan el conocimiento del público, proporcionando información a través de los medios de comunicación, que los mismos medios no tienen ni el potencial humano ni el presupuestario necesario para suministrar.

Para (Grunig J. Y., 2000), el papel de las relaciones públicas es el de ser los directores de la comunicación entre una organización y sus públicos y para ello, desarrollan diferentes funciones:

- Dirigen, planifican y ejecutan la comunicación para la organización como un todo.
- Gestionan el discurrir de los mensajes dentro de la organización a través de los diversos métodos de investigación para, a partir de ahí, elaborar las estrategias comunicativas más adecuadas.
- Gestionan la circulación de un mensaje fuera de la organización cuando ayudan a la dirección a decidir la forma de explicar una política o una acción al público y luego intentan acceder a los medios de comunicación para explicar la actividad.

Las Relaciones Públicas son una parte de un sistema complejo y su posición se sitúa en un papel límite, ya que son el canal de relación entre una organización y los públicos y actúan interna y externamente. Su participación y relación con el resto de subsistemas se concreta para (Grunig J. Y., 2000) en las siguientes aportaciones:

- Funcionan en el límite de la organización, sirviendo de enlace entre la organización y los grupos e individuos externos.
- Tienen un pie en la organización y otro fuera.

- A veces apoyan al subsistema de disposición, ayudándole a promocionar productos o servicios.
- Apoyan al subsistema de mantenimiento por medio de la comunicación con los empleados.
- Apoyan al subsistema de adaptación aportando nuevas ideas procedentes del entorno y comunicando las ideas de la organización a grupos externos. (Grunig J. Y., 2000)

Los modelos de las Relaciones Públicas

La elaboración de los cuatro modelos de las Relaciones Públicas junto con la Teoría Situacional de los Públicos constituye las puntas de lanza del ideario de Grunig. Su idea era aislar variables que describiesen los diferentes tipos de Relaciones Públicas en la práctica, para reducir el universo de su ejercicio profesional a una mínima tipología de conductas que se pudieran medir y explicar.

En el *modelo de agente de prensa*, las Relaciones Públicas realizan una función persuasiva, propagandística y desinformativa. Los profesionales difunden información, a menudo incompleto y deformado, de sus clientes. Se trata de un modelo de comunicación unidireccional, de la organización hacia los públicos.

Este nexo aclara su aplicación a la comunicación y destaca su aspecto manipulador: los creadores de imagen y los publicitarios han sabido dar el efecto necesario a sus historias. El concepto de *spin doctor* es, pues, una vulgarización actual del de agente de prensa de finales del siglo XIX, tal como demuestran:

1) Que sus objetivos son reactivos.

2) Que el *spin doctors* usan y abusan de las nuevas tecnologías correo electrónico, teléfonos móviles, etc. como medio principal de comunicación.

3) Que sus clientes son básicamente políticos, altos cargos públicos, personajes públicos implicados en procesos judiciales o, como ocurría con los agentes de prensa pioneros, gente del mundo del espectáculo o del deporte.

4) Que contactan directamente con los periodistas, en lugar de emplear técnicas directas de relaciones públicas como las conferencias de prensa o publicidad corporativa.

5) Que tienden a actuar sin ningún escrúpulo ético.

6) Que no intentan alcanzar demasiada notoriedad y reniegan de la expresión *spin doctor* (Sumpter y Tankard, 1994).

Su finalidad es conseguir la notoriedad del cliente, la imagen por la imagen, y en ningún caso el entendimiento mutuo entre el cliente y la opinión pública.

Esta es una significativa muestra y no la única de la impresión de que el profesional norteamericano de las Relaciones Públicas es un manipulador de la opinión pública y de la rabiente actualidad del modelo de agente de prensa, hasta el punto de que una de las más prestigiosas autoridades en la gestión empresarial.

Grunig y Hunt, describen los propósitos de los profesionales que practican este modelo pueden sintetizarse en las siguientes actitudes:

1) Convencer a la prensa para que publique las informaciones de su cliente;

- 2) Difundir el nombre del cliente en los medios de comunicación;
- 3) Evitar el tratamiento negativo de los medios de comunicación, y
- 4) Ofrecer el mayor número de noticias sobre un acontecimiento, independientemente de su interés informativo.

En cuanto a su metodología, la investigación práctica en el modelo de agente de prensa es nula y, si existe, se concentra en la evaluación a través de los recortes de prensa (*clipping*) o el recuento de asistentes a un acontecimiento previamente difundido por los medios de comunicación social.

En el *modelo de información pública*, el fin de las Relaciones Públicas es la difusión de información, no necesariamente con finalidad persuasiva. El profesional actúa, o debería actuar, como si de un periodista integrado a la organización se tratara; es decir, aplicando los principios de la información de actualidad, con la función de transmitir al público interno o externo, información sobre la misma. En este modelo la comunicación también es unidireccional, pero con la diferencia respecto al anterior de que aquí la información transmitida es mucho más exhaustiva.

Surgió a principios del siglo XX y todavía está vigente, especialmente en las Relaciones Públicas de los poderes públicos y de las organizaciones sin ánimo de lucro. En el sector privado, un gran número de estrategias de comunicación interna, de relaciones públicas financieras y de relaciones con la prensa responde al perfil de este modelo.

Los profesionales de la información pública no realizan excesiva investigación a la hora de planificar estratégicamente sus programas de actuación. Grunig y Hunt (1984) citan técnicas como el test de lectura para determinar cuál es el grado de legibilidad apropiado para el público objetivo. Desde el punto de vista evaluativo, pueden emplearse los análisis de los públicos, aunque en la práctica son poco frecuentes.

Las tareas y objetivos de las relaciones públicas ejercidas a tenor del modelo de información pública son:

- 1) Aprender los valores de la información de actualidad
- 2) Elaborar informaciones para los medios de comunicación
- 3) Suministrar información objetiva del emisor
- 4) Trabajar de acuerdo con los principios del periodismo.

El *modelo asimétrico bidireccional* tiene como finalidad persuadir científicamente a los públicos; es decir, que aquellos profesionales que practican las relaciones públicas asimétricas bidireccionales utilizan los métodos y técnicas de las ciencias sociales para estudiar las actitudes y comportamientos de los públicos, con el objetivo de que éstos acepten el punto de vista de la organización y se comporten de manera que secunden sus decisiones. La comunicación es, obviamente, bidireccional: fluye hacia el público y desde el público (retroalimentación).

En cuanto a la investigación evaluativa (aquella que evidencia si se han alcanzado los objetivos), a través de la retroalimentación se miden las actitudes y conductas antes y después de la campaña para observar cuáles han sido sus efectos.

De esta manera, los signos característicos elementales de este modelo son los siguientes:

1) El objetivo general es persuadir a los públicos para que se comporten tal y como desea el emisor

2) Antes de iniciar un programa de relaciones públicas asimétricas conviene investigar cuáles son las actitudes de los públicos hacia el emisor y cómo podrían modificarse

3) Igualmente, con anterioridad al inicio del programa es necesaria la investigación que confirme que la política prevista del emisor es la que tendrá más posibilidades de ser aceptada por los públicos

4) Una vez ejecutado el programa, la evaluación ha de determinar su efectividad en relación con los cambios de actitud del público.

El *modelo simétrico bidireccional* constituye el ideal de las Relaciones Públicas, el modelo normativo por excelencia, el que, por ende, ha generado más críticas, revisiones y adaptaciones desde su formulación en 1984. El propio Grunig, como veremos, lo ha ido ajustando.

Los profesionales de las Relaciones Públicas que lo practican actúan como mediadores entre la organización y los públicos de su entorno. El fin es el entendimiento mutuo entre ambas partes. La comunicación simétrica bidireccional se traduce en un diálogo que debería llevar, en palabras de Grunig y Hunt (1984), a que la organización y el público modificaren sus actitudes y comportamientos después de la ejecución del programa de Relaciones Públicas. Esta sería la situación

resultante ideal del ejercicio de las Relaciones Públicas. Así lo manifiestan los autores cuando consideran como bueno el efecto comprensivo entre ambos sujetos: si la organización y el público se comunican suficientemente como para entender la postura del otro.

Grunig propone la siguiente lista de asunciones que los profesionales admiten al suponer que las relaciones públicas buscan influenciar a los públicos en beneficio de la organización a la que representan y no en el de esos públicos:

1) *Orientación interna*: Los miembros de la organización se preocupan por observar el entorno, pero no en cómo la organización es percibida por ese entorno

2) *Sistema cerrado*: La información fluye hacia el exterior y no en el seno de la organización

3) *Eficiencia*: La eficacia y el control de los costes son más importantes que la innovación

4) *Elitismo*: Los ejecutivos empresariales se consideran más conocedores que los públicos

5) *Conservadurismo*: No se desea el cambio

6) *Tradicionalismo*: La tradición proporciona estabilidad y ayuda a mantener la cultura organizativa

7) *Centralización*: El poder de la organización está centralizado, en el sentido de que la autoridad está en manos de unos pocos que dejan escasa autonomía de decisión a los empleados, lo que se traduce en una gestión corporativa autocrática.

Los profesionales que consideran el entendimiento mutuo como la primera finalidad de su actividad, provienen de las teorías de la comunicación simétrica y de la teoría sistémica. De las primeras, el principal es:

1) *La comunicación conduce al entendimiento mutuo:* La finalidad principal de la comunicación, a diferencia de las teorías persuasivas, es facilitar la comprensión entre la gente y entre ésta y otros sistemas como las organizaciones, los públicos o los grupos.

2) *Igualdad:* Los individuos han de ser tratados como iguales y respetados como seres humanos

3) *Autonomía:* La gente es más innovadora, constructiva y está más satisfecha cuando goza de autonomía para influenciar su propio comportamiento, en lugar de estar controlada por terceros, aumentando la satisfacción laboral en la organización y la cooperación en el exterior

4) *Innovación:* Han de acentuarse las ideas nuevas y el pensamiento flexible, más que el tradicionalismo y la eficiencia

5) *Descentralización:* La dirección y gestión de las organizaciones ha de ser colectiva, los gestores deben coordinar en vez de mandar, con lo cual se incrementará la autonomía, la satisfacción laboral y la innovación

6) *Responsabilidad:* Las entidades y sus públicos han de ser conscientes de las consecuencias de su comportamiento y evitar los efectos negativos

7) *Resolución de conflictos*: Los conflictos han de resolverse a través de la negociación, la comunicación y el compromiso, en lugar de emplear la fuerza, la manipulación, la coerción o la violencia

8) El *liberalismo de los grupos de interés*: A diferencia del liberalismo clásico, el neoliberalismo contempla el sistema político como un mecanismo para una competición entre grupos de interés o grupos temáticos como los *think tanks*.

2.1.2 Públicos

La comunicación precisa un emisor, un mensaje, un medio y un receptor, el receptor del proceso comunicativo de los RR.PP. ha sido considerado durante mucho tiempo el elemento nuclear de la disciplina, mucho más que la relación entre partes del proceso de la comunicación: emisor, receptor de los mensajes de las Relaciones Públicas, se le identifica como los grupos o individuos con los que deseamos contactar o influir en un momento particular son: Audiencias, clientes o grupos de interés.

Fernando M. Fernández Escalante, en su libro “Ciencia de la Información y Relaciones Públicas, Comunicación, Teoría de la Opinión Pública”, señala que el público es un grupo humano, que en conjunto no existe en realidad. Todos pertenecemos a diversos grupos simultáneamente, identificándonos con ellos por razones de raza, religión, clase social, intereses, costumbres, zona de residencia, creencias, aficiones, nivel intelectual, clubes y otros motivos. Los públicos son los grupos más alejados de la homogeneidad y las formas fijas de entre los que constituyen el complejo social, son amorfos, pero reconocibles por el arte y la ciencia de las relaciones públicas. Tienen también estructuras diversas: de solidaridad, de

clasificación, de organización, actúan por imitación y admiten por lo tanto estratos como lo social.

El relacionista público, tiene que conocer la dinámica variable del público.

Identificando a los públicos

Según las ideas de Dewey (1927) sobre el público y la opinión pública; los públicos se forman desde los problemas, más explícitamente son grupos de personas con intereses compartidos que se han conformado por el reconocimiento de la existencia de un problema.

Por lo tanto, la vía lógica para definir su reconocimiento es:

1. La conciencia de una situación dada.
2. La creencia de que esta situación representa un problema.

La significación de la implicación dependerá de la consideración de la existencia actual del problema como tal.

Gruning, plantea a los públicos de acuerdo al grado de conocimiento de un tema, la implicación que se presenta en un momento dado:

1. **Públicos inactivos:** Son los públicos compuestos por individuos que como conjunto relativamente poseen bajos niveles de conocimiento del emisor y bajos niveles de implicación en sus operaciones.
2. **Públicos atentos:** Son grupos que comparten con los inactivos unos bajos niveles de conocimiento sobre un emisor y sus actuaciones, pero que incluyen a individuos que han reconocido un problema o tema potencial y que no están preparados para apuntarse a un rol activo.

3. **Públicos informados:** Son los grupos que pueden estar informados sobre una organización, situación o tema, aunque no estén afectados directamente tienen interés personal en el emisor y sus actividades, conociendo los orígenes, procesos, consecuencias del tema en cuestión.
4. **Los públicos activos.** Son los grupos con un alto conocimiento y una alta implicancia sobre un emisor o un tema y por lo tanto están dispuestos a controlar situaciones y organizarse si es necesario.
5. **No - públicos:** Son aquellos grupos sin conocimiento ni implicancia con el emisor, situación o tema. Sin embargo, pueden convertirse en públicos inactivos.

Públicos internos

Los públicos internos son aquellos que son tomados, por el Departamento de Relaciones Públicas o por la gerencia, como parte de la organización. Esto sin duda incluye a los empleados de todos los sectores y rangos, pero muchas veces también incluye a los proveedores de las empresas, a sus accionistas, a su comunidad, etc.

La definición de público interno está dada para que el experto en Relaciones Públicas tenga noción sobre los mensajes que deberá transmitir a la hora de dirigirse a este tipo de público.

Lo que se prioriza fundamentalmente, con referencia a los públicos internos, es la formación o constitución del llamado “grupo empresa”, es decir, que la totalidad de los integrantes de la organización, desde el más elevado directivo o ejecutivo hasta los empleados de menor nivel jerárquico, constituyan un grupo, en

el auténtico sentido de la palabra “grupo” a un conjunto de personas que poseen un objetivo común e interaccionan entre sí. Pero, es menester destacar que sólo merced a la comunicación puede establecerse el objetivo común, lo mismo que la interacción. (Génova, 2016)

Públicos externos

Es aquel que no tiene relación directa con la organización. Básicamente son dos los objetivos a ser perseguidos por las Relaciones Públicas con referencia a los públicos externos: Proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia nuestra empresa o institución y nos brinden su apoyo y comprensión. Lograr, por medio de un diálogo permanente, la concordancia de intereses entre la organización y sus diversos públicos para beneficio de ambas partes. (Rozas, 2008)

2.1.3 Prestigio institucional

Según (Julián Pérez Porto & Merino, 2010), la noción de prestigio adquirió una connotación positiva. Hoy el concepto se usa para señalar a la alta estima. Tener prestigio o ser prestigioso es algo que toda persona o entidad pretende, ya que supone una buena consideración del resto de la sociedad.

Una persona tiene prestigio cuando se destaca en su ámbito profesional. El prestigio se construye a lo largo de los años, al dar muestras de honestidad y capacidad. Los eventos y las cosas también pueden tener prestigio.

Finalmente, podríamos establecer que la admiración, el respeto y la confianza se combinan para que alguien o una institución se conviertan en prestigioso. De todas formas, la profesión o el oficio en cuestión también inciden en la concepción. Un

plomero puede resultar confiable y una garantía de un trabajo bien hecho, pero difícilmente sea considerado prestigioso a nivel social.

El prestigio institucional es considerado como capital útil no solo para los individuos sino también para las más grandes empresas ya que la primera impresión que se llevan los clientes la tienen en mente siempre; es por eso que se dice que “un cliente satisfecho atrae a tres clientes más y un cliente insatisfecho ahuyenta a diez”.

El prestigio institucional es la reputación corporativa que llega a obtener una organización, la cual no incluye sólo la responsabilidad social corporativa, sino también cuestiones como la ética empresarial, las relaciones laborales, la correcta gestión de la diversidad, cuestiones medioambientales, imagen de marca tanto emitida como percibida por parte de los clientes internos y externos, etc. (Garrido , 2000)

Finalmente diremos que el prestigio institucional es un activo de construcción social, que es creado y mantenido a través de un proceso de legalización que implica una continua sucesión de evaluaciones puntuales de las actuaciones de la empresa en cada momento para que la organización pueda salir adelante y a la vez obtenga muchas ventajas tangibles. (Julián Pérez Porto & Merino, 2010)

Según (Salas Medina , 1992), es el conjunto de percepciones que tienen las personas sobre la empresa, los diversos grupos de interés con los que se relaciona, tanto interna como externamente a lo largo del tiempo. .

2.1.4 Imagen institucional

La imagen es construida de acuerdo a un sistema o patrón cultural, o bien un sistema de creencias. A su vez, es creada por la empresa cuando comunica, o como diría este autor, cuando no comunica. El público interpreta esos mensajes de acuerdo

de una red de léxicos y ejes temáticos. Las empresas comunican a partir de sus estrategias (diferentes acciones para en definitiva crear y comunicar una imagen). Para ello debe haber objetivos claros de comunicación. En este caso comunicar una imagen corporativa implica una minuciosa estrategia de comunicación. Los objetivos que figuren en la misma, deberán traducirse en acciones concretas para recrear la imagen deseada. (Costa J. , 2003)

La imagen surge como relato de una serie de impresiones personales, la comunicación interpersonal y los medios masivos de comunicación, se combinan para producir un mix de impresiones reales y paralelas, cuya totalidad forma la imagen de la institución o empresa.

Dentro de una organización, el gran interés por la imagen radica en la suposición de una imagen positiva, es el requisito previo y básico para establecer una relación comercial directa o indirecta, con los públicos objetivos.

La imagen viene a ser la impresión que el público tiene de una determinada organización y cómo está lo afecta y a su vez cómo la institución o empresa se ve afectada por dicha impresión.

DowlingAbratt dice que “Una imagen es el conjunto de significados por los que llegamos a conocer un objetivo a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. Es resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que sobre un objeto tiene una persona”.

Para Femando M. Fernández Escalante “La imagen es una especie de resumen de los conceptos que nos merece cada cosa, marca, empresa o persona”.

Kenneth Bouding define: “Imagen es la totalidad de las percepciones sensoriales y de las interrelaciones-de pensamiento que cada persona asocia con una entidad”.

Para María Luisa Muriel y Gilda Rota, “La imagen de una institución es una complicada red de criterios, que se forma en la mente de un grupo de personas a partir de las políticas y los productos o servicios que esta ofrece. En un sentido más amplio, la imagen institucional es la representación mental (cognitiva y afectiva) de una institución como un todo. Está formado por conocimientos, creencias, ideas, sentimientos que surgen de la totalidad de las actividades y comunicaciones de esa institución y que originan una respuesta por parte de los públicos de la misma”.

También sostiene que existen tres factores por los cuales los públicos que forman la institución construyen la imagen de la entidad y la cultura organizacional:

- a) Las características y experiencias individuales de cada uno de los miembros del público o públicos, este factor se refiere a las experiencias que una persona ha tenido con la institución y en base a estas, la impresión que ha causado en su persona pudiendo ser favorable o desfavorable.
- b) La relación con la institución, una vez más entendiéndose por relación a todos los contactos que cada uno de los miembros del público tengan con ella. Este factor hace incidencia en la relación estrecha que debe haber entre el público y la institución para que, de esa manera, la institución sepa que le agrada o desagrada a su público e intentar cambiar en esos aspectos donde el público se sienta insatisfecho.
- c) La influencia de otros individuos que han tenido contactos con la institución.

Ello es uno de los factores que hay que cuidar con mayor detenimiento, puesto que, si una persona no se siente satisfecha o ha sido mal atendida por la institución, lo primero que hará es dar a conocer a sus amistades del mal servicio que presta la institución; estos a su vez harán correr la noticia y se convertirá en un círculo que perjudique a la institución. Por eso, todos los trabajadores deben atender al público con calidad y calidez.

- d) La institución habrá logrado formar una buena imagen solo si a conseguido que su público la vea como una fuente de prestigio, credibilidad y con un cierto grado de poder. Una vez que la empresa haya logrado una imagen favorable es necesario que la mantenga tanto para su subsistencia como para su desarrollo; siendo conveniente que establezca políticas que le permita relacionarse con su público en todos los niveles, estas relaciones deben ser orientadas a proyectar la imagen que persigue como meta o que se desea reforzar y mantener.

Importancia de una imagen favorable

Una imagen positiva es el eje indispensable para el éxito y la continuidad estratégica. No se trata de algo exclusivo del marketing, sino más bien de un instrumento de alta dirección.

Una imagen empresarial sólida es un incentivo para la venta de productos y servicios. Ayuda a la empresa a controlar a los mejores empleados; es importante para los agentes inversores y financieros y genera confianza entre los públicos internos y externos. Una imagen empresarial competitiva es creíble.

Una buena imagen ayuda a la empresa a traer a la gente necesaria para su éxito: analistas, inversores, clientes, socios y empleados.

Es importante que la organización mantenga informada sobre la opinión que tienen las personas especializadas y los medios de comunicación acerca de la imagen que proyecta. Este conocimiento facilitará entre otras cosas, la planificación de estrategias para optimizar la relación con su público y conocer los factores negativos de manera que estos sean modificados a su favor.

La imagen es extremadamente importante para la fuente de la imagen (objeto de la imagen) y para quien la recibe (sujeto). La fuente (organización), considera que la transmisión de una imagen positiva es el requisito previo y esencial para establecer una relación comercial con los públicos objetivos. Para el sujeto, la imagen constituye la forma de resumir la verdad sobre el objeto en términos de un conjunto de simplificaciones (bueno, malo, inútil, útil).

2.1.5 Desarrollo institucional

El desarrollo institucional puede definirse como el cambio planificado, sistemático, coordinado y asumido por la institución, en la búsqueda del incremento en los niveles de calidad, equidad y pertinencia de los servicios ofrecidos. Esto mediante la modificación de sus procesos sustantivos y su organización institucional.

El desarrollo institucional se puede reconocer por una serie de características: como, por ejemplo; a de ser intencional, planificado, sistemático. Es por eso que el desarrollo de las instituciones no es un cambio espontáneo sino más bien un proceso continuo de largo plazo que debe ser cuidadosamente planificado, organizado y evaluado.

No obstante, no se debe olvidar que es necesario tomar en cuenta el contexto en que estas instituciones se desarrollan, así como también se debe prestar atención

a sus integrantes. Pero también se basa en las condiciones internas de la institución entre ellas podemos señalar el aprendizaje, la cultura organizacional, la distribución y uso de recursos, la distribución de responsabilidades entre otros aspectos.

Para ello cada institución debe realizar un análisis situacional, en el que debe incluir un diagnóstico autorreferencial a nivel interno de la institución que permita determinar su desempeño actual referido a las metas propuestas tomando en cuenta las áreas de resultado más efectivas, así como las más críticas incluyendo al recurso humano, financiero, tecnológicos organizacionales entre otros, de esta manera será posible determinar los cambios requeridos. Esto también está condicionado con el recurso humano, siendo necesario desarrollar su capacidad de para desempeñar nuevas funciones y asumir mayores responsabilidades, efectuando simultáneamente las innovaciones necesarias en la organización con el correspondiente cambio en el comportamiento de los individuos.

Es decir que se establecerán ajustes organizacionales a ser introducidos con la participación y compromiso de todos los funcionarios-empleados permitiendo así la institucionalización del objetivo. Este proceso permitirá convertir las intenciones en acciones e introducir los cambios de equidad, eficiencia, efectividad, dando respuesta a los cambios demandados por el ambiente externo. Así estarán en una mejor posición para competir con otras instituciones-empresas y con mayor capacidad para introducir innovaciones tecnológicas adecuadas para sustentar los cambios sociales requeridos.

2.1.6 Las relaciones públicas gubernamentales

La historia de las Relaciones Públicas gubernamentales, en gran parte, es la historia de la lucha de los grupos humanos por el derecho a ser escuchados,

reconocidos y tomados en cuenta. Hay un proceso paralelo entre el creciente poderío de la opinión pública y la mayor participación de la ciudadanía en los asuntos de gobierno de una parte, y el desarrollo de las Relaciones Públicas gubernamentales por la otra. Las Relaciones Públicas han desempeñado y están llamadas a continuar desempeñando un papel cada vez más importante, porque su función en el Estado es, precisamente, la de crear y mantener la doble corriente de intercambio de opiniones entre gobernantes y gobernados.

Las Relaciones Públicas aplicadas a nivel de gobierno deben contribuir a crear y mantener la fluidez del intercambio de opinión, cimentándose en el concepto básico de la comunicación en doble sentido: de gobernantes a gobernados y viceversa. Corresponde al Gobierno comunicar el qué, el por qué y el cómo de la realización de sus programas y actos, y al pueblo, conociéndolos, emitir sus fallos para contribuir en las tareas administrativas que redunden en beneficio colectivo.

2.1.7 Relaciones públicas en el municipio

Precisamente, el concepto de municipio considerado desde un punto de vista sociológico equivale a “comunidad”. El municipio es el gobierno de una comunidad, es la administración de ese conjunto de personas que viven en común, en un lugar determinado, con sus múltiples necesidades y con sus acuciantes requerimientos para satisfacerlas.

El municipio se presenta como una definida organización social que tiene a su frente al Estado, pero que goza de independencia para dictar sus propias normas y resoluciones.

En nuestro tiempo los distintos servicios básicos del municipio se han multiplicado y extendido frente al crecimiento incesante de las ciudades, tanto en la

diversificación de servicios esenciales como respecto al agolpamiento humano que en ellas se produce.

La actividad propia de la Municipalidad presenta hoy características dinámicas e inimitables que deben adaptarse a los cambios profundos que vienen operándose en la fisonomía de las urbes, sean grandes, medianas o pequeñas.

La actividad municipal no puede limitarse actualmente al simple cumplimiento de cometidos tradicionales. Existen servicios municipales concretos e imprescindibles, pero que están por completo diferenciados en toda la problemática municipal en su conjunto, examinada en función de las Relaciones Públicas.

Para un municipio, encarado con sentido moderno, las Relaciones Públicas resultan aporte imprescindible. Aristóteles consideraba que la población de una ciudad no debía ser mayor que el número de personas que, reunidas, alcanzaran a oír la voz de un hombre. Si las ciudades de hoy tuvieran tan pocos habitantes como Aristóteles proponía, los municipios no necesitarían hacer uso de las Relaciones Públicas.

Pero las ciudades modernas son tan vastas que entre la población y la Municipalidad existe un alejamiento que, para el buen orden de las cosas, hay que obviar.

La opinión ciudadana

A medida que un gobierno municipal crece en extensión y responsabilidad se hace más apremiante la necesidad de establecer comunicaciones adecuadas con los ciudadanos. El propio ritmo acelerado de la vida cotidiana en la ciudad establece “barreras” y traba frecuentemente dichas intenciones. Las Relaciones Públicas se enfrentan a este problema.

Plan de acción

Resulta imprescindible el funcionamiento de una repartición de Relaciones Públicas municipales, dependiente de la máxima autoridad comunal, para cumplir con un plan de acción enmarcado en un proceso articulado.

Para ello será indispensable:

- Organizar eventos sociales, culturales y deportivos de carácter popular.
- Mantener a la comunidad bien informada.
- Publicar revistas, folletos e impresos diversos, para cumplir con dicho fin.
- Utilizar efectivamente a la prensa, radio, televisión e Internet para informar a la comunidad de cuanto en su beneficio realice la administración local.
- Brindar las instalaciones del municipio, para la realización de exposiciones, actos culturales, conferencias, etc.
- Cooperar con las organizaciones privadas, especialmente agrupaciones juveniles e infantiles, instituyendo becas y premios para distinguir a alumnos destacados y estimular su vocación y esfuerzo individual.

A todo lo expresado se unen los esfuerzos comunales para el mejoramiento y embellecimiento de la ciudad. Mayor eficiencia en la administración, a través de capacitación permanente de los funcionarios, especialmente en cuanto a la atención del público.

De lo manifestado, se desprende que la comunidad como público concreto en lo externo, y los propios funcionarios municipales en lo interno, son los protagonistas de las Relaciones Públicas aplicadas a nivel comunal.

Frente a todo lo expuesto corresponde aún una precisión final, pero que resulta esencial para la relación armoniosa entre municipio-ciudadano. La única manera de motivar a los integrantes de una comunidad, es darles tareas desafiantes,

en las cuáles puedan asumir responsabilidades que les permitan, cubiertas las necesidades indispensables, lograr la realización de sus aspiraciones superiores. Para ello es misión de las Relaciones Públicas crear en los ciudadanos una integración casi mística con su Municipalidad que estimule la concreción común de ideales y metas.

2.2 Marco conceptual

Atención al cliente

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. (Solórzano Barrera, 2009).

Calidad de servicios

Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización. (Solórzano Barrera, 2009)

Comunicación corporativa

Es el conjunto de formas de expresión que presenta una organización. (Minguez, 2015).

Comunicación interna

Es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas. (Félix Mateus , 2014)

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica implica ante todo un gran esfuerzo por salirnos del corset de los mensajes, para abordar el espesor de la comunicación en tanto fenómeno que está haciéndose y rehaciéndose todo el tiempo. (Vargas Coloma, 2011)

Identidad corporativa

Identidad corporativa es el auto presentación y el comportamiento de una empresa, o nivel interno y externo, estratégicamente planificados, y operativamente aplicados. (Cees Van Riel, 1997)

Institucional

Las instituciones son el tipo de estructuras que más importan en la esfera social: ellas constituyen el tejido de la vida social. El creciente reconocimiento del papel de las instituciones en la vida social implica advertir que gran parte de la interacción y de la actividad humana está estructurada en términos de reglas explícitas o implícitas. Sin violentar mucho la literatura relevante, podemos definir las instituciones como sistemas de reglas sociales establecidas y extendidas que estructuran las interacciones sociales. El idioma, el dinero, la ley, los sistemas de pesos y medidas, los modales en la mesa, las empresas (y otras organizaciones) son todas instituciones. (Sugden, 1986).

Municipalidad

Las Municipalidades son instancias Descentralizadas correspondientes a los niveles de Gobierno Local, que emanan de la voluntad popular. Es una persona Jurídica de derecho público con autonomía Política, Económica y Administrativa en los asuntos de su competencia.

La autonomía Municipal, consiste en la capacidad de gestión independiente dentro de los asuntos atribuidos como propios de la Municipalidad. Es decir, autonomía Municipal es la capacidad de decidir y ordenar (autonormarse), dentro de sus funciones y competencias exclusivas que no pueden ser ejercidas por ninguna otra institución. (Contraloría General de la Republica, 2015)

Relaciones públicas

Las Relaciones Públicas son una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización. (Castillo Esparcia, 2010).

Prestigio institucional

Es el conjunto de percepciones que tienen las personas sobre la empresa, los diversos grupos de interés con los que se relaciona, tanto interna como externamente a lo largo del tiempo. (Salas Medina , 1992).

Prestigio

El prestigio es la consecuencia manifestada de valoraciones del hombre. Es por ello que cada individuo, a través de su intelecto, mide su realidad, y efectúa un juicio, asignándole carácter de positivo o negativo al objeto que se le presenta. (Boucek, 1957)

Público interno

Los públicos internos son aquellos que son tomados, por el departamento de relaciones públicas o por la gerencia, como parte de la organización. Esto sin duda incluye a los empleados de todos los sectores y rangos, pero muchas veces también incluye a los proveedores de las empresas, a sus accionistas, a su comunidad, etc. (Castillo Esparcia, 2010).

Público externo

Los públicos externos se encuentran por fuera de la estructura empresarial. Estos públicos suelen incluir a clientes, grupos opositores, competidores, ambientalistas, organismos que nuclea empresas, autoridades legislativas y, por supuesto, el Estado. (Castillo Esparcia, 2010).

Recursos humanos

Se ocupa de los procesos relacionados con las personas que trabajan en la organización, tanto desde el punto de vista administrativo (contratación, nóminas, convenios colectivos, etc.) como desde el de su desarrollo (formación, evaluación del desempeño, planificación de carreras, formación, etc.). (de la Cruz Lablanca , 2014)

Recursos tecnológicos

Es un medio que se vale de la tecnología para cumplir un propósito. Los que pueden ser tangibles como la computadora o intangibles como un sistema o una aplicación. (Clares Lopez, Gil Flores, 2008)

Reputación corporativa

Se forja sobre la identidad, la cultura, la imagen de la empresa, la marca corporativa, la conducta ética y la comunicación, que es el vehículo de toda gestión. (Costa J. , 2014)

Satisfacción

Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (González, 2011)

Servicios

Son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades. (González Moreno, 2014)

2.3 Distrito y Municipalidad Distrital de Oropesa

2.3.1 Distrito de Oropesa

2.3.1.1 Historia:

Oropesa es un pueblo con historia que se remonta a tiempos preincaicos. Fue poblada por los bravos y rebeldes caciques Pinaguas, pero en el transcurso del tiempo fueron doblegados por los incas con Pachacutec a la cabeza. Por su excelente clima, el inca conquistador y transformador del reino del Cusco hizo construir las pétreas residencias de Tipón y Urpicancha.

En este distrito nacieron Marcos Pumahuallpa Chillitupa, personaje ilustre que luchó por la emancipación, Francisca Subiaga de Gamarra, la Mariscal del Perú, esposa del Mariscal Agustín Gamarra; Mariano Santos Matheus, defensor de nuestra Patria avasallada, el valiente de Tarapacá y el pionero de la Aviación Peruana, Teniente FAP Alejandro Velasco Astete.

Con la llegada de los españoles al Perú el imperio del Tahuantinsuyo sufrió una serie de cambios. Se fundaron nuevas ciudades a lo largo y ancho del Perú; El año de 1571 el Virrey Don Francisco Toledo fundó el pueblo de Oropesa y le dio tal nombre en recuerdo y homenaje a su tierra natal; Oropesa de Toledo, España. De esta época podemos admirar los templos de Huasao, Choquepata y fundamentalmente el templo principal de Oropesa.

Aquí en Oropesa se asentaron los Esquivel y Navia, fundadores del Marquesado de Valleumbroso de Oropesa, quienes hicieron construir la famosa casona que se llamó primero “La Glorieta” después se conoció con el nombre de “Casa Hacienda Quispicanchi” y ahora se le conoce simplemente como “Casona del Marques del Valleumbroso”.

El monumental y famoso Templo de Mayor Santísimo Salvador de Oropesa, fue construida en la época del Obispo Manuel Mollinedo y Ángulo de 1671 a 1699, y conserva sus incomparables murales de pintura con narrativa religiosa, para la admiración de turistas nacionales y extranjeros. Al costado izquierdo de esta iglesia está la Capilla de Jesús, que es muy hermosa. Nuestra gran tradicionalista doña Clorinda Matto de Turner cuenta que en Oropesa siempre hubo mucha bonanza económica, pues en 1631 don Alonso Astudillo, gobernador de Oropesa quiso comprarse el título de Marqués y al ser denegado su petición por ser de origen plebeyo, decidió suicidarse colgándose de una viga, por lo que, a raíz de esta triste muerte, fue conocido en forma post mortem como el Marqués de la Viga.

El 02 de Enero de 1857 el Mariscal del Perú don Ramón Castilla funda el distrito de Oropesa, comprensión de la provincia de Quispicanchi en el marco de la Convención Nacional de 1855, en cuyo artículo primero dice: “De conformidad a la ley orgánica del 29 de noviembre último se crea la Municipalidad Distrital de Oropesa, que contará con un Alcalde y cinco regidores entre las personas que por su probidad, inteligencia y posición social, fortuna, popularidad y por los empleos públicos y beneficencia que dignamente hubieran desempeñado dan garantías de pureza, laboriosidad y amor al país”.

En la actualidad el 23 de febrero de cada año, el pueblo histórico de Oropesa festeja su aniversario de creación política y su reconocimiento como tercer distrito de la provincia de Quispicanchi; fecha que corresponde a la separación de la provincia de Quispicanchi con la naciente Acomayo y que declara a Urcos como capital de la provincia. Esta separación se produce el 23 de febrero de 1861 cuando Oropesa tenía 4 años de fundación.

El complejo arqueológico de Tipón es la mayor expresión de la llamada ingeniería hidráulica, pues para administración de nuestros científicos del siglo XXI sus canales de irrigación, así como sus acueductos están en pleno y perfecto funcionamiento. Fueron ellos los que introdujeron la siembra del trigo en este valle, que a la larga se hizo famosa a la panadera oropesana.

Desde hace 24 años en Oropesa cada 04 de octubre, día de San Francisco de Asís, patrono de los panaderos se lleva a cabo el festival del pan. En efecto, en 1993 siendo Alcalde de Oropesa el profesor Américo Valer Vargas instauró el I Festival del Pan y el año del 2017 se llevó a cabo el XXIV Festival del Pan por esta y otras razones se ha bautiza a Oropesa como *la Capital Nacional del Pan*.

En esta oportunidad las panaderas oropesanas lucen alegremente sus trajes típicos de mestiza oropesana y el centro artístico Qori Waynas de Oropesa tiene una danza alusiva a la panificación denominada fiesta oropesana

Sucede que Oropesa es el primer distrito industrial de la provincia de Quispicanchi, y su principal industria es la panificación. En la actual existen 85 hornos registrados y 12 sin registrar y el 90 % de la población son panaderos.

Oropesa tiene muchos títulos honoríficos relativos a su tradición: “Marquesado de Valle Umbroso de Oropesa”, “Oropesa Capital Turística del Valle Sur”, “Oropesa Capital Nacional del Pan”.

La danza “Fiesta Oropesana”

La denominada danza “FIESTA OROPESANA” representa al distrito de Oropesa considerado como “CAPITAL NACIONAL DEL PAN”, ubicada a 21km al sur este de la ciudad del Cusco de la provincia de Quispicanchi.

La danza expresa las características propias de un pueblo auténticamente mestizo y de ocupación panadera con sus rasgos peculiares que lo distingue de otros pueblos en joya del Vilcanota.

La vestimenta de la mestiza consta de una falda de raso fino con una granja de pana estampada; la blusa adornada de encajes con un coqueto mandil, su manto que es peculiar de la mujer oropesana; además lleva un sombrero de paja adornado de un rosón y los hermosos botines propios de las mujeres mestizas. Los varones llevan los elegantes chalecos negros de pan, donde llega un signo de la espiga del trigo que representa a Oropesa como el primer productor del trigo; también llevan los elegantes sombreros y los pantalones negros, propios de un mestizo elegante que representa a un oropesano de antaño.

2.3.1.2 Ubicación

El distrito de Oropesa, se encuentra ubicado en las coordenadas 13°35.38.48" latitud Sur y 71°46.25.66" longitud oeste, a unos 22 Km de la capital del departamento del Cusco y 20 Km de la capital de la provincia de Quispicanchi. Su superficie territorial se encuentra ubicada entre los 3,100 a 4,800 m/s/n/m., por lo que es considerada como de pisos ecológicos de Quechua, Suni y de Puna.

2.3.1.3 Límites

El distrito de Oropesa limita por:

- Norte con la provincia de Paucartambo
- Este con el distrito de Urcos.
- Sur con el distrito de Huaru y la provincia de Acomayo.
- Oeste con el distrito de Lucre.

2.3.1.4 Actividades económicas

Actividad Agrícola

El distrito cuenta con una superficie agrícola de 1,931 Ha. en el cual se siembra principalmente el maíz blanco y amarillo (24%), seguida de forrajes, papa y en menor proporción de otros cultivos de pan llevar. Además, cuenta con una infraestructura de riego que abarca 63.29 Km, de los cuales el 83% son básicamente canales rústicos, quienes son alimentados de aguas limpias provenientes de riachuelos y manantes, mientras que el 24% de las áreas agrícolas aún son regadas con las aguas contaminadas del río Huatanay, lo cual viene generando grandes problemas a la salud e imagen del distrito, por lo cual se requiere implementar medidas de corrección y cambio al respecto.

Actividad manufacturera

Se tiene como referente a la panificación, que se desarrolla principalmente en Oropesa capital. Es una actividad muy antigua y con fuerte arraigo en la zona, cuyos microempresarios han heredado una técnica tradicional que les permite mantener su posicionamiento en el mercado, debido a la calidad del producto, siendo su principal consumidor la ciudad del Cusco, pero su cobertura se extiende también a diversos mercados regionales y extra - regionales. Se estima que la capital del distrito cuenta con 37 hornos de panificación y 104 unidades productivas, en las que laboran alrededor de 500 pobladores del distrito.

Comercio

El sector comercio dentro del distrito de Oropesa, principalmente del tipo gastronómico, está más desarrollado en el sector de Tipón de la comunidad de

Choquepata, donde sus pobladores se benefician del rubro del expendio de comida, ya que se encuentra estratégicamente como un punto de paso hacia el Centro Arqueológico de Tipón, por lo que el movimiento vehicular es muy frecuente y masivo, siendo en los últimos años considerado como un referente en la venta de platos a base de cuy y otras aves, por lo que el público consumidor de la ciudad del Cusco y de diferentes localidades se apersonan (en mayor número los fines de semana y días feriados) a degustar de estos exquisitos platillos.

2.3.2 Municipalidad Distrital de Oropesa

2.3.2.1 Base legal de la Municipalidad

La Municipalidad Distrital de Oropesa funciona en base a leyes, decretos, ordenanzas, normas, resoluciones, reglamentos y otras normas legales, instrumentos que conducen el aspecto administrativo, los aspectos económicos, sociales y jurídicos de esta municipalidad, lo que conlleva a un desempeño productivo de esta entidad municipal.

A continuación, pasamos a enunciar las leyes, decretos ley, reglamentos, ordenanzas y otra norma complementaria de carácter jurídicos, administrativa, social, políticas más importantes que rigen el desempeño de la Municipalidad Distrital de Oropesa:

- La Ley N° 28112 “Ley marco de la Administración Financiera Del Sector Público”
- La Ley N° 27972 "Ley Orgánica de Municipalidad" y Normas Modificatorias.

Todas las Leyes, Decretos Ley, Reglamentos, Ordenanzas y otras normas jurídicas y administrativas complementarias constituyen la base jurídica legal que

sustentan el accionar y desenvolvimiento de la Municipalidad Distrital de Oropesa, pues su cumplimiento no solamente es de responsabilidad de las autoridades, sino también de sus funcionarios y trabajadores; normas que deben ser cumplidas obligatoriamente sin ninguna restricción por los componentes de esta entidad municipal.

2.3.2.2 Visión

Oropesa es una ciudad planificada y competitiva, articulada a los mercados regionales. Tiene una población con acceso pleno a la educación, salud y recreación, revaloriza su identidad y se desarrolla en armonía con el medio ambiente. La institucionalidad lograda permite el desarrollo humano de sus habitantes.

2.3.2.3 Misión

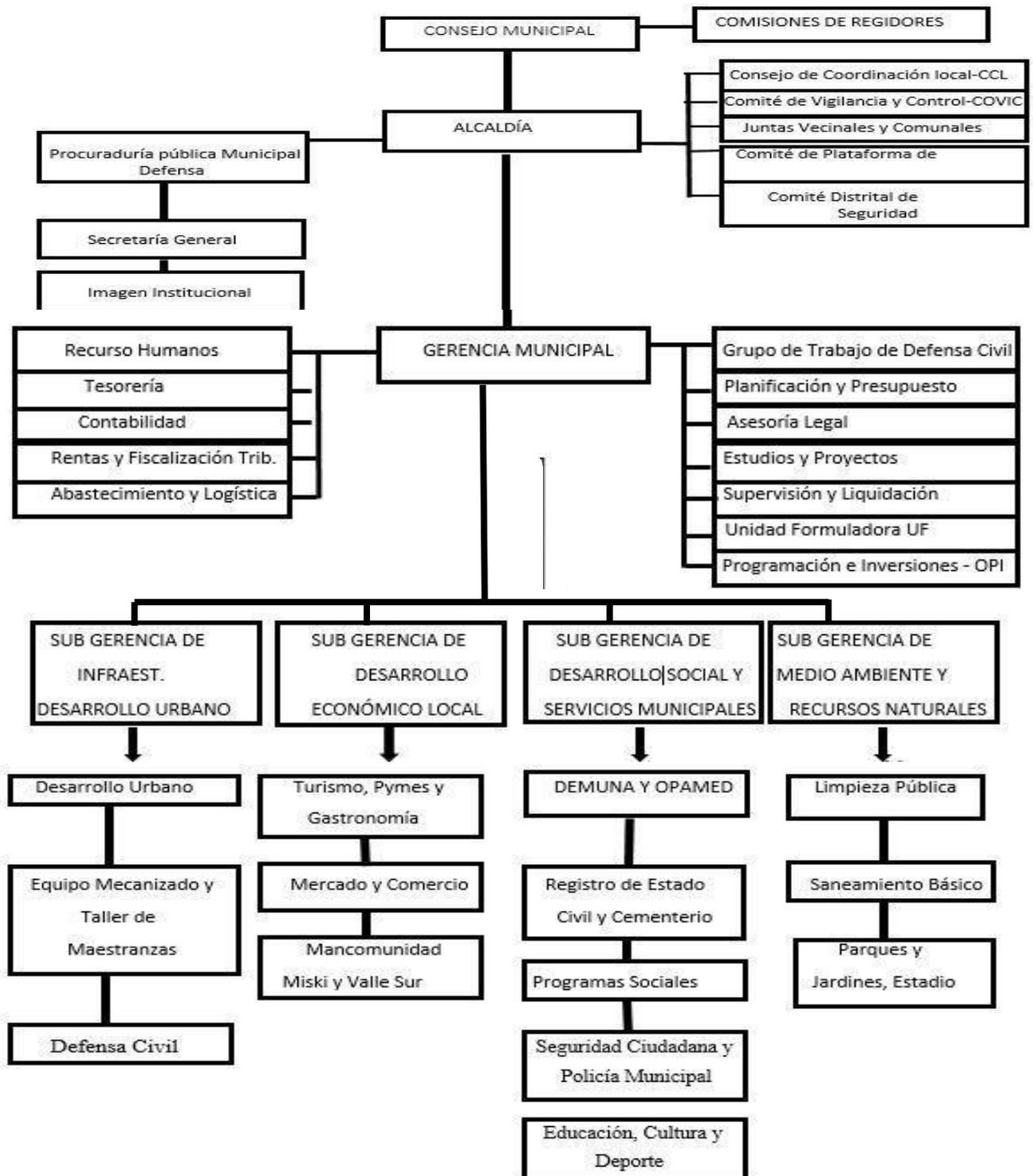
Somos una municipalidad con personal eficiente, con capacidad de concertación y buen trato, transparente y promotora del desarrollo de su municipio. Promovemos el desarrollo del turismo gastronómico recreativo, fortalecemos la producción del pan de Oropesa y el cambio tecnológico de la actividad agrícola, desarrollamos capacidades de nuestros ciudadanos que asumen sus responsabilidades de construir juntos a su municipalidad, el desarrollo de un distrito ordenado, seguro y limpio.

2.3.2.4 Valores

- Responsabilidad
- Honestidad
- Compromiso
- Transparencia

2.3.2.5 Organigrama

Figura N° 1: Organigrama Municipal – Oropesa



Fuente: Plan estratégico de la Municipalidad Distrital de Oropesa, 2017

2.3.2.6 Reglamento de Organización y Funciones (ROF)

TÍTULO I

Generalidades

De la naturaleza jurídica funciones generales y base legal

SUB CAPÍTULO II

De la Oficina de Imagen Institucional

En el ROF de la Municipalidad Distrital de Oropesa se considera como acción y función del ejercicio de las Relaciones Públicas en los siguientes artículos:

Art. N° 49°.- Órgano de Apoyo responsable del fortalecimiento de la imagen institucional, a través de la información, publicidad y difusión de las actividades que la Municipalidad Distrital de Oropesa desarrolla, de las acciones de protocolo en eventos oficiales en los que participe el Alcalde, regidores o sus representantes.

Art. N° 50°.- Son funciones de Imagen Institucional:

1. Formular y ejecutar el Plan Operativo del Área a su cargo.
2. Organizar acciones y actividades para mejorar la imagen institucional Municipal Distrital de Oropesa.
3. Difundir los planes, programas y proyectos y toda información de interés general de la municipalidad.
4. Difundir actividades mediante los medios de comunicación para la información oportuna.

5. Elaborar y actualizar el registro de información de todas las entidades oficiales, personas representativas y otros datos de interés para el cumplimiento de sus funciones.
6. Coordinar y controlar los actos de relaciones públicas, con las entidades públicas y privadas.
7. Organizar y controlar los actos protocolares internos y externos de la Municipalidad.
8. Organizar y promocionar los eventos de carácter oficial, actos conmemorativos, festividades, deportivos, culturales artísticos, festivos etc. inherentes a las actividades de la municipalidad.
9. Promover el desarrollo de las manifestaciones culturales (folklore, danzas, canto, teatro etc.), propias de la identidad local y regional.
10. Elaborar el calendario cívico del distrito de Oropesa, mantener actualizado el archivo de prensa de la Alcaldía y elaborar la Memoria Anual Institucional.
11. Programar, organizar y dirigir la elaboración de boletines informativos y notas de prensa, relativos a las actividades del ámbito laboral y social que se ejecutan en la municipalidad.
12. Coordinar con el despacho de Alcaldía de la agenda de compromisos.
13. Emitir declaraciones oficiales a nombre de la municipalidad, requiriendo la presencia de medios de difusión masiva, previa coordinación con el Alcalde.

14. Mantener informado a las unidades orgánicas de la municipalidad sobre las actividades institucionales.
15. Controlar y poner en funcionamiento el equipo de transmisión de radio y televisión.
16. Realizar el mantenimiento básico y preliminar de los equipos de transmisión.
17. Velar por la integridad física y el cuidado de los equipos de recepción y transmisión, así como de otros bienes y enseres.
18. Coordinar para la programación y transmisión de canales debiendo dar prioridad a los programas culturales, educativos, deportivos y recreativos.
19. Programar, evaluar y proponer las acciones de inspección, revisión y control del sistema de suministro eléctrico integral del distrito, en coordinación con la Empresa Electro Sur Este de Quispicanchi.
20. Coordinar, controlar, programar y ejecutar, el funcionamiento de la antena parabólica del distrito de Oropesa.
21. Realizar informes mensuales a la Gerencia Municipal de las acciones y metas ejecutadas en función al Plan Operativo Anual.
22. Otros que le encargue la alcaldía y Gerencia, o que le sean dadas por las normas legales.

De lo señalado en el ROF hemos visualizado que el Área de Relaciones Públicas de la Municipalidad no cumple con el Art. 49° y con algunas funciones del Art. 50°, ya

que esta área depende de la subgerencia de desarrollo social la cual carece de personal idóneo.

2.3.2.7 Manual de organización y funciones (MOF)

El Manual de Organización y Funciones de la Municipalidad Distrital de Oropesa, es de alcance para todos los Órganos y Unidades Orgánicas que conforman la Estructura Orgánica, y contribuye a lograr una interrelación funcional entre los órganos, facilitando el proceso de operatividad, especialización y orientación del personal de servicio.

Objetivos del manual de organización y funciones

Consolidar la imagen institucional, a través de la difusión de información referida a las actividades, campañas y obras que ejecuta la Municipalidad Distrital de Oropesa.

Conducir las actividades protocolares y oficiales que realice la Municipalidad Distrital de Oropesa.

Descripción de las funciones específicas a nivel de cargos de la Municipalidad Distrital de Oropesa

Órganos de gobierno

De acuerdo al Manual de Organización y Funciones el órgano de gobierno de Oropesa es la Municipalidad, quien desarrolla sus funciones a través del Plan de Desarrollo Concertado, que es un espacio articulador de fortalecimiento de las alianzas estratégicas de todas las instituciones existentes; donde se ha priorizado los problemas que son: la inadecuada relación entre público interno y externo, e

inadecuado prestigio institucional, necesitan tener información constante, tener reuniones, conversatorios, rendición de cuentas, cabildos abiertos y audiencias públicas.

Concejo municipal

El Concejo Municipal y la relación que cuentan con la Oficina de Relaciones Públicas sirve para fortalecer el prestigio institucional en la función de difusión, que el relacionista público no solamente le hace la labor al alcalde sino a todos, ya que el alcalde, los regidores, los trabajadores fortalecen y construyen el prestigio de la Municipalidad.

Servicios que brinda la Municipalidad Distrital de Oropesa

Las diferentes actividades y acciones que brinda el municipio contribuyen al fortalecimiento del prestigio institucional, a través de la difusión por los medios de comunicación y las convocatorias donde están presentes los diferentes públicos externos y su relación con el público interno como por ejemplo en el:

- a) Presupuesto participativo
- b) Matrimonio civil comunitario
- c) Tributos municipales
- d) Circuitos turísticos de Oropesa
- e) Licencias de funcionamientos
- f) Licencias de edificaciones

Oficina de imagen institucional

Cuadro de cargo de la oficina de imagen institucional.

N	CARGO		CLASIFICACIÓN	Nº DE ORDEN
	ESTRUCTURAL	CÓDIGO	OCUPACIONAL	CAP
1 3	Lic. En Periodismo II	081211-13	SP-EJ	13

Identificación del puesto

Denominación: Jefe de la oficina de Imagen Institucional

Nº CAP: 13

Clasificación: 081211-13

Líneas de autoridad

Depende del Despacho de Alcaldía planifica, programa y ejecuta los programas de comunicación y difusión de las actividades y logros de la Municipalidad Distrital de Oropesa, utilizando los medios disponibles como la radio, televisión, periódicos, página web y otros.

Funciones del puesto

Son funciones del Jefe de Relaciones Públicas.

1. Elaborar el Plan Operativo Anual de su Área, en función a las acciones priorizadas, presentar a Gerencia Municipal.
2. Planificar, dirigir, coordinar y evaluar actividades de la Oficina de Imagen Institucional y Relaciones públicas de la Municipalidad Distrital de Oropesa.
3. Asesorar al Alcalde Distrital de Oropesa, Gerente Municipal y demás Sub-Gerencias y Unidades Orgánicas en los asuntos de su competencia.

4. Apoyar al Alcalde Distrital y a Gerencia Municipal para las convocatorias y coordinar todo lo necesario para el desarrollo de las reuniones con las Sub-Gerencias, Oficinas y Áreas.
5. Organizar y ejecutar las actividades de protocolo en todas las ceremonias oficiales de la Municipalidad Distrital de Oropesa.
6. Organizar y ejecutar acciones de relaciones públicas, emitiendo informes a la opinión pública en general, así como el interior de la municipalidad distrital, sobre actividades, proyectos, obras y otros que permitan proyectar la mejor imagen institucional, en coordinación con la Alta Dirección.
7. Disponer la realización y actualización permanente del directorio de las autoridades públicas y funcionarios y personalidades del distrito de Oropesa.
8. Informar a la Gerencia Municipal sobre las publicaciones e informaciones que tengan que ver con la Municipalidad Distrital de Oropesa.
9. Coordina permanentemente con las instituciones públicas, privadas y con las diferentes Sub-Gerencias de la municipalidad sobre asuntos relacionados a su competencia.
10. Mantener actualizada la agenda institucional para visitas de personalidades y funcionarios de alto nivel de entidades públicas y privadas.
11. Desarrollar acciones protocolares relacionadas con la institución y sus autoridades.
12. Organizar eventos y ceremonias oficiales.
13. Coordinar las actividades de información, divulgación y comunicación de relaciones internas y externas.

14. Verificar los instrumentos de información, comunicación y similares antes de su impresión y divulgación.

15. Cumplir estrictamente con el reglamento interno de trabajo y el código de ética de la municipalidad distrital.

16. Vela celosamente de todo el acervo documentario existente en la Oficina, evitando a su vez la infidencia.

17. Otras funciones que le sean asignadas por la Alcaldía, Gerencia Municipal o dadas por normas legales.

Requisitos del puesto

- a) Lic. en Ciencias de la Comunicación
- b) Colegiado y habilitado
- c) Experiencias de 2 años en relaciones públicas en gobiernos locales.
- d) Ser quechua hablante

Competencias

- Proactividad
- Responsabilidad
- Auto organización
- Flexibilidad
- Adaptación
- Disposición para trabajar en equipo

Habilidades

- Para redactar todo tipo de documentos
- Para expresar ideas
- Conocimientos de la normatividad del sector público
- Conocimientos de computación
- Conocimientos de Diseño gráfico
- Conocimientos en Protocolo
- Manejo de redes sociales
- Conocimientos de procesos de trámites administrativos y documentarios

Hemos visualizado que según el Manual de Organización y Funciones de la Municipalidad Distrital de Oropesa, el cargo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación no cumple con los requisitos establecidos para la realización de los ejercicios que debe desempeñar el relacionista público.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN - RESULTADOS

En el presente capítulo se describe cada uno de los resultados obtenidos en la investigación, producto de las encuestas y entrevistas realizadas a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa y a los pobladores del distrito de Oropesa. Las que están divididas de la siguiente manera: en la primera parte se muestra el resultado de la encuesta realizada a los pobladores, la segunda evidencia el resultado obtenido en los trabajadores de la comuna Distrital y la tercera, se realiza un análisis de las entrevistas al público interno y externo de la siguiente manera:

3.1 Descripción de los pobladores de Oropesa usuarios/pobladores

Tabla N° 2: Lugar de procedencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Pinagua (Anexos)	19	3	3.2	3.2
Ccajllapata (Anexos)	39	9	8.4	11.6
Patabamba(Anexos)	20	4	4.2	15.8
Huasao(centro poblado)	71	18	17.9	33.7
Pucará(Anexos)	35	5	5.3	38.9
Oropesa (centro poblado)	107	43	43.2	82.1
Tipón(centro poblado)	74	18	17.8	100.0
Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N°2: Lugar de procedencia



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Respecto al lugar de procedencia de la población se visualizó que el mayor porcentaje es dentro de los centros poblados y anexos del distrito de Oropesa, cerca de la mitad (43%) habita en el centro poblado de Oropesa, seguido del centro poblado de Tipón (18 %) y Huasao (18%) los tres son los centros poblados que tienen mayor concentración de población, esto se debe a que los encuestados provienen generalmente del distrito de Oropesa.

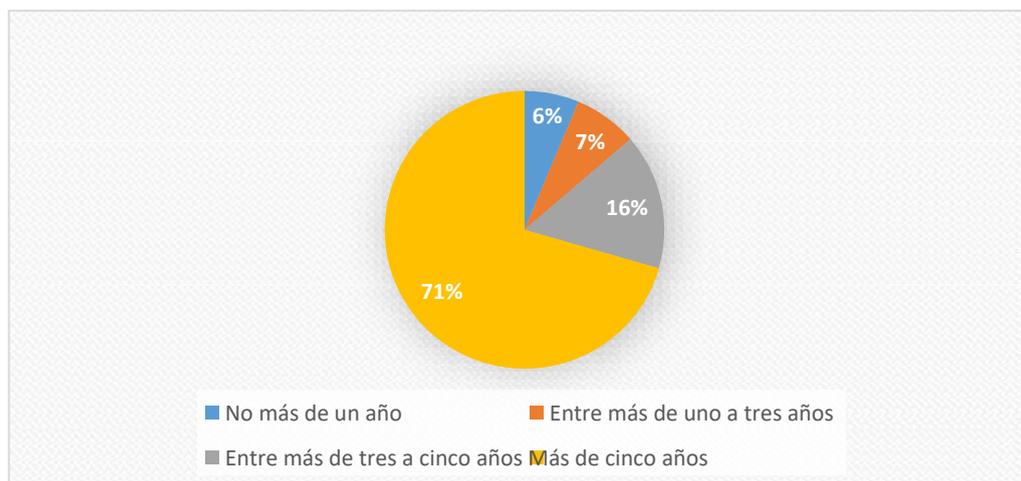
Lo que nos permite ver que existe mayor relación entre los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa con los pobladores que se encuentran en la misma ciudad donde está ubicado el local de la Municipalidad.

Tabla N° 3: ¿Cuánto tiempo vive en Oropesa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No más de un año	50	6	6.3	6.3
	Entre más de uno a tres años	60	7	7.4	13.7
	Entre más de tres a cinco años	95	16	15.8	29.5
	Más de cinco años	160	71	70.5	100.0
	Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 3: ¿Cuánto tiempo vive en Oropesa?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

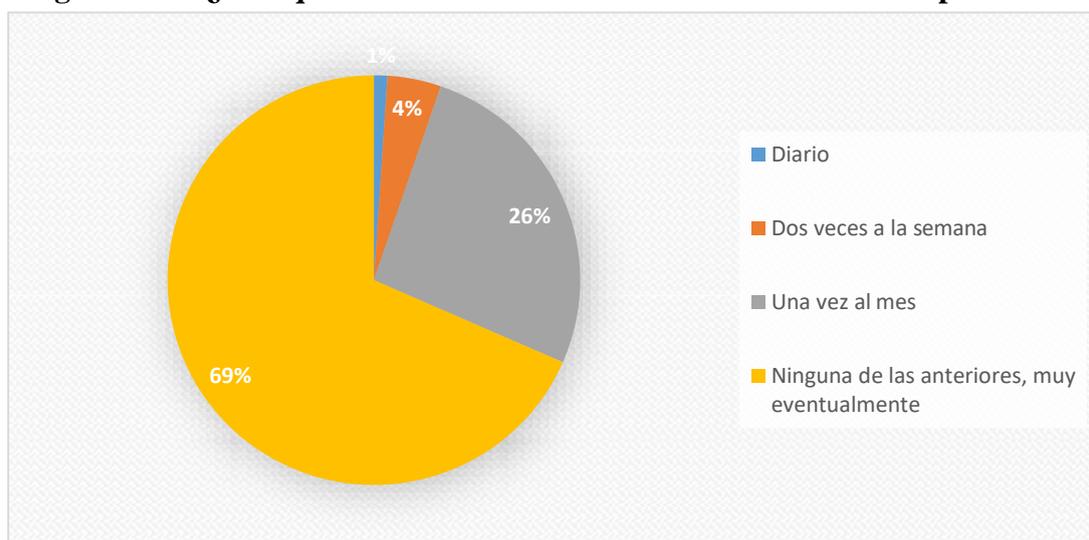
Con relación al tiempo de permanencia en el distrito de Oropesa, se ve que un gran número de habitantes (71%) supera los cinco años establecidos en el distrito, lo que significa que tienen mayor relación con el alcalde y demás trabajadores que brindan los servicios que oferta la Municipalidad. El segundo grupo lo ocupan un (16%), quienes habitan en Oropesa entre tres a cinco años, no tan amplia como el primer grupo. En porcentajes menores (6 y 7%) aparecen los que viven en el distrito menos de tres años.

Tabla N° 4: ¿Con qué frecuencia realiza sus trámites en la municipalidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	20	1	1.1	1.1
	Dos veces a la semana	50	4	4.2	5.3
	Una vez al mes	130	26	26.3	31.6
	Ninguna de las anteriores, muy eventualmente	165	69	68.4	100.0
	Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 4: ¿Con qué frecuencia realiza sus trámites en la municipalidad?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

En relación a la frecuencia con que acude el poblador a la Municipalidad para realizar trámites (autoevalúo y registro civil), el porcentaje es mayor (69%) de los que muy eventualmente requieren algún servicio municipal y por tanto, no muestran interés en el desarrollo de actividades de esa institución y el (1%) de los pobladores realizan sus trámites de manera diaria en la municipalidad.

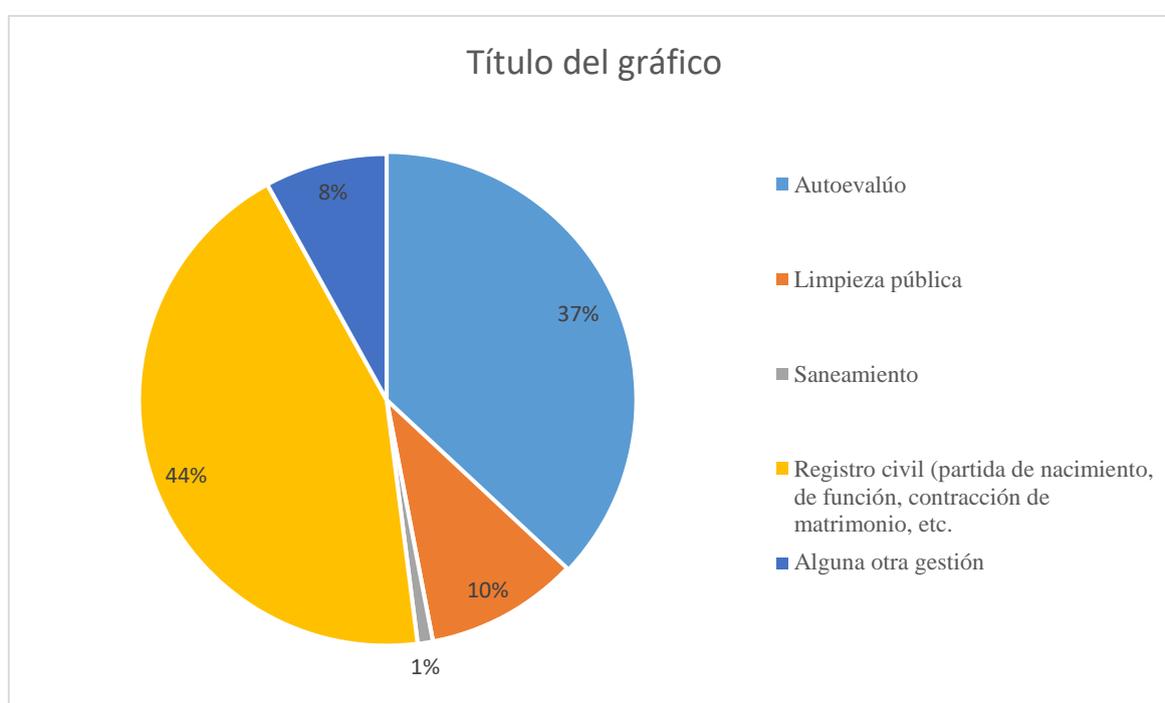
La población acude muy pocas veces a realizar sus trámites a la municipalidad, debido a que reciben una mala atención de los trabajadores de la institución, motivo por el cual muchas veces evitan acudir a la comuna.

Tabla N° 5: ¿Qué trámites realiza mayormente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Autoevaluó	103	37	36.8	36.8
Limpieza pública	70	10	9.5	46.3
Saneamiento	10	1	1.1	47.4
Registro civil (partida de nacimiento, de función, contracción de matrimonio, etc.)	112	44	44.2	91.6
Alguna otra gestión	70	8	8.4	100.0
Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 5: Trámites que realiza mayormente



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Respecto a los trámites que realizan mayormente los pobladores de Oropesa en la comuna Distrital cerca de la mitad (44%) de encuestados realizan trámites de Registro Civil tales como partidas de nacimiento o defunción, contracción de matrimonio, etc. También es importante el número de pobladores (37%) que acuden a la Municipalidad para efectuar trámites de autoevaluó. En consecuencias ambos motivos de concurrencia a las oficinas son eventuales, para gestiones puntuales como el caso del pago por impuesto predial que se realiza

una vez al año y en menor porcentaje se ubican, los que hacen trámites o pagos de limpieza pública y de saneamiento.

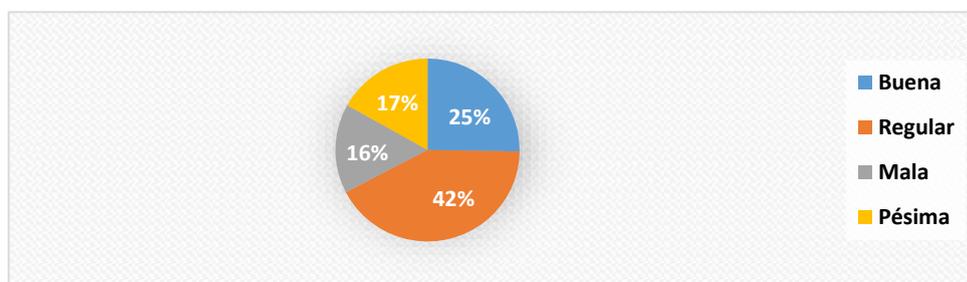
La mayoría de los pobladores recurren a la Municipalidad para realizar trámites de Registro Civil (partidas de nacimiento, certificado de matrimonio, actas de defunción y otros), debido a que necesitan esos documentos para realizar gestiones en otras instituciones, por otra parte, los trámites de saneamiento son los que menos se realizan, debido a que la Municipalidad no informa adecuadamente sobre el estado actual en que se encuentran los servicios básicos en el distrito.

Tabla N° 6: ¿Cómo califica la atención brindada por los empleados de la municipalidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Buena	94	25	25.3	25.3
Regular	110	42	42.1	67.4
Mala	85	16	15.8	83.2
Pésima	76	17	16.8	100.0
Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 6: ¿Cómo califica la atención brindada por los trabajadores de la municipalidad?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Respecto a la calidad de atención del personal de la municipalidad, cerca de la mitad (42%) de encuestados calificó regular la calidad de atención y una cuarta parte (25%) de los encuestados considera que la calidad de atención es buena. Sin embargo, se suman las alternativas mala y pésima y es el 33% que tiene una opinión negativa en la atención de los trabajadores.

La mayor parte de la población señala que la atención es regular porque no reciben una óptima atención por parte del personal de la municipalidad, ya que el personal que atiende al público externo no tiene una debida capacitación en la atención al cliente y desconocen sus funciones del área en el que laboran. De acuerdo a la Teoría del Desarrollo Institucional se define como el cambio planificado, sistemático, coordinado y asumido por la institución en la

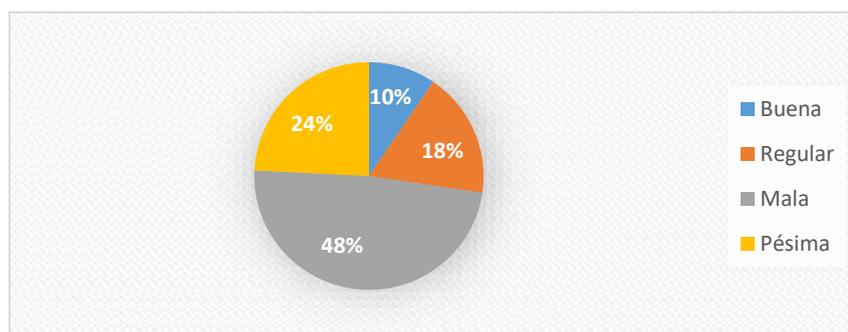
búsqueda del incremento de los niveles de calidad y pertinencia de los servicios ofrecidos; la cual no se estaría cumpliendo en la municipalidad.

Tabla N° 7: ¿Cómo califica la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	30	10	9.5	9.5
	Regular	107	18	17.9	27.4
	Mala	106	48	48.4	75.8
	Pésima	122	24	24.2	100.0
	Total	365	100	100.0	

Fuente:(Elaboración propia, 2017)

Figura N° 7: ¿Cómo califica la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Cerca de la mitad de los pobladores del distrito (48%) indican que la gestión actual en la Municipalidad Distrital de Oropesa es mala, una cuarta parte (24%) la considera pésima. De esta forma se deduce la disconformidad de la población ante el ente municipal.

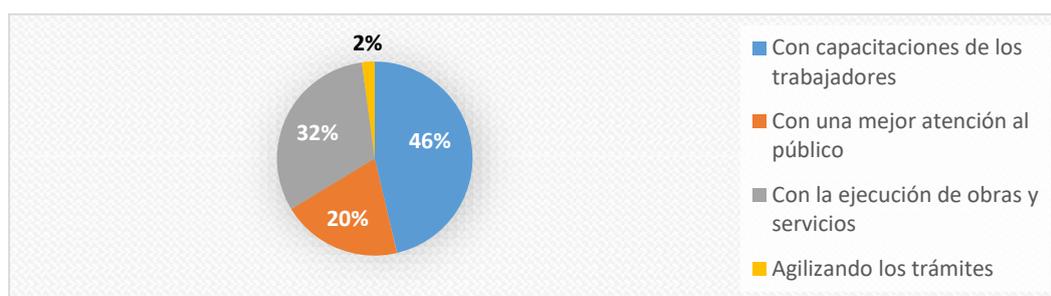
Los pobladores perciben una deficiente gestión, debido a que no realizan obras, actividades sociales en beneficio de la población. Siendo la municipalidad un ente gubernamental que está encargada de la administración del conjunto de personas que viven en común, en un lugar determinado, con sus múltiples necesidades; teoría que no es aplicada según la percepción de la población.

Tabla N° 8: ¿Cómo cree usted que puede mejorar la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Con capacitaciones de los trabajadores	144	46	46.3	46.3
Con una mejor atención al público	119	20	20.0	66.3
Con la ejecución de obras y servicios	130	32	31.6	97.9
Agilizando los trámites	2	2	2.1	100.0
Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 8: ¿Cómo cree usted que puede mejorar la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Casi la mitad de los encuestados (46%) creen que podría mejorar la gestión de la Municipalidad con capacitaciones a los trabajadores; otro 32% también cree que la ejecución de obras y prestación de servicios podría ayudar a mejorar la gestión y con una mejor atención al público un 20 % considera lo mismo y un menor porcentaje (2%) opina que mejoraría agilizando los trámites.

La población indica que la atención que reciben podría mejorarse con una debida capacitación a los trabajadores en la atención al público, ya que al realizar sus trámites, el primer contacto que tienen es con los trabajadores de las áreas como Mesa de Partes, Tesorería, Secretaría, entre otros. Según el autor Emilio Solórzano Hernández se debería desarrollar

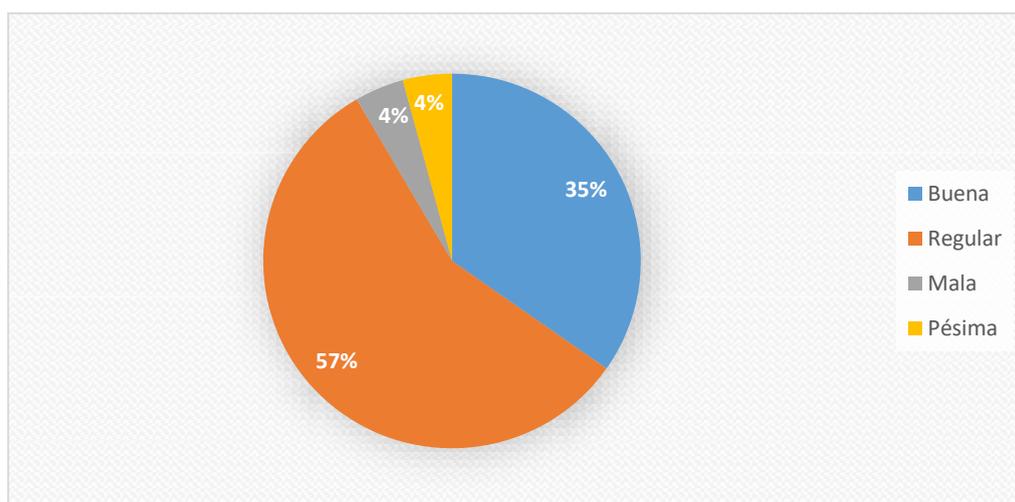
mayor eficiencia en la administración a través de capacitación permanente de los funcionarios, especialmente en cuanto a la atención del público, teoría que se recomienda aplicar en la Municipalidad Distrital de Oropesa.

Tabla N° 9: ¿La distribución de las oficinas en la municipalidad son de fácil acceso?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	146	35	34.7	34.7
	Regular	159	57	56.8	91.6
	Mala	30	4	4.2	95.8
	Pésima	30	4	4.2	100.0
	Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 9: ¿La distribución de las oficinas en la municipalidad son de fácil acceso?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: En relación a la distribución de las oficinas y su accesibilidad en la Municipalidad Distrital de Oropesa, más de la mitad de los pobladores encuestados (57%) afirman que las condiciones son regulares, vale decir que los ambientes a diversas oficinas no

son las más adecuadas para un buen servicio a los usuarios; sin embargo, hay un porcentaje menor (35%) que considera buena la infraestructura de dicha municipalidad.

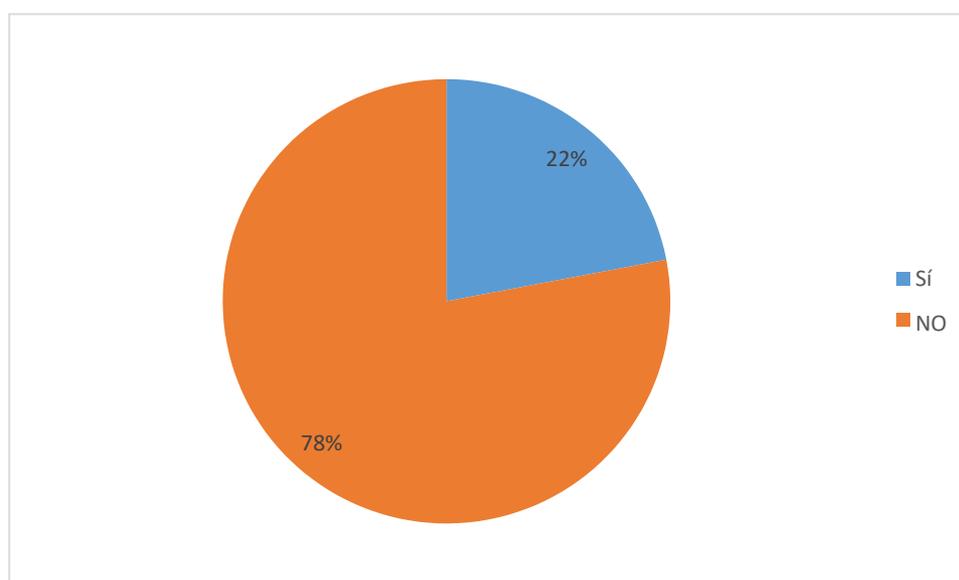
La población percibe que la distribución de espacios de oficinas tiene una deficiente organización, la cual no permite a un acceso adecuado entre oficinas, esto repercute en la molestia que tiene la población al visitar sus establecimientos para algún trámite o servicio que desea realizar, lo que les ocasiona pérdida de tiempo al desplazarse entre las oficinas.

Tabla N° 10: ¿Cree que la municipalidad realiza cambios para mejorar su calidad de atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	111	22	22.1	22.1
	NO	254	78	77.9	100.0
	Total	365	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 10: ¿Cree que la municipalidad realiza cambios para mejorar su calidad de atención?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Respecto a la pregunta, el mayor número de los pobladores consultados (78%) indican que la municipalidad no realiza cambios para mejorar su calidad de atención a los pobladores y un menor número (22%) indica que la municipalidad sí realiza cambios.

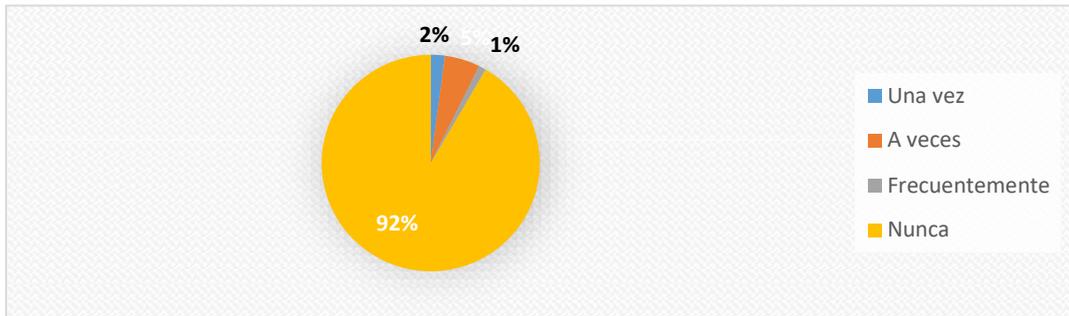
Actualmente la población del distrito de Oropesa percibe que la Municipalidad de dicha localidad no tiene la voluntad política de realizar mejoras en el sistema de atención al cliente mediante un estándar de calidad de atención, el cual sugieren los pobladores, si tomamos en cuenta la Teoría del Desarrollo Institucional porque cada institución debe realizar un análisis situacional, en el que debe de incluir un diagnóstico autorreferencial a nivel interno de la institución que permita determinar su desempeño actual referido a las metas propuestas; y de esta manera será posible determinar los cambios que se requieren; la municipalidad no se estaría preocupando por brindar un buen servicio a la población.

Tabla N° 11: ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza actividades en beneficio de la población?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Una vez	20	2	2.1	2.1
A veces	50	5	5.3	7.4
Frecuentemente	10	1	1.1	8.4
Nunca	285	92	91.6	100.0
Total	365	100	100.0	

Fuente:(Elaboración propia, 2017)

Figura N° 11: ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza actividades en beneficio de la población?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Con respecto a que si la municipalidad realiza actividades en beneficio de los usuarios, un 92% de la población encuestada respondió que nunca realizan, un 5% considera que la municipalidad a veces realiza actividades y finalmente, un 1% de encuestados considera que frecuentemente. Por tanto, la mayoría de la población considera una inadecuada labor por parte de la comuna.

La población de Oropesa indica que la actual gestión no realiza actividades sociales en beneficio de su población, esto se debe a que la municipalidad no cumple con las funciones que se menciona en el Reglamento de Organizaciones y Funciones de la Oficina de Imagen Institucional, la cual está en el deber de informar mediante televisión, radio, afiches, redes sociales, entre otros sobre las actividades que realiza la Municipalidad y esto afecta al prestigio institucional de la municipalidad.

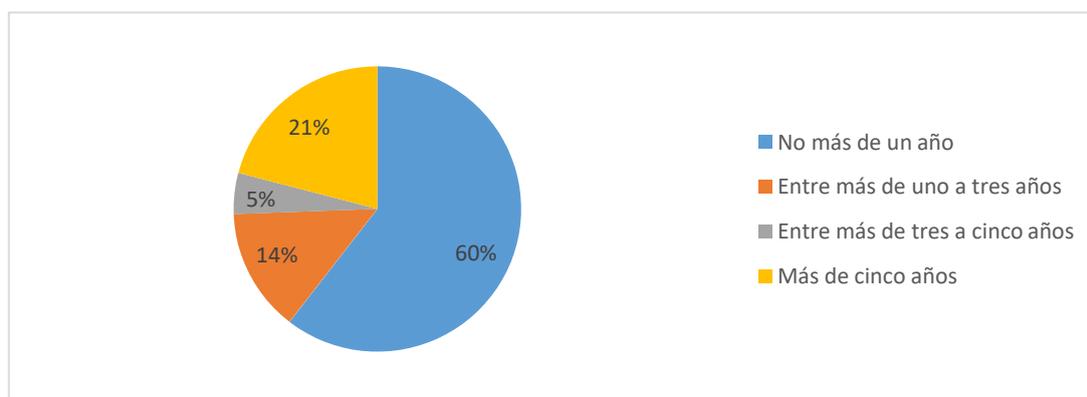
3.2 Descripción de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa

Tabla N° 12: ¿Cuánto tiempo trabaja en la Municipalidad Distrital de Oropesa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No más de un año	26	60	60.5	60.5
	Entre más de uno a tres años	6	14	14.0	74.4
	Entre más de tres a cinco años	2	5	4.7	79.1
	Más de cinco años	9	21	20.9	100.0
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 12: ¿Cuánto tiempo trabaja en la Municipalidad Distrital de Oropesa?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Un mayor porcentaje de los trabajadores (60%) no labora más de un año en la Municipalidad, lo que significa que se trata de personal contratado eventualmente y un porcentaje menor 40 % labora entre más de uno a cinco años. Lo que significa que la mayoría de los trabajadores se retiran del trabajo o los retiran por diversos factores.

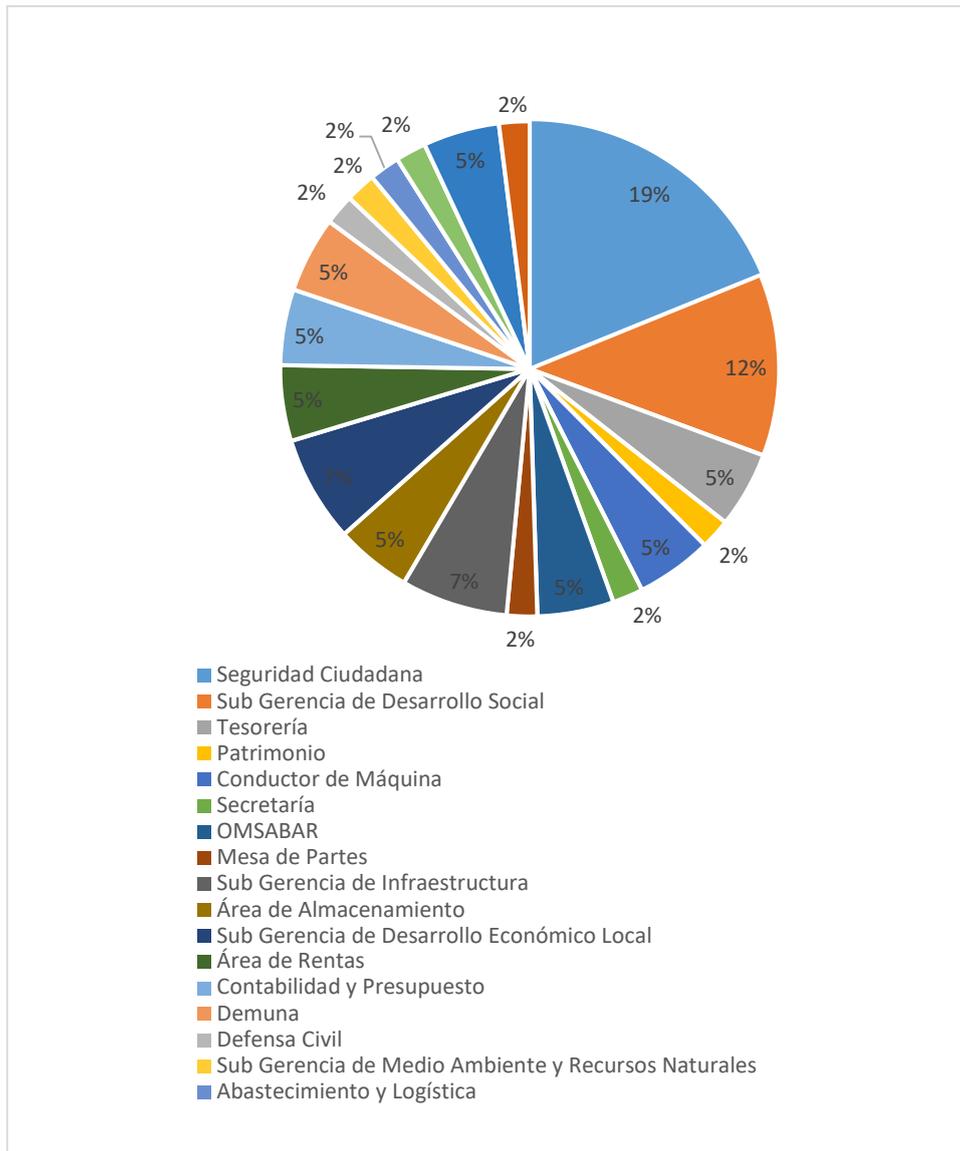
En la Municipalidad Distrital de Oropesa predomina el trabajo por un periodo igual o menor que un año, dado que la gran parte de sus trabajadores son contratados por un tiempo determinado y esto afecta al trabajo continuo que debería ejercer el personal.

Tabla N° 13: Labora en el área u oficina de:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Seguridad Ciudadana	8	19%	19%	4.7
Sub Gerencia de Desarrollo Social	5	12%	12%	9.3
Tesorería	2	5%	5%	14.0
Patrimonio	1	2%	2%	16.3
Conductor de Máquina	2	5%	5%	20.9
Secretaría	1	2%	2%	30.2
OMSABAR	2	5%	5%	34.9
Mesa de Partes	1	2%	2%	37.2
Sub Gerencia de Infraestructura	3	7%	7%	44.2
Área de Almacenamiento	2	5%	5%	48.8
Sub Gerencia de Desarrollo Económico Local	3	7%	7%	55.8
Área de Rentas	2	5%	5%	62.8
Contabilidad y Presupuesto	2	5%	5%	67.4
Demuna	2	5%	5%	72.1
Defensa Civil	1	2%	2%	74.4
Sub Gerencia de Medio Ambiente y Recursos Naturales	1	2%	2%	76.7
Abastecimiento y Logística	1	2%	2%	79.1
Relaciones Públicas	1	2%	2%	81.4
Gerencia General	2	5%	5%	88.4
Recursos Humanos	1	2%	2%	100.0
Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 13: Labora en el área u oficina de:



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: El mayor número de trabajadores (12%) se ubica en el área de la Sub Gerencia de Desarrollo Social y Desarrollo Urbano, dependencias de carácter administrativo. En cambio, menos de cuatro trabajadores se ubican en áreas estratégicas de la gestión municipal como la Gerencia General, Recursos Humanos y Rentas.

En la Municipalidad Distrital de Oropesa se tiene un gran número de trabajadores en el área de la Sub Gerencia de Desarrollo Social y en Desarrollo Urbano, esto se da debido a

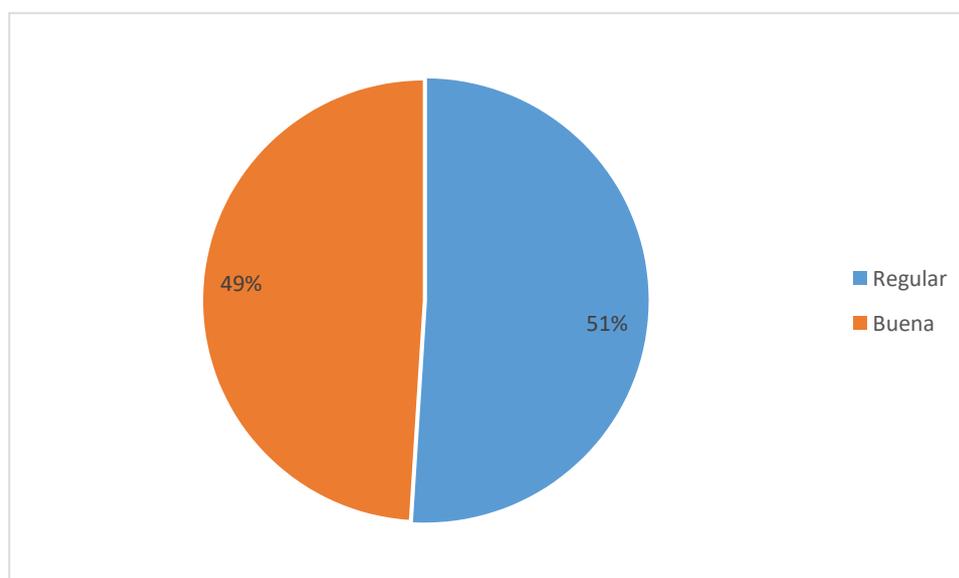
que en estas áreas se tiene carga laboral y se cuenta con personal no capacitado para realizar las funciones que mencionan en el Manual de Organizaciones y Funciones de la municipalidad.

Tabla N° 14: La comunicación con sus compañeros es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	22	51	48.8	100.0
	Buena	21	49	51.2	51.2
	Total	43	100.0	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 14: La comunicación con sus compañeros es:



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Con respecto a la comunicación que tienen los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa con sus compañeros de trabajo, la opinión está prácticamente dividida. La mitad de entrevistados considera que tienen comunicación buena con sus compañeros y el otro porcentaje la considera regular. En consecuencia, se requiere mejorar la relación entre los trabajadores de ese centro de labor.

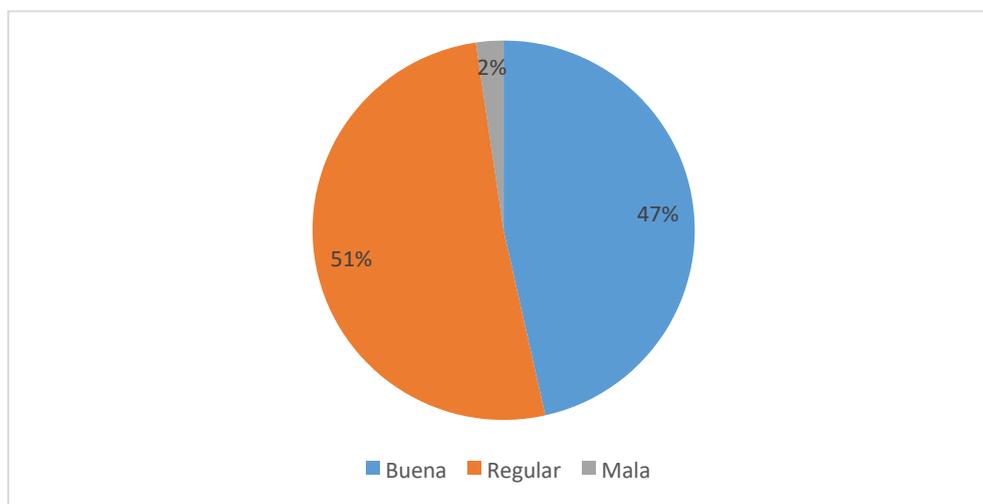
En la Municipalidad Distrital de Oropesa se tiene un porcentaje aceptable sobre la relación que debe tener cada trabajador con sus compañeros tanto de su área como de las distintas áreas, esto se debe a distintos factores como la amistad ya generada dentro del ambiente de trabajo como fuera de la institución, la comunicación fluida entre compañeros, las actividades de confraternización que tiene la municipalidad, entre otros.

Tabla N° 15: La comunicación con su Jefe es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	20	47	46.5	46.5
	Regular	22	51	51.2	97.7
	Mala	1	2	2.3	100.0
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 15: la comunicación con su Jefe es:



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: El mayor porcentaje de los trabajadores encuestados (51%) califica de regular la comunicación que tienen con sus jefes, pero también existe un porcentaje considerable (2%)

que indican como buena esa relación. visualizando los resultados obtenidos es necesario trabajar en las relaciones de los trabajadores para superar los resultados negativos.

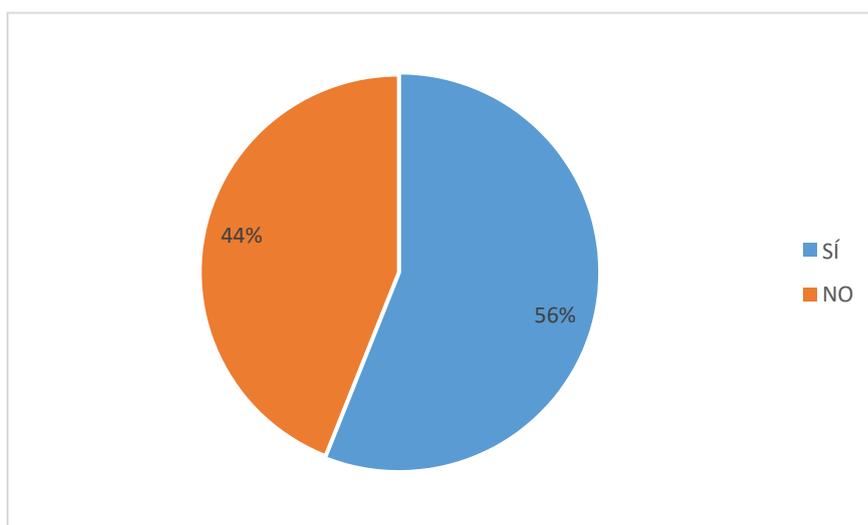
En la Municipalidad Distrital de Oropesa, los trabajadores indican que la comunicación que tienen con el jefe de su área es la adecuada, pero tiene defectos en la preferencia del jefe de área por algunos trabajadores, los cuales se ven beneficiados, ya sean en horarios, permisos y carga laboral; por lo cual desean que se realice convocatorias para los puestos de trabajo tomando en cuenta el Manual de Organizaciones y Funciones con el que cuenta la municipalidad.

Tabla N° 16: ¿Considera que las políticas que la gestión maneja están acorde a sus funciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SÍ	24	56	44.2	100.0
	NO	19	44	55.8	55.8
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 16: ¿Considera que las políticas que la gestión maneja están acorde a sus funciones?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: Más de la mitad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa (56%) consideran que las condiciones ofrecidas para su desempeño laboral son inadecuadas, mientras que menos de la mitad (44%), opina lo contrario. Cabe aclarar que la pregunta estuvo referida a condiciones del espacio físico donde laboran; vale decir, comodidad, presentación del ambiente y otros aspectos vinculantes.

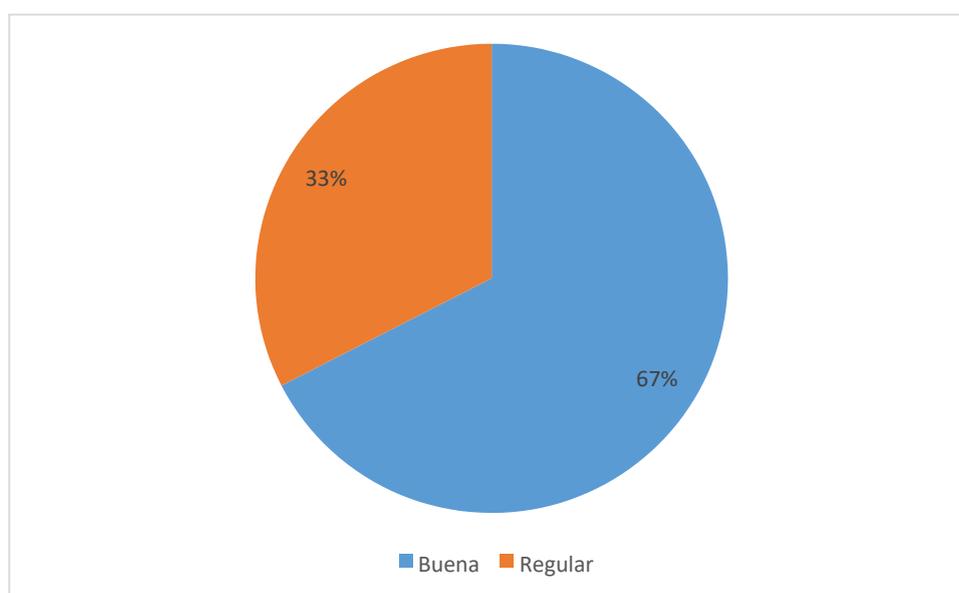
En la Municipalidad Distrital de Oropesa, la mayoría de los trabajadores considera que efectivamente las políticas que la gestión dispone, no cumple con las funciones, esto se debe a que las políticas no están alineadas con las funciones del ROF como la organización, ejecución y control, por lo que se identifica un cumplimiento de las funciones en la municipalidad.

Tabla N° 17: ¿Cómo califica la atención que brindan a los usuarios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
Válido	Buena	29	67	67.4	67.4
	Regular	14	33	32.6	100.0
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 17: ¿Cómo califica la atención que brindan a los usuarios?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: el mayor porcentaje de los trabajadores de la municipalidad (67%) indican que la atención que brindan a los usuarios es buena y el otro porcentaje de 33%, la califica de regular.

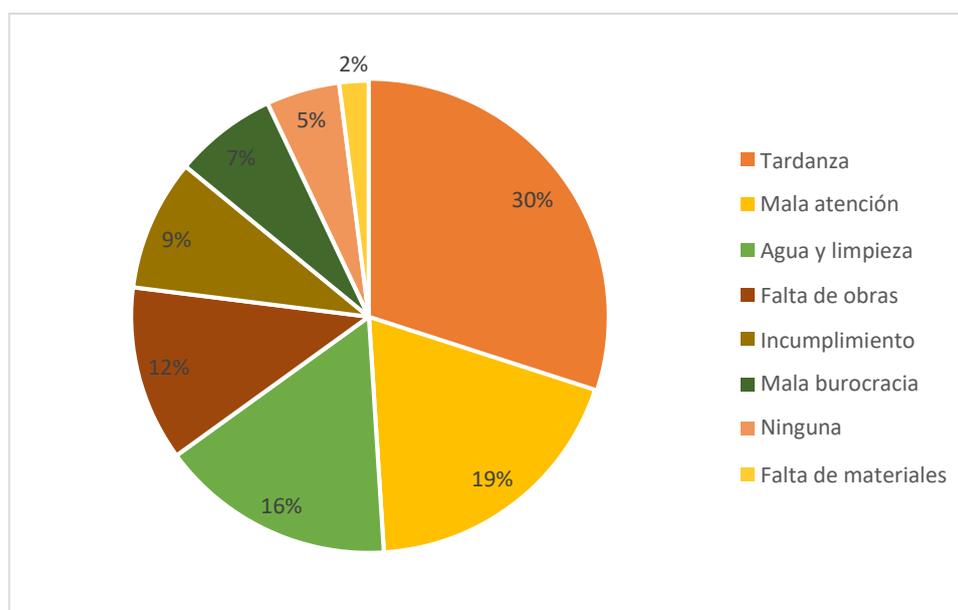
En la Municipalidad Distrital de Oropesa la mayoría de los trabajadores considera que la atención que se brinda es buena, debido a que la entidad pública dispone de un control y organización adecuado en el MOF, por lo que se identifica un cumplimiento con las actividades para la atención de los usuarios que solicitan un servicio.

Tabla N° 18: ¿Cuáles son las principales quejas de los usuarios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tardanza en los trámites	13	30	30.2	30.2
	Incumplimiento	4	9	9.3	39.5
	Falta de obras	5	12	11.6	51.2
	Ninguna	2	5	4.7	55.8
	Mala atención	8	19	18.6	74.4
	Mala burocracia	3	7	7.0	81.4
	Falta de materiales	1	2	2.3	83.7
	Agua y limpieza	7	16	16.3	100.0
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 18: ¿Cuáles son las principales quejas de los usuarios?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: El mayor porcentaje (30%) de encuestados señaló la tardanza en los trámites y en la atención al usuario por parte de los trabajadores es la principal queja de los usuarios y el porcentaje menor (2%), mencionan la falta de materiales en sus áreas.

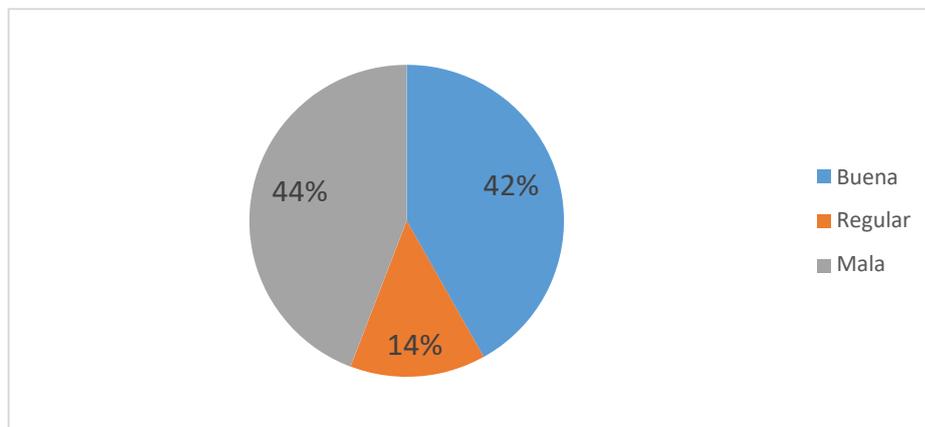
En la Municipalidad Distrital de Oropesa, la mayoría de los trabajadores indican que la mayor queja que se presenta por parte de usuarios es sobre las tardanzas en los trámites que solicitan, esto se debe a que se cuenta con personal no capacitado y que desconoce de sus funciones como está mencionado en el MOF, lo cual provoca una descoordinación entre las áreas, generando un retraso en la entrega de documentos solicitados y ocasionando la molestia de los pobladores.

Tabla N° 19: ¿Cómo califica la identidad de los trabajadores con la Municipalidad Distrital de Oropesa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	18	42	41.9	41.9
	Regular	6	14	14.0	55.8
	Mala	19	44	44.2	100.0
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 19: ¿Cómo califica la identidad de los trabajadores con la Municipalidad Distrital de Oropesa?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: La identidad de los trabajadores con la Municipalidad es calificada como mala por un porcentaje de 44%, mientras que un 42% de los trabajadores encuestados opinan que es buena en dicha identidad y el menor porcentaje (14%), afirman que la identidad hacia la municipalidad es regular.

En la Municipalidad Distrital de Oropesa, la mayoría de los trabajadores califica que la identidad que tienen con la Municipalidad es mala, esto se debe a que las contrataciones del personal se dan a corto plazo, lo cual genera una falta de interés en el cumplimiento de sus funciones y por otro lado, se visualiza que el personal que ocupa cargos importantes como de

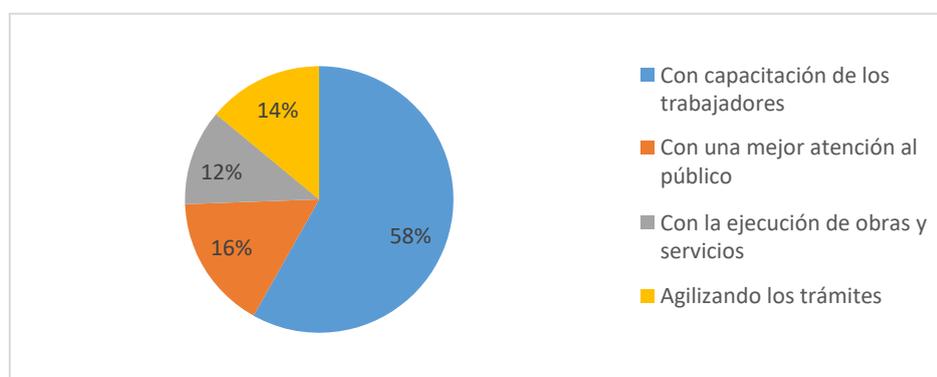
jefes de área, no desarrollan ni encaminan la identidad institucional con el resto del personal, estos puntos generan un desempeño por compromiso, mas no por mejorar la imagen de la municipalidad.

Tabla N° 20: ¿Con cuál de estas alternativas se puede mejorar el prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Con capacitación de los trabajadores	25	58	58.1	58.1
	Con una mejor atención al público	7	16	16.3	74.4
	Con la ejecución de obras y servicios	5	12	11.6	86.0
	Agilizando los trámites	6	14	14.0	100.0
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 20: ¿Con cuál de estas alternativas se puede mejorar el prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: En cuanto a las alternativas que se pueden tomar para mejorar el prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa, el porcentaje mayor 58% considera que es necesario las capacitaciones de los trabajadores, por otro lado el 16% afirma que debe mejorar la atención al público y finalmente un porcentaje mínimo de 12% menciona que se deben ejecutar obras y

mejorar algunos servicios que brinda la municipalidad para poder optimizar el prestigio de la institución.

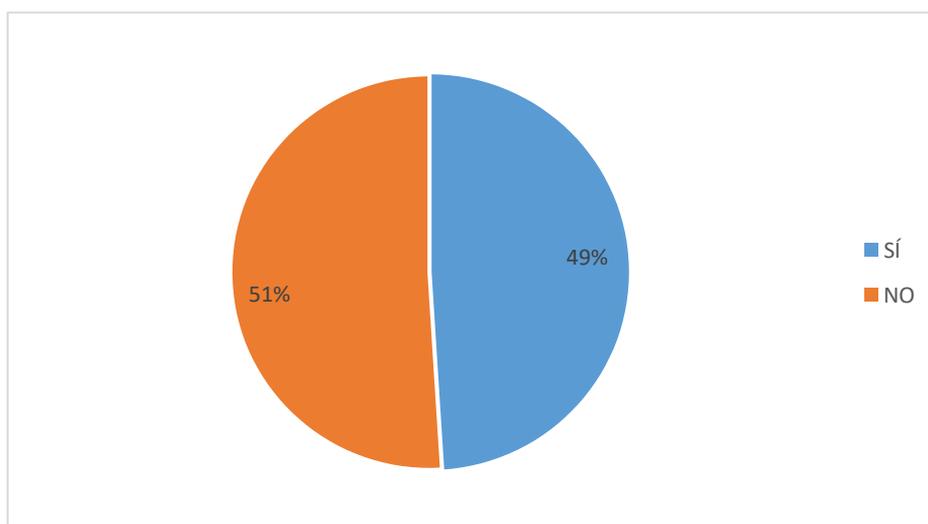
En la Municipalidad Distrital de Oropesa, la mayoría de los trabajadores considera que la mejor alternativa de solución para mejorar el prestigio de la municipalidad, es la capacitación de los trabajadores, ya que las funciones y actividades de cada área y profesional que están presentes no se cumplen tal como se mencionan en el MOF y ROF, por lo que es necesaria una capacitación sostenida y constante con un control en el momento de contratación del personal.

Tabla N° 21: ¿Considera que las políticas de la Municipalidad Distrital de Oropesa están direccionadas hacia la satisfacción de los pobladores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SÍ	21	49	48.8	48.8
	NO	22	51	51.2	100.0
	Total	43	100	100.0	

Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Figura N° 21: ¿Considera que las políticas de la Municipalidad Distrital de Oropesa están direccionadas hacia la satisfacción de los pobladores?



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Análisis: El porcentaje mayor 51% de los trabajadores consideran que las políticas de la Municipalidad Distrital de Oropesa no están direccionadas hacia la satisfacción de los pobladores, mientras que el porcentaje menor 49% considera lo contrario.

La mayoría de los trabajadores considera que las políticas de la Municipalidad no están direccionadas a la satisfacción de los pobladores, esto se debe que las funciones y actividades que están presentes en el MOF y ROF no son tomadas en cuenta al momento del desarrollo de las actividades internas de la municipalidad, lo que genera una inadecuada ejecución en las funciones de los trabajadores y todo esto nos conlleva a la insatisfacción de los pobladores que solicitan servicios a la municipalidad.

3.3 Entrevista al público interno

Preguntas	Alcalde de la Municipalidad Distrital de Oropesa	Encargado de la Oficina de Recursos Humanos	Encargada de la Oficina de Mesa de partes	Jefe de la Gerencia Municipal
¿Cuánto tiempo trabaja en la municipalidad?	3 años	9 meses	1 año	1 año y 2 meses
Nombrado o Contratado	Elegido por voto popular	Contratado	Contratado	Contratado
Sinceramente, ¿Cómo considera Ud, la atención que brindan los trabajadores al público usuario?	Hay una regular atención, al momento no tengo ni una queja sobre la atención en la municipalidad.	Regular, debido a que la gran mayoría del personal contratado no asume sus funciones como debería de ser, sino lo hacen por el hecho de recibir una remuneración, por un compromiso netamente político.	Buena	Regular, es constante el cambio de personal. Los nuevos a veces no están capacitados y por ellos, todos pagamos.
Si le pidieran una opinión para mejorar la atención al público usuario, ¿qué propondría Ud?	Desprendimiento, una institución pública más es de servicio y no de lucro. Propondría simplificar los trámites, utilizar la tecnología, sistematizarla para que la atención ya no sea personalizada sino directamente por la computadora.	Que el personal que se llegue a contratar de hoy en adelante sean personas adecuadas	Yo diría que deberían haber capacitaciones.	Trabajo en equipo
¿Ha recibido alguna capacitación en la municipalidad?	No	No	No	Sí, cada uno debe autocapacitarse también
¿Es o no necesaria una capacitación en Relaciones Públicas y/ Relaciones Humanas?	Definitivamente que sí porque las relaciones públicas significan interactuar con la población.	Sí es necesario porque uno afianza el desenvolvimiento del personal hacia los ciudadanos y también con los administrados.	Sí, es necesario	Más que todo relaciones humanas es fundamental porque así se va mejorar la atención al usuario.

¿Cómo califica la relación que tienen con sus compañeros de trabajo?	Como alcalde le diría que es buena, pero esa opinión deberían darla los trabajadores, al margen que yo soy alcalde, más soy compañero de trabajo.	Buena, la relación que tenemos es netamente de trabajo y de amistad	Buena	Buena
¿Qué es lo que más exige o reclama el público usuario, cuando visita la municipalidad?	Percibo que debe de ser la velocidad y que no tengan que ser muy burocráticos los trámites.	La celeridad en el proceso administrativo.	Quieren que sus trámites se hagan rápido.	Atenderlos en su idioma
¿Qué opina usted sobre la calidad de servicios que se brinda en la Municipalidad Distrital de Oropesa?	Esa calificación debería hacer la población, pero a mis trabajadores les brindamos todas las facilidades para que ellos puedan desenvolverse dentro de su campo de trabajo.	Es regular, por la burocracia no todo camina uniformemente.	Es buena.	Es adecuada, pero obviamente la necesidad es múltiple
¿Qué opina sobre la imagen o el prestigio institucional que tiene la municipalidad en la comunidad de Oropesa?	Por el recorte presupuestal no contamos con una oficina dedicada a una imagen institucional.	Como en todo lado hay críticas, en la actualidad tenemos críticas buenas como también malas.	La población está satisfecha con esta gestión.	Está bien la imagen por los buenos comentarios de la población y medios de comunicación
¿En qué aspectos debería mejorar la municipalidad para tener muy buena o buena imagen en la comunidad de Oropesa?	El servicio de la Municipalidad hacia la comunidad tiene que ser óptimo oportuno y diligente.	La forma en cómo se trata al usuario en determinadas áreas, ya llámese el Área de Mesa de Partes el Área de Rentas el Área de Secretaria general que son el espejo de esta gestión.	Más obras y más capacitaciones.	Se debe trabajar con otras instituciones como educación, salud, seguridad

Análisis interpretativo

En el trabajo de investigación, se realizaron entrevistas a trabajadores de áreas estratégicas, incluyendo al Alcalde, cuyos resultados permiten obtener importantes conclusiones. En principio, el promedio de labor en el cargo es de un año, excepto el Alcalde que lleva tres años en la gestión, en calidad de elegido por voto popular para cuatro años. Ninguno de los demás tienen nombramientos, solamente están en condición de encargados en el puesto.

Los entrevistados consideran en su mayoría que la calidad de atención al público es regular. Atribuyen esa situación a la condición de contratados, aspecto que incide en la poca predisposición para brindar un servicio de calidad. Todos, incluyendo al Alcalde, declaran no haber recibido capacitación y reconocen que deben realizarse certámenes de esa naturaleza, contribuirá a mejorar la atención y también a elevar la imagen de la institución.

También reconoce que existe demora en la atención de diversos trámites, situación que molesta al público. En la parte de relaciones interpersonales, consideran que estas se desarrollan de manera adecuada, creando un vínculo de amistad y trabajo en equipo. Para el desarrollo sostenido de la imagen institucional reconocen, la necesidad del funcionamiento de Oficina de Relaciones Públicas.

3.4 Entrevista al público externo

PREGUNTAS	DIRECTOR DE LA I.E. 50499 “JUSTO BARRIO NUEVO ÁLVAREZ ” Prof. Saturnino Esquivel Mojonero	ENCARGADO: DEL CENTRO DE SALUD DE OROPESA Odontólogo Dr. Franz Rodríguez	ENCARGADO DE LA COMISARÍA DE OROPESA Superior: Moisés Rodríguez Ocampo
¿Cómo califica el servicio brindado por la Municipalidad Distrital de Oropesa?	Creo que del cien por ciento que pedimos apoyo en un noventa por ciento, nos han contestado de manera positiva y calificaría positivo el servicio	En el tema de organización, sí nos ha apoyado, lo califico positivo	Es pésimo, cuando nosotros solicitamos a la Municipalidad algún apoyo, no nos hacen caso,
¿Cómo califica el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa?	No tiene mucha buena reputación en realidad ha perdido credibilidad, no hay una buena imagen	Para mí tiene un buen prestigio.	Regular
¿Usted considera que la Municipalidad Distrital de Oropesa tiene una comunicación continua con la población?	Sí al menos con nosotros sí, hay comunicación entre el colegio y la Municipalidad.	Con el establecimiento sí tiene buena relación, hay comunicación.	Sí tenemos constantemente reuniones multisectoriales
¿Usted considera que la organización que tiene la Municipalidad Distrital de Oropesa es la mejor para poder optimizar el prestigio de dicha institución?	Diría que no; hay mucho cambio de gerentes, por ejemplo no sé si están en el quinto o sexto gerente, no hay personal idóneo y no ayudan en la gestión.	Hay nuevas contrataciones, están en proceso de reorganización	No están bien organizados
¿Usted considera que los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa se identifican con dicha institución?	Más es el afán económico, muy poco hay esa identidad	No lo sé.	Sí se identifican
¿Qué recomendaría a la Municipalidad Distrital de Oropesa para poder mejorar su prestigio institucional?	Que contrate personas competentes a riesgo de que le critiquen sus seguidores, los que han apoyado en la campaña, es que esos favores políticos que paga son demasiados caros, debería haber mayor diálogo mayor transparencia el equipo de regidores y el alcalde.	Gestionar más presupuesto	Trabajar conjuntamente con las autoridades

Análisis interpretativo

Para el presente trabajo de investigación, se realizaron entrevistas a jefes de instituciones importantes del distrito de Oropesa, con el fin de obtener sus opiniones sobre diversos aspectos concernientes al servicio y la imagen de la municipalidad.

Dos de los entrevistados, califican de positivo el servicio y contrariamente un tercero considera que ese servicio es pésimo, pero se deduce que su opinión está relacionada a la falta de apoyo a los pedidos de orden material que su institución realiza a la Municipalidad Distrital de Oropesa y que probablemente por limitaciones económicas, no pudieron ser atendidos.

La opinión sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa es variada. Uno considera que no tiene mucha reputación, otro la califica de positivo y finalmente, un tercer entrevistado afirma que es regular.

Los entrevistados, ante la pregunta sobre la comunicación continua con la población, responden afirmativamente; sin embargo conviene señalar que ellos se refieren a sus instituciones y no expresan su opinión en relación a la comunidad. En cambio, en su integridad perciben que la Municipalidad Distrital de Oropesa no está bien organizada y dos de los entrevistados atribuyen como causa a los constantes cambios del personal, caso específico del puesto de Gerente.

Finalmente, sobre la identificación de los trabajadores con su institución, un entrevistado manifiesta que el interés es más económico que institucional, otro afirma desconocer el tema y finalmente, el tercer entrevistado piensa que los trabajadores sí se identifican con su centro de labor. Para que la Municipalidad Distrital de Oropesa mejore su prestigio, sugieren que se contrate personal competente, venciendo los riesgos políticos que ello representa, que se gestione más presupuesto y que haya un trabajo más coordinado con las autoridades.

CAPÍTULO IV

APORTE

4.1 Plan de trabajo de la relación del público interno y externo para el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa

1. Finalidad

Este Plan permitirá a través de la propuesta, dar solución a los problemas de prestigio que enfrenta actualmente la Municipalidad Distrital de Oropesa, además se pretende buscar alternativas que ayuden a mejorar la comunicación entre el personal y servicio al cliente. Al implementar un Plan de Trabajo, la Municipalidad Distrital de Oropesa se beneficiará tanto internamente como exteriormente, logrando así proyectar un prestigio adecuado y teniendo como resultado la aceptación del público externo. Esta propuesta también permitirá mejorar el desempeño de los empleados a través de capacitaciones, ya que estos son considerados parte importante en el desarrollo de la entidad y es necesario que tengan el conocimiento adecuado del puesto en el que ellos laboran. Al implementar el Plan de Trabajo, la Municipalidad Distrital de Oropesa, se dará cuenta que es necesario aplicarlo, porque les beneficiaría para incrementar el prestigio institucional.

2. Objetivos

General:

- proponer un Plan de Trabajo que mejore el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

Específicos:

- Analizar la Misión, Visión, y la FODA de la Municipalidad Distrital de Oropesa para que tenga una mejor organización.

- Aportar estrategias de Relaciones Públicas Internas y Externas, a fin de que las ponga en práctica la Municipalidad Distrital de Oropesa y que logre un mejor prestigio institucional.
- Mejorar la percepción del público externo con respecto al servicio que le brinda la municipalidad.

3. Ámbito de aplicación:

Municipalidad Distrital de Oropesa

4. Contenido:

Se presenta la propuesta de un Plan de Trabajo que mejore el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa, el cual será una herramienta de trabajo que ofrecerá diferentes alternativas de solución para la municipalidad, debido a que la información recopilada de los públicos internos como externos, muestran la necesidad de implementar estrategias que ayuden a resolver problemas de prestigio que actualmente está afectando a la municipalidad, los cuales son la falta de relacionamiento, comunicación y motivación del personal e identidad institucional. Además, la propuesta conlleva a un análisis situacional FODA, que indique las áreas a mejorar y sobre las cuales se trabajará, a fin de lograr un prestigio institucional.

Asimismo, el Plan contendrá estrategias de Relaciones Públicas Internas y Externas, dentro de las cuales se detallan las de servicio al cliente, de motivación al personal, broshure, página Web, difusión de información en la radio local, entre otras. De igual forma se propone un Plan de Capacitación que detalle los lineamientos que se deben seguir para el desempeño de las actividades tal como están regidas en el ROF y MOF de la Municipalidad; luego se incluyen la evaluación, cronograma de actividades y presupuesto que conllevan a la implementación del mismo.

Actividades.

- Desarrollar capacitaciones al público interno sobre el servicio y la atención al cliente; las capacitaciones deben ser más constructivas que expositivas donde los trabajadores sean el centro de la actividad, sensibilizando y estimulando a la participación de las capacitaciones, permitiendo una construcción de conceptos en las cuales manifiesten sus ideas expongas inquietudes, reconozcan sus debilidades, trabajen en equipo y generen un aprendizaje más efectivo. Al final de cada capacitación se debe evaluar a los trabajadores y los contenidos para su retroalimentación.
 - Realizar un análisis sobre la situación actual de la recepción de trámites.
 - Aportar mejoras sobre la recepción de trámites.
 - Tener mayor comunicación con el cliente para que este tenga mayor confianza del trabajo que se realizara.
 - En el área de recepción se tiene que tener un personal que sea social y que tenga las ganas de mejorar en el área que laboral.
 - Evaluar de manera periódica las mejoras en el área de recepción de trámites, ya que esta con más contacto con el cliente.

- Aplicación del Plan de Mejoramiento de la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.
 - Análisis actual sobre la imagen institucional de Municipalidad Distrital de Oropesa, mediante la consulta a los propios clientes que realizan algún trámite, con una escala de satisfacción, de esta manera se tendrá mayor certeza de la percepción de la imagen institucional por parte de la población.
 - Proponer mejoras para la imagen institucional.

- Planificar difusión de las actividades que realiza la Municipalidad de Oropesa, mediante la publicación de paneles fotográficos, difusión en radios locales y redes sociales, para tener a la población al tanto de los logros de dicha municipalidad.
- Aplicar el Plan de Mejoramiento de la Imagen Institucional.
- Realizar el seguimiento del plan de mejora
- Monitoreo o control del desarrollo del Plan de Mejoramiento de la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa
 - Realizar un seguimiento sobre el plan de mejora de la imagen institucional, para ello se tendrá que dividir por diferentes fases para poder verificar en cuál de las etapas se sigue teniendo dificultad y en cuál se logró las mejoras, de esta manera se tendrá mejores resultados en el plan de mejora.
 - Documentar el Plan de Mejora de la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa, en dicha documentación se tendrá el antes y después de la mejora, se tendrá que sustentar en la mejora de la satisfacción de los usuarios, los cuales serán documentados (entrevistas, encuestas)

Públicos

El Plan de Trabajo facilitará la forma de buscar la participación del público externo y mantener un contacto cercano con los empleados de la Municipalidad Distrital de Oropesa, por el cual se pretende utilizar los medios necesarios para mantener informado al usuario de lo que está sucediendo dentro de la institución y en toda la comunidad. Es por ello que la municipalidad necesita el desarrollo de este Plan de Trabajo, ya que ayudará a brindar un mejor servicio para el público externo y a la vez mejorará el prestigio institucional, obteniendo un mejor desempeño en las

funciones de los empleados. Con la implementación del Plan de Trabajo se buscará una mayor participación del público interno y externo para conocer de cerca las opiniones que tienen estos públicos sobre diversas actividades que lleve a cabo la municipalidad, lo que generará integración y a partir de esta se logrará proyectar el prestigio que se busca, obteniendo así un mayor profesionalismo en las actividades y funciones que se realizan dentro de los medios

Con esta propuesta la Municipalidad Distrital de Oropesa dará a conocer información sobre los cambios, proyectos, y otras actividades que esté realizando la municipalidad dentro y fuera de la entidad. Se buscará un acercamiento con la comunidad a través de charlas, cabildos abiertos y conferencias de información, en los cuales se dé a conocer lo que está sucediendo dentro de la municipalidad y la comunidad, a su vez tener la oportunidad de mejorar la atención y servicio al cliente.

5. Duración:

El Plan de Trabajo para Mejorar el Prestigio de la Municipalidad Distrital de Oropesa será aplicado en la entidad y tendrá una duración de 1 año, dependiendo de los resultados que se obtengan. Un plan puede seguir el curso ya establecido, pero se debe tomar en cuenta que se presentan factores internos y externos que pueden alterarlo, el plan puede estar sometido a cambios que deberán ser aceptables, si cumplen los beneficios planteados anteriormente. Debe adecuarse a la municipalidad y se debe adaptar a las necesidades más importantes que se deseen mejorar dentro de la institución, además puede ser aplicado por otras municipalidades.

6. Resultado

Después de realizar el Plan de Trabajo para Mejorar el Prestigio Institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

- Obtendremos un servicio óptimo para el público externo que solicite un determinado servicio.
- Agregar valor a la calidad de los servicios que ofrece la Municipalidad Distrital de Oropesa.
- Realizar una correcta gestión de los recursos para mejorar las capacidades del público interno que desempeñan su labor dentro de la municipalidad distrital.

7. Presupuesto

Tabla N° 22: Presupuesto Propuesta 1

PRESUPUESTO				
RUBRO	CANTIDA	PRECIO	PARCIAL	TOTAL
D				
A. RECURSOS HUMANOS				
Especialistas expositores	S/. 600	S/. 800.00	S/. 800.00	
Pobladores, trabajadores la Municipalidad Distrital de Oropesa.	S/. 200			
Total de Recursos Humanos			S/. 800.00	S/. 800.00
B. BIENES				
Material de escritorio	1	S/. 100.00	S/. 100.00	
Material de impresión	1	S/. 50.00	S/. 50.00	
Otros	1	S/. 20.00	S/. 20.00	
Total de bienes			S/. 170.00	S/. 170.00
C. SERVICIOS				
Fotocopias	1	S/. 40.00	S/. 40.00	
Movilidad	1	S/. 60.00	S/. 60.00	
Viáticos	1	S/. 150.00	S/. 150.00	
Llamadas telefónicas	1	S/. 40.00	S/. 40.00	
Otros	1	S/. 50.00	S/. 50.00	
Total de servicios			S/. 340.00	S/. 340.00
TOTAL				S/. 3110.00

Fuente: Elaboración propia, 2017

8. Cronograma

Tabla N° 23: Cronograma Propuesta 1

N°	MESES	MARZO				ABRIL				MAYO			
		2019				2019				2019			
	Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Desarrollar capacitaciones al público interno sobre el servicio y la atención al cliente.			X	X								
2	Aplicación del Plan de Mejoramiento de la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.					X	X						
3	Monitoreo o control del desarrollo del Plan de Mejoramiento de la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa							X	X				

Fuente Elaboración propia, 2017

CONCLUSIONES

PRIMERA: Uno de los factores que perjudica el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa es la inadecuada relación entre el público interno y externo. Esto se debe a la carencia de calidad en la atención al público usuario, evidenciada por la calificación hacia los empleados de la municipalidad por parte de los pobladores; también se indica que el personal de la misma institución, no está capacitado para realizar sus funciones correspondientes en sus áreas de labor, estos aspectos influyen negativamente en la imagen institucional de la municipalidad. Entre otros, un 60% de los trabajadores con tiempo de servicio no más de un año, lo cual incide también en la identidad hacia la institución.

SEGUNDA: La relación entre el público interno y externo de la Municipalidad Distrital de Oropesa es deficiente, ya que existe una mala comunicación entre el público interno y el público externo, porque los trabajadores de la institución no responden con las exigencias y reclamos de los usuarios, esto por diversos factores como: falta de capacitación, falta de organización y falta de identidad con la municipalidad, ya que ellos cumplen su labor solo por el contrato establecido. Asimismo, el público externo considera que la municipalidad evidencia problemas como incumplimiento de funciones, falta de obras, burocracia y mala atención, lo cual constituye un problema para la municipalidad, ocasionándole un inadecuado prestigio institucional.

TERCERA: La percepción que dio la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa es inadecuada; esto se debe a la mala labor que desempeñan los trabajadores de la institución, la cual no satisface de manera total a los usuarios que solicitan un determinado servicio, causado por el poco conocimiento y el constante cambio en el personal, generando una desconfianza a los pobladores de la zona. Esto sucede debido al incorrecto cumplimiento de las políticas internas por parte de la municipalidad.

CUARTA: La Municipalidad Distrital de Oropesa carece de un Plan de Trabajo bien elaborado para los trabajadores de dicha institución y así optimizar las relaciones del público interno y externo, las cuales son esenciales para elevar el prestigio institucional de la municipalidad. Estas carencias finalmente repercuten en la gestión de la municipalidad, la cual no cumple con las políticas necesarias.

SUGERENCIAS

PRIMERA: Para mejorar la relación entre el público interno y externo en la Municipalidad Distrital de Oropesa, se recomienda realizar capacitaciones, donde se puedan llevar talleres, charlase en temas de atención al cliente para que de esta manera se logre mejorar el prestigio institucional de la municipalidad.

SEGUNDA: Para optimizar la comunicación entre el público interno y externo de la Municipalidad Distrital de Oropesa, es necesario realizar todas las capacitaciones sugeridas para el personal, las cuales pueden ser talleres con base con el tema principal, el mismo que esté orientado a la calidad de atención y buen trato hacia el usuario, así como un plan de mejora de los tramite documentarios que en la actualidad es lenta. Estas medidas deben ser también evaluadas periódicamente con la finalidad de tener la certeza de que los trabajadores están poniendo en práctica lo desarrollado en las capacitaciones y talleres. Así como generar una adecuada comunicación entre los trabajadores y los pobladores que solicitan el servicio.

TERCERA: Para mejorar la percepción que tiene la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa, es necesario una organización general en las diferentes áreas, brindando capacitaciones sobre la atención hacia el cliente para poder mejorar el desempeño de los trabajadores y de esta manera, poder brindar un adecuado servicio y llegar a la satisfacción de la totalidad de los pobladores.

CUARTA: Para fortalecer la capacitación de los trabajadores y buscar la mejorar del sistema administrativo, es necesario llevar a cabo la propuesta que se planteó, ya que contiene charlas y capacitaciones para cada uno de los procesos, tanto en los procesos de trámites documentarios como en la atención del público externos, asimismo, con el desarrollo de un Plan de Capacitaciones para los jefes de las áreas y de esta manera mejorar las relaciones dentro de la entidad, de tal manera se logre elevar el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, P. (Mayo de 2013). *Creacion y producción en diseño y comunicacion*. Obtenido de La legitimación de las Relaciones Públicas como disciplina: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=457&id_articulo=9287
- Bernays, E. (1990). *Los años últimos: radiografía de las Relaciones Públicas* . Barcelona: ESRP-PPU.
- Castañeda; Cabrera, M. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS* . Porto Alegre: EDIPUCRS – Editora Universitária da PUCRS.
- Castillo Esparcia, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas* . España : Instituto de Investigación en Relaciones Públicas .
- Cees Van Riel. (1997). *Comunicación corporativa*. Madrid : Ediciones Prentice Hall.
- Clares Lopez, Gil Flores, J. (2008). Recursos tecnológicos y metodologías de enseñanza en titulaciones del ámbito de las ciencias de la educación. *Bordon*.
- Costa, J. (2003). *Imagen corporativa en el siglo XXI. 2ª Edición*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Costa, J. (2014). *Imagen y comunicacion* . Lima : LZC Imagen y Comunicación.
- De la Cruz Lablanca , I. (2014). Gestión de Recursos Humanos. *Aula Mentor*.
- Félix Mateus , A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. *Historia y Comunicación Social*.
- Garrido , F. J. (2000). *Comunicación Estratégica*. España: Ediciones Gestión.
- Génova, A. D. (16 de Diciembre de 2016). *RED.RRPP*. Obtenido de <http://www.redrrpp.com.ar/relaciones-publicas-internas/>

- Gonzalez Moreno, M. (2014). Los servicios: concepto, clasificación y problemas de medición . *Ekonomiaz*.
- Gonzalez, H. (2011). La satisfacción del cliente en ISO 9000. *Boletín Calidad & Gestión*.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2003). *Dirección de Relaciones Públicas*. barcelona: gestión 2000.
- Grunig, J. Y. (2000). *Dirección de Relaciones Públicas, Gestión 2000*. barcelona.
- Julián Pérez Porto, & Merino, M. (2010). *Prestigio*.
- Minguez, N. (2015). Un marco conceptual para la comunicacion corporativa. *Comunicación audiovisual y publicidad*.
- Rozas, P. T. (2008). *IDEA*. Canadá: PNUD.
- Salas Medina , G. (1992). Prestigio social . *Educación y ciencia* .
- Solórzano Barrera, G. (2009). Importancia de la calidad del servicio al cliente . *El Buzon de Pacioli*.
- Vargas Coloma, M. (2011). Manual de comunicacion estrategica . *Comunicaciones aliadas*.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

TÍTULO :LAS RELACIONES DEL PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO COMO FACTOR DEL PRESTIGIO INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE OROPESA - QUISPICANCHI, 2017

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	Variable Independiente	<ul style="list-style-type: none"> • Público Interno • Público externo 	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad • Políticas • Gestión • Satisfacción de los usuarios 	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN Cualitativa Alcance de la investigación La investigación es descriptiva-correlacional. Diseño de la investigación
¿Cómo la relación del público interno y externo influye en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017?	Determinar cómo la relación del público interno y externo influye en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017.	La inadecuada relación entre el público interno y externo influye en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.	Las relaciones del público interno y externo			
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	Variable Dependiente	<ul style="list-style-type: none"> • Actos relacionados 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación de los empleados • Situación de los usuarios • Calidad de servicio 	La investigación es no experimental Técnicas Encuestas Entrevistas Análisis documentario
¿Cómo es la relación entre público interno y externo y cómo repercute en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital	Describir cómo se desarrolla la relación entre el público interno y externo y los efectos que generan	La relación entre el público interno y externo influye significativamente en el prestigio institucional de la	Prestigio Institucional			

<p>de Oropesa – en el prestigio Quispicanchi, 2017?</p> <p>¿Cuál es la percepción que tiene la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017?</p>	<p>– en el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.</p> <p>de la Municipalidad Distrital de Oropesa.</p> <p>Evaluar la percepción que tiene la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.</p> <p>Proponer un Plan de Trabajo para mejorar el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.</p>	<p>Municipalidad Distrital de Oropesa.</p> <p>La percepción que tiene la población sobre el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa es adversa a los propósitos institucionales</p> <p>Fortalecer la capacitación de los trabajadores y mejorar el sistema administrativo entre otros factores, contribuirá a optimizar las relaciones del público interno y externo aspectos que son esenciales para elevar el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actos comunicativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de comunicación 	<p>Instrumentos</p> <p>Cuestionarios abiertos y cerrados.</p> <p>Fichas documentarias</p> <p>Procesamiento de datos</p> <p>Se procesó en el programa SPSS</p> <p>Población</p> <p>Está compuesta por 7,820 pobladores, mientras que los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa son 72 personas.</p>
--	---	--	---	--	---

ANEXO 2: Encuesta a pobladores de Oropesa

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN



La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para la tesis titulada: “**Las relaciones del público interno y externo como factor del prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017**”. Agradecemos anticipadamente sus respuestas:

Datos generales:

1. Lugar de procedencia

2. ¿Cuánto tiempo vive en Oropesa?
 - a) No más de un año
 - b) Entre más de uno a tres años
 - c) Entre más de tres a cinco años
 - d) Más de cinco años
3. ¿Con qué frecuencia realiza sus trámites en la municipalidad?
 - a) Diario
 - b) Una vez a la semana
 - c) Dos veces por semana
 - d) Una vez al mes
4. Ninguna de las anteriores, muy eventualmente

5. ¿Qué tramites realiza mayormente?
 - a) Autovaluo
 - b) Limpieza pública
 - c) Saneamiento
 - d) Registro Civil
 - e) Alguna otra gestión (precisar)_____
6. ¿Cómo califica la atención brindada por los trabajadores de la municipalidad?
 - a) Buena
 - b) Regular
 - c) Mala
 - d) Pésima
7. ¿Cómo califica la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?
 - a) Buena
 - b) Mala
 - c) Regular
 - d) Pésima
8. ¿Cómo cree usted que puede mejorar la gestión actual de la Municipalidad Distrital de Oropesa?
 - a) Con capacitaciones de los trabajadores
 - b) Con una mejor atención al público
 - c) Con la ejecución de obras y servicios
 - d) Agilizando los trámites.
9. ¿La distribución de las oficinas en la municipalidad son de fácil acceso?
 - a) Buena
 - b) Regular
 - c) Mala
 - d) Pésima
10. ¿Cree que la municipalidad realiza cambios para mejorar su calidad de atención?
 - a) Sí
 - b) No
11. ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza actividades en beneficio de los usuarios?
 - a) Una ves
 - b) A veces
 - c) Frecuentemente
 - d) Nunca

ANEXO 3: Encuesta a trabajadores de la Municipalidad

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN



La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para la tesis titulada: **“Las relaciones del público interno y externo como factor del prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017”**. Agradecemos anticipadamente sus respuestas:

Trabajadores de la Municipalidad

1. ¿Cuánto tiempo trabaja en la Municipalidad Distrital de Oropesa?
 - e) No más de un año
 - f) Entre más de uno a tres años
 - g) Entre más de tres a cinco años
 - h) Más de cinco años
2. En qué área u oficina labora dentro de la municipalidad

3. La comunicación con sus compañeros es:
 - a) Buena
 - b) Regular
 - c) Mala
 - d) Pésima
4. La comunicación con su o sus jefes es:
 - a) Buena
 - b) Regular

- c) Mala
 - d) Pésima
5. ¿Considera que las políticas que la gestión maneja tiene están acorde a sus funciones?
- a) sí
 - b) No
6. ¿Cómo califica la atención que brindan a los usuarios?:
- a) Buena
 - b) Regular
 - c) Mala
 - d) Pésima
7. ¿Cuáles son las principales quejas de los usuarios?
-
8. ¿Cómo califica la identidad de los trabajadores con la Municipalidad Distrital de Oropesa?
- a) Buena
 - b) Mala
 - c) Regular
 - d) Pésima
9. ¿Con cuál de estas alternativas se puede mejorar el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa?
- a) Con capacitaciones de los trabajadores
 - b) Con una mejor atención al público
 - c) Con la ejecución de obras y servicios
 - d) Agilizando los trámites.
 - e) Otras
10. ¿Considera que las políticas de la Municipalidad Distrital de Oropesa están direccionadas hacia la satisfacción de los pobladores?
- a) sí
 - b) no

ANEXO 4: Entrevista al público interno

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ENTREVISTA AL PÚBLICO INTERNO



La presente entrevista tiene como objetivo recopilar información para la tesis titulada: **Las relaciones del público interno y externo como factor del prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017**. Agradecemos anticipadamente su sinceridad en las respuestas:

Entrevista N° 01

1.- ¿Cuál es su puesto?

Alcalde de la Municipalidad Distrital de Oropesa

2.- ¿Cuánto tiempo trabaja en la municipalidad?

3 años

3.- Nombrado Contratado X

4.- Sinceramente, ¿Cómo considera Ud, la atención que brindan los trabajadores al público usuario?

Esta calificación quien debería hacer es la población y no el alcalde de lo que yo percibo de la población hay una regular atención porque la población no viene a quejarse a la municipalidad porque inmediatamente, hay un funcionario que no está trabajando adecuadamente, vienen a alcaldía y se quejan; al momento, no tengo ni una queja por parte de la atención de la municipalidad.

5.- Si le pidieran una opinión para mejorar la atención al público usuario, ¿que propondría Ud.?

Yo creo que debe ser desprendimiento porque cuando uno está trabajando en una institución pública más es de servicio y no de lucro entonces la población tiene que venir hacer atendida diligentemente oportunamente y con toda la predisposición. Propondría simplificar los trámites porque hay veces muy burocráticamente pasa a una oficina y a otra oficina y nuevamente regresa a la primera oficina para que pueda ser atendido el poblador, y además utilizar la tecnología hay que empezar a sistematizar para que la atención ya no sea personalizada sino directamente por la computadora.

6.- ¿Ha recibido alguna capacitación en la municipalidad?

NO

7.- ¿Es o no necesaria una capacitación en Relaciones Públicas y/ Relaciones Humanas?

Definitivamente que, si porque las relaciones públicas significan interactuar con la población como funcionario, entonces como debe ser debe haber una capacitación.

8.- ¿Cómo califica la relación que tienen con sus compañeros de trabajo?

Yo como alcalde le diría que es buena pero esa opinión deberían hacerlo los trabajadores, particularmente yo doy toda mi predisposición al margen que yo soy alcalde más soy compañero de trabajo y lo único que quiero es armar un equipo y el equipo deben ser todos

9.- ¿Qué es lo que más exige o reclama el público usuario, cuando visita la municipalidad?

No he recibido ninguna queja, pero yo percibo que debe de ser la velocidad y que no tengan que ser muy burocráticos los trámites

10.- ¿Qué opina usted sobre la calidad de servicios que se brinda en la Municipalidad Distrital de Oropesa?

Yo hago todo lo posible en la municipalidad, se les da logística, materiales a los trabajadores para que puedan tener una adecuada atención al público y esa calificación debería hacer la población, pero a mis trabajadores les brindamos todas las facilidades para que puedan que ellos puedan desenvolverse dentro de su campo de trabajo

11.- ¿Qué opina sobre la imagen o el prestigio institucional que tiene la municipalidad en la comunidad de Oropesa?

Por el recorte presupuestal no contamos con una oficina dedicada a una imagen institucional, políticamente esto debería haber, no me preocupo tanto en lo político como la imagen institucional sino más por las necesidades que tiene la población como son las obras.

12. ¿En qué aspectos debería mejorar la municipalidad para tener muy buena o buena imagen en la comunidad de Oropesa?

El servicio de la municipalidad hacia la comunidad tiene que ser óptimo oportuno y diligente con esos ítems yo creo que habría una muy buena atención al público

GRACIAS

Entrevista N°02

1.- ¿Cuál es su puesto?

Encargado de la Oficina de Recursos Humanos

2.- ¿Cuánto tiempo trabaja en la municipalidad?

9 meses

3.- Nombrado Contratado ___X___

4.- Sinceramente, ¿Cómo considera Ud., la atención que brindan los trabajadores al público usuario?

Regular, debido a que la gran mayoría del personal contratado no asume sus funciones como debería de ser sino lo hacen por el hecho de recibir una remuneración por un compromiso netamente político.

5.- Si le pidieran una opinión para mejorar la atención al público usuario, ¿que propondría Ud?

Que el personal que se llegue a contratar de hoy en adelante sea personas adecuadas de acuerdo a la normatividad vigente dentro de la oficina o que cumplan con los requisitos.

6.- ¿Ha recibido alguna capacitación en la municipalidad?

No

7.- ¿Es o no necesaria una capacitación en Relaciones Públicas y/ Relaciones Humanas?

Sí es necesaria porque uno afianza el desenvolvimiento del personal hacía con los ciudadanos y también con los administrados.

8.- ¿Cómo califica la relación que tienen con sus compañeros de trabajo?

Buena, la relación que tenemos es netamente de trabajo y de amistad porque una gran mayoría somos ciudadanos de la misma población o del mismo distrito.

9.- ¿Qué es lo que más exige o reclama el público usuario, cuando visita la municipalidad?

La celeridad en el proceso administrativo porque a nivel estatal aquí en el municipio o en cualquiera la burocracia es tanta que para hacer un simple trámite demora días, semanas y de repente meses.

10.- ¿Qué opina usted sobre la calidad de servicios que se brinda en la Municipalidad Distrital de Oropesa?

Es regular, por la burocracia que existe, el arraigo de oficina a oficina porque cada trámite administrativo es correlativo una oficina conlleva al trabajo de la otra, pero basta que una oficina fondea algún documento se estanca, todo a raíz de eso que no todo camine uniformemente.

11.- ¿Qué opina sobre la imagen o el prestigio institucional que tiene la municipalidad en la comunidad de Oropesa?

Al momento como en todo lado hay críticas, el hecho de que una gestión sobresalga tiene que ver mucho con los críticos, si hay buenas críticas positivas por parte de la población es porque se está haciendo algo bueno y se está avanzando porque por lo contrario no habría razón de ser, y a la actualidad tenemos criticas buenas como también malas.

12. ¿En qué aspectos debería mejorar la municipalidad para tener muy buena o buena imagen en la comunidad de Oropesa?

Uno en el aspecto de cómo nos mostramos a nuestros paisanos o a nuestros conciudadanos o usuarios, la forma en como se trata en determinadas áreas ya llámese el Área de Mesa de Partes el Área de Rentas el Área de Secretaria general que son el espejo de esta gestión.

GRACIAS

Entrevista N° 03

1.- ¿Cuál es su puesto?

Encargada de la Oficina de Mesa de partes

2.- ¿Cuánto tiempo trabaja en la municipalidad?

1 año

3.- Nombrado Contratado X

4.- Sinceramente, ¿Cómo considera Ud., la atención que brindan los trabajadores al público usuario?

Buena

5.- Si le pidieran una opinión para mejorar la atención al público usuario, ¿que propondría Ud.?

Yo diría que debería haber capacitaciones.

6.- ¿Ha recibido alguna capacitación en la municipalidad?

No

7.- ¿Es o no necesaria una capacitación en Relaciones Públicas y/ Relaciones Humanas?

Sí, es necesario.

8.- ¿Cómo califica la relación que tienen con sus compañeros de trabajo?

Buena.

9.- ¿Qué es lo que más exige o reclama el público usuario, cuando visita la municipalidad?

Quieren que sus trámites se hagan rápido.

10.- ¿Qué opina usted sobre la calidad de servicios que se brinda en la Municipalidad Distrital de Oropesa?

Es buena.

11.- ¿Qué opina sobre la imagen o el prestigio institucional que tiene la municipalidad en la comunidad de Oropesa?

Personalmente la población está satisfecha con esta gestión.

12. ¿En qué aspectos debería mejorar la municipalidad para tener muy buena o buena imagen en la comunidad de Oropesa?

Debiera haber más obras y más capacitaciones.

GRACIAS

Entrevista N° 04

1.- ¿Cuál es su puesto?

Jefe de la Gerencia Municipal

2.- ¿Cuánto tiempo trabaja en la municipalidad?

1 año y 2 meses

3.- Nombrado Contratado___X___

4.- Sinceramente, ¿Cómo considera Ud., la atención que brindan los trabajadores al público usuario?

Regular, por las circunstancias de la administración pública que para entrando nuevo personal que a veces no están capacitados y por ellos todos pagamos.

5.- Si le pidieran una opinión para mejorar la atención al público usuario, ¿que propondría Ud.?

Más que todo trabajo en equipo y así atender a la población o al público adecuadamente.

6.- ¿Ha recibido alguna capacitación en la municipalidad?

Sí, no solamente de la institución deben capacitar sino cada uno debe auto capacitarse la municipalidad capitulo según sus posibilidades en general.

7.- ¿Es o no necesaria una capacitación en Relaciones Públicas y/ Relaciones Humanas?

Sí, más que toda relación humana es fundamental porque así se va mejorar la atención al usuario que son los clientes

8.- ¿Cómo califica la relación que tienen con sus compañeros de trabajo?

Buena

9.- ¿Qué es lo que más exige o reclama el público usuario, cuando visita la municipalidad?

Más, que toda atención adecuada, atención amable, muchas veces vienen de sectores rurales y hay que atenderlos en su idioma.

10.- ¿Qué opina usted sobre la calidad de servicios que se brinda en la Municipalidad Distrital de Oropesa?

Es adecuada pero obviamente la necesidad es múltiple tratamos de satisfacer a gran parte de las necesidades de la población.

11.- ¿Qué opina sobre la imagen o el prestigio institucional que tiene la municipalidad en la comunidad de Oropesa?

En gran parte está bien la imagen por los buenos comentarios de la población y medios de comunicación.

12. ¿En qué aspectos debería mejorar la municipalidad para tener muy buena o buena imagen en la comunidad de Oropesa?

El trabajo de institucionalidad, se debe trabajar con otras instituciones como educación, salud, seguridad para poder trabajar bien.

GRACIAS

ANEXO 5: Entrevista al público externo

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ENTREVISTA AL PÚBLICO EXTERNO



La presente entrevista tiene como objetivo recopilar información para la tesis titulada: **Las relaciones del público interno y externo como factor del prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa - Quispicanchi, 2017**. Agradecemos anticipadamente sus respuestas:

EDUCACIÓN: I.E. 50499 “Justo Barrio Nuevo Álvarez”

DIRECTOR: Prof. Saturdino Esquivel Mojonero

1. ¿Cómo califica el servicio brindado por la Municipalidad Distrital de Oropesa?

Bueno en las acciones que emprendemos con la municipalidad sobre todo cuando requerimos apoyo creo que del cien por ciento que pedimos apoyo en un noventa por ciento que nos han contestado de manera positiva, y calificaría positiva el servicio que nos ha brindado la municipalidad, en algunos casos sucede que los documentos llegan

a destiempo ya faltando un día o ese mismo día o a veces el personal no funciona, no llega la comunicación; pero la mayoría de los casos que hemos solicitado sobre todo apoyos si el señor alcalde ha movilizad y nos ha atendido.

2. ¿Cómo califica el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa?

Ud. Sabe que todas las entidades públicas tienen una pésima reputación, donde está plagada de corrupción y de ese tipo de cosas no?, todas las entidades públicas en realidad y a veces razones no le falta a la población para tipificar de esa manera. El prestigio que tiene esta municipalidad, bueno habido digamos sentencias judiciales al alcalde, otra investigación estaba en proceso, no tiene mucha buena reputación en realidad ha perdido credibilidad la municipalidad no hay una buena imagen, siempre están pensando que ese está robando (el alcalde).

3. ¿Usted considera que la Municipalidad Distrital de Oropesa tiene una comunicación continua con la población?

Sí al menos con nosotros sí, siempre nos convocan a las reuniones donde hay asuntos que discutir siempre nos convocan bajo documento, como le digo algunos documentos no llegan a tiempo no llegan con premura, pero, sí siempre nos convocan; hay comunicación entre colegio y la municipalidad.

4. ¿Usted considera que la organización que se tiene en la Municipalidad Distrital de Oropesa es la mejor para poder levantar el prestigio que tiene dicha institución?

Yo diría que no, la organización, hay mucha voluntad política del alcalde, pero de pasar a la parte organizacional hay muchas debilidades, hay mucho cambio de gerentes por ejemplo no se están en el quinto gerente sexto gerente creo, entonces eso no le da continuidad cuando eso tiene que ver con la parte organizacional, estar cambiando de personal, estar pagando favores políticos y eso no le dejaban hacer, no hay personal idóneo y no ayudan en la gestión.

5. ¿Usted considera que los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa se identifican con dicha institución?

Más es el afán económico, más es el afán de tener un trabajo, pero la identidad va más allá, va más allá de un sueldo, tener mayor sentido de tu labor en cualquier cargo que estés, pero eso muy poco muy poco hay esa identidad, más es por exigencia o porque van a ganar algo.

6. ¿Qué recomendaría a la Municipalidad Distrital de Oropesa para poder aumentar el prestigio institucional que se tiene?

Que contrate gente competente personas competentes a riesgo de que le critiquen sus seguidores los que han apoyado en la campaña, es que esos favores políticos que paga son demasiados caros esos están en debate ha perdido la confianza con sus regidores creo, debería haber mayor diálogo mayor transparencia el equipo de regidores y el alcalde, parece que el alcalde toma solo las decisiones y todo ello tendrían que mejorar la comunicación sobre todo y que el Alcalde se rodee de gente competente y no de gente improvisada.

GRACIAS

SALUD: Centro de salud de Oropesa

ENCARGADO: Odontólogo DR. Franz Rodríguez

1. ¿Cómo califica el servicio brindado por la Municipalidad Distrital de Oropesa?

La municipalidad al menos en el tema de organización, si nos ha apoyado y muchas cosas buenas, finalmente no nos ha atendido porque bueno su jerarquía, su disponibilidad económica tampoco los permite no? Entonces ellos también tienen sus limitaciones con todas las instituciones del estado, pero que yo sepa al menos en todo el tema de organización de coordinación de acciones multisectoriales, del tema de saneamiento, el tema de supervisiones de los hornos, el tema de control de sanidad, el tema de políticas de salud si nos hemos organizado, cómo lo califico, positivo en todo caso.

2. ¿Cómo califica el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa?

La municipalidad hace lo mejor que puede hasta sus límites no? Desde mi punto de vista personal, bueno igual que toda municipalidad tiene cosas que se les observa o no, y para mí tiene un buen prestigio.

3. ¿Usted considera que la Municipalidad Distrital de Oropesa tiene una comunicación continua con la población?

Con el establecimiento si tiene buena relación, hay comunicación.

4. ¿Usted considera que la organización que se tiene en la Municipalidad Distrital de Oropesa es la mejor para poder levantar el prestigio que tiene dicha institución?

Sí, los municipios ahorita como año calendario están en proceso de reestructuración, es decir sus cargos han sido dejados por otras personas, se renueva personal hay nuevas contrataciones entonces cada año comienza con nuevo recurso humano y ahora están en proceso de reorganización, en todo caso si hablamos el recurso humano que contaba el otro año que ya no está sí era muy bueno.

- 5. ¿Usted considera que los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa se identifican con dicha institución?**

No no lo sé.

- 6. ¿Qué recomendaría a la Municipalidad Distrital de Oropesa para poder aumentar el prestigio institucional que se tiene?**

Gestionar más presupuesto ejecutable.

GRACIAS

Comisaría de Oropesa

SUPERIOR: Moisés Rodríguez Ocampo

- 1. ¿Cómo califica el servicio brindado por la Municipalidad Distrital de Oropesa?**

Es muy pésimo la atención de la municipalidad, según cuando nosotros solicitamos a la municipalidad algún apoyo no nos hacen caso, porque indican que la policía tiene otro presupuesto, la municipalidad tiene otro presupuesto y para hacer apoyos a las entidades de la policía no tienen ese presupuesto y hemos recurrido en varias veces.

- 2. ¿Cómo califica el prestigio institucional de la Municipalidad Distrital de Oropesa?**

Es regular

- 3. ¿Usted considera que la Municipalidad Distrital de Oropesa tiene una comunicación continua con la población?**

Sí, eso sí tenemos constantemente reuniones multisectoriales tanto con la policía y otras autoridades competentes de la población.

- 4. ¿Usted considera que la organización que se tiene en la Municipalidad Distrital de Oropesa es la mejor para poder levantar el prestigio que tiene dicha institución?**

No tanto así, no están bien organizados al cien por ciento.

- 5. ¿Usted considera que los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Oropesa se identifican con dicha institución?**

Sí se identifican en vista que tenemos constantes reuniones con las autoridades.

- 6. ¿Qué recomendaría a la Municipalidad Distrital de Oropesa para poder aumentar el prestigio institucional que se tiene?**

Yo recomendaría que debe haber las constantes reuniones, participaciones, trabajar conjuntamente con las autoridades tomando acuerdos, esa sería mi recomendación.

GRACIAS

ANEXO 6: REGISTRO FOTOGRÁFICO

Público interno



Fuente: (Elaboración propia, 2017)



Fuente: (Elaboración propia, 2017)



Fuente: (Elaboración propia, 2017)



Fuente: (Elaboración propia, 2017)

Público externo



Fuente: (Elaboración propia, 2017)



Fuente: (Elaboración propia, 2017)



Fuente: (Elaboración propia, 2017)



Fuente: (Elaboración propia, 2017)



Fuente: (Elaboración propia, 2017)
T'anta Raymi



Fuente: (Elaboración propia, 2017)
Aniversario del distrito de Oropesa