

# FACULTAD DE COMUNICACIONES



Carrera de Ciencias de la Comunicación

“RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON  
LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MAGDALENA,  
DURANTE EL 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

Autoras:

Cindy Katherine Leal Pinedo

Mary Janaida Muguerza Cespedes

Asesor:

Mg. Adriana Margarita Turriate Guzmán

Cajamarca - Perú

2021

## DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a ti mi Dios, quién supo guiarme por el camino del bien, por darme las fuerzas para seguir adelante, enseñándome a enfrentar las adversidades sin perder nunca las esperanzas ni desfallecer en el intento.

A mi hija, por ser ese motor, motivo y deseo de superación del día a día, por esos días que sentía no poder más y ella con sus besos y abrazos lo curaba todo.

A mis padres por haberme dado una infancia bonita, por su apoyo, consejos y sacrificio de tantos años. Mis valores, principios, carácter, empeño, perseverancia y coraje que hoy tengo, para conseguir mis objetivos, todo eso; se los debo a ellos.

Cindy Katherine Leal Pinedo.

En mi primer lugar a Dios, por su infinita bendición y bondad a lo largo de mi vida.

A mis padres, porque sin ellos no hubiese logrado cumplir cada uno de mis proyectos, mi infinita gratitud por su apoyo incondicional, por su amor, por su entrega, porque con cada palabra me motivan a seguir creciendo tanto en ámbito personal, como profesional. Los amo Lázaro y María.

A mis hermanos, por su aliento diario para seguir en la lucha de mis sueños, en especial a mi hermana Eliana, quien ha sido como mi segunda madre durante todo el periodo universitario, gracias por tanto.

A mi novio, por su apoyo constante y motivación permanente, muchas veces cuando sentí que no podía más con la frustración, era él con su entusiasmo quien me ayudaba a enfocarme.

A mis seres queridos que partieron al cielo, sé que ha sido su luz quien ha guiado mi camino.

A mis maestros, por su tiempo, enseñanzas y esfuerzos, por forjar profesionales de bien, porque con cada conocimiento compartido, nos han acercado más a la vida real que nos espera al salir de la Universidad, cada uno de sus consejos me los llevo en mi memoria.

Mary J. Muguerza Céspedes.

## AGRADECIMIENTO

Al finalizar este trabajo de investigación tan arduo; con altas y bajas, es inevitable que ese sentimiento muy humano y gratificante de emoción; brote. Por ello, es para mí una verdadera satisfacción escribir estas líneas para expresar mi más profundo agradecimiento a las personas quienes han hecho posible este anhelado sueño. Gracias infinitas a ti mi Dios, por bendecirme y darme las fuerzas que sentía haberlas perdido; por ponerme tantas pruebas y obstáculos que impulsaron a tener esos deseos implacables de querer enfrentarlos y lograr mi tan ansiado título de licenciatura. Gracias a ti mi niña hermosa, por tu paciencia, comprensión por todo ese tiempo que debía ser nuestro y tú lo sacrificaste; sin tu apoyo, esto nunca se hubiera hecho realidad y, por eso; este trabajo es tuyo hijita.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento a nuestra asesora de tesis la Mg. Adriana Margarita Turriate Guzmán, por su importante aporte, dedicación, sugerencias y material facilitado; gracias infinitas por su amabilidad, apoyo incondicional y tiempo dedicado a este trabajo. Asimismo, agradezco a mi compañera de tesis, por su apoyo personal, con quien he compartido la ilusión y proyectos en común a lo largo de este tiempo. Ha sido un camino largo y duro en las que a veces ese mismo deseo, ansias y frustración por lograr nuestros objetivos nos hizo olvidar la importancia del valor humano, pero acá estamos; culminando este sueño juntas. Gracias a mis amigos que siempre me han brindado el apoyo moral y humano necesario en esos momentos difíciles de mi vida y sobre todo a lo largo del desarrollo de este trabajo.

Cindy Katherine Leal Pinedo.

A Dios, porque sin su guía, sin su amor, sin su protección y fuerza nada de esto sería posible.

A nuestra maestra Adriana Turriate Guzmán, por encaminarnos en esta investigación, sin su apoyo constante, y desinteresado, no se habría hecho este sueño realidad, gracias por cada una de sus asesorías, gracias por su tiempo y disponibilidad. Asimismo, a mi compañera de tesis por el apoyo, el aliento mutuo ha permitido que hoy podamos decir, meta cumplida. Gracias también a todos los familiares y amistades que me alentaron desde un inicio hasta el final, para poder realizar esta tesis.

Al Lic. Joel Godoy Quiroz, por abrirnos las puertas de la Municipalidad Distrital de Magdalena, para llevar a cabo esta investigación, asimismo a cada uno de los colaboradores del municipio, gracias.

A cada uno de los ciudadanos de Magdalena, gracias infinitas por brindarnos información referente al tema de estudio, ellos son parte importantísima en la realización de dicha tesis.

Mary J. Muguerza Céspedes.

### Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
RESUMEN.....	5
ABSTRACT .....	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	27
CAPÍTULO III. RESULTADOS .....	35
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	89
REFERENCIAS.....	103
ANEXOS .....	109

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación describe la responsabilidad social y su relación con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena, durante el 2021. Para ello, se propuso describir la relación de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021. El tipo de investigación que ha permitido desarrollar el estudio va ligado al enfoque cualitativo, descriptivo, transversal, no experimental, elaborado mediante el método estudio de caso; utilizando como instrumento guías de entrevistas, las cuales fueron validadas por tres expertos en el tema, las mismas que se basaron en las subcategorías social, económico y ambiental de la RS y los tipos de comunicación externa, realizadas a los beneficiarios (16) y colaboradores (4) de la Municipalidad Distrital de Magdalena. Los resultados de la investigación permiten identificar la relación de la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021. A su vez, también permite describir la relación de la dimensión social de la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021. Y detallar la relación de la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021. Dichos resultados obtenidos se han asociado por objetivos, permitiendo evidenciar que los tipos de comunicación externa empleadas por la Municipalidad no están siendo las adecuadas, ya que la exposición de las actividades relacionadas a las sub categorías de estudio: social, económico y ambiental de la RS no son reconocidas por todos los beneficiarios del distrito. Es decir, si bien es cierto, se realizan acciones ligadas a cada sub categoría antes mencionada, en favor de la población, la difusión de estas requiere de mayor atención y revisión para poder llegar a todos los moradores.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social, Comunicación externa, Tipos de Comunicación Externa.

## ABSTRACT

This research work describes social responsibility and its relationship with the types of external communication of the District Municipality of Magdalena, during 2021. For this, it was proposed to analyze the relationship of Social Responsibility with the types of external communication of the Municipality. District of Magdalena in 2021. The type of research that has allowed the study to be developed is linked to the qualitative, descriptive, cross-sectional, non-experimental approach, elaborated through the case study method; using interview guides as an instrument, which were validated by three experts on the subject, the same ones that were based on the social, economic and environmental subcategories of the SR and the types of external communication, made to the beneficiaries (16) and collaborators (4) of the District Municipality of Magdalena. The results of the research allow to determine the relationship of the environmental dimension of Social Responsibility with the types of External Communication of the District Municipality of Magdalena in 2021. In turn, it also allows to describe the relationship of the social dimension of Social Responsibility with the types of External Communication of the District Municipality of Magdalena in 2021. And to determine the relationship of the economic dimension of Social Responsibility with the types of External Communication of the District Municipality of Magdalena in 2021. These results obtained have been associated by objectives, allowing to show that the types of external communication used by the Municipality are not being adequate, since the exposure of the activities related to the sub categories of study: social, economic and environmental of the SR are not recognized by all the district beneficiaries. In other words, although it is true, actions linked to each subcategory mentioned above are carried out in favor of the population, their dissemination requires greater attention and review in order to reach all residents.

Keywords: Social Responsibility, types of Communication, External Communication.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

La responsabilidad social, desde hace algún tiempo, se ha convertido en parte fundamental para lograr la licencia social de la comunidad, en la cual las empresas desarrollan sus operaciones y funciones. Y si bien es cierto, la RS inició ejecutándose por la empresa privada, en los últimos años son muchas las organizaciones gubernamentales tanto internacionales como nacionales que buscan sumarse al trabajo arduo de ser socialmente responsable, ello mediante la creación y ejecución de proyectos a través de las políticas públicas que los rige. Cabe mencionar que cubrir acciones de responsabilidad social no está dentro de las funciones directas de una gestión pública, es por ello que aquellas instituciones que asuman dicho rol actúan desde sus principios con el único fin de colaborar gubernamentalmente con las necesidades fundamentales de los ciudadanos, tal como lo indica Albornoz (2016).

Luque, Merino y Solís (2019) citando a Luque (2018), indicaron que el proceso de ser socialmente responsable en cuanto a entidades del estado, nació a partir de complementar la transparencia gubernamental, que lleva consigo el rendir cuentas hacía la comunidad, y demostrar que no sólo basta con cumplir con lo que estipula el Estado, sino que se debe adquirir una visión con enfoque de gestión hacía la ciudadanía, con el fin de llevar a cabo un plan de trabajo que busque el bien social – económico y medioambiental de un determinado lugar, lineamientos que son parte de ser una organización socialmente responsable. En concordancia con lo mencionado, las instituciones que incluyen en sus actividades y prácticas los lineamientos de la RS, evidencian una preocupación por los actores internos y externos que forman parte del proceso (Stakeholders). Dicha conducta fomenta una apreciación positiva sobre la organización, garantiza su interés por establecer una gestión que favorezca la sostenibilidad y responda a las expectativas de los grupos de interés. Sobre ello, coinciden López, Ojeda y Ríos (2017), quienes en su investigación citan a la Norma ISO 26000. Dicho documento indica que un organismo debe responsabilizarse por los impactos que se originan, por cada decisión o actividad, en la comunidad o ambiente donde desempeñan sus funciones. En tal sentido, el hacerse cargo de lo que suceda en el entorno donde desarrollan sus actividades denotará su compromiso con el crecimiento sustentable y con el bien común.

Del mismo modo, al estudiar a Castaño (2011), quien citó a la Comisión Europea en El Libro Verde (2001) para su investigación, se puede afirmar que la responsabilidad social está basada en la preocupación por trabajar en los ámbitos sociales y medioambientales de una organización, así como en el relacionamiento con sus grupos de interés. Esto visto de las políticas públicas, se entiende como el trabajo socialmente responsable direccionado hacia la comunidad y sus habitantes, quienes serían los beneficiarios de los programas y proyectos ejecutados por las entidades del estado (Gobiernos Regionales, Municipios, entre otros). A su vez, Gutiérrez (2013) citando a Fernández (2003), indica lo vital que es mostrar compromiso, a través de un aporte real hacia los aspectos importantes para una sociedad (político, social y medioambiental), pues solo mediante acciones se logra evidenciar que significa para una entidad gubernamental realizar una buena Gestión Pública, y ello a su vez se interpretará por los beneficiarios directos o indirectos como una entidad que se preocupa por realizar actividades que cubran no solo las necesidades de la comunidad, sino que también busca de manera constante el bienestar general de la población, esto previa comunicación con dichos actores.

De acuerdo con ello, Sánchez, Seminario y Oruna (2021) citando a Verduzco (2006), establecen que cuando un organismo evidencia contar con predisposición de escucha, entendimiento y atención con lo que los ciudadanos requieren están forjando una responsabilidad social con los mismos. Es decir, al entender las demandas de la población se puede empezar a trabajar de manera responsable frente a las problemáticas más urgentes y de esta manera contribuir con un desarrollo sostenible de una comunidad. En tal sentido, es importante precisar que toda acción socialmente responsable debe acompañarse de una adecuada gestión de la comunicación interna y externa. Al respecto, Merino y Sánchez (2021) afirman que las corporaciones se valen de formas de comunicación previamente propuestas y consistentes para establecer relaciones institucionales con sus grupos de interés. En dicho proceso, las relaciones externas fortalecen las acciones que permiten que los convenios y alianzas institucionales sean duraderos y se centren en el beneficio de la comunidad. En otras palabras, la comunicación externa rentabiliza las acciones y suma responsabilidades para generar una buena organización de funciones entre los departamentos de las organizaciones.



Asimismo, se establece que la comunicación externa es una estrategia con el propósito de gestionar mensajes que contribuyan a fortalecer la imagen organizacional. Por consiguiente, Aguilar, Salguero y Barriga (2017) la consideran como una tarea multidisciplinaria, ya que se desarrolla en contextos donde intervienen especialistas de la comunicación para generar contenido que se publicarán en medios convencionales y no convencionales. La aprobación y decisión del mismo busca que las relaciones externas describan y fortalezcan la imagen de una institución. Dicho esto, los tipos de comunicación externa que se desarrollan dentro de una organización poseen una relación directa con el impacto positivo o negativo que se logre en las masas. Si no se implementan de manera adecuada, los stakeholders lo percibirán. En este aspecto radica el gran reto de las organizaciones: relacionar de forma eficiente la implementación de las prácticas de responsabilidad social con los tipos de comunicación que se vaya a emplear.

Por otro lado, es necesario precisar que las pequeñas, medianas y grandes organizaciones que implementan por primera vez tipos de comunicación externa, se enfrentan muchas veces a problemas de entendimiento con los grupos de interés, es decir el mensaje se emite, más no se comprende. Orozco y Ferré (2013) relacionan tal situación con el desconocimiento sobre el manejo de medios de comunicación, ya que para establecer acciones directas que permitan persuadir y conectar con la comunidad se debe emplear las herramientas adecuadas y saber en qué momento y con qué frecuencia implementarlas. En tal sentido, es muy importante notar que lo que se haga guarde una relación directa con lo que se dice y cómo se dice, ya que es vital para lograr una buena gestión trabajar en base a esas dos líneas: practico tales acciones y esta es mi manera de hacérselas saber a los involucrados.

Capriotti y Zeler (2019), al citar a Taylor & Kent (2014), indican que la comunicación socialmente responsable es de suma importancia para afianzar la relación entre las organizaciones y stakeholders. A su vez, mencionan que las redes sociales como el Facebook revolucionan la comunicación y la RS como tal; ya que se han convertido en una herramienta de comunicación directa entre los públicos y las instituciones. Dicho escenario permite modificar de manera favorable la interacción entre los actores, ya que informa sobre las acciones de RS que se realizan e invita a que los públicos compartan sus apreciaciones y valoraciones sobre los procesos. Es decir, el uso de las redes sociales logra establecer una relación interactiva y directa con los públicos, y está demostrado que

los organismos que las implementan y participan activamente en ellas construyen una reputación favorable (Dijkmans, Kerkhof & Beukeboom, 2015). Debido a ello, las formas de comunicación online que enfocan la interacción con la comunidad incrementan su eficacia gracias a las redes sociales, ya que estos entornos son más retroactivos, de fácil uso, global, simultáneos y versátiles (Capriotti & Moreno, 2007).

Por otro lado, Oliveira, Capriotti y Matilla (2015), citando a González (2010, mencionan también que, actualmente, la manera de saber cómo vas a diseñar una campaña o implementar herramientas comunicativas en una organización de manera interna como externa, depende mucho de cómo son los públicos a los que te vas a dirigir. Esto implica conocer, saber de ellos, identificar su realidad y determinar qué características en común presentan. Dicho diagnóstico otorga ventaja a la organización, porque facilita el trabajo a realizar y mejora la problemática antes identificada. Asimismo, ayuda a que los stakeholders se sumen al propósito, ya que al observar el interés de la institución por conocerlos y generar un impacto positivo establece una mayor apertura y colaboración por parte de los mismos.

Pérez, García y Casasola (2016), al citar a Canyelles (2011), determinan que el transparentar lo que se hace es esencial para una gestión gubernamental. Es decir, las instituciones del Estado deben incluir acciones como rendir cuentas (accountability). Dicha función se concreta a través de la evaluación de los organismos encargados de verificar si se está cumpliendo con lo que demanda la población, y a su vez verificar como se involucran con la toma de acuerdos importantes para la comunidad. Por tal motivo, es de suma importancia que se comunique de manera fehaciente, pues toda decisión que se tome dentro del marco de una comunidad es de interés de todos los que la conforman. De acuerdo con ello, es idóneo precisar también que los tipos de comunicación, así como sus herramientas deben ser las adecuados para que se pueda llegar a todo el público. Solo de esta manera se puede construir una gestión transparente.

Si bien es cierto, y tal como se menciona líneas arriba, la RS es un acto voluntario y un valor agregado que una organización desea asumir, en cuanto al sector público se debe garantizar un gobierno ético, transparente y comprometido con el desarrollo de sus ciudadanos. Al respecto, Navarro, Tirado, Ruiz y De los Ríos (2015), citando a Marcuccio y Steccolini (2005), evidencian en su investigación que las acciones de RS permiten

mejorar la eficacia, la eficiencia y la transparencia de las instituciones del Estado. El hecho es comunicar lo que se hace, el rendir cuentas (accountability) y establecer canales para fomentar la comunicación con los stakeholders. Dichas acciones son los pilares fundamentales para desarrollar políticas de responsabilidad social en los organismos gubernamentales. Todo lo mencionado garantiza la implementación de una gestión estable, la cual busca concentrar sus esfuerzos en la generación de progreso en la comunidad.

En ese sentido, la responsabilidad social también puede observarse en la labor de las entidades gubernamentales, las cuales traducen sus acciones a partir de las políticas públicas y recomendaciones de organismos internacionales, como la ONU. Por ejemplo, Aguado (2013) quien cita a Estela (2012), menciona que dichas políticas son adoptadas por los gobiernos nacionales con la finalidad de incentivar el compromiso local para lograr una economía sostenible. Además, los autores destacan la importancia de la colaboración Estado – Empresa para mejorar la calidad de vida de la población, mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos con los que cuenta cada territorio, como productos propios de la zona, turismo, etc. Es decir, se impulsa el desarrollo sostenible desde las fuerzas internas de cada localidad.

Por ejemplo, Pérez-García (2017), en su investigación, precisa sobre el cuidado que se debe tener con los recursos naturales que ofrece un determinado lugar, y lo imperativo que se vuelve implementar acciones de RS que vayan de la mano con la preservación de la zona, puesto que el entorno donde una organización desarrolla sus actividades, debe verse como una fuente generadora de desarrollo sostenible y sustentable, que trae consigo mejoras en la población. Es decir, al aplicar políticas de RS es importante ser consciente de la Zonificación Económica y Ecológica de la localidad con la finalidad de hacer un buen uso del territorio y preservar para las futuras generaciones los recursos existentes, es así como será de gran utilidad que la toma de decisiones de sus autoridades, instituciones públicas o empresa privada vayan hermanadas con la buena gestión del territorio. De esta forma, se evitarán impactos negativos que posiblemente generen conflictos con la comunidad; por el contrario, se debe buscar siempre crear oportunidades de rentabilidad común. Tal como lo asegura Jiménez (2012), quien también fue estudiado por Aguado (2013), el autor enfatiza la importancia de articular el sector público y privado para impulsar la expansión económica, mediante puestos de trabajo. Ello facilitará mejorar las

condiciones de vida de la población. Por lo expuesto, las políticas públicas por las que se rigen los gobiernos tanto nacionales como locales pueden ser reconocidas como prácticas de responsabilidad social si ello genera el desarrollo esperado.

Por lo expuesto, se considera que las implicancias de la responsabilidad social deben extenderse y emplearse dentro del sector público, ya que el Estado como tal, cumple con ciertas funciones que son parte del desarrollo social y económico del país, como atender a la comunidad en salud, educación y vivienda. Asimismo, busca también mejoras medioambientales, mediante programas de reforestación, tratamiento de aguas residuales, tratamiento de residuos sólidos, etc., lo cual se evidencia en sus planes de gobierno, así como en sus Manuales de Organización y Funciones (MOF). Este es el caso que despierta el interés de la presente investigación: Describir la relación de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.

La Municipalidad Distrital de Magdalena-Cajamarca presenta buenas prácticas para con la comunidad, las cuales orientan sus políticas públicas. Se observa que dichas actividades impulsan el desarrollo sostenible del distrito y guardan en sí relación con la Responsabilidad Social. Esto se encuentra estipulado en el plan de trabajo municipal de la gestión actual. En dicho documento, destaca el compromiso de cumplir con los principios que identifican a las organizaciones responsables, por ejemplo, buscar el equilibrio social, económico y medioambiental; lineamientos que son considerados por diversos autores en sus investigaciones sobre las recomendaciones del Libro Verde de la Comisión Europea (2001).

De esta manera, la municipalidad busca cumplir con dichos lineamientos socialmente responsables, mediante la Sub Gerencia de Desarrollo Económico. Dicha área se encarga de promover e impulsar el proceso de desarrollo integral del distrito de Magdalena. Para ello, coordina con los actores sociales y la población con la finalidad de establecer una política económica sostenible y sustentable a favor de la comunidad. Dentro de sus funciones más notables, figura la concertación tanto con el gobierno regional y provincial, como con el sector privado, mediante la elaboración y ejecución de programas de apoyo al desarrollo económico sostenible del distrito. Del mismo modo, mediante la Sub Gerencia de Desarrollo Social, se busca lograr el desarrollo del distrito trabajando en conjunto con

los habitantes, tomando dos funciones: la gestión educativa y gestión de programas de participación vecinal. A su vez, la Sub-Gerencia de Recursos Naturales y Medio Ambiente, busca mediante proyectos promover, difundir y ejecutar campañas de forestación y reforestación a fin de contribuir con el cuidado del medio ambiente; también busca crear conciencia a través del proyecto de gestión de aguas residuales del distrito, y posterior rehúso de los mismos; del mismo modo, a través de la gestión de recursos hídricos considerada dentro de sus funciones, busca que el distrito cuente con este recurso fundamental las 24 horas del día (MOF – Municipalidad Distrital de Magdalena, 2015).

Asimismo, la oficina de Imagen Institucional y relaciones públicas de la mencionada municipalidad figura dentro de sus funciones coordinar acciones destinadas a promover la comunicación, con la comunidad e instituciones públicas o privadas, también como parte de sus funciones debe normar, dirigir y monitorear el sistema municipal de información, asimismo debe desarrollar actividades de comunicación y difusión relacionadas con las acciones que realizan. A su vez, debe informar debidamente a la opinión pública sobre los objetivos, planes, programas, proyectos y actividades más relevantes de la municipalidad a través de diversos medios de difusión social. Del mismo modo, menciona como función el ejecutar programas de información hacia el interior de la Institución para mejorar el éxito de la gestión municipal (MOF – Municipalidad Distrital de Magdalena, 2015).

Por todo lo expuesto, se plantea como problema general:

¿Cómo se relaciona la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021? La investigación recogerá las impresiones de los colaboradores y beneficiarios de la Municipalidad Distrital de Magdalena durante el 2021. Sus apreciaciones permitirán conocer las percepciones, valoraciones y expectativas sobre los impactos de ambas categorías, así como los aspectos en los cuales coinciden o difieren. También, se documentarán los tipos de comunicación descritas en el MOF y los detalles de su aplicación en la comunidad. La investigación abordará un estudio de caso, el cual facilitará un acercamiento a la gestión municipal y al esfuerzo que se realiza para que exista una comunicación humana, responsable y que genere confianza.

## 1.2 Antecedentes

Los antecedentes de la presente investigación van ordenados desde el ámbito internacional hasta el ámbito nacional:

Navarro (2019), en su investigación denominada Implementación de un modelo de gestión de Responsabilidad Social Empresarial basado en la Norma ISO 26000 y los objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas en el Centro Comercial Alto del Solar, aplicó un muestreo de 25 encuestados. Su estudio determinó cuán importante es instituir pautas que sumen al trabajo de RS. Por ejemplo, destacó la relevancia de incentivar en las organizaciones el cuidado sobre el entorno donde desarrollan sus actividades, la preocupación sobre el bien interno y externo, el respeto sobre los aspectos sociales, medioambientales y económicos de la comunidad, así como también lo importante que resulta comunicar e involucrar a la población, enseñándoles y haciéndoles ver los beneficios que la responsabilidad social trae consigo y de ese modo hacerlos parte de. Concluye a su vez que, hoy en día es fundamental generar sostenibilidad con las acciones que se impulsen, para que de esta manera sea un desarrollo constante el haberse sumado a ser una organización socialmente responsable.

Según la investigación realizada por Carranza (2016), titulada Relación entre estrategias de Responsabilidad Social aplicadas en la empresa Laredo S.A. y la percepción de imagen corporativa en los habitantes de Laredo, con un muestreo de 286, 137 colaboradores de la empresa y 149 habitantes de Laredo, se concluyó que las políticas de apoyo o RS de una empresa o institución influyen significativamente en la percepción de los habitantes para con la empresa. Por ejemplo, se identificó la importancia de tener estrategias de responsabilidad social dentro de la empresa, las mismas que sirven para generar compromiso con los colaboradores, las mismas que posteriormente son empleadas de manera externa (hacia la comunidad). De igual manera, se demuestra lo imprescindible que es implementar constantes capacitaciones a los colaboradores a cargo de brindar acciones socialmente responsables ya sea a favor del medio ambiente o comunidad. Del mismo modo, se evidencia la importancia de generar canales de comunicación, como charlas o asambleas donde participe y se intercambie ideas con la población buscando identificar necesidades de los mismos y trabajar en posibles soluciones.

En la investigación realizada por Jauregui (2019), titulada “Responsabilidad Social en la Municipalidad de Miraflores”, distrito de Miraflores, departamento de Lima, año 2019, dentro de sus conclusiones demuestra la importancia de realizar labores relacionadas y enfocadas en cumplir las normativas ambientales, a través de proyectos que fomenten el cuidado del medio ambiente y el bien social. Asimismo menciona que el hecho de comunicar oportunamente sobre los proyectos, es una manera de incentivar las buenas prácticas de RS en los vecinos mirafloresinos, y generar a su vez conciencia en los moradores. Asimismo en el desarrollo de su investigación menciona sobre la importancia de crear diversos programas en el ámbito social y ambiental, así como ordenanzas que faciliten las actividades programadas en bien de la sociedad.

Esto concuerda con Asenjo y Guevara (2020), titulada “Responsabilidad Social Como Modelo De Gestión Municipal En El Distrito De Pátapo, Chiclayo”, Distrito de Pátapo, Provincia de Chiclayo, Año 2020, donde se concluyó que existe una relación directa entre el plan de trabajo de la Municipalidad distrital de Pátapo con relación a la Responsabilidad Social. Asimismo evidencia que las acciones socialmente responsables, y la posterior difusión de dichas actividades generan mayor percepción de eficiencia de la gestión municipal. También se indica que el plan de trabajo de un municipio resulta efectivo cuando las actividades a realizarse se han afianzado en los principios de la RS, pues sólo así se genera servicios de calidad y por ende beneficiarios satisfechos. A su vez menciona que el compromiso de Responsabilidad Social de una Municipalidad, y las formas de comunicar las acciones a realizar o realizadas, tiene como influencia directa el desarrollo sostenible en un distrito.



### 1.3 BASE TEÓRICAS

#### 1.3.1 Responsabilidad social

Barrio y Enrique (2015) definen la Responsabilidad Social Corporativa como «la consecuencia de un compromiso adoptado con todos sus grupos de interés en materia económica, social y medioambiental». Dicho concepto permite entender que cada organización debe asumir con responsabilidad cada dimensión de la Responsabilidad Social (RS), y trabajar en base a ello, también establece el papel que representa cada grupo de interés, ya sea de manera externa e interna. Al respecto, los autores brindan recomendaciones para que las organizaciones instituyan la RS como parte de su filosofía de trabajo.

A su vez, Campos (2013), citando a Fombrun, (1996), señalan que las acciones socialmente responsables son una manera de calificar a un gobierno responsable. En efecto, como ya se mencionó anteriormente, dichas acciones deben darse no sólo por lograr cubrir auditorias, órdenes legislativas o institucionales, sino por ética y por ese ímpetu de querer aportar en beneficio de la comunidad. En pocas palabras, el propósito principal debe centrarse en generar el bien común. Asimismo, Barrio y Enrique (2018), en su investigación realizada, hablan acerca de cómo la RS se ha redefinido, y el rol que cumplen los grupos de interés, y lo importante que es reconocer el trabajo que ellos realizan y junto a ello difundir las acciones que estos ejecutan.

Del mismo modo, en la investigación de Ríos, Guevara y Álvarez (2020), se observa que los autores sostienen que las empresas son organismos motrices de progreso económico, social y ambiental, y que esa función es la que deben asumir como tal; esto quizá al notar que, en las investigaciones realizadas, son pocas las organizaciones con el real compromiso de generar desarrollo en las dimensiones antes mencionadas. Ello se percibe también en las conclusiones de los autores, donde se puede apreciar que la RS es más que una definición, es más que un simple trabajo social con la comunidad por exigencias o por cumplir estándares, sino que debe entenderse que la RS es y debe convertirse en una pauta a seguir por todas las organizaciones.



### **1.3.3 Dimensión económica:**

En ese sentido, Sánchez, Seminario y Oruna (2021), quienes al citar a Puentes (2020), permiten evidenciar que la dimensión económica hace referencia al incremento de utilidades, esto previo trabajo de inversión ya sea en bienes, recursos o proyectos que generen economía rentable y sostenible para los stakeholders con los que guarda relación. Por tanto, el hecho de trabajar en base a lo indicado en dicha dimensión va a lograr que tanto los gobiernos, como empresas privadas promuevan y ejecuten programas sustentables.

Con relación a esto, en la investigación de Gallardo y Esteban (2019), se evidencia en sus conclusiones, que las acciones que se lleven a cabo deben generar mayor economía en las instituciones. Dichos valores económicos generan rentabilidad y solvencia a corto, mediano y largo plazo, y permiten un crecimiento sostenible de la organización. Así pues, cabe mencionar que lo que se fomente como generador económico en una organización debe buscar ser rentable para todos los actores interesados, en la actualidad en la que se aplica y también en el futuro.

Ríos, Guevara y Álvarez (2020), en su investigación, concluyen que la responsabilidad social debe efectuarse respecto a las distintas dimensiones, y la aplicación de las mismas influirán ya sea de manera positiva o negativa en la elección de adquisición o regresión de un bien o servicio. Dicho esto, se puede determinar que la implementación de acciones que cumplan de manera responsable permitirá también maximizar la sostenibilidad de la organización.

### **1.3.4 Acciones para el fortalecimiento de la dimensión económica de la RS:**

Navarro (2019), cita el caso de Cecilia Guerrero (2012), quien presentó un proyecto de ley en la ciudad de Catamarca. En el documento, se justifica la relevancia de proclamar de interés social la implementación de la RS, con el fin de promover el progreso de la comunidad en el ámbito económico y social. Guerrero (2012) buscaba que se cree políticas gubernamentales de la mano con la empresa privada para lograr el beneficio directo de los habitantes de un determinado lugar. Asimismo, se buscó fomentar la inversión pública,

mediante proyectos sostenibles y sustentables. Aunque la idea no prosperó, quedó como guía para que otros organismos puedan aplicarlas. Considerando lo antes mencionado, un organismo del Estado debe implementar acciones para maximizar la inversión pública, como, por ejemplo, destinar partidas presupuestales, promover proyectos de inversión; que vayan acorde a las necesidades de la población.

### **1.3.5 Dimensión social**

En la investigación de Sánchez, Seminario y Oruna (2021), quienes citaron a Puentes (2020), se determinó que, respecto a la dimensión social de la Responsabilidad social, consta de saber generar compromiso en los colaboradores mediante buenas prácticas, como velar por remuneraciones acordes al mercado, generar condiciones laborales adecuadas, brindar capacitaciones que permitan incrementar el desarrollo integral de sus trabajadores, y a su vez intensificar el apoyo a la comunidad. Esto en referencia a las políticas o normas aplicadas dentro del área de recursos humanos, y en el caso de la sociedad, gestionando programas de salud, educación, inclusión social, participación ciudadana, etc.

También Aguado (2013) menciona en base a lo antes indicado por Carneiro (2004), que las organizaciones son los entes tramitadores de valor y conducta con el público, por medio de acciones recíprocas que generen confianza. Esto aclara que no deben buscar solo lucro o ganancias económicas, sino también cubrir necesidades demandadas por los stakeholders, por medio de trabajo en conjunto. De esta forma, lograrán que los resultados favorezcan a todos. Para lograr ello, se requiere trabajar con recursos autóctonos de la localidad, intercambio de costumbres, promoción entre la población y anexar a su vez a comunidades vecinas (Jordá, 2012, citado por Aguado 2013). Todas estas medidas van a contribuir en un desarrollo social, y lo mejor va a lograr que la sociedad se involucre poco a poco con las acciones que las organizaciones promuevan.

### **1.3.6 Acciones para el fortalecimiento de la dimensión social de la RS:**

Gutiérrez (2013) indica que las gestiones del sector público son interpretadas como el desarrollo de actividades responsables que van dirigidas a satisfacer la necesidad que se identifica en la población. De esta forma, se asume que la preocupación por el bienestar

común es parte del trabajo administrativo, el cual debe verse reflejado en el tipo de relación que se tiene entre la comunidad con el Estado.

Por lo expuesto, dentro de la dimensión social, se deben contemplar acciones que involucren de manera directa el desarrollo de la comunidad. Por ejemplo, en el MOF de la Municipalidad Distrital de Magdalena (2015) se destacan el fortalecimiento del sistema educativo (que es la acción más favorable para la comunidad, ya que, en muchos casos, por tratarse de zonas lejanas, no se cuenta con docentes calificados, o con la tecnología necesaria para acceder a la información) y los programas de participación vecinal (con este ejercicio se involucra de manera directa a la población y, por ende, se identifica las necesidades de manera más natural e inmediata, y también con ello se logra trabajar en conjunto por el desarrollo del distrito).

### **1.3.7 Dimensión ambiental**

En su artículo de investigación de Díaz y Bolívar (2014), citando al Pacto Mundial Colombia (2012), se detalla el cuidado preventivo que las organizaciones deben asumir con el medio ambiente, así como generar prácticas amigables medioambientales con el entorno en donde se desempeñan, e inculcar en sus colaboradores la importancia de preservar el medio ambiente. Es decir, se comprometen a promover la responsabilidad ambiental, de manera interna con repercusión en lo externo, ello no sólo será de vital ayuda en la conservación de nuestro ecosistema, sino que también ayudará a que la población note y valore los esfuerzos que la organización hace, y de esta manera incrementará la reputación de esta.

También, la investigación hecha en México por López, Ojeda y Ríos (2017) resalta la importancia de ejecutar las normas decretadas en el ámbito internacional y nacional, en referencia al medio ambiente. Además, se sugiere incluir planes que exijan y regulen el cumplimiento de dichas normas. De igual manera, se vuelve imprescindible promover la preservación del entorno, mediante prácticas como reciclaje o menos uso de productos que proliferen contaminación, esto mediante charlas de sensibilización, capacitaciones, etc.

### **1.3.8 Acciones para el fortalecimiento de la dimensión ambiental:**

Por su parte, Ribas (2019), al citar a Trujillo, López y Álvarez (2011), toma como ejemplo el documento de la Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración (FIIAPP) “Manual de Gestión Pública Responsable”. En dicho texto, se observa una serie de acciones que son de vital ayuda para los organismos del Estado que quieran sumarse a las filas de ser socialmente responsables. Cabe resaltar que dicha guía está netamente direccionada a las entidades públicas, como las municipalidades. Algunas de las recomendaciones se concentran en el cuidado medioambiental, por ejemplo, generar sensibilización ambiental en la población, gestión de recursos hídricos de calidad, administración de recursos endógenos y materias primas, tratamiento de residuos sólidos, tratamiento de aguas residuales, gestión para reducir impactos que degraden la calidad del aire y del suelo, salubridad y cuidado ambiental. Todo ello se gestiona con la intervención de los gobiernos nacionales y regionales.

Navarro (2019), en su investigación, menciona los objetivos que se redactaron dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Durante la Asamblea General de la ONU (2015), se establecieron 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS), o también llamados objetivos mundiales, que adoptan dentro de sus líneas medidas para contrarrestar la pobreza, luchar por la protección del medio ambiente y desarrollo global. Dentro de la dimensión ambiental, es factible adoptar el objetivo 6, donde se menciona que se debe garantizar la plena disposición de agua para la población en general, asimismo se debe tener en cuenta que dicho líquido elemento debe tener la depuración exigida para que no cause ningún daño en quien la consuma.

Es decir, la implementación de plantas para el tratamiento de aguas residuales está contemplado dentro de las acciones de la dimensión ambiental de la RS, ya que tiene como finalidad contribuir con el reciclaje del agua, mediante un proceso de depuración constante y químicos que facilitan la aglomeración de sólidos, y que posteriormente el agua recibe un segundo uso. Es decir, se emplea para el regadío de los campos aledaños y para proyectos de reforestación. Asimismo, los desechos se convierten en abono. Un caso exitoso es el que realiza la Municipalidad Provincial de Cajamarca, que evidencia en su página web las acciones frente al tratamiento de aguas residuales, y el segundo uso que se le viene dando en algunos sembríos cercanos a la planta, así como también trasladan el abono a su vivero

municipal, donde cuentan con plantas ornamentales, medicinales, de sombra, etc, las mismas que son usadas luego en el embellecimiento de las áreas verdes y jardines de la ciudad.

De igual forma actúa la Municipalidad Distrital de San Juan con los residuos sólidos, ya que luego de recoger los desechos de la ciudad los traslada a su planta de tratamiento de residuos sólidos. En dicho espacio se seleccionan previamente los residuos, se los divide en los orgánicos o aprovechables y los contaminantes, luego los desechos son enviados a distintas zonas donde se les da el tratamiento según su condición, por ejemplo, los restos orgánicos y plásticos que son fáciles de degradar son llevados a un área donde se ha implementado la lumbricultura. Después de ese proceso, el resultado se usa en plantas que también son sembradas por el personal que labora ahí, las mismas que luego serán derivados a los jardines del distrito, asimismo la población acude a la planta de tratamiento para solicitar abono para sus sembríos, también pueden solicitar arbustos, árboles, flores para embellecer sus domicilios, a cambio deben comprometerse como ciudadano en reducir el uso de plástico, o materiales de un solo uso y así evitar la proliferación de basura en el distrito.

### **1.3.9 Comunicación Externa**

Se define como comunicación externa a aquella que se hace con actores que están fuera de la organización. Esto según lo indicado por Portillo (2012), quien cita a Esteban y otros (2008), para definir a la comunicación externa como el ente transmisor de información hacia el exterior de la organización, es decir aplicado al público externo, por ejemplo: medios de comunicación, proveedores, clientes, etc. La misma sirve para mantener informados, de los cambios, de las ideas, de lo que se pretende hacer en varios aspectos que suman beneficios a los grupos de interés, como también crear lazos bidireccionales que permitan la toma de decisiones en conjunto, y afianzar la relación con la población.

En el texto de Díaz y Bolívar (2014), se analiza la gestión comunicacional aplicada por la organización con los clientes o usuarios y se identifica la importancia que tiene no solo brindar un servicio, sino también mantener una comunicación externa de retroalimentación. La búsqueda de soluciones ante las quejas y reclamos ha logrado despertar en sus colaboradores ese espíritu por atender las necesidades y cubrir las expectativas de su

público interno y por ende del público externo. También se evidencia lo indispensable que resulta ejecutar actividades que permitan empoderar de manera interna y externa, reforzando los canales de comunicación, generando un ambiente de confianza con el público objetivo.

Asimismo, Andrés y González (2012) indican que el comunicar responsablemente, debe incluir a todos los interesados en el mensaje a brindar, el hecho de hacerlos participe, suma a la organización de manera directa ya que entre más se esté presto a la escucha, mayor será los resultados obtenidos, porque se logrará atacar de manera directa las necesidades que nos presenten, y también permitirá que se informe lo que se pretende hacer frente a ello o incluir sus ideas de solución dentro del proceso. Por lo expuesto, la comunicación en el transcurso del trabajo de responsabilidad social de una organización es un factor decisivo. Tal como lo menciona Orjuela (2011), el hecho de que ambas vayan de la mano logra que los grupos de interés noten que la organización busca fortalecer la gestión por el bien común. Es decir, sin comunicación, será imposible saber y cubrir las exigencias de la comunidad, es así que se vuelve imperativo que quienes van a la cabeza de una organización, tomen como peldaño principal la comunicación para el logro de los éxitos futuros de su gestión.

### **1.3.10. Tipos de Comunicación Externa:**

#### **1.3.10.1 Offline:**

Antes de la revolución de la internet, las formas de interacción utilizadas en el ámbito de las comunicaciones seguían una dirección más personal, y ello estaba así considerado dentro de una guía de trabajo. Asimismo, estaba considerada como una sucesión de planes para quienes se desempeñaban en el área de las comunicaciones, y esto a su vez les permita un intercambio de un bien, servicio o producto, según las necesidades, emociones, etc. identificadas previamente (Ojeda, 2020). Es decir, las herramientas usadas antes de la incursión de las plataformas virtuales, eran las offline o también conocidas como tipos de comunicación convencional, las cuales permitían que los públicos internos y externos, hagan saber lo que sienten, necesitan o quieren, y a su vez dar solución a lo indicado mediante los canales utilizados.

Dicho eso, se precisa que, para lograr comunicar de manera clara y concisa, se recurre a instrumentos o técnicas que hasta el día de hoy se usan; a las que muchos autores de investigaciones recurren, tal es el caso de Valencia (2017), quien incluye ciertas herramientas comunicacionales para lograr establecer un canal con su población objetivo, como, por ejemplo: visitas personales, comunicados, asambleas, prensa escrita, difusión radial y medios televisivos. Se evidencia entonces que, la estrategia offline sigue siendo parte de nuestros días, y el uso que se le dé es clave para mantenernos enlazados con la comunidad, y colaboradores.

### **1.3.10.2 Online**

Desde la aparición de la web se modificaron varios sentidos en cuanto a las formas en que las personas observan el entorno social. Es así como señala Simalo (2017) citado por Gutiérrez y Ramón (2020) al referirse que al inventarse la World Wide Web jamás se pensó en la magnitud de cambios que esta iba a originar. Esto a raíz, de que ha dejado de ser simple generador de tecnología y comunicación, a una realidad virtual en la que hoy todos somos partícipes. La internet y sus funciones son parte fundamental de nuestras vidas y no hacerla parte de las organizaciones sería un desacierto pues no se podría estar en contacto simultaneo y global.

Segura, Piñeiro y Moreira (2019) señalan que se consideran como elementos estratégicos en la comunicación a los directorios de contactos, organigramas y plataformas de agenda de eventos que deben estar a disposición de la comunidad interna y externa con el propósito de hacerlos notorios en una próxima página web. Ello permite evidenciar que elementos estratégicos comunicacionales se deben considerar como herramientas online y también, lo indispensable que es hacérselos saber a los actores de interés.

De acuerdo ello, Morejón (2016) y Smith (2003) mencionan que una forma de mantener y reforzar la relación con los usuarios o público objetivo y a su vez generar satisfacción frente al servicio brindado, es crear herramientas de comunicación por plataformas digitales, o soportes de internet. En tal sentido, también se puede optar por reforzar los canales convencionales con la comunicación online, que buscan mantener una retroalimentación con las masas, esto mediante el correo electrónico, o redes sociales, tales como:

Facebook, Instagram, Twitter, etc. Tal como lo confirman algunos autores como (Capriotti; Pardo-Kuklinski, 2012; Túnñez-López, 2015) quienes manifiestan sobre cuán importante es insertar las cualidades participativas de la web 2.0 dentro de las estrategias de comunicación online, pues esto genera la interactividad que se ha estado esperando en el ámbito de las comunicaciones, al ser citados por (Paricio-Esteban, Bruno-Carlos, Alonso-Romero, García-Alcober, María P, 2020), quienes a su vez al citar a (Aznar, 2014; Esteve-Mallent, 2018) mencionan que el arribo de tecnología nueva lleva consigo herramientas comunicativas que refuerzan la retroactividad y la intervención con más frecuencia y dinamismo de los públicos.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo se relaciona la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Describir la relación de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar la relación de la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021
- Describir la relación de la dimensión social de la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021
- Detallar la relación de la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.



#### 1.4. Justificación

De manera teórica, la investigación de esta tesis está basada en la Responsabilidad Social y los tipos de Comunicación externa, para lo cual se ha recogido estudios ya realizados, a nivel internacional, nacional y local. También, se afianzó el presente trabajo con ejemplos de RSE en el ámbito privado, ya que la información existente es limitada con respecto a Instituciones públicas nacionales o locales; tal como se demuestra en las citas referenciales que fueron utilizadas para la elaboración del marco teórico.

Es así, que se observa lo urgente y necesario que es considerar las políticas de responsabilidad social, no sólo dentro de las empresas privadas sino también dentro del sector público, ya que hoy en día las acciones que se apliquen serán determinantes para lograr el desarrollo sostenible de la comunidad. Ello se concretará a través del trabajo organizado entre Estado – Comunidad, lo cual permitirá brindar solución a las necesidades identificadas (Aguado, 2013, quien cita a Estela, 2012).

De esta manera, la presente investigación busca justo eso, que, a través de las dimensiones social, económica y ambiental, se pueda fomentar el desarrollo sostenible del distrito de Magdalena, esto mediante las acciones que realice el municipio. A su vez, la elaboración de esta investigación con enfoque cualitativo, descriptivo, transversal, no experimental, elaborado mediante el método estudio de caso; basado en las dimensiones antes mencionadas de la RS y los tipos de comunicación externa utilizadas busca contribuir con el conocimiento teórico, puesto que no hay mucha información en el sector público. Del mismo modo, se pretende describir cuál es la relación de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa que emplea la Municipalidad Distrital de Magdalena.

En ese sentido, los datos recogidos con los colaboradores y población, mediante entrevistas semiestructurada y guías de entrevista favorecerán el acercamiento a la realidad de los informantes y validarán la metodología que se aplicará en esta tesis; ya que el procesamiento de información y la discusión sobre el tema responderán a las preguntas y objetivos de este estudio, y, sobre todo, generará una significativa contribución sobre la realidad problemática que afronta la Municipalidad Distrital de Magdalena. Es decir, se logrará identificar cual es la relación de la dimensión ambiental de la Responsabilidad

“RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU  
RELACIÓN CON LOS TIPOS DE  
COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MAGDALENA,  
DURANTE EL 2021”

Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad, así como describir cual es la relación de la dimensión social de RS con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad, y también detallar cual es la relación de la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad. Asimismo, a través de dichas dimensiones se identificará las demandas de la sociedad, y las posibles soluciones, ya sea a corto o largo plazo, también se podría considerar en base a ello generar un plan de trabajo según las debilidades o fortalezas encontradas para mejorar la calidad de vida de los habitantes del distrito donde se está realizando la investigación.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que se pretende visualizar el problema desde la perspectiva de los individuos que son parte de dicho estudio. Según Parra y Briceño (2013), este enfoque como tal tiene la particularidad que se centra en entender los hechos desde el criterio de los sujetos en cuestión. Los autores también mencionan que la función de los investigadores es lograr interpretar lo que sucede, previa observación de la realidad de estudio. En ese sentido, la investigación tuvo como fin primordial recoger información adecuada con los grupos de interés que forman parte y una posterior interpretación y descripción de la realidad de estudio. Asimismo, se trabaja con unidades reducidas de observación. Es decir, el enfoque cualitativo es una técnica focalizada, de interpretación o intencionado, donde se describe algo, así como las características de un bien o servicio, el cual varía de acuerdo al sexo, la edad, estrato social, entre otras cosas. Aquí lo principal no es medir resultados, sino comprender la problemática y las posibles soluciones del mismo (Martínez 2012, citando a Marshall, 1996 y Crouch y McKenzie, 2006; Gavilánez, 2017 citando a Baena, 2019)

### 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

#### 2.2.1. Población (Informantes):

Según lo indica Montenegro (2020) citando a Supo (2018), la población es el grupo de componentes que guardan relación entre sí o poseen la misma característica, y que a su vez cumplan con las variables de la investigación. En tanto, la población que aplicará para dicho estudio debe estar dentro del marco de lo antes mencionado; es así, que, para nuestra investigación, se considerará a los habitantes que pertenecen al distrito de Magdalena, provincia y departamento de Cajamarca, del área urbana, que son beneficiarios directos de las acciones que realiza la Municipalidad, así como también a los colaboradores que son parte de dicho organismo del Estado.

#### 2.2.2. Muestra:

Una investigación cualitativa elige su unidad de estudio con el fin de lograr recoger información exhaustiva, completo y minucioso, sobre los elementos que dan lugar a la figura de investigación. Según Martínez (2012), al citar a Marshall (1996) y Crouch y McKenzie (2006), la muestra en el enfoque cualitativo corresponde a una muestra no probabilística, ya que el procedimiento de selección va ajustado al criterio del investigador, donde el fin es recabar la mayor información posible sobre los fenómenos a estudiar. Por lo expuesto, la muestra del presente estudio es el siguiente:

Informantes: Perfil de los beneficiarios de la Municipalidad (16)

- Moradores del distrito de Magdalena.

Informantes: Colaboradores y autoridades de la Municipalidades (5)

- Funcionarios de la Municipalidad que ocupan cargos como Subgerentes o Jefatura de las áreas en las que se recogió información para la investigación (Alcaldía, Gerencia de Desarrollo Económico, Sub-Gerencia de Recursos Naturales y Medio Ambiente, Sub Gerencia de Desarrollo Social, Oficina de Imagen Institucional y Relaciones Públicas.)

### **2.2.2.1. La Municipalidad Distrital de Magdalena**

Funciones de los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Magdalena, según el MOF (2015)

#### **Alcaldía:**

Es el órgano ejecutivo y el representante legal de la Municipalidad distrital de Magdalena y su máxima autoridad administrativa.

#### **Funciones:**

- Defender y cautelar los derechos e intereses de la municipalidad y la comunidad.
- Dirigir y someter a aprobación del concejo municipal el plan de desarrollo concertado distrital, y el programa de inversiones concertadas con la sociedad civil.

- Someter al concejo municipal la aprobación del sistema distrital de gestión ambiental y de sus instrumentos.
- Informar mensualmente al concejo municipal sobre la recaudación de ingresos municipales y autorización de egresos de conformidad con la ley.
- Atender y resolver las necesidades que formulen las organizaciones vecinales y de ser el caso tramitarlas ante el concejo municipal para su solución.
- Proponer espacios de concertación y participación vecinal para lograr el desarrollo de la comunidad.

### **Gerencia de Desarrollo Económico:**

Es un órgano de línea encargado de promover e impulsar el proceso de desarrollo integral del distrito de Magdalena, en coordinación con los actores sociales y población, buscando el desarrollo sostenible y sustentable a favor de la comunidad.

#### **Funciones:**

- Planear, ejecutar y controlar las acciones que correspondan a la promoción del desarrollo integral del distrito.
- Promover, apoyar y ejecutar proyectos de inversión y servicios públicos municipales que mejoren las externalidades para la actividad económica del distrito.
- Concertar con el Gobierno regional, provincial y empresa privada, mediante proyectos que generen desarrollo económico y sostenible del distrito.
- Planificar y concertar el desarrollo económico del distrito en armonía con las políticas, planes regionales, provinciales y distritales, aplicando estrategias participativas e inclusivas que permitan el desarrollo de capacidades en la comunidad, para superar la pobreza.

### **Sub-Gerencia de Recursos Naturales y Medio Ambiente:**

Es el órgano encargado de atender las funciones específicas sectoriales en materia de áreas protegidas, recursos hídricos, manejo de cuencas y cuidado de medio ambiente. Dirigir, controlar, promover y supervisar las funciones específicas en materia de áreas protegidas y medio ambiente.

#### **Funciones:**

- Coordinar, ejecutar y evaluar las políticas ambientales y normas para el desarrollo sostenible local y para prevenir o contrarrestar la contaminación ambiental.
- Diseñar programas para resolver problemas críticos del medio ambiente, derivados de la contaminación de la flora, fauna, agua, suelo y aire del distrito.
- Recomendar medidas orientadas al cambio de la conducta ciudadana, con un enfoque de carácter ambientalista.
- Promover, difundir y apoyar programas de educación ambiental en toda la comunidad, buscando también que se involucren con el fin los miembros de la comunidad.
- Planificar y promover el desarrollo de los servicios de saneamiento en el ámbito de su jurisdicción en concordancia con las políticas sectoriales emitidas por el rector.
- Manejar sistemas agropecuarios y forestales con un enfoque de sostenibilidad.

#### **Sub-Gerencia de Desarrollo Social:**

Es un órgano, dependiente de la gerencia de Servicios Públicos y Desarrollo Social, tiene como finalidad la gestión en el área de educación, el programa del vaso de leche, DEMUNA, OMAPED, y programas de Participación Vecinal.

#### **Funciones:**

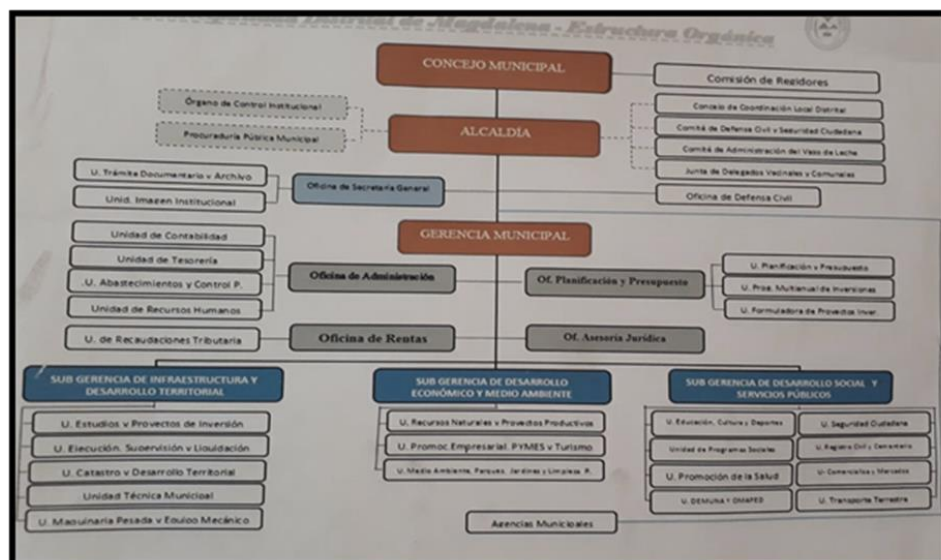
- Administrar, organizar y ejecutar programas sociales de lucha contra la pobreza del distrito.
- Planificar y supervisar programas relativos a Educación, y prestar asesoramiento en dicho campo, también apoyar en la lucha contra el analfabetismo en el distrito.
- Promover, apoyar y reglamentar la participación vecinal en el desarrollo local, para la planificación, gestión y vigilancia de los programas locales de desarrollo social.

#### **Imagen Institucional y Relaciones Públicas:**

Es un órgano de apoyo, que depende directamente de Alcaldía, está encargado de coordinar las acciones destinadas a promover la comunicación, publicidad, difusión y las relaciones con la comunidad y las instituciones públicas o privadas; así como de los actos protocolares de la gestión municipal, asimismo, la atención de trámites de solicitudes de audiencias y otros afines.

### Funciones:

- Normar, dirigir y monitorear el Sistema Municipal de Información y desarrollar las actividades de comunicación y difusión relacionadas con las acciones que realiza el gobierno municipal, como reuniones, asambleas, etc.
- Informar debidamente a la opinión pública sobre los objetivos, planes, programas, proyecto y actividades más relevantes de la Municipalidad, a través de boletines, edición de noticias y notas de prensa, así como difusión en medios sociales.
- Ejecutar estrategias que mejoren la comunicación entre colaboradores de la institución.
- Leer, seleccionar y publicar notas de prensa de interés de la institución y población en el periódico mural institucional.



**Figura 1. Organigrama de la Municipalidad Distrital de Magdalena**

**Fuente: Manual de Organización y Funciones (2015)**

## 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

### 2.3.1 Técnica:

La técnica que se utilizó en la investigación es una Entrevista Semiestructurada. Mediante un conjunto de preguntas a los beneficiarios (comunidad) y a colaboradores y autoridades de la Municipalidad Distrital de Magdalena se obtendrá información detallada sobre el objeto de investigación.

Las preguntas surgirán de acuerdo con el interés de la investigación. De esta manera, se facilitará entablar un buen diálogo con las personas involucradas, para lo cual se utilizarán los términos adecuados.

### **2.3.2 Instrumentos:**

Alarcón, A. y Rodríguez, C. (2019) al citar a (Arias, Fidias, 2006) refieren que “Los instrumentos son los recursos que se utilizan para recoger datos o información ante posibles problemas o fenómenos determinados”.

De esta manera, el instrumento que se utilizó en la técnica antes señalada es la Guía de entrevista. Para la presente investigación, se validaron los instrumentos mediante juicio de expertos:

- Guía de entrevista para beneficiarios
- Guía de entrevista para colaboradores

### **2.4. Procedimiento**

Ebel (1956), citado por Pedrosa, Suárez-Álvarez y García-Cueto (2014), indica que la autenticación de información es de suma importancia, ya que mediante ella se logra afianzar la validez de una investigación. Es decir, si se triangula los datos que se hayan encontrado durante la elaboración del estudio con la realidad o problemática encontrada en la investigación propuesta, y evidentemente se encuentra ya sea similitudes, debilidades o fortalezas del instrumento, y a su vez esto servirá para indicar que el estudio tiene validez y razón de ser. Lo cual permitirá una indagación completa por parte de los tesisistas, que determinará sobre modificaciones, que se puede agregar o descartar en las conclusiones y recomendaciones de la investigación, afirman Galicia, Balderrama y Edel (2017). En la presente investigación, se analizó la información brindada por dos tipos de informantes (colaboradores y beneficiarios). Asimismo, los resultados se contrastaron con el análisis documental de archivos de gestión proporcionados por la Municipalidad, así como con la información del marco teórico.



Por otro lado, en cuanto a la investigación cualitativa, se considera por criterio de saturación a la parte donde ya habiendo abordado varios actores y sabiendo las diferentes ideas que tienen, ya sea mediante la entrevista, cuestionario u observación, ya no se encuentra componentes distintos o diferentes. Es decir, si se sigue encontrando información nueva, la búsqueda como tal aún no ha terminado, y por ende la investigación debe continuar, esto según Krueger y Casey (2000), citados por Martínez (2012). Tomando en cuenta esto, la investigación realizada, recogió mediante una guía de entrevista, datos que permitieron recabar información sobre los objetos de estudio, y que a su vez evidenciaron las similitudes y diferencias de la muestra escogida.

### **La presente investigación cuenta con tres fases:**

En la primera parte, se recolectó datos, en las instalaciones de la Municipalidad distrital de Magdalena, que evidencien que dicho organismo aplica políticas públicas que guarden relación con las acciones de RS, y de esta manera permitan desarrollar la investigación. En segunda instancia se aplicó entrevistas semiestructuradas a los colaboradores de dicho organismo, como también se realizó una visita de campo y se entrevistó a una pequeña muestra de habitantes, donde brindaron la información relevante que se necesitaba para la investigación, dicha guía de preguntas, contienen en su estructura las categorías de estudio: Responsabilidad Social y Tipos de Comunicación Externa. En tercer lugar, la información brindada en las entrevistas se sistematizó para su análisis y se generaron ideas fuerza (códigos) que facilitaron su clasificación y orden, para que posteriormente se aplique la triangulación de datos sobre los hallazgos obtenidos gracias a los instrumentos de investigación. En cuarto lugar, se presentan los resultados mediante tablas y figuras con una breve descripción, así como con categorías que facilitan su interpretación (máximo, mínimo y nulo). **Dichos códigos agrupan las percepciones de los colaboradores y de los participantes sobre la relación entre la responsabilidad y los tipos de comunicación externa.** Se asigna máximo, cuando el entrevistado reconoce ser participe o haber escuchado y/o visto alguno de los tipos de comunicación externa. Se designa mínimo cuando el entrevistado alude que observo y/o participó de forma discontinua en alguna de las actividades realizadas por la Municipalidad. Se califica como nulo cuando el entrevistado señala que no observó y/o participó en actividades.

## **2.5. Criterios éticos**

Según el documento de Código de Ética del Investigador Científico UPN, en su tercera versión actualizada en el 2016, el código de ética, es de vital importancia, puesto que, su objetivo es reforzar una cultura de principios y valores éticos durante el proceso de desarrollo de proyectos de investigación, en salvaguarda de los seres que sean objeto de estudio, garantizando así, la confidencialidad de los resultados obtenidos, con el fin de proteger los derechos de autor y propiedad de las fuentes que utilizamos durante todo el proceso de investigación.

De este modo, el estudio se sustenta en los conceptos y en la revisión bibliográfica; la misma que servirá como una fuente de investigación secundaria. Siendo así que, para el desarrollo de la investigación se tendrá en cuenta las consideraciones éticas pertinentes y todo tipo de información recopilada en las entrevistas serán únicamente con fines informativos, ya que los entrevistados firmarán un documento de autorización.

### **CAPÍTULO III. RESULTADOS**

La investigación se realizó sobre la Responsabilidad Social y su relación con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena, durante el 2021, la pregunta que se buscó responder fue ¿cómo se relaciona la Responsabilidad Social con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021? Para ello, se entrevistó a los colaboradores (4) y beneficiarios (16) de la Municipalidad del distrito de Magdalena.

Luego de transcribir las entrevistas, se procedió a aplicar la técnica de reducción de datos.

**Objetivo general: Describir la relación de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

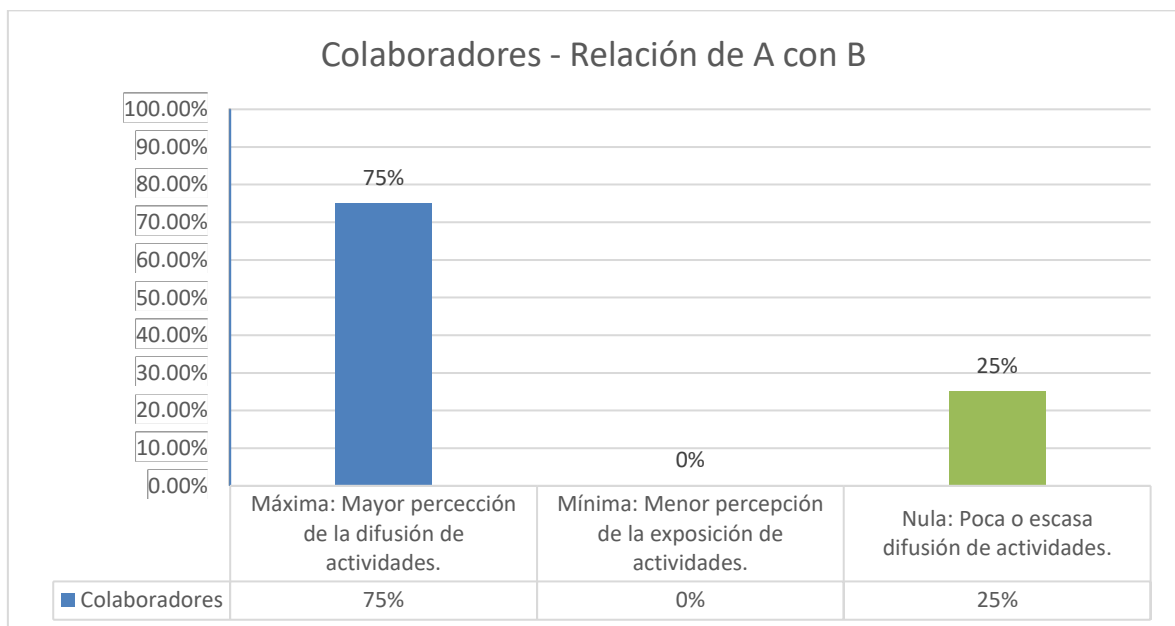
Los resultados permitieron responder la pregunta general y alcanzar el objetivo planteado. Es decir, se determinó la relación de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021; los mismos que serán presentados de forma descriptiva, agrupados por objetivos. De esta manera, se presentan los principales hallazgos:

**Objetivo específico 1: Identificar la relación de la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 1 (¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en Facebook, elaboración de notas informativas en Facebook, transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live) se relacionan con la exposición del proyecto planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR)? ¿Cómo se evidencia?), los entrevistados evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 25 % restante indicó que existe una relación NULA entre la Comunicación Externa Online y la Exposición del proyecto planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR). Por ejemplo, detallaron que se registran

los eventos, los mismos que son publicados en Facebook, mediante fotografías y notas informativas en Facebook.

**FIGURA 1**



**Figura 1. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Online y la Exposición del proyecto planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR).**

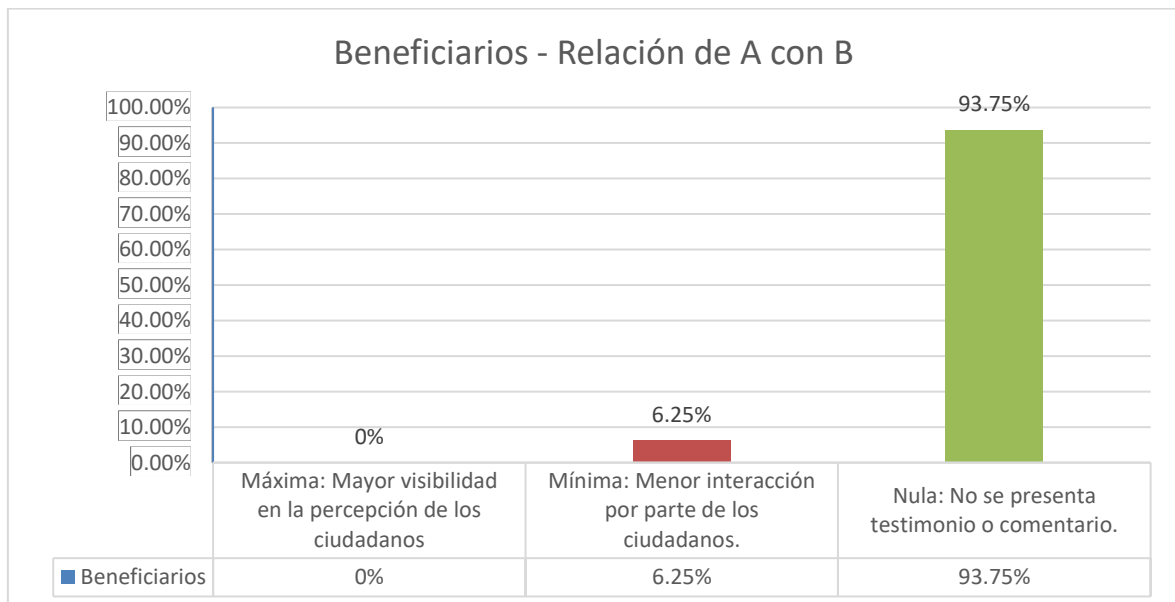
“La municipalidad viene desarrollando diversos proyectos, actividades y todos estos proyectos se vienen publicitando mediante las redes sociales, tal es el caso del tratamiento de las aguas residuales, subimos vídeos, fotografías de todo el trabajo que se viene realizando” (participante 1)

“Se viene haciendo las publicaciones respecto a la planta de tratamiento todos los trabajos que se vienen realizando en bien de dar a conocer a la población qué es lo que se viene haciendo con esta planta de tratamiento” (participante 2)

Por otro lado, desde la perspectiva de los beneficiarios, Con relación a la pregunta 1 (¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión

al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (93.75%) señalaron que existe una relación NULA, y el 6.25% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre las publicaciones de Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso. Por ejemplo, detallaron que sí se realizan dichas actividades, pero que no han observado publicaciones en las redes sociales acerca del tema.

**FIGURA 2**



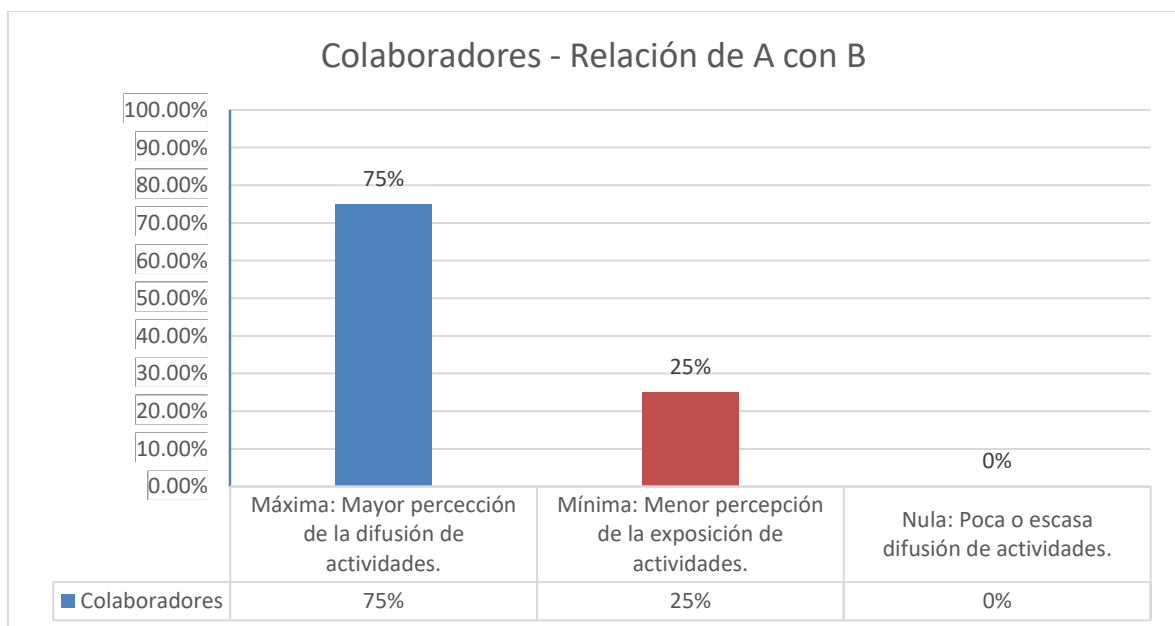
**Figura 2. Beneficiarios - Relación entre las publicaciones de Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso.**

“La verdad que en la página de Facebook de la municipalidad de Magdalena no he visto nada acerca del tema, pero tengo conocimiento de que sí se está tratando el agua y lo están usando en la chacra cercanas a la planta” (participante 1)

“Bueno con respecto a la página de la municipalidad no hay mucha información, pero sí sé qué están tratando las aguas residuales y están utilizando para el regadío de los terrenos aledaños” (participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 2 (¿Cómo la externa online (Publicidad en redes sociales, Elaboración de notas informativas en la página de Facebook, ¿transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live) se relacionan con la exposición del proyecto de reforestación? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 25 % restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la Comunicación Externa Online y la exposición del proyecto de reforestación. Por ejemplo, los entrevistados en su mayoría detallaron que se registran las actividades, y posteriormente son difundidos en las redes sociales.

**FIGURA 3**



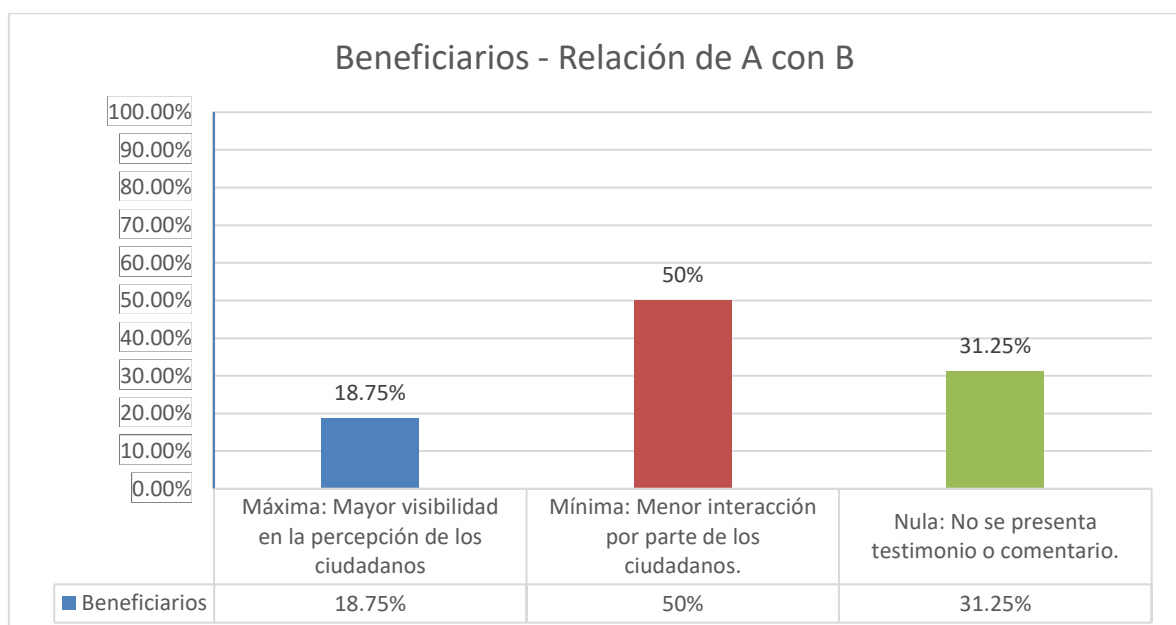
**Figura 3. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Online y la exposición del proyecto de reforestación.**

“La municipalidad ha venido regalando plantaciones de pino, taya; tanto a la zona rural como la zona urbana; de igual manera subimos fotos, vídeos de todas las entregas que se vienen realizando” (participante 1)

“En Magdalena la población utiliza mayormente la Taya, la palta, entre otros; se benefician ellos a través de la entrega gratuita que reciben y nosotros como institución pública o como municipalidad verificamos que la planta haya sido plantada en su respectivo lugar y a través de ello se toma fotos y son subidas al fan Page de la municipalidad por nota de prensa, asimismo vídeos institucionales” (participante 2)

Por otro lado, desde la perspectiva de los beneficiarios, 2 (¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?). Con relación a la pregunta 2, los participantes evidencian distintos puntos de vista. El (50%) señalaron que existe una relación MÍNIMA, mientras que el 31.25% indican que existe una relación NULA y el otro 18.75% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre las publicaciones de Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades de la plantación de pino y taya para reforestación. Por ejemplo, detallaron que sí se realizan dichas actividades, las mismas que son registradas mediante fotografías que posteriormente las publican en las redes sociales, pero que la información descrita en cada fotografía es mínima.

**FIGURA 4**



**Figura 4. Beneficiarios - Relación entre las publicaciones de Facebook de la**

***Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades de la plantación de pino y taya para reforestación.***

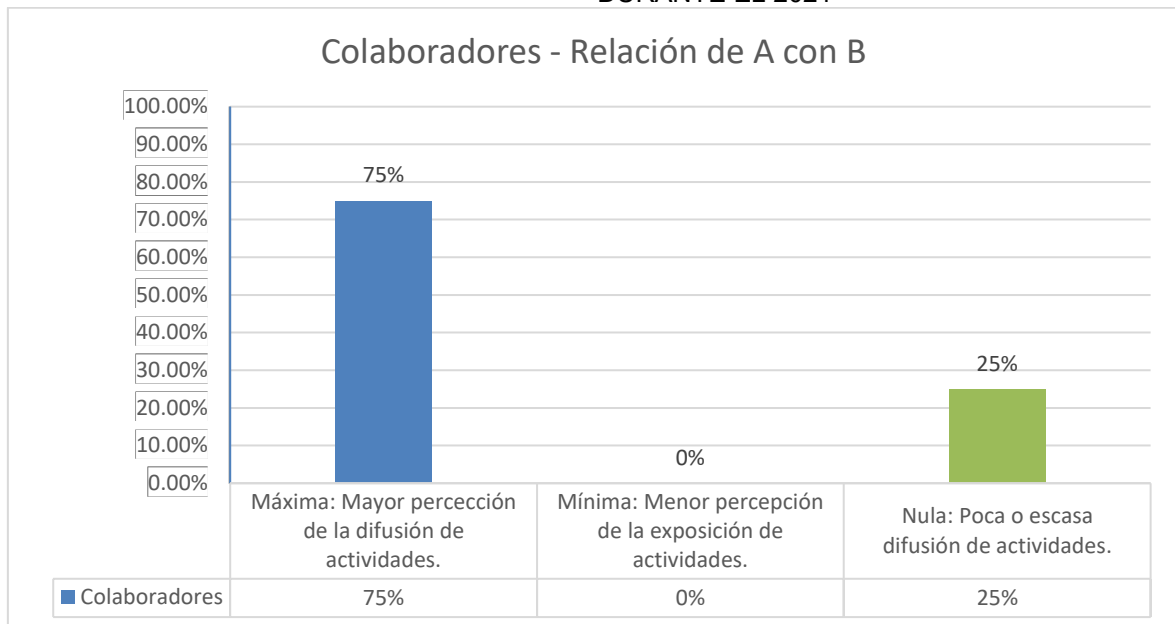
“Algunas fotos en el Facebook, pero no detallaba de que se trataba, pero me parece bien que estén entregando plantas a la población sobre todo la zona rural de nuestro distrito” (Participante 1)

“Sí han subido fotos de cuando nos entregaron los plantones, pero no aclaran que plantas son ni para que sirven, ahí deberían mejorar la publicación, y así si ingresa alguien al Facebook se entera lo que está haciendo la Municipalidad” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 3 (¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, elaboración de notas informativas en la página de Facebook, transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live) se relacionan con la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 25 % restante indicó que existe una relación NULA entre la Comunicación Externa Online y la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos. Por ejemplo, los participantes en su mayoría detallaron que se registran los eventos, los mismos que posteriormente son difundidas en las redes sociales.

**FIGURA 5**





**Figura 5. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Online y la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos.**

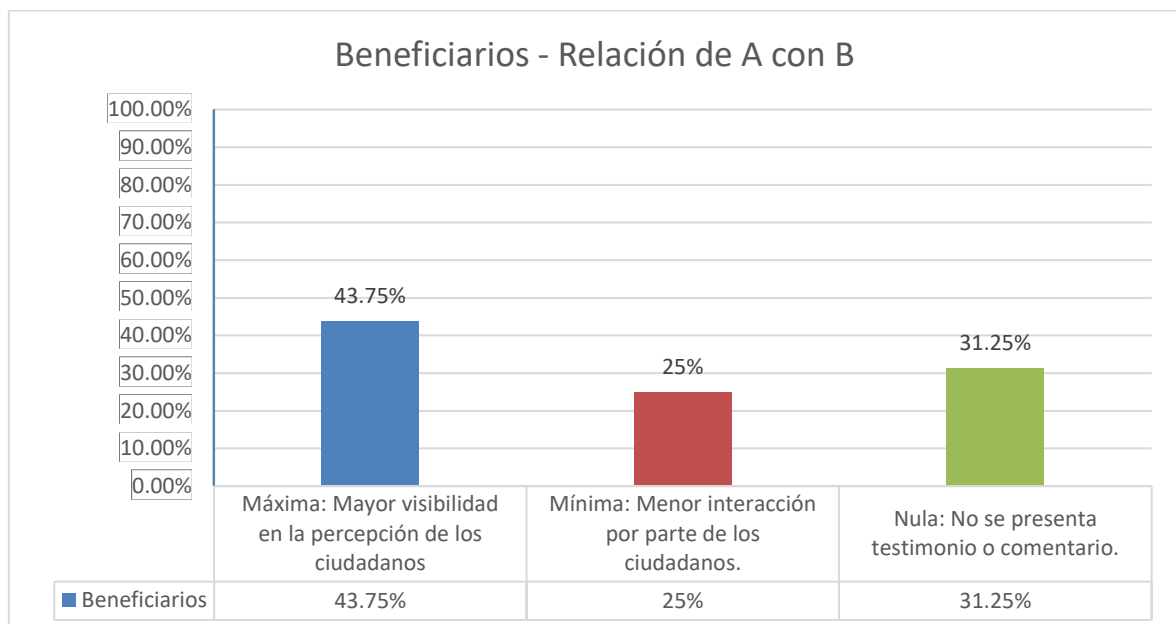
“Se ha podido conseguir diferentes proyectos de agua a través de diferentes convenios que se tiene firmados con el Gobierno regional, actualmente se viene ejecutando lo que es el Mirme, la fila Ramos que es en Tubungo, y todo lo que se hace se publica también a través de una nota de prensa más su video” (Participante 1)

“Por el momento la municipalidad viene ejecutando cuatro proyectos de agua potable por ejemplo en el caserío de Llagaden, Tubungo, El Mirme y Huana Huana, también se tiene previsto cambiar toda la tubería del agua que se lleva al distrito de Magdalena; de igual manera se viene subiendo vídeos, fotografías de los trabajos y proyectos que se vienen realizando” (Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 3 (¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. El (43.75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 31.25% indican que existe una relación NULA y el otro 25% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre las publicaciones

de Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades del cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad. Por ejemplo, detallaron que sí se realizan actividades de mantenimiento y mejoramiento del agua potable y que dichas actividades son registradas mediante fotografías y videos que posteriormente las publican en las redes sociales, sin embargo, manifiestan que las publicaciones requieren de mayor información.

**FIGURA 6**



**Figura 6. Beneficiarios - Relación entre las publicaciones de Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades del cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad.**

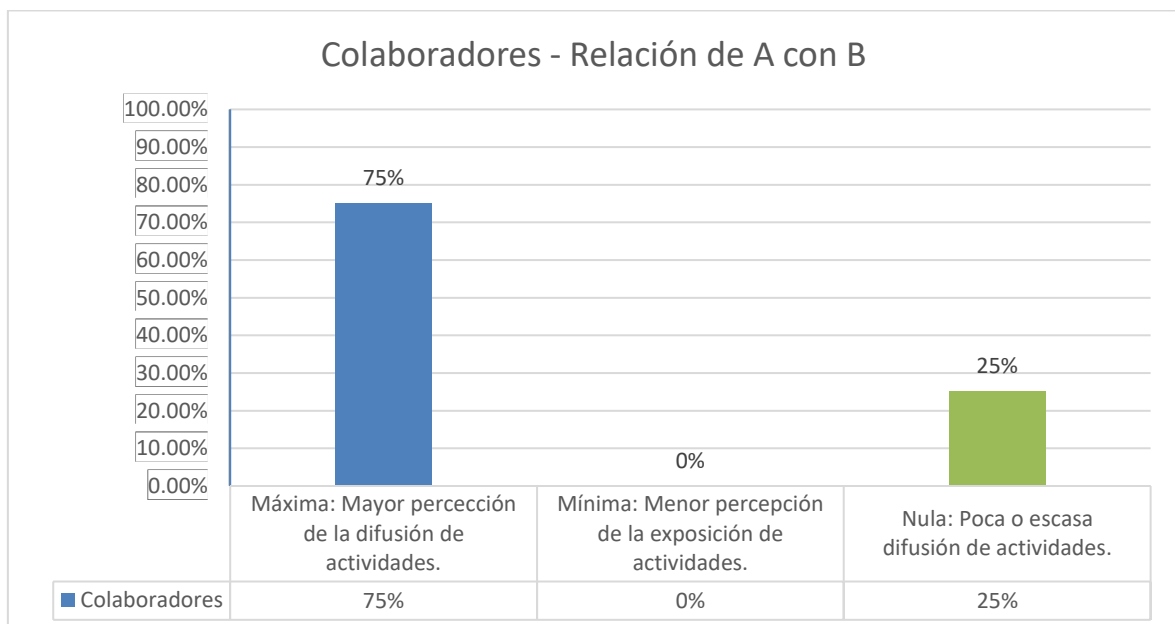
“He visto que es publicaciones que están implementando proyectos para el cambio de tuberías para poder mejorar el tema del agua ya que en tiempos de lluvia como esta temporada el agua se ensucia entonces está mejorando para poder glorificar y tener agua más limpia para la población” (Participante 1)

“He visto una publicación que se está haciendo gestiones o un proyecto para esto del agua potable para el caserío El Mirme también tengo conocimiento que se está haciendo un

cambio de tuberías a nivel de distrito para así poder contar con el agua potable las 24 horas del día.” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 4 (¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, asambleas generales, perifoneo, difusión en radio) se relacionan con la exposición del proyecto planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR)? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 25 % restante indicó que existe una relación NULA entre la Comunicación Externa Offline y la exposición del proyecto planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR). Por ejemplo, los entrevistados en su mayoría detallaron que se registran actividades las cuales son publicadas mediante el periódico mural, perifoneo y/o difusión radial.

**FIGURA 7**



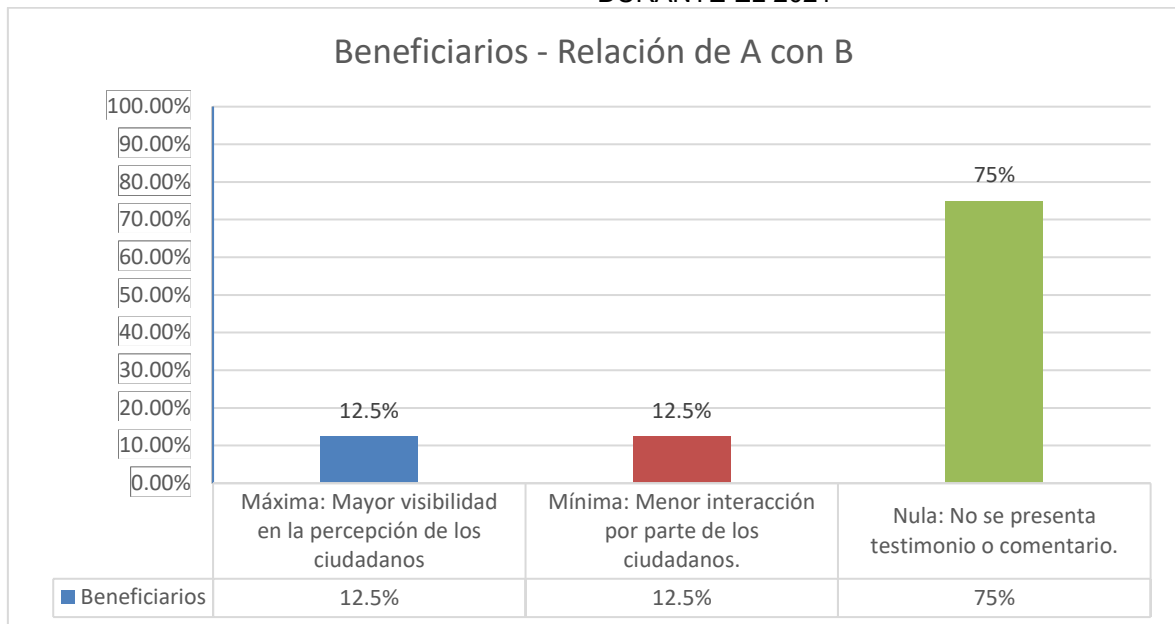
**Figura 7. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Offline y la exposición del proyecto sobre planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR).**

“Sí, de igual manera nosotros en la gestión tratamiento tenemos nuestro periódico mural aquí en la municipalidad donde informamos todo ello de igual manera cualquier acción, realizamos perifoneo por toda la ciudad para crear el bienestar de nuestra planta de tratamiento.” (Participante 1)

“Se hace un perifoneo previo a la reunión ya sea aquí en la ciudad o en la zona rural. Así mismo, también, cada actividad o intervención que se tiene se publica en el periódico mural, más la debida publicidad en radio.” (Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 4 (¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (75%) señalaron que existe una relación NULA, mientras que el 12.5% indican que existe una relación MÁXIMA y el otro 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información que ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso. Por ejemplo, indican que no visitan las instalaciones de la Municipalidad y por ende no han observado las publicaciones que se realizan en el periódico mural, otros entrevistados manifestaron que sí existen fotografías pero que falta información que acompañe la imagen.

## FIGURA 8



**Figura 8. Beneficiarios - Relación entre la información que ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso.**

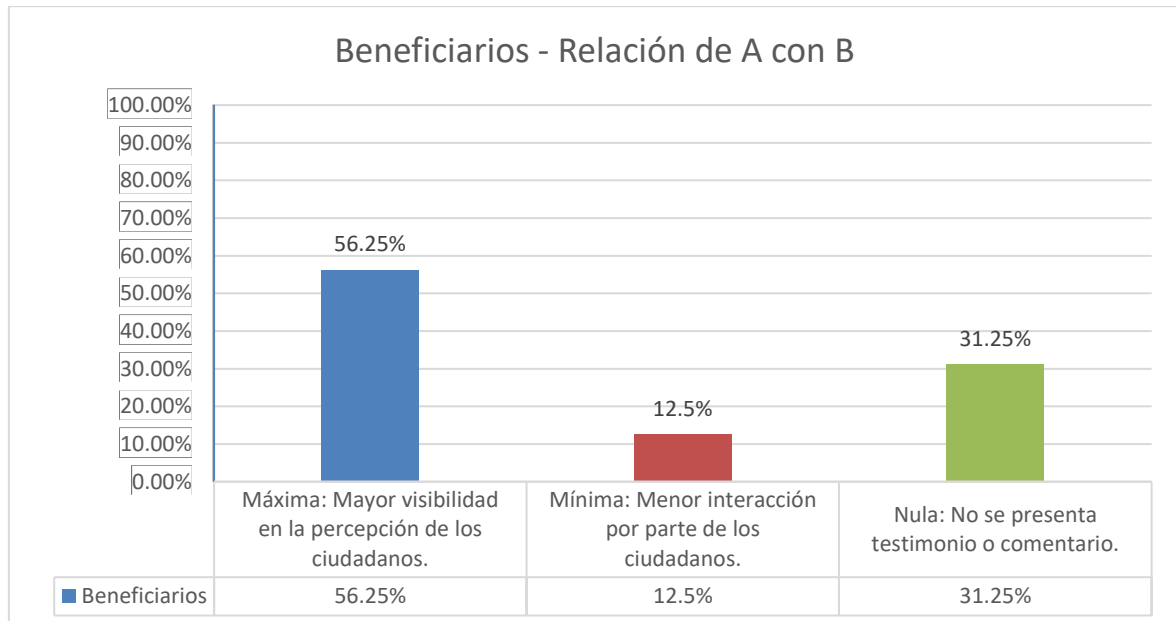
“No he ido a la municipalidad, en la cual no podría decirte que hay en el periódico, lo que si tengo visto que si están haciendo tratamiento a las aguas residuales” (Participante 1)

“En el periódico mural de la municipalidad no he visto mucha información al respecto” (Participante 2)

Asimismo, desde el punto de vista de los beneficiarios, con relación a la pregunta 7 (¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (56.25%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 31.25% indican que existe una relación NULA y el otro 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso. Por ejemplo, detallaron que sí se realizan asambleas donde se habla sobre dicho

proyecto y les brindan un taller informativo de cómo se lleva el mantenimiento de las aguas residual y su próximo rehúso.

**FIGURA 9**



**Figura 9. Beneficiarios- Relación entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso.**

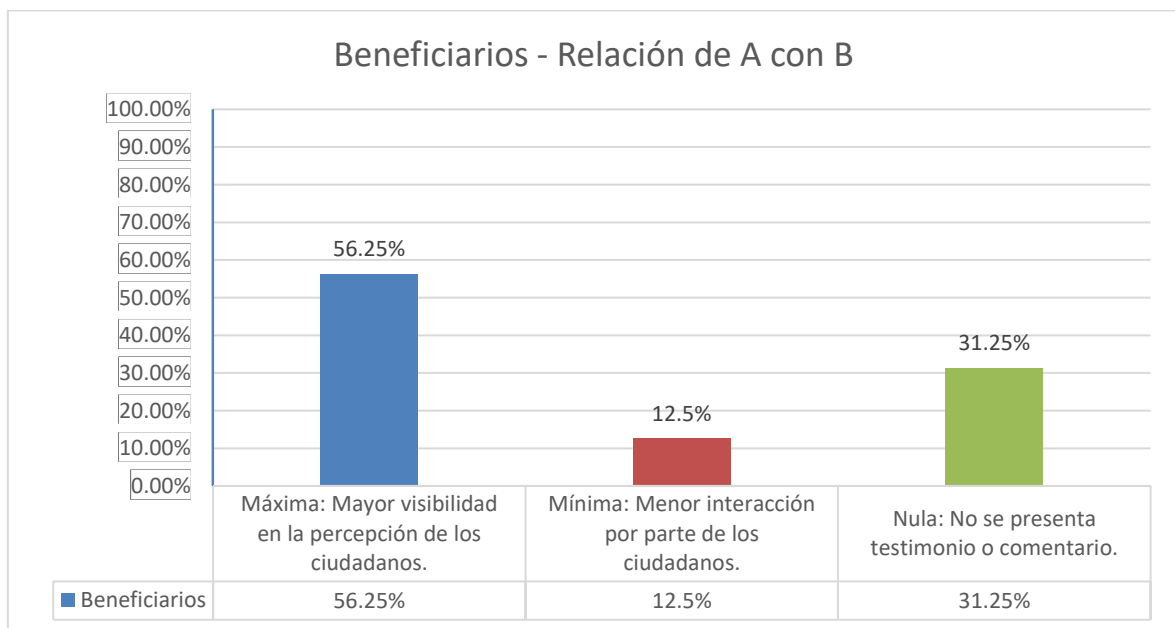
“Si he participado en el auditorio de la municipalidad y ahí nos ha explicado cómo se debe dar el tratamiento a las aguas residuales y como se deben estar usando en las chacras de sembrío.” (Participante 1)

“Yo no me he ido, pero mi tío si nos contó que han dado un tallercito y les han repartido las horas a los regantes para que aprovechen esa agua tratada, y me parece muy bien que estén haciendo eso, lo malo es que a las reuniones va poca gente y así ni se enteran de lo bueno que están haciendo las autoridades” (Participante 2)

De igual forma, a criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 10 (¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la

purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (56.25%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 31.25% indican que existe una relación NULA y el otro 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso. Por ejemplo, detallaron que sí escucharon la invitación para acudir a las asambleas donde se hablaría acerca de este tema, pero que la información entregada por estos medios no fue a detalle.

**FIGURA 10**



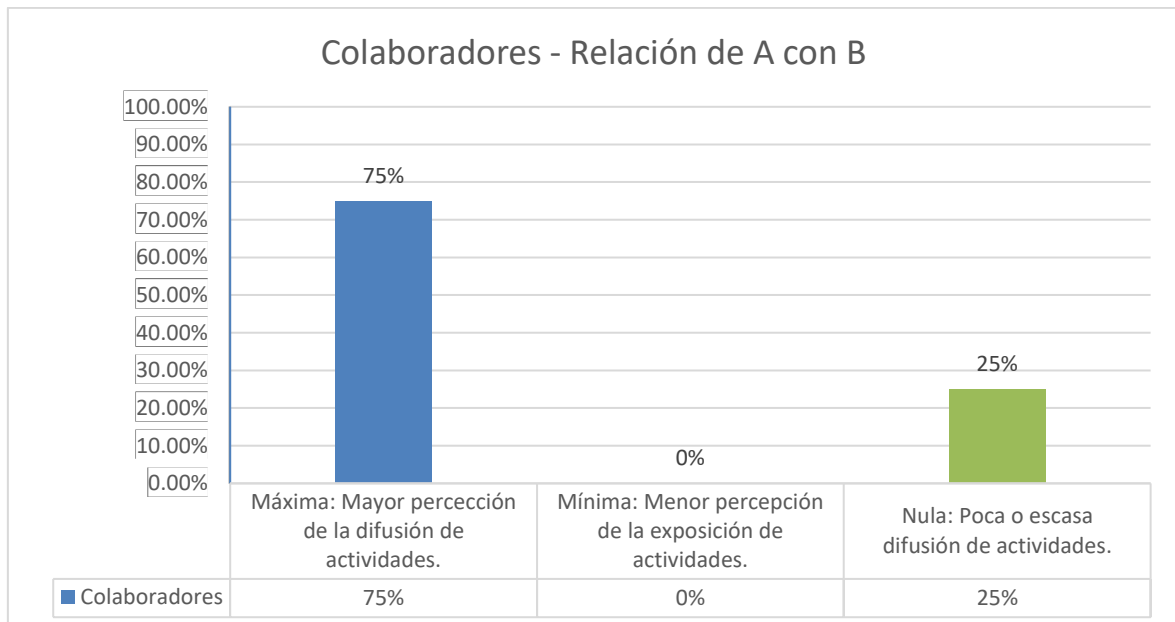
**Figura 10. Beneficiarios - Relación entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades de la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso.**

“Sí la verdad es que he escuchado de mis vecinos, que sí han pasado perifoneando dando a conocer sobre este tema, pero yo no he escuchado.” (Participante 1)

“Si escuchado mediante radio sobre el tratamiento que se les viene dando a las aguas residuales y también escuchado a mis vecinos que se encuentran contentos porque estas aguas les están sirviendo a sus sembríos” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 5 (¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, asambleas generales, perifoneo, difusión en radio) se relacionan con la exposición del proyecto de reforestación? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, el otro 25 % restante mencionó que existe una relación NULA entre la comunicación externa Offline y la exposición del proyecto de reforestación. Por ejemplo, los entrevistados detallaron que se registran los eventos, y que a su vez son publicadas las fotografías en el periódico mural, de igual forma se perifonea por la ciudad respecto a este tema.

**FIGURA 11**



**Figura 11. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Offline y la exposición del proyecto de reforestación.**



“Toda actividad o proyecto que viene realizando la municipalidad se viene publicitando en el periódico mural de forma semanal, quincenal debido a cada cierto tiempo que se realiza los proyectos se viene publicitando y modificando en el periódico mural las publicaciones.”

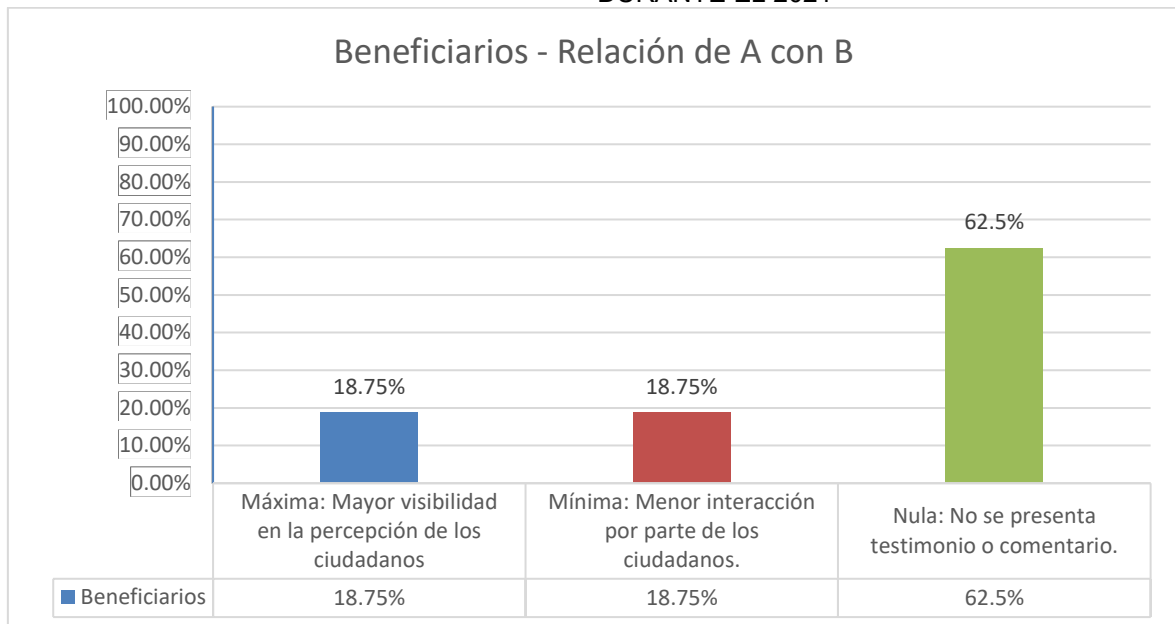
(Participante 1)

“Todo lo que se hace aquí en la Municipalidad o toda actividad, toda capacitación se publica en el periódico mural y también por ahí se hace manuales para entregar a la gente.”

(Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 5 (¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (62.5%) señalaron que existe una relación NULA, mientras que el 18.75% indican que existe una relación MÁXIMA y el otro 18.75% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información que ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades de la purificación y la plantación de pino y taya para reforestación. Por ejemplo, la mayoría indica que no acude a la Municipalidad y por ende no ha observado publicaciones referentes al tema, otro porcentaje indica que ha visto fotografías pero que no van acompañadas de información detallada, lo cual no permite entender de que se trata la nota pegada en el periódico

## FIGURA 12



**Figura 12. Beneficiarios - Relación entre la información que ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades de la purificación y la plantación de pino y taya para reforestación.**

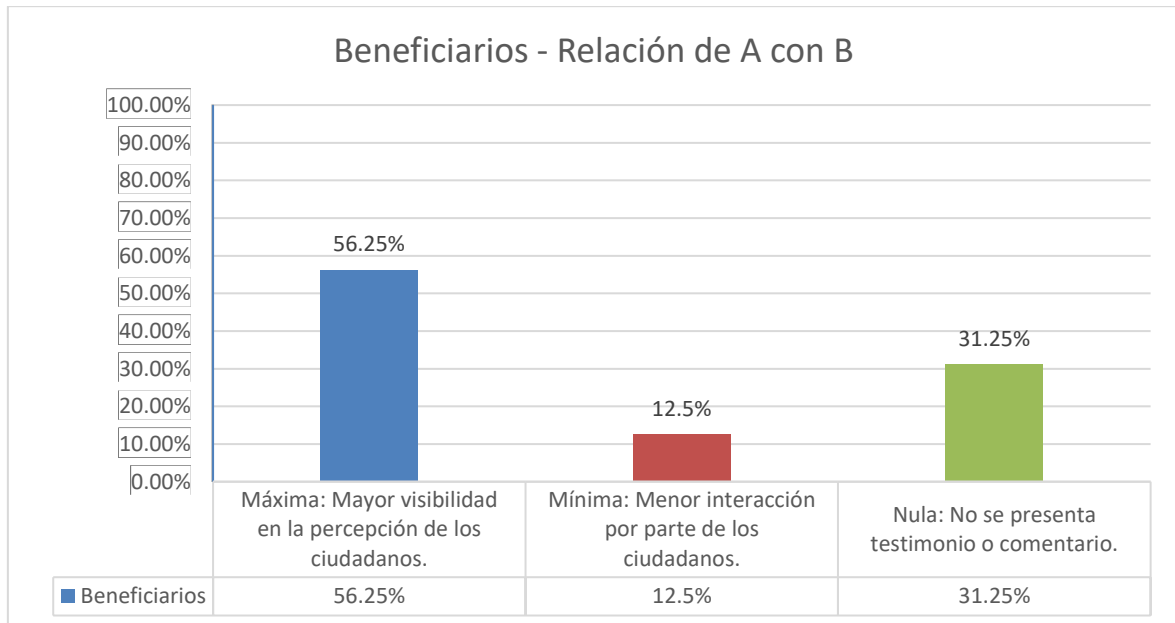
“Solo he visto fotografías y como también detalle de la foto decía sobre la entrega de plantación de taya y pino a los pobladores del caserío, del distrito” (Participante 1)

“Como te vuelvo a repetir no he ido a la municipalidad, no visito, no he visto nada en el periódico mural cuando he ido a la municipalidad.” (Participante 2)

Asimismo, desde el punto de vista de los beneficiarios, con relación a la pregunta 8 (¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (56.25%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 31.25% indican que existe una relación NULA y el otro 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades de la plantación de pino y taya para reforestación. Por ejemplo, detallaron que sí se realizan asambleas donde se les explica sobre dicho proyecto y les brindan un

taller informativo del tema y a su vez les entregan los plantones de pino y taya para reforestación.

**FIGURA 13**



**Figura 13. Beneficiarios - Relación entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades de la plantación de pino y taya para reforestación.**

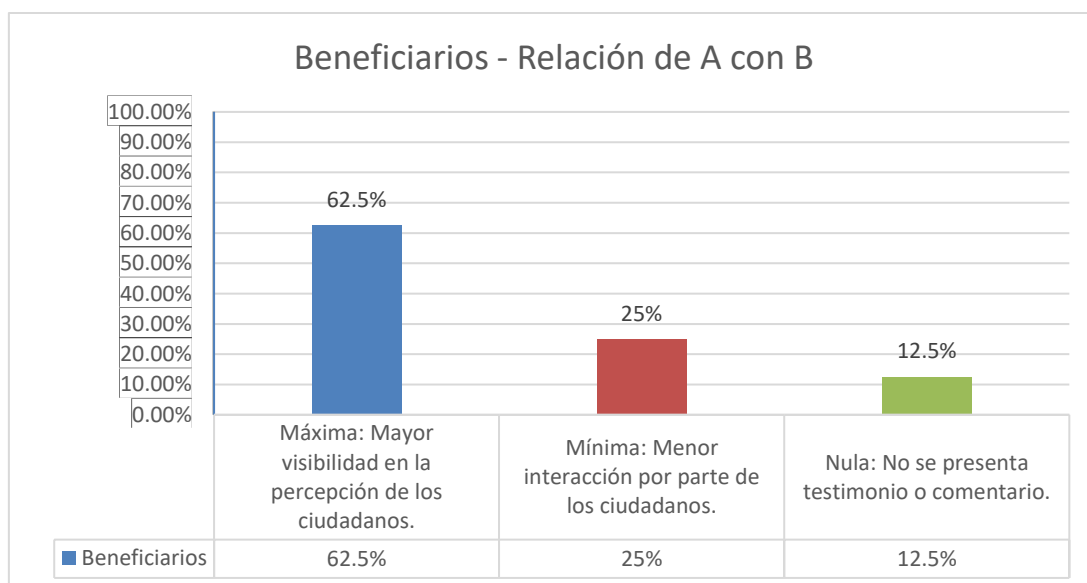
“Si hemos participado en esas charlas muy importantes porque incluso a mí me andado lo que es la taya para mis chacras para la plantación todo muy bien excelente.” (Participante 1)

“Sí he participado como en un taller y si después nos han entregado las plantas por ejemplo a mí me ha servido mucho porque tengo mi chacra” (Participante 2)

De igual manera, desde el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 11 (¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (62.5%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 25% indican que existe una relación MÍNIMA y el otro 12.5% restante indicó que existe una relación NULA entre la información

escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades de la plantación de pino y taya para reforestación. Por ejemplo, detallaron que por perifoneo o radio solo invitan a la población, no se brinda mayor información, y a su vez manifestaron que es en la reunión donde se explica a detalle el proyecto o tema a tratar.

**FIGURA 14**



**Figura 14. Beneficiarios - Relación entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades de la plantación de pino y taya para reforestación.**

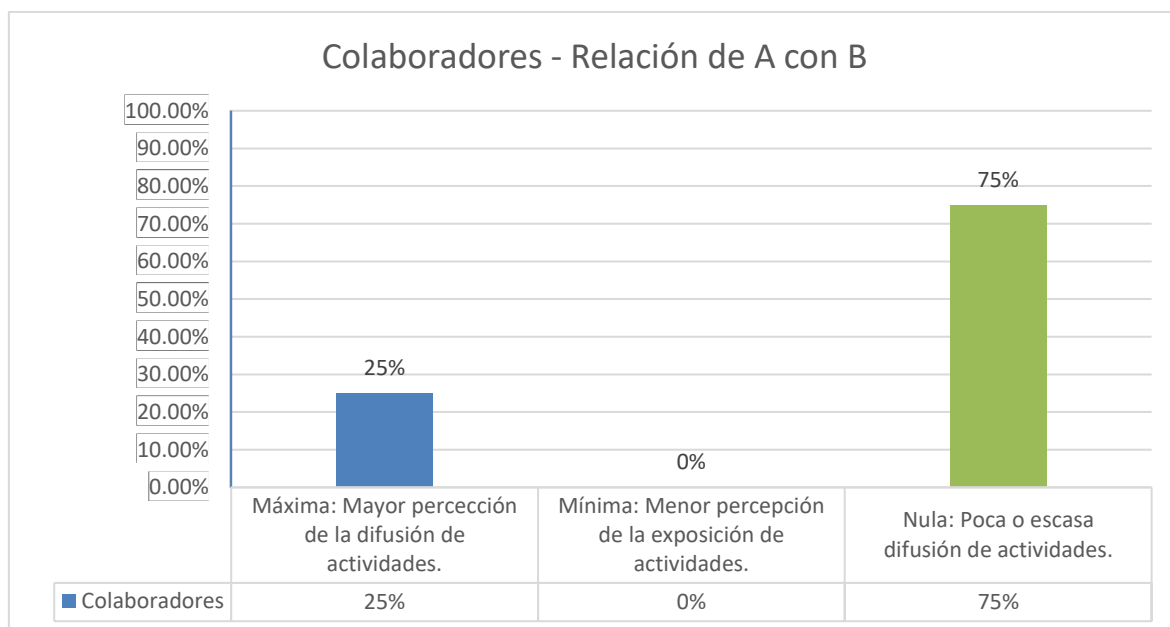
“Bueno sí he escuchado de que han pasado perifoneando por todas las calles de acá de la ciudad y también he visto que mis vecinos han recogido las plantaciones que es muy significativo pues la reforestación es lo que hace falta yo lo veo muy conveniente” (Participante 1)

“Escuche un comunicado por la radio donde invitaban a todos los pobladores de las zonas rurales del distrito para que se acerquen a sus casas comunales para que les entreguen

plantaciones de taya y pino por familia y bueno me parece muy bien porque de esa manera te promueve el cuidado del medio ambiente” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 6 (¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, asambleas generales, perifoneo, difusión en radio) se relacionan con la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación NULA, el otro 25 % mencionó que existe una relación MÁXIMA entre la Comunicación Externa Offline y la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos. Por ejemplo, detallaron que se registran las actividades, pero no especifican los proyectos sobre gestión de recursos hídricos debajo de cada fotografía.

**FIGURA 15**



**Figura 15. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Offline y la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos.**

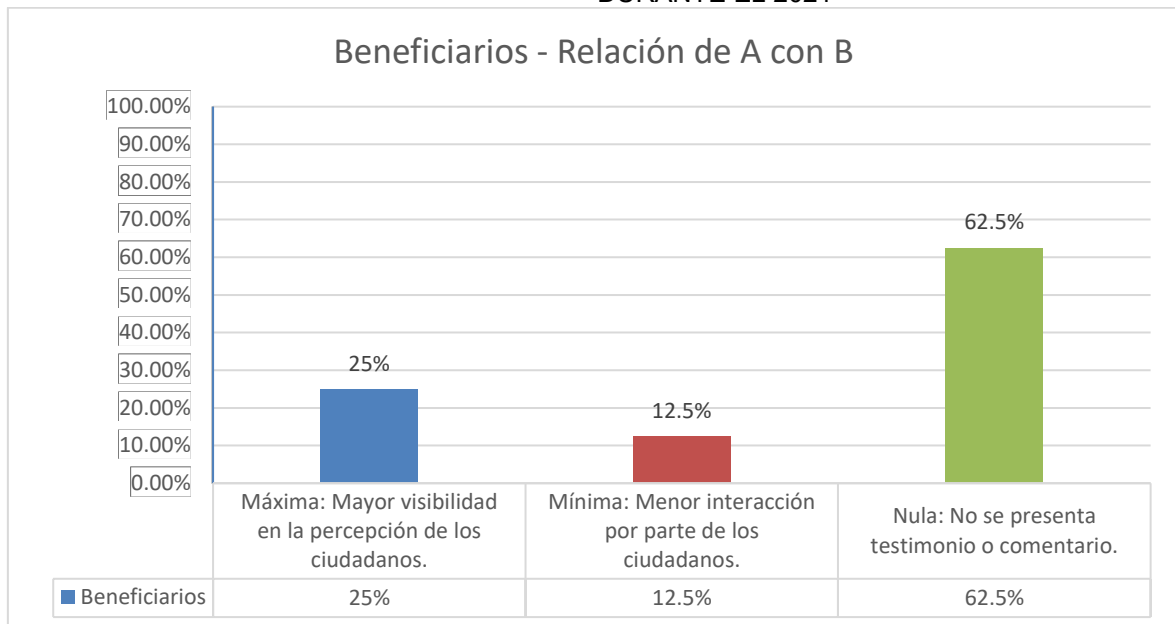
“Todo proyecto que la municipalidad viene realizando se publica en el periódico mural ya sea de las reuniones que el alcalde haya tenido con las autoridades o con la población de

cada caserío en conjunto con toda la directiva de la JASS de cada caserío.” (Participante 1)

“Tanto en el periódico mural como por radio de igual manera por las redes sociales damos evidencias de todos los proyectos de saneamiento básico que venimos realizando” (Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 6 (¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (62.5%) señalaron que existe una relación NULA, mientras que el 25% indican que existe una relación MÁXIMA y el otro 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información que ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades del cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad. Por ejemplo, la mayoría indica que no acude a la Municipalidad y por ende no ha observado publicaciones referentes al tema, otro porcentaje indica que ha visto fotografías pero que no van acompañadas de información detallada, lo cual no permite entender de que se trata la nota pegada en el periódico.

## FIGURA 16



**Figura 16. Beneficiarios - Relación entre la información que ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades del cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad.**

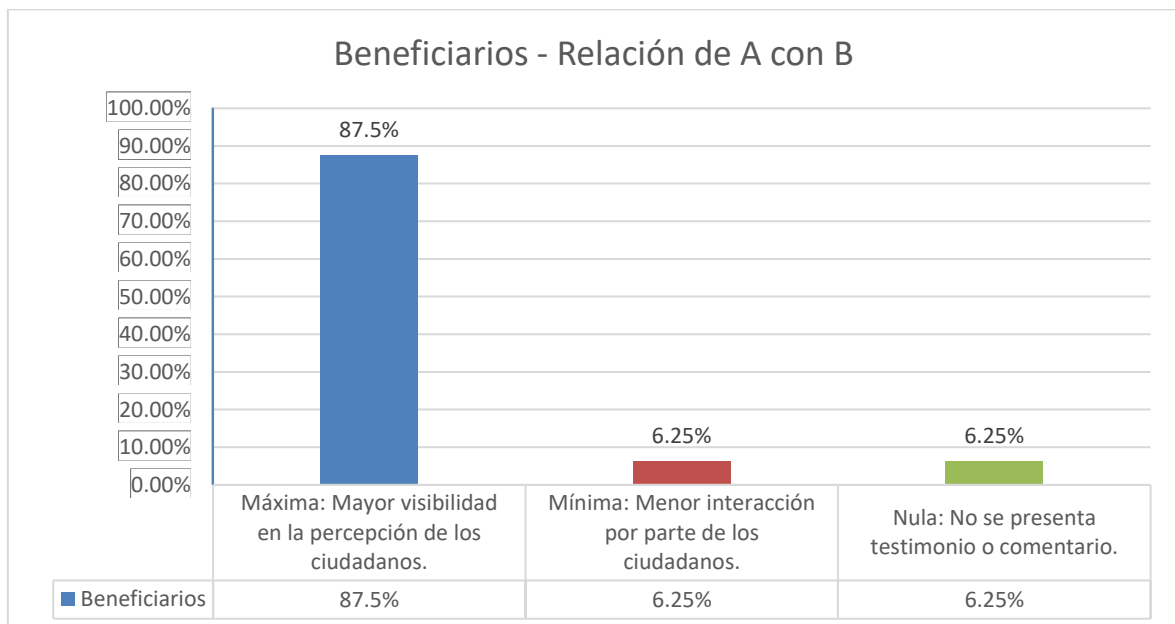
“No acudo a la municipalidad del distrito de Magdalena, pero si tengo conocimiento a través de las personas de aquí del distrito de Magdalena” (Participante 1)

“Igual, si he visto las fotos pegadas donde dice en que caseríos están haciendo esta obra y también las fotos de los cambios de tuberías para el pueblo, yo opino que está muy bien que se preocupen por ese tema y lo estén dando a conocer” (Participante 2)

Asimismo, desde el punto de vista de los beneficiarios, con relación a la pregunta 9 (¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (87.5%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 6.25% indican que existe una relación NULA y el otro 6.25% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y el cuidado del agua y la difusión de actividades de la mejora de su acceso para la

comunidad. Por ejemplo, detallaron que sí se realizan asambleas donde se les indica los trabajos de mejoramiento y mantenimiento que se vienen realizando y piden sus opiniones al respecto, a su vez indican que a raíz de ello el servicio de agua potable ha mejorado notablemente.

**FIGURA 17**



**Figura 17. Beneficiarios - Relación entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y el cuidado del agua y la difusión de actividades de la mejora de su acceso para la comunidad.**

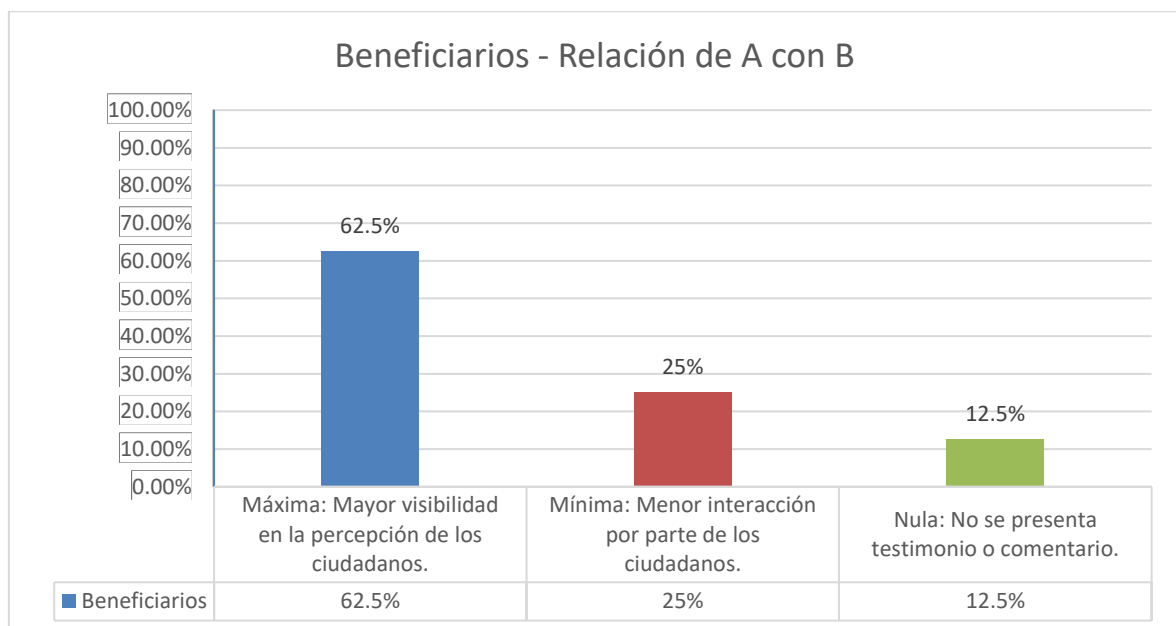
“La municipalidad en conjunto con la JASS siempre hace reuniones, nos ponen al tanto de lo que van a hacer y nos piden nuestra opinión y la verdad es que está bien que siempre nos llamen a informarnos; por ejemplo, ahorita están cambiando las tuberías y están clorando el agua” (Participante 1)

“Sí he participado de dichas reuniones donde nos informan los cambios que se hace para captar más agua porque en el pueblo sufrimos por agua en tiempo de que no llueve hay mucha escasez de agua, de esta manera nos mantienen informados el comité de la JASS como también la autoridad municipal.” (Participante 2)



De igual manera, desde el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 12 (¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (62.5%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, mientras que el 25% indican que existe una relación MÍNIMA y el otro 12.5% restante indicó que existe una relación NULA entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades del cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad. Por ejemplo, detallaron que por perifoneo o radio escuchan la invitación a la asamblea a desarrollar, y que es en la asamblea donde se les brinda detalles del mejoramiento y mantenimiento relacionado al agua.

**FIGURA 18**



**Figura 18. Beneficiarios - Relación entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades del cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad.**

“Como mencionaba anteriormente mediante perifoneo lo que hacen es invitar a las reuniones y en las reuniones entran a detalle de qué es lo que se va a hacer, por perifoneo

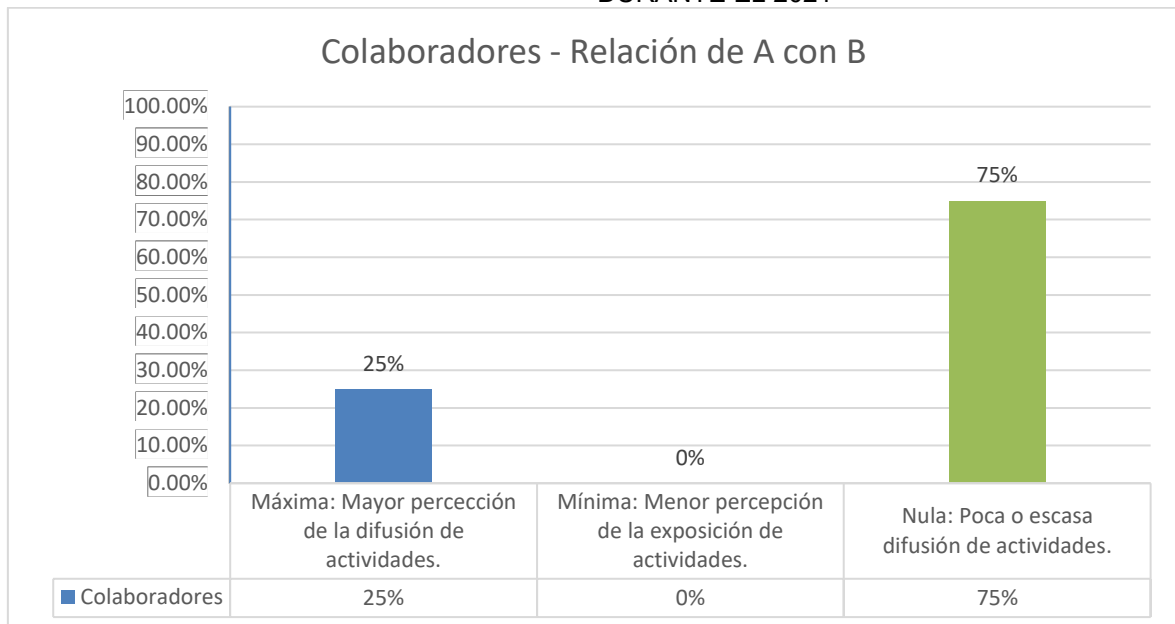
lo único que hacen es invitarnos a estas a estas asambleas y pienso que deberían ser más precisos y mencionar los puntos clave que se va a tratar en la reunión” (Participante 1)

“Mediante una citación como también el perifoneo nos invitaron a dicha reunión y me parece muy bien que nos hagan partícipes a todo el pueblo” (Participante 2)

**Objetivo específico 2: Describir la relación de la dimensión social de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 7 (¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, elaboración de notas informativas en la página de Facebook, transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live) se relacionan con la exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación NULA, el otro 25 % mencionó que existe una relación MÁXIMA entre la Comunicación Externa Online y la exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo. Por ejemplo, detallaron que se realizan contrataciones de docentes a cargo de Municipalidad distrital de Magdalena, sin embargo, no son difundidas en las redes sociales puesto que lo trabajan de manera interna.

**FIGURA 19**



**Figura 19. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Online y la exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo.**

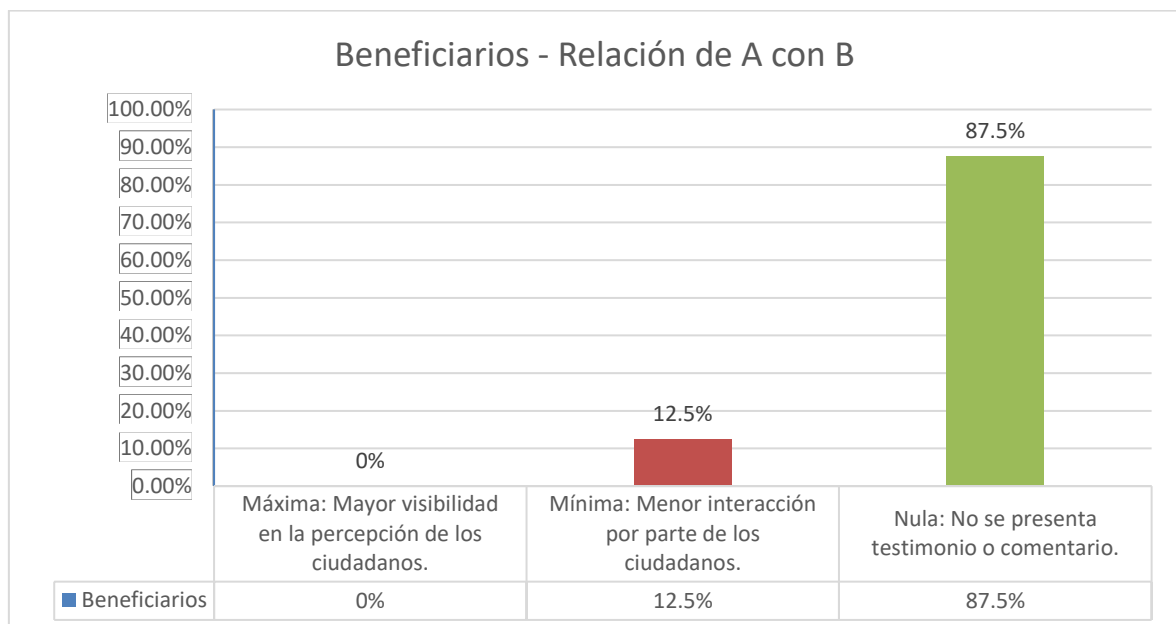
“Por el momento la municipalidad viene apoyando con cuatro docentes para la zona rural del distrito de Magdalena, pero estos apoyos no han sido publicitados mediante las redes por el momento, se maneja de manera interna con los mismos padres de familia de las instituciones con APAFA de cada institución, pero de manera interna por el momento” (Participante 1)

“La Municipalidad de Magdalena a cargo del licenciado Joel Godoy, tiene el firme compromiso como cada año a inicios de año contratar docentes para que vayan a diferentes instituciones donde se requiere y si bien es cierto no se hace alguna publicación porque se maneja de manera interna. Es por ello, que no se hace la publicación respectiva” (Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 13 (¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (87.5%) señalaron que existe

una relación NULA, mientras que el 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades del fortalecimiento del sistema educativo. Por ejemplo, indicaron en su mayoría conocer sobre las acciones que realiza la Municipalidad como contratación de docente y algunos mantenimientos a instituciones educativas, pero dichas actividades no son publicadas en las redes sociales.

**FIGURA 20**



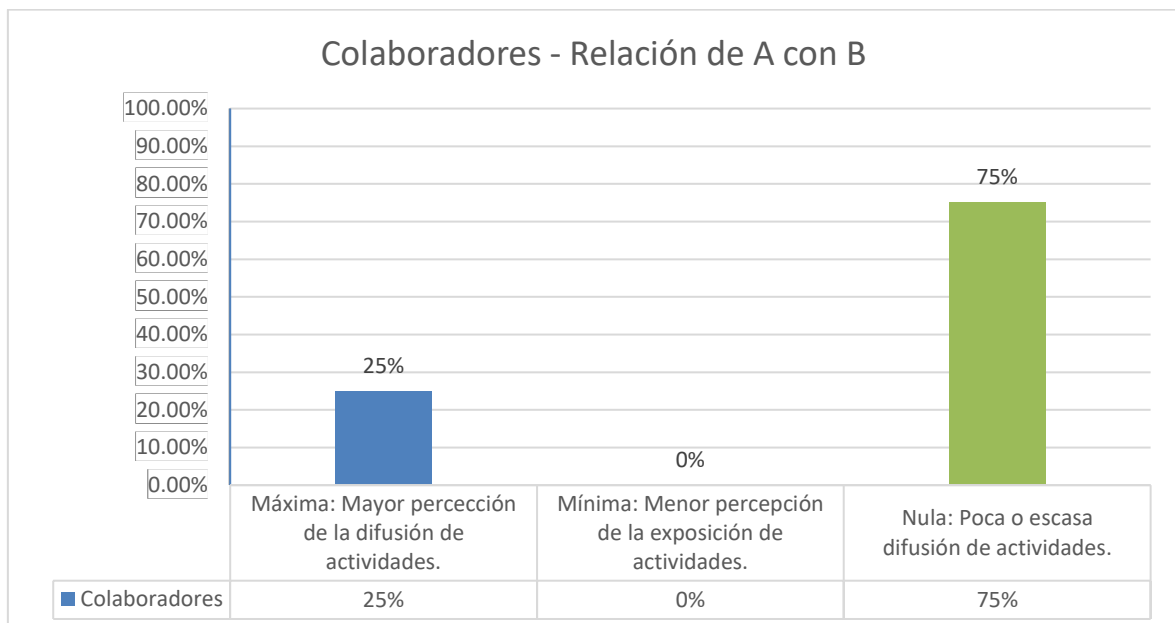
**Figura 20. Beneficiarios - Relación entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades del fortalecimiento del sistema educativo.**

“Lo que sé y he visto es algunos mantenimientos o construcciones que se hace a las instituciones educativas de las zonas rurales y también tengo conocimiento, pero no he visto en las redes sociales que se contratan a docentes para la zona rural” (Participante 1)

“En las redes sociales de la municipalidad de magdalena no existe mucha información al respecto, pero tengo el conocimiento que se contrata a docentes para la zona rural y también a los colegios y jardines se les entrega cuadernos lapiceros colores” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 8 (¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, elaboración de notas informativas en la página de Facebook, transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live) se relacionan con la exposición de los programas de participación vecinal? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación NULA, el otro 25 % mencionó que existe una relación MÁXIMA entre la Comunicación Externa Online y la exposición de los programas de participación vecinal. Por ejemplo, refieren que realizan actividades que buscan involucrar a la población, pero falta describir detalladamente la información referente a la participación vecinal en las redes sociales.

**FIGURA 21**



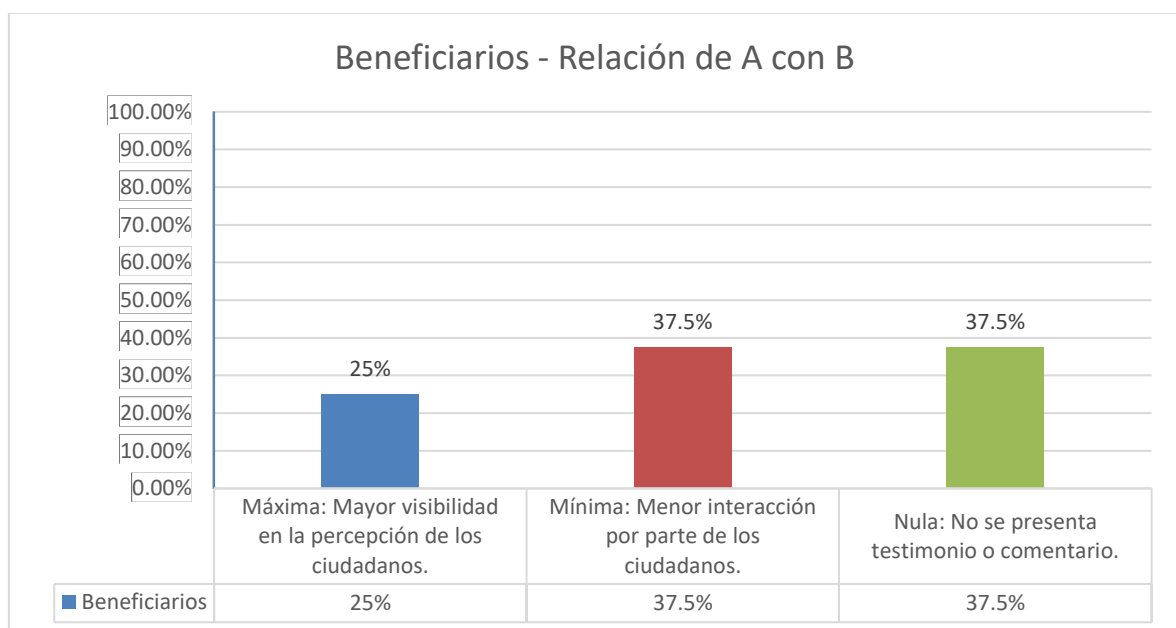
**Figura 21. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Online y la exposición de los programas de participación vecinal.**

“El señor alcalde ante cualquier proyecto se reúne con sus autoridades, población para la toma de decisiones, el alcalde pone el factor económico y la población apoya con la mano de obra no calificada para que los proyectos puedan darse” (Participante 1)

“Se convoca o invita a toda la población mediante sus autoridades locales en el cual se toman las decisiones para elaborar o hacer algún proyecto dentro de cada comunidad, primero se publica la invitación a toda la comunidad y luego se publica las fotografías en el periódico mural” (Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 14 (¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (37.5%) señalaron que existe una relación NULA, otro 37.5% indican que existe una relación MÍNIMA, mientras que el 25% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones. Por ejemplo, un porcentaje manifiesta no haber visto invitaciones en las redes sociales, mientras otro porcentaje indica haber visto comunicados invitándolos a participar, pero sin mayor detalle en dicha publicación, asimismo el porcentaje restante asegura haber visto tanto comunicados como invitaciones en las redes sociales donde hacen un llamado a la población a participar de la toma de decisiones del distrito.

**FIGURA 22**



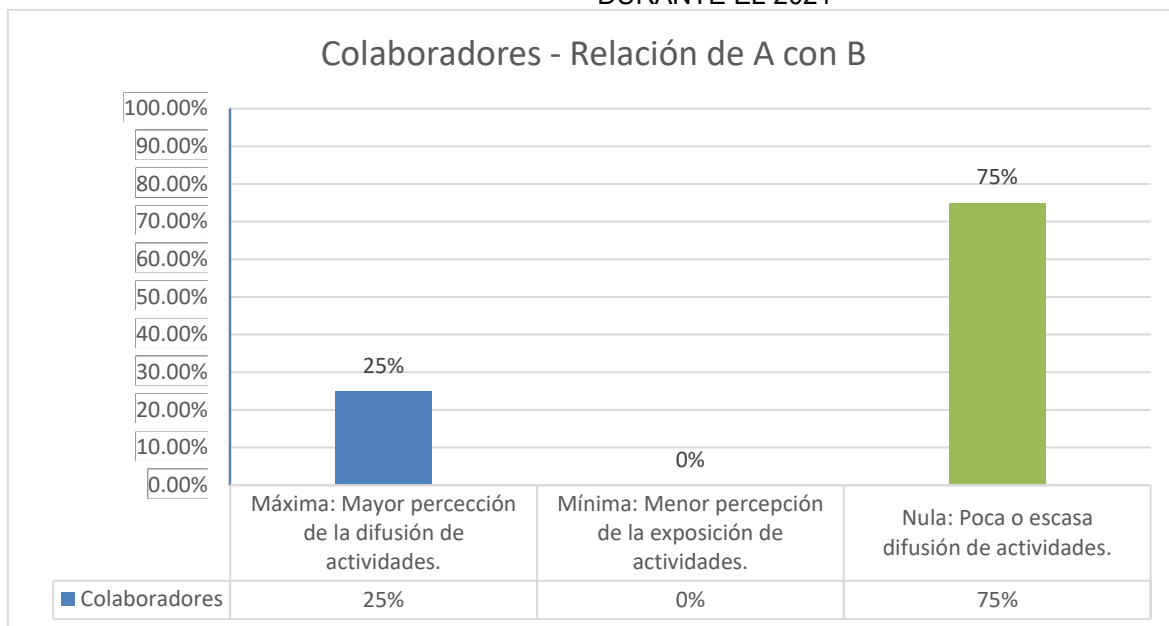
**Figura 22. Beneficiarios - Relación entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones.**

“Suben comunicados en el face donde nos citan para tomar una decisión en conjunto o en forma grupal sobre algún proyecto que es beneficioso para todos los moradores.”  
(Participante 1)

“Hay comunicados donde nos invitan a las reuniones para para tomar decisiones en conjunto como población y el alcalde.” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 9 (¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, asambleas generales, perifoneo, Difusión en radio) se relacionan con la exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación NULA, el otro 25 % mencionó que existe una relación MÁXIMA entre la Comunicación Externa Offline y la exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo. Por ejemplo, los entrevistados manifiestan que ejecutan programas de apoyo a la educación, las mismas que son mencionadas en las asambleas, pero mencionan que la difusión de dichas actividades tanto en el periódico mural, radio o perifoneo es mínima.

## FIGURA 23



**Figura 23. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Offline y la exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo.**

“El apoyo siempre está ahí cada año se contrata a docentes para las instituciones que donde hacen falta, y se maneja de manera interna” (Participante 1)

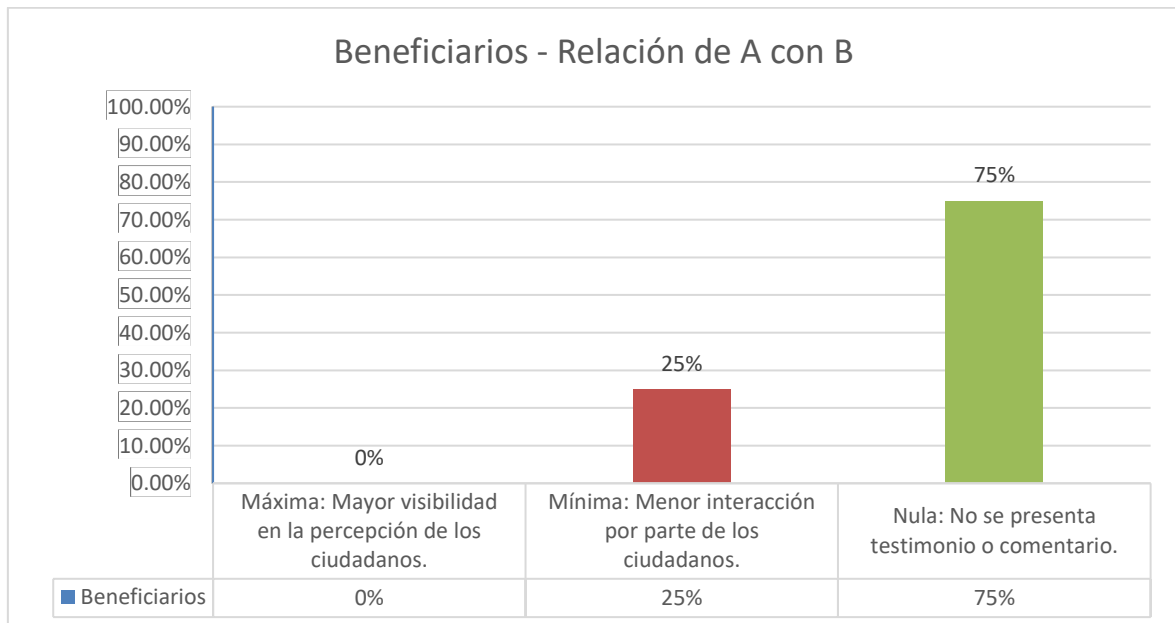
“Se apoya a la media de las posibilidades que hay aquí en la Municipalidad; por ello que no se hace la publicación de cuántos docentes contratarnos aquí en la Municipalidad para que no haya ningún problema o conflicto entre caseríos a los cuales se beneficia o no con los docentes” (Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 15 (¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (75%) señalaron que existe una relación NULA, mientras que el 25% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades del fortalecimiento del sistema educativo. Por ejemplo, algunos de los entrevistados refieren no acudir de manera frecuente a la Municipalidad y por ende no



han observado dichas publicaciones, otro porcentaje manifiesta haber visto publicaciones al respecto a inicios de año, y sugieren que se debería publicar de manera continua sobre el tema.

**FIGURA 24**



**Figura 24. Beneficiarios - Relación entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades del fortalecimiento del sistema educativo.**

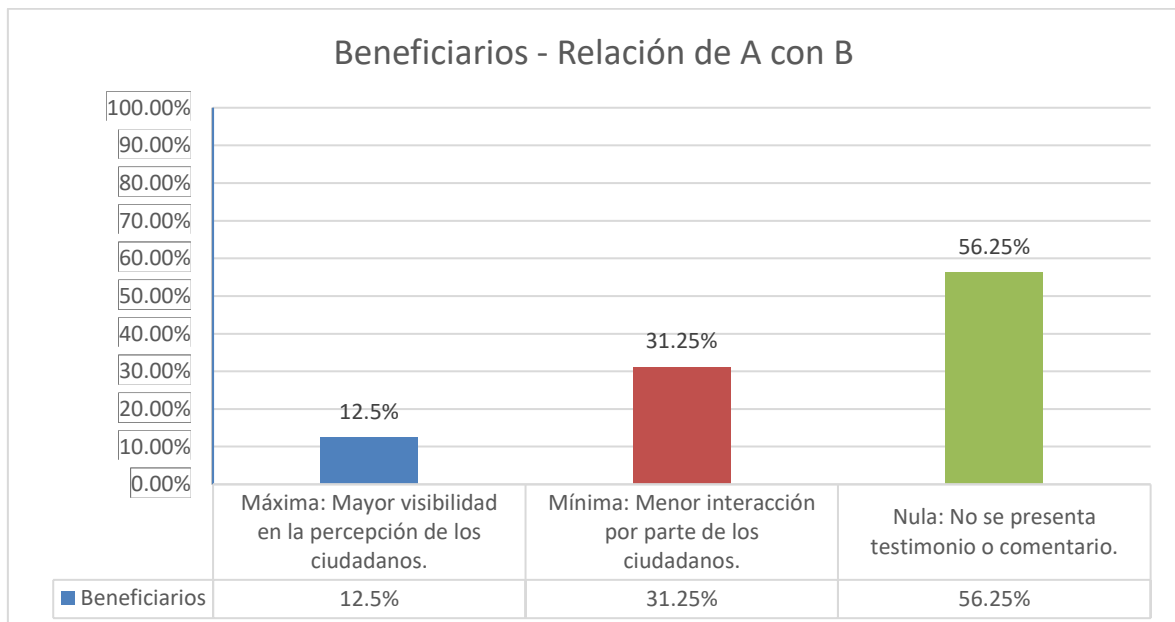
“Recientemente no he visto nada, pero hace algún tiempito atrás cuando empezaba las clases vi que habían publicado que se iba a contratar a docentes para que puedan apoyar en lo que es las zonas rurales” (Participante 1)

“Sobre esto en el periódico mural he visto en muy pocas ocasiones, quizás a comienzo del año escolar pero sí se sabe que se contrata profesores.” (Participante 2)

Asimismo, desde el punto de vista de los beneficiarios, con relación a la pregunta 17 (¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (56.25%) señalaron

que existe una relación NULA, el 31.25% indicó que existe una relación MÍNIMA, mientras que el 12.5% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades del fortalecimiento del sistema educativo. Por ejemplo, manifiestan que este tema se maneja mayormente de manera interna, que han sido pocas las veces que se han reunido específicamente para tratar este tema; pero que las veces que lo han hecho sí han explicado sobre la contratación de docentes para la zona rural, así como también el apoyo para el mantenimiento y mejoramiento de algunas instituciones educativas.

**FIGURA 25**



**Figura 25. Beneficiarios - Relación entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades del fortalecimiento del sistema educativo.**

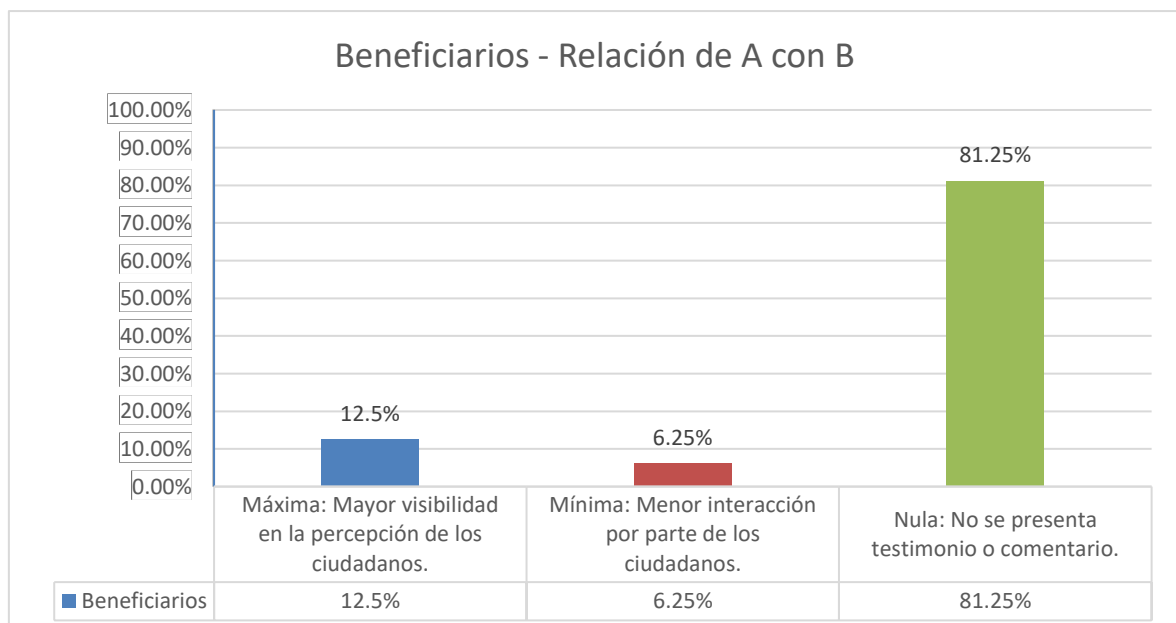
“En alguna ocasión he participado de algunas reuniones y en las cuales el alcalde da a conocer sobre las contrataciones y el apoyo que está dando al nivel educativo”  
(Participante 1)

“Asamblea para que traten exactamente eso no he ido, ha sido sobre otro tema, pero si nos informaron del contrato de los profesores para la altura, de los arreglos en las

escuelitas, así como lo hacen todos los años, y eso están bien pues que nos informen”  
(Participante 2)

De igual manera, desde el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 19 (¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre las acciones para el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. La mayoría (81.25%) señalaron que existe una relación NULA, el 12.5% indicó que existe una relación MÁXIMA, y el otro 6.25% restante manifestó que existe una relación MÍNIMA entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de las actividades sobre las acciones para el fortalecimiento del sistema educativo. Por ejemplo, indicaron que sobre ese tema no han escuchado ni en radio ni perifoneo, que la mayoría de las veces las autoridades manejan de manera interna dichas actividades, y que las veces que se ha hablado sobre el tema por estos medios ha sido para invitarlos a asambleas o reuniones.

**FIGURA 26**



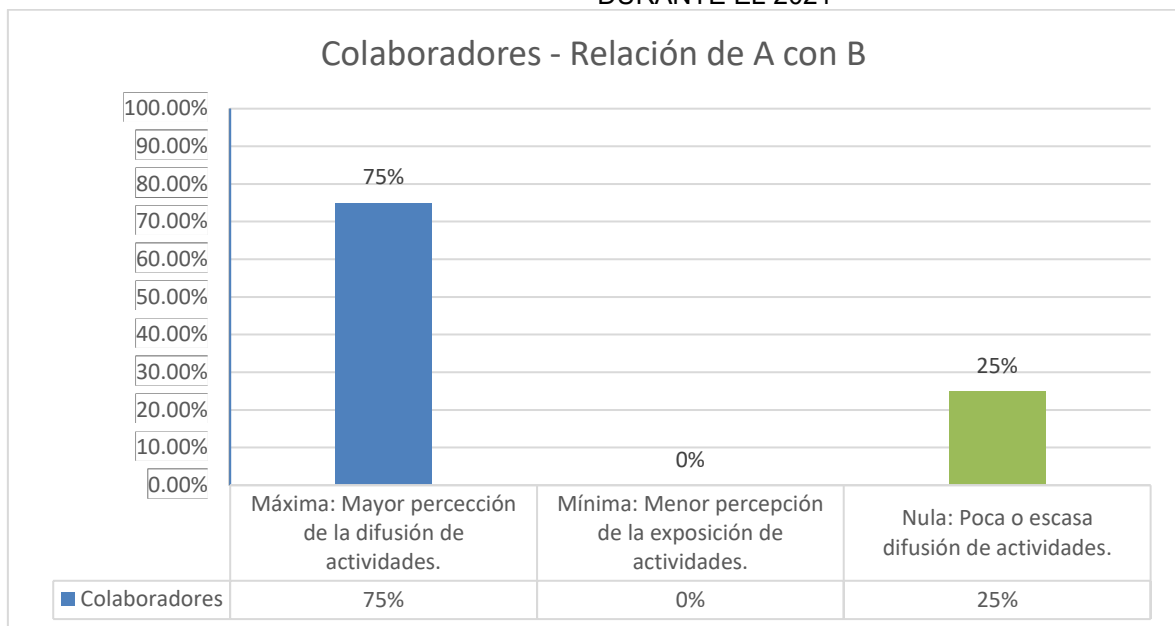
**Figura 26. Beneficiarios - Relación entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de las actividades sobre las acciones para el fortalecimiento del sistema educativo.**

“No la verdad es que no si es que hay alguna reunión para este tipo de cosas me imagino que deben hacerlo interno y deberían difundirlo por perifoneo por radio porque es importante nosotros conocer de esto del sobre todo de la educación que es un factor muy importante para nuestra sociedad” (Participante 1)

“A perifonear del sistema educativo me parece no hasta el momento no salen me parece que lo hacen, lo manejan interna mente ahí en la municipalidad” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 10 (¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, asambleas generales, perifoneo, difusión en radio) se relacionan con la exposición de los programas de participación vecinal? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, el otro 25 % mencionó que existe una relación NULA entre la Comunicación Externa Offline y la exposición de los programas de participación vecinal. Por ejemplo, los entrevistados refieren que sí existe participación vecinal en el distrito y sí las publican en el periódico mural, radio o perifoneo, así como también en las asambleas que se llevan a cabo en el distrito.

## FIGURA 27



**Figura 27. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Offline y la exposición de los programas de participación vecinal.**

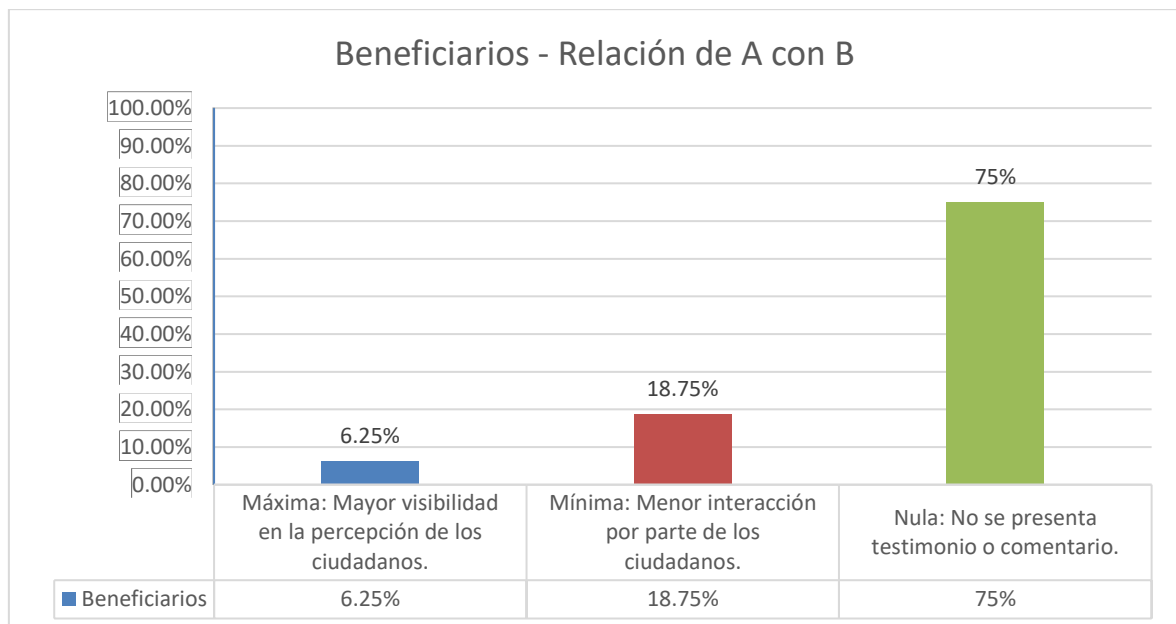
“Bueno se evidencian con Invitaciones y bueno publicaciones en el periódico mural.”  
(Participante 1)

“Si efectivamente nosotros tenemos participación vecinal, y nos reunimos para tomar algunas decisiones de manera conjunta y para la cual siempre hacemos las convocatorias publicitarias tanto a nivel de documentación, como también perifoneando por nuestra ciudad” (Participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 16 (¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (75%) señalaron que existe una relación NULA, el 18.75% indicó que existe una relación MÍNIMA, mientras que el 6.25% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones. Por ejemplo, refieren que no han visto comunicados o invitaciones publicadas en el periódico mural ya que no acuden

con frecuencia a la Municipalidad, otros entrevistados manifiestan sí haber visto comunicados, pero no de manera frecuente.

**FIGURA 28**



**Figura 28. Beneficiarios - Relación entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones.**

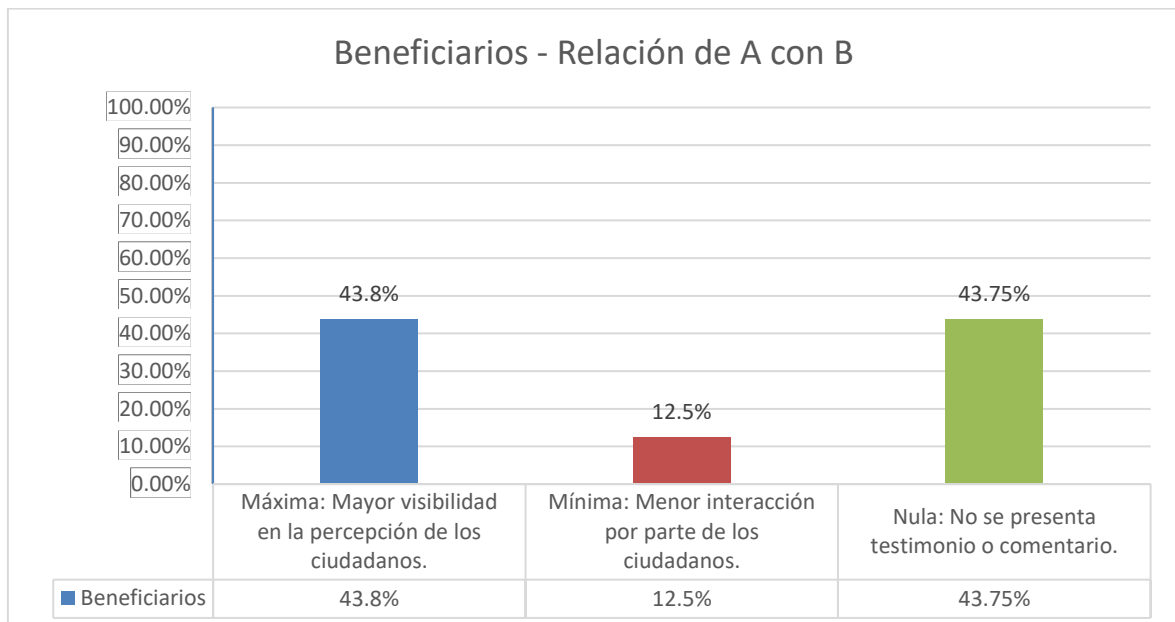
“Sí he visto algunas invitaciones y he participado de algunas reuniones en donde se toman decisiones en conjunto.” (Participante 1)

“Como mencioné, no voy por la municipalidad, no sabría, pero sería bueno que además del periódico mural, promover las reuniones por radio para que la población pueda ser participe y tenga conocimiento de estas actividades tan importantes.” (Participante 2)

Asimismo, desde el punto de vista de los beneficiarios, con relación a la pregunta 18 (¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (43.75%) señalaron que existe una relación NULA, el 43.75% indicó que existe una relación MÁXIMA, mientras

que el 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones. Por ejemplo, señalaron que sí realiza invitaciones a dichas asambleas, pero muchos de ellos no participan, otro porcentaje indicó que sí participan de las asambleas y que en ellas explican sobre proyectos, sobre cómo pueden trabajar autoridades y población en conjunto.

**FIGURA 29**



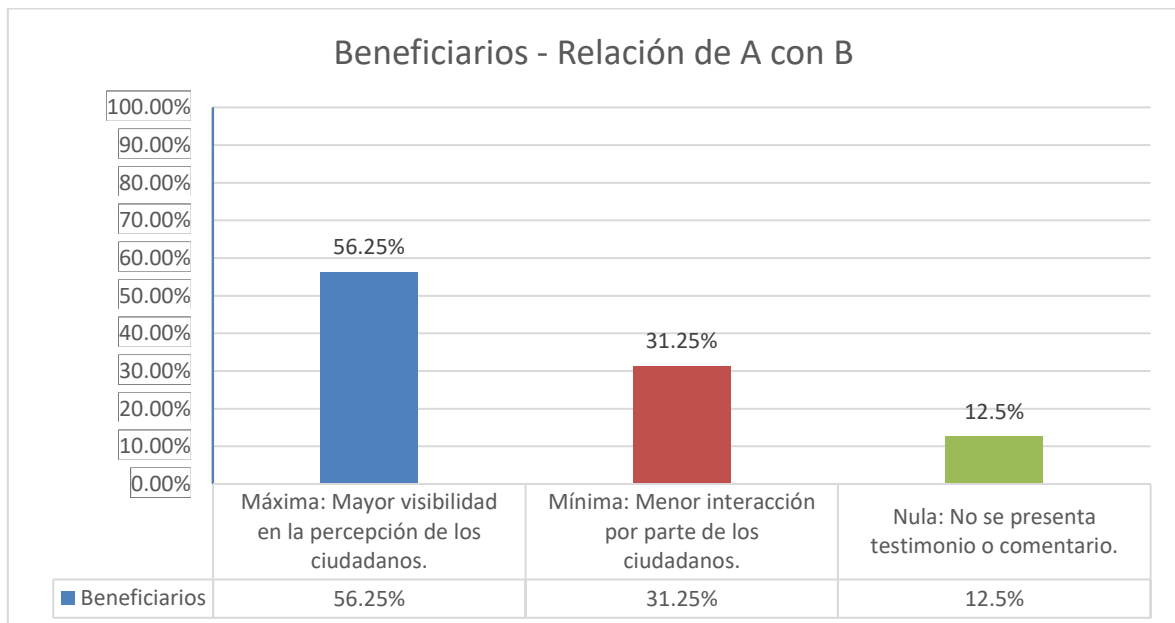
**Figura 29. Beneficiarios - Relación entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones.**

“En este tema tampoco he participado los que participan más en casa son mis padres a los que básicamente les llegan la invitación y pues sí nos han podido comunicar un poco respecto a esto, pero yo no he participado” (Participante 1)

“Sí he participado en esa asamblea donde la municipalidad da a conocer todos los proyectos que están en desarrollo y también la población da sus opiniones en los cuales llegan a la conclusión donde forman los comités fiscalizadores para cada proyecto” (Participante 2)

De igual manera, desde el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 20 (¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un 56.25% señalaron que existe una relación MÁXIMA, el 31.25% indicó que existe una relación MÍNIMA, y el otro 12.5% restante manifestó que existe una relación NULA entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones. Por ejemplo, indicaron que salen a perifonear por la ciudad invitando a las asambleas, y es en el desarrollo de éstas donde se toma acuerdos o se busca involucrar a la población en la toma de decisiones, otro grupo manifestó no haber escuchado las invitaciones y por ende no haber participado en las reuniones mencionadas tanto por la radio como perifoneo.

**FIGURA 30**



**Figura 30. Beneficiarios - Relación entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición**



***de las actividades sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones.***

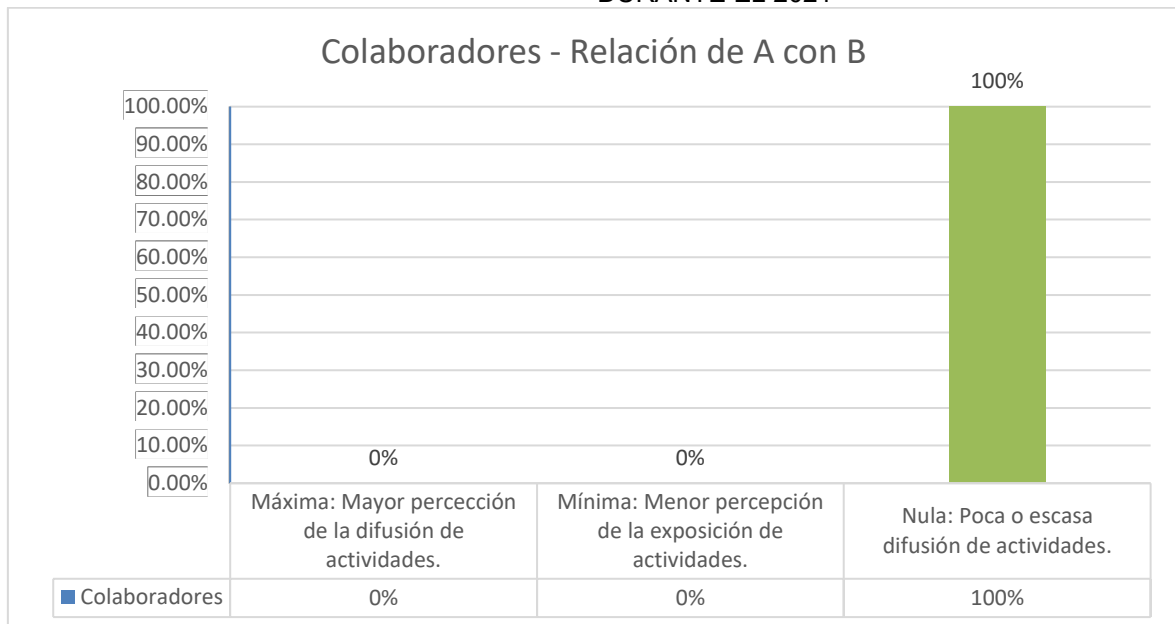
“Eso sí escuché por la radio donde nos invitan para tomar decisiones y que esas decisiones sean en beneficio del pueblo o sea de todos nosotros.” (Participante 1)

“Si mediante radio si hemos escuchado y si nos invitan a las reuniones ya ahí nos indican de que tema va a tratar.” (Participante 2)

**Objetivo específico 3: Detallar la relación de la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 11 (¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, elaboración de notas informativas en la página de Facebook, transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live) se relacionan con la exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability)? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian el mismo punto de vista. El 100% señalaron que existe una relación NULA entre la Comunicación Externa Online y la exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability). Por ejemplo, los entrevistados refieren que sí se rinde cuentas en el distrito, pero que estas no han sido publicadas en las redes sociales, ya que se manejan de manera directa con la población, mediante asambleas.

**FIGURA 31**



**Figura 31. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Online y la exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability)**

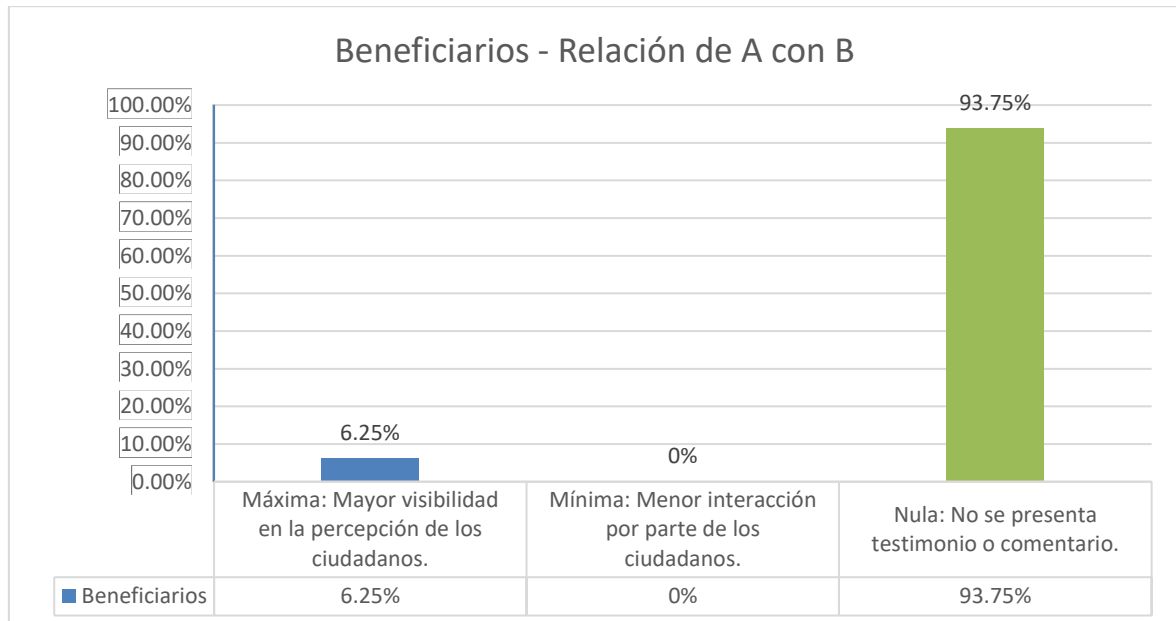
“Este tipo de publicaciones no se viene publicitando en Facebook ni en WhatsApp, pero si el señor alcalde en cada inauguración de obra brinda y da a conocer el presupuesto gastado, los gastos realizados a la población asistente” (participante 1)

“Este tipo de rendiciones lo que usted dice, mayormente se hacen asambleas al inicio de obra o al termino de dicha obra, ahí se da a conocer el presupuesto que ha sido en beneficio para dicho proyecto” (participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 21 (¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena con respecto a la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas)? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (93.75%) señalaron que existe una relación NULA, el 6.25% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de las actividades sobre la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas). Por ejemplo, refieren no haber visto nada en las redes sociales

referente a este tema, que sí se hace rendición de cuentas, pero en eventos públicos o asambleas.

**FIGURA 32**



**Figura 32. Beneficiarios - Relación entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de las actividades sobre la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas).**

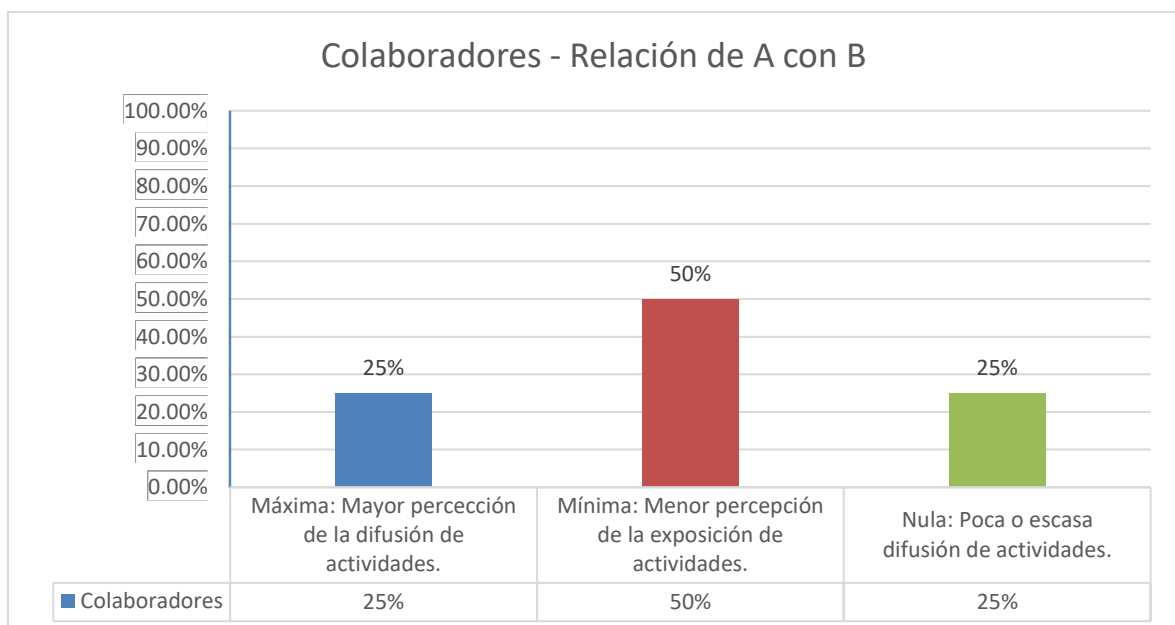
“En Facebook no hay mucha información al respecto, pero sí hace una rendición de cuentas si informan a la población, qué proyectos han ejecutado y dónde está yendo el presupuesto.” (participante 1)

“Antes que empiece la pandemia la municipalidad dio a conocer sobre la rendición de cuentas sobre el presupuesto que había llegado ese año para el distrito y también explicó de qué manera lo iba a emplear todo el presupuesto en las cosas principales que serían para nuestro distrito.” (participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 12 (¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, elaboración de notas

informativas en la página de Facebook, transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live) se relacionan con la exposición de las acciones para atraer la inversión privada? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (50%) señalaron que existe una relación MÍNIMA, mientras que el 25% mencionó que existe una relación MÁXIMA, y el otro 25% refiere que existe una relación NULA entre la Comunicación Externa Online y la exposición de las acciones para atraer la inversión privada. Por ejemplo, los entrevistados señalan que sí se registran los eventos, pero que estos son publicados con mínima información en las redes sociales.

**FIGURA 33**



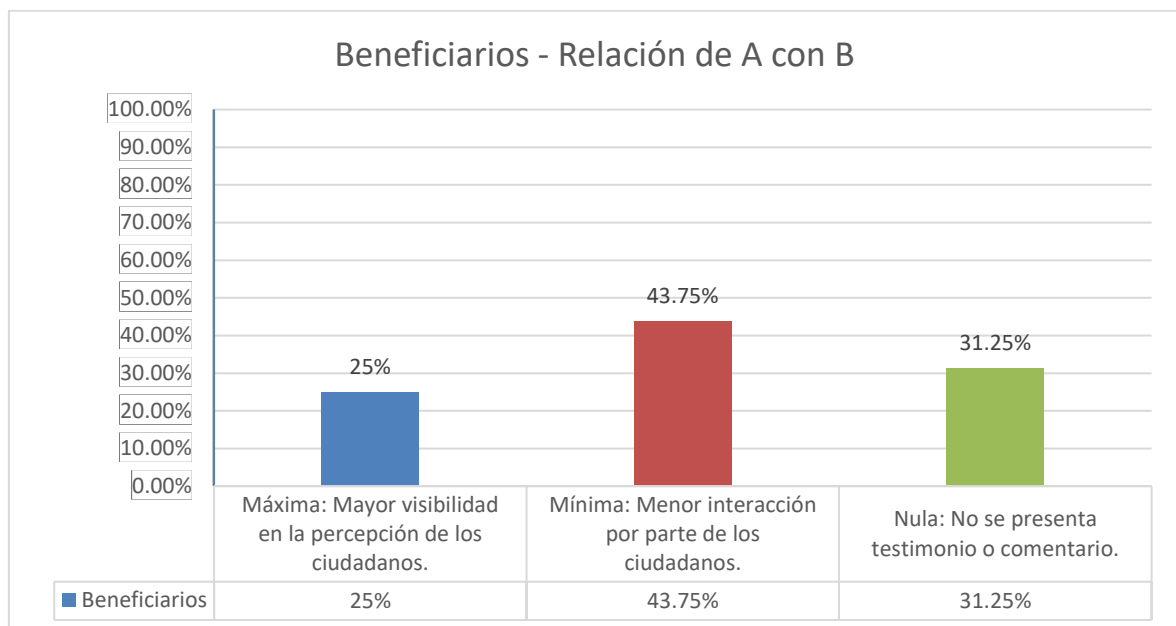
**Figura 33. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Online y la exposición de las acciones para atraer la inversión privada.**

“Se evidencia con distintas fotografías y algunas filmaciones que se hacen en las reuniones que tiene el alcalde con el Gobierno central.” (participante 1)

“En algunas oportunidades que el señor alcalde ya sea que se reúna con la empresa privada o con el Gobierno central estas reuniones son publicadas mediante Facebook” (participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 22 (¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena para atraer la inversión privada al distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un 43.75% señalaron que existe una relación MÍNIMA, el 31.25% indicó que existe una relación NULA, y el 25% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de las actividades sobre las acciones para atraer la inversión privada al distrito. Por ejemplo, refieren haber visto publicaciones sobre las distintas reuniones que tiene el alcalde con personajes de empresas privadas, pero que no hay mayor información en cada publicación y sugieren ahondar en el tema para que así se den por enterados.

**FIGURA 34**



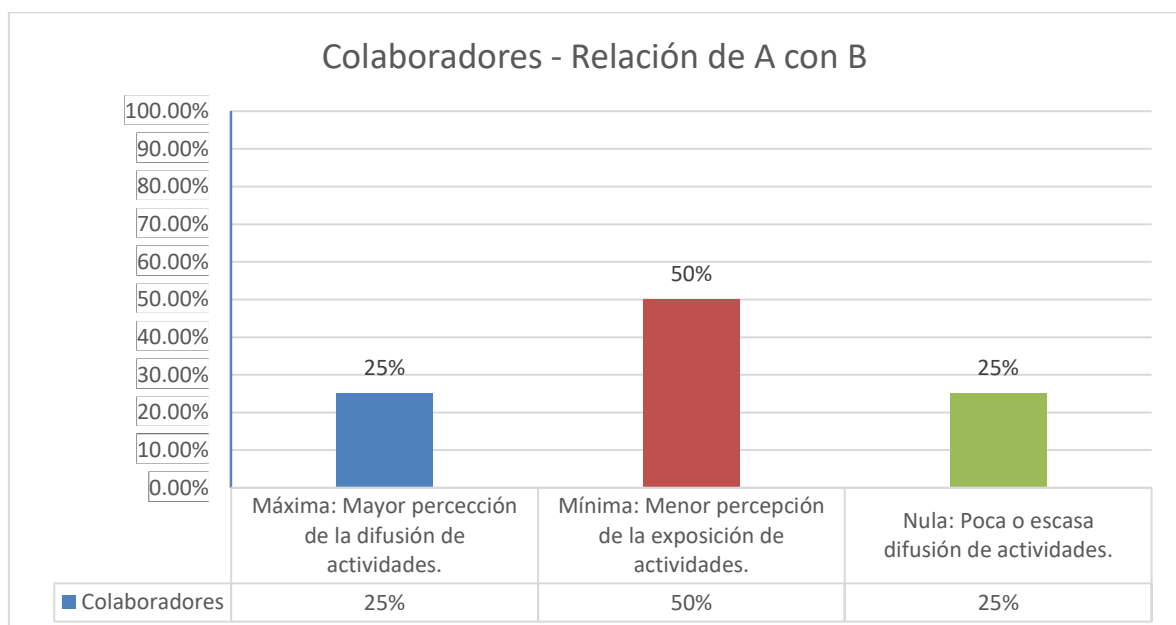
**Figura 34. Beneficiarios - Relación entre la información encontrada en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de las actividades sobre las acciones para atraer la inversión privada al distrito.**

“Han subido algunas fotografías donde se reúnen con empresas privadas no pero no está detallado de qué trata la verdad” (participante 1)

“Bueno lo que tengo entendido y tengo conocimiento es que el alcalde viene realizando gestiones con empresas privadas, con el Gobierno central para que estos den un aporte al distrito y está perfecto es muy importante si las empresas privadas o lo que fuese puedan invertir o generar una inversión en nuestro pueblo” (participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 13 (¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, Asambleas generales, Perifoneo, Difusión en radio) se relacionan con la exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability)? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (50%) señalaron que existe una relación MÍNIMA, mientras que el 25% mencionó que existe una relación MÁXIMA, y el otro 25% refiere que existe una relación NULA entre la Comunicación Externa Offline y exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability). Por ejemplo, los entrevistados señalan que sí se realizan asambleas para rendir cuentas, las mismas que se registran mediante fotografías y videos, pero que estos son publicados de manera general tanto en el periódico mural, como en la radio o perifoneo.

**FIGURA 35**



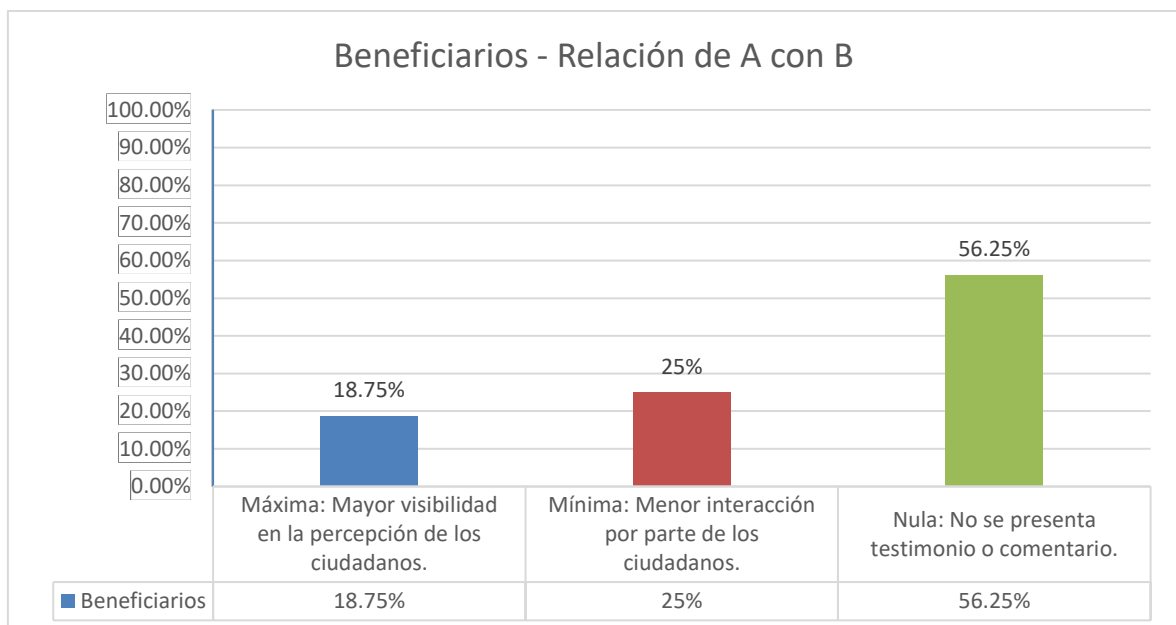
**Figura 35. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Offline y exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability).**

“El señor alcalde en cada inauguración de obra da la información sobre el presupuesto gastado, invertido. Este tipo de información solo se brinda en una Asamblea General donde todos los pobladores de cada caserío se reúnen para estar presente en la inauguración de cada obra que se realiza” (participante 1)

“Tanto por nuestro periódico, por la radio, por nuestras redes sociales, nuestra página, nuestro Facebook, publicitamos estas acciones y como reiteró informamos sobre las acciones, sobre los presupuestos que viene a nuestro destino de Magdalena que son bastantes reducidos y que tenemos que buscar y gestionar ante otras instituciones.” (participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 23 (¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena con respecto a la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas)? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (56.25%) señalaron que existe una relación NULA, el 25% indicó que existe una relación MÍNIMA, y el 18.75% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de las actividades sobre la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas). Por ejemplo, señalan que ese tipo de información no han visto en el periódico mural, muchos de ellos por no acudir a las instalaciones de la Municipalidad. Otro porcentaje indicó haber visto sólo un cuadro donde se indica el presupuesto con el que cuenta el distrito y de qué manera será distribuido.

**FIGURA 36**



**Figura 36. Beneficiarios - Relación entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de las actividades sobre la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas).**

“He visto algunas fotos que el alcalde tiene con representantes de empresas privadas, pero más allá no sé porque falta información no sé de qué empresas son y sería importante que difundan.” (participante 1)

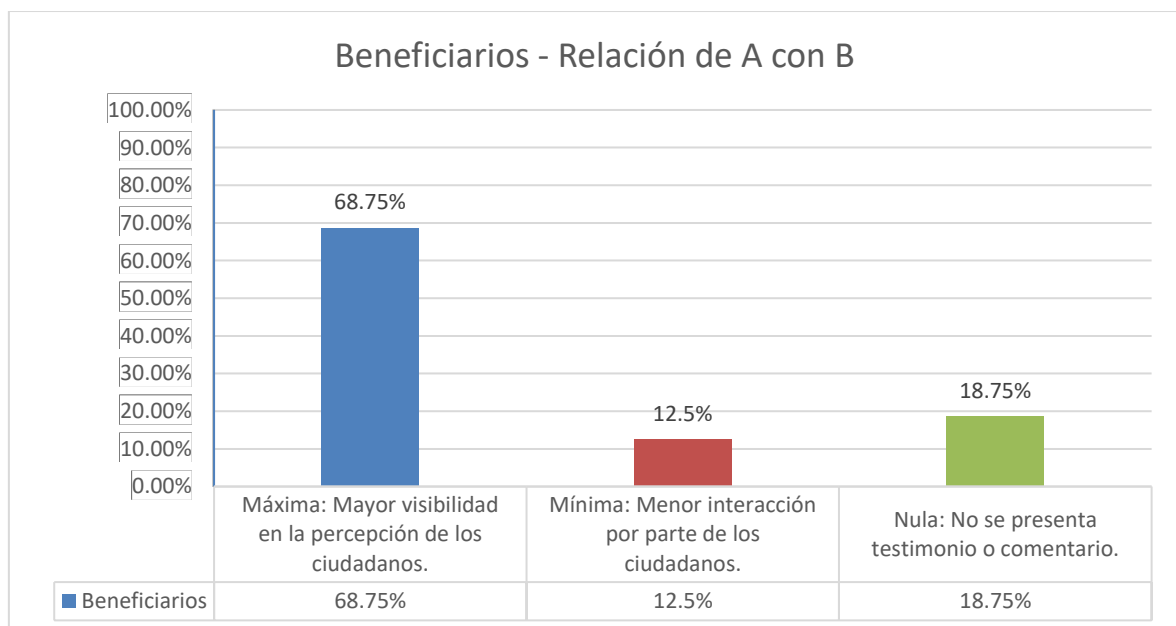
“No, no he visto ninguna información ya que no voy a las instalaciones” (participante 2)

Asimismo, desde el punto de vista de los beneficiarios, con relación a la pregunta 25 (¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de



Magdalena con respecto a cómo se está destinando el presupuesto para la inversión pública (rendir cuentas)? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (68.75%) señalaron que existe una relación MÁXIMA, el 18.75% indicó que existe una relación NULA, y el 12.5% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades sobre cómo se está destinando el presupuesto para la inversión pública (rendir cuentas). Por ejemplo, manifiestan haber participado de algunos eventos y asambleas donde se dio a conocer sobre la rendición de cuentas de la actual gestión, otro porcentaje indica no haber escuchado nada sobre el tema.

**FIGURA 37**



**Figura 37. Beneficiarios - Relación entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades sobre cómo se está destinando el presupuesto para la inversión pública (rendir cuentas)**

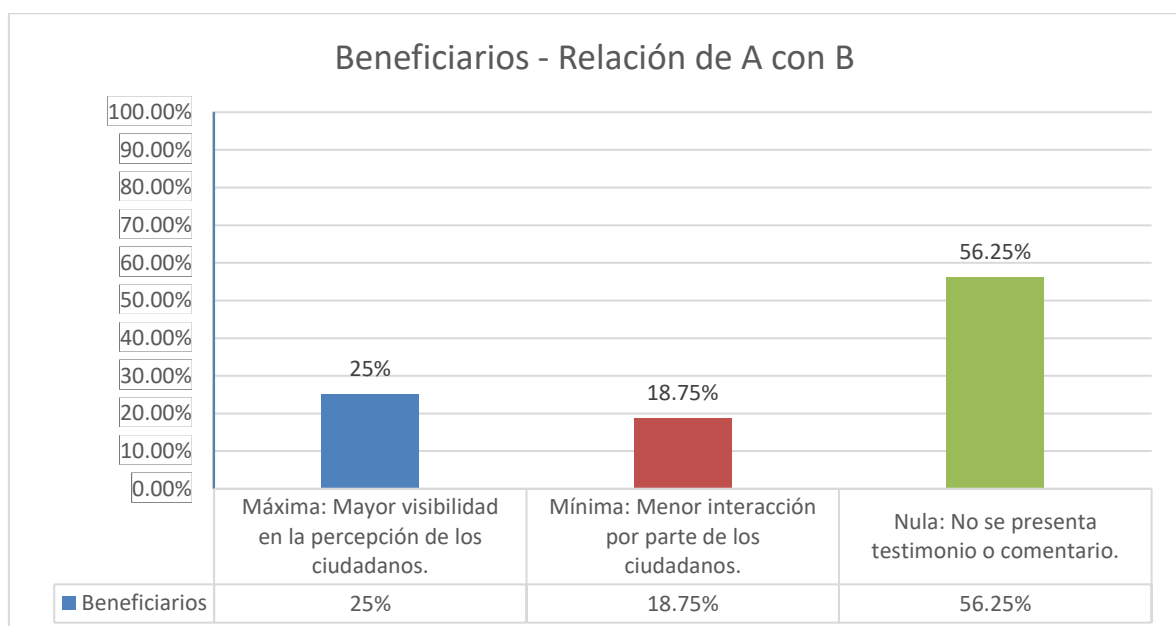
“Sí, antes de la pandemia hizo una en el coliseo, el año pasado lo hizo en el cabildo municipal para el aniversario del pueblo, ya este año no ha hecho aún, esperamos que lo haga fin de año o en el aniversario en febrero, yo creo que eso sí están bien que nos dé a

conocer así sabemos que se hace con la plata del pueblo y en que lo están gastando o invirtiendo” (Participante 1)

“No, no he escuchado de eso. Deberían informarnos cuánto dinero llega a la municipalidad, a donde lo destinan y para que proyectos se va a utilizar” (Participante 2)

De igual manera, desde el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 27 (¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre cómo se está destinando el presupuesto en el distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (56.25%) señalaron que existe una relación NULA, el 25% indicó que existe una relación MÁXIMA, y el 18.75% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades sobre cómo se está destinando el presupuesto en el distrito. Por ejemplo, refieren no haber escuchado la información a detalle sobre este tema, lo que aseguran haber escuchado es la invitación a asambleas donde se iba a tratar este tema.

**FIGURA 38**



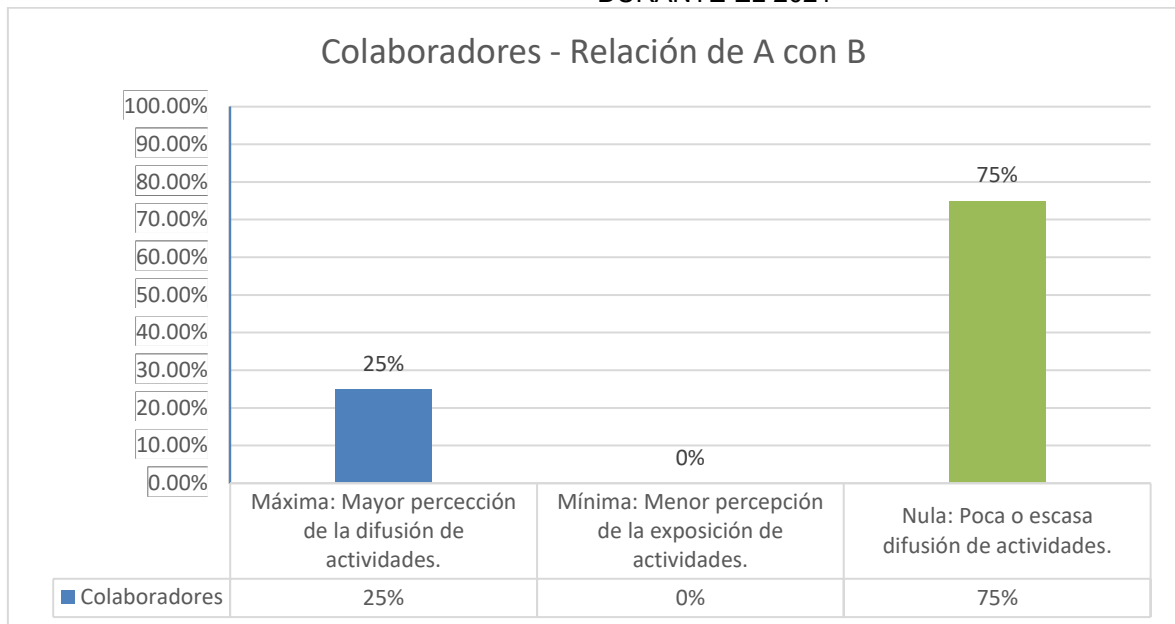
***Figura 38. Beneficiarios - Relación entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades sobre cómo se está destinando el presupuesto en el distrito.***

“Sí escuchado, pero como propaganda de las obras que está realizando cuánto de presupuesto está asignado para cada obra, más nos informan de manera directa y entendible en las asambleas pues no.” (Participante 1)

“Lo único que se escucha mediante perifoneo es de las reuniones que se van a desarrollar, pero no explica un tema específicamente, eso ya lo detalla en cada reunión que se realiza y debería difundirse por perifoneo por radio especialmente porque existimos personas que no podemos estar presentes en las diferentes asambleas” (Participante 2)

En la perspectiva de los colaboradores, con relación a la pregunta número 14 (¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, asambleas generales, perifoneo, difusión en radio) se relacionan con la exposición de las acciones para atraer la inversión privada? ¿Cómo se evidencia?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. En su mayoría (75%) señalaron que existe una relación NULA, mientras que el 25% mencionó que existe una relación MÁXIMA, entre la Comunicación Externa Offline y la exposición de las acciones para atraer la inversión privada. Por ejemplo, los entrevistados señalan que sí se registran los eventos, pero que estos no son publicados en el periódico mural, difusión radial o perifoneo; ya que buscan informar de manera directa a los pobladores mediante asambleas.

## **FIGURA 39**



**Figura 39. Colaboradores - Relación entre la Comunicación Externa Offline y la exposición de las acciones para atraer la inversión privada.**

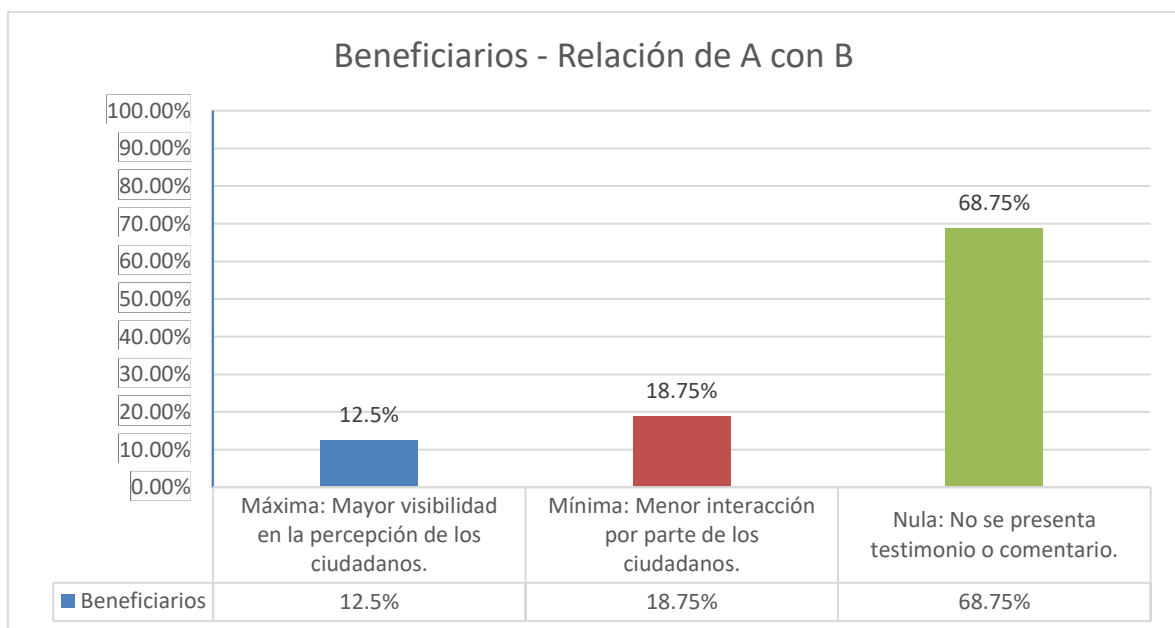
“Los recursos que se han podido conseguir para diferentes obras, pero lo que se puede conseguir si bien es cierto se publica a través de nuestras redes sociales y asimismo se da a conocer a la población mediante reuniones, asambleas, trabajos comunales” (participante 1)

“Bueno el alcalde hace las gestiones de proyectos hacia nuestro distrito mediante reuniones con la empresa privada y luego se publica con fotografías y algunas filmaciones que se puede hacer.” (participante 2)

Por otro lado, según el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 24 (¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena para atraer la inversión privada al distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (68.75%) señalaron que existe una relación NULA, el 18.75% indicó que existe una relación MÍNIMA, y el 12.5% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades sobre la inversión privada al distrito. Por ejemplo, indican no haber visto publicaciones en el periódico mural, muchos de ellos

porque no acuden a la Municipalidad, otro porcentaje manifiesta haber observado algunas fotografías sobre el tema, pero con escasa información.

**FIGURA 40**



**Figura 40. Beneficiarios - Relación entre la información vista en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la difusión de actividades sobre la inversión privada al distrito.**

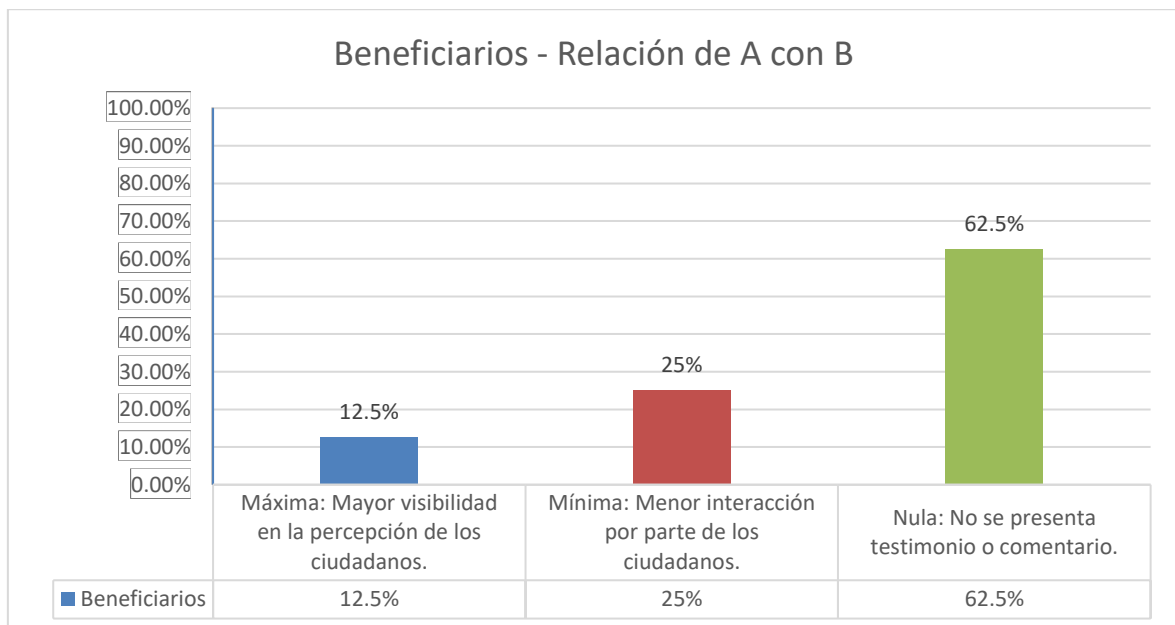
“La verdad es que falta detallar cada foto porque a veces solo se ve la imagen pegada en el periódico mural pero no nos indican de que se trata.” (participante 1)

“Quizás lo publican y también varios temas, pero como yo no voy a la municipalidad de Magdalena no tengo conocimiento de eso.” (participante 2)

Asimismo, desde el punto de vista de los beneficiarios, con relación a la pregunta 26 (¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre las acciones que se realizan para atraer la inversión privada al distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (62.5%) señalaron que existe una relación NULA, el 25% indicó que existe una

relación MÍNIMA, y el 12.5% restante indicó que existe una relación MÁXIMA entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades sobre las acciones que se realizan para atraer la inversión privada al distrito. Por ejemplo, señalan no tener conocimiento sobre asambleas para tratar este tema, que saben de las actividades que viene realizando el alcalde con respecto a ello, pero no han participado de reuniones sobre esto.

**FIGURA 41**



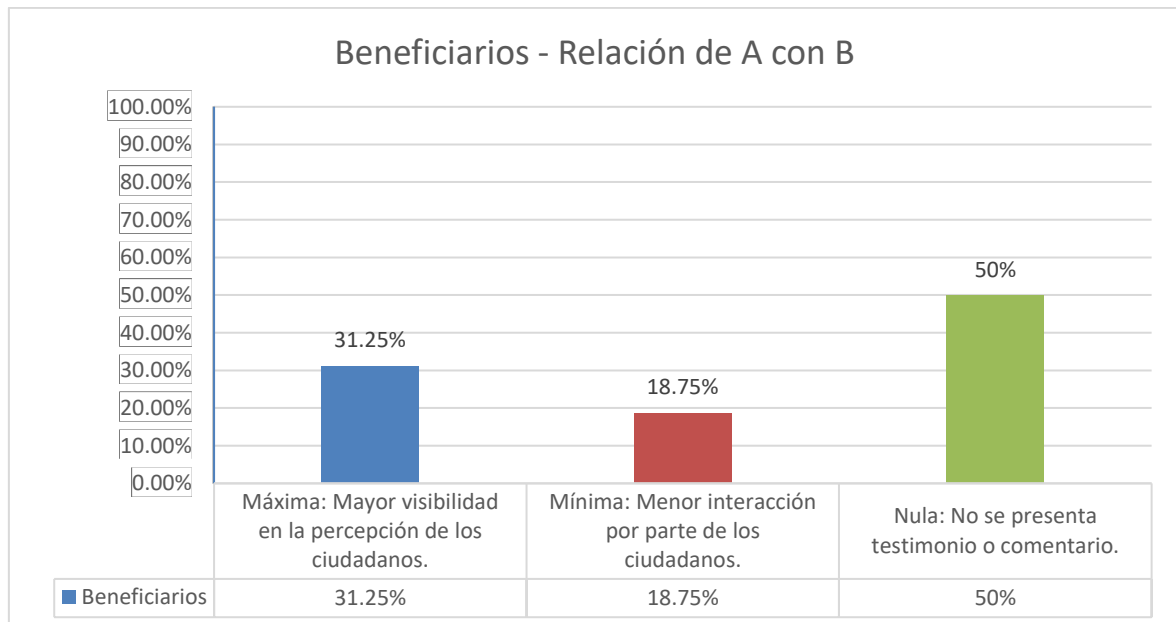
**Figura 41. Beneficiarios - Relación entre la asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena y la exposición de actividades sobre las acciones que se realizan para atraer la inversión privada al distrito.**

“Yo no he asistido a ninguna asamblea, pero sí me han comentado que el alcalde se está reuniendo este con las empresas privadas y el Gobierno central para presupuesto al distrito. Que si en esa parte sí está muy bien porque de esa manera genera desarrollo y trabajo para nuestro distrito” (Participante 1)

“No he tenido la oportunidad de participar, pero sí tengo conocimiento por algunos vecinos que si están realizando algunas gestiones para atraer inversión privada.” (Participante 2)

De igual manera, desde el criterio de los beneficiarios, con relación a la pregunta 28 (¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre cómo se promueven proyectos de inversión en el distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?), los participantes evidencian distintos puntos de vista. Un (50%) señalaron que existe una relación NULA, el 31.25% indicó que existe una relación MÁXIMA, y el 18.75% restante indicó que existe una relación MÍNIMA entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades sobre cómo se está destinando el presupuesto en el distrito. Por ejemplo, refieren no haber escuchado información sobre este tema, otro porcentaje indica que ha escuchado como propaganda sobre las reuniones que viene teniendo el alcalde con la empresa privada.

**FIGURA 42**



**Figura 42. Beneficiarios - Relación entre la información escuchada mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena y la cobertura de actividades sobre cómo se está destinando el presupuesto en el distrito.**

“RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU  
RELACIÓN CON LOS TIPOS DE  
COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MAGDALENA,  
DURANTE EL 2021”

“Como propaganda escuché que alcalde se viene reuniendo con empresas y con el gobierno como le expliqué hace rato.” (Participante 1)

“Como propaganda nomás escuché una vez en la radio que hablaban sobre las reuniones que tenía el alcalde con empresas privadas y también con el presidente donde buscaba atraer más proyectos en nuestro distrito.” (Participante 2)



## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

Luego de haber realizado el análisis e interpretación de los datos recolectados para la presente investigación, se procedió a contrastar los resultados por objetivos, teniendo en cuenta la base teórica y los antecedentes de investigación.

#### **Objetivo específico 1: Identificar la relación de la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

Por un lado, la investigación evidenció que existe una contradicción entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al identificar la relación de la dimensión ambiental de la RSE con la comunicación externa online, los residentes del distrito manifestaron en su mayoría (93.75%), que es NULA. Es decir, aunque se realizan actividades vinculadas a dicho tema, no han observado publicaciones en las redes sociales. Por el contrario, los colaboradores señalaron (75%) que la relación es MÁXIMA, ya que se registran los eventos, los mismos que son publicados en Facebook, mediante fotografías y notas informativas en la red social del municipio.

Por otro lado, la investigación también demostró que existe una similitud entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al identificar la relación de la dimensión ambiental de la RSE con la comunicación externa offline, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (75%), que es NULA (periódico mural). Ello porque no visitan las instalaciones de la Municipalidad y por ende no han observado las publicaciones que se realizan, otros entrevistados manifestaron que sí existen fotografías pero que falta información que acompañe la imagen. Asimismo, en su mayoría (56.25%) manifestaron que es MÁXIMA (asambleas) ya que sí se realizan actividades sobre este proyecto mediante talleres informativo de cómo se lleva el mantenimiento de las aguas residual y su próximo rehúso. De igual forma el 56.25% indicaron la relación MÁXIMA existente (perifoneo y radio), es decir sí escuchan invitaciones para acudir a las asambleas donde se desarrollan los temas indicados.

Referente a ello, los colaboradores señalaron (75%) que la relación es MÁXIMA, puesto que se registran las actividades que posteriormente son publicadas mediante el periódico mural, perifoneo y/o difusión radial, ya sea mediante fotografías, notas informativas, según corresponda.

En relación con lo expuesto, dicha contradicción entre ambos tipos de comunicación (online - offline) se produce cuando lo que se hace, no se comunica de manera adecuada, tal como se menciona en el estudio realizado por López y Sánchez (2019) quienes indican “la importancia no solo de gestionar y ejecutar RS sino también de comunicar sobre lo que se está haciendo. Asimismo, se concluye que es imperativo informar sobre los canales de comunicación que usa la organización, por ejemplo: difusión radial, medios escritos, redes sociales, etc.”. En ese sentido, ello requiere que las acciones realizadas por la Subgerencia de Gestión Ambiental con respecto a la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales sean revisadas, esto para mejorar la información entregada hacia los moradores por medio de los canales informativos que maneja la Municipalidad.

El estudio evidenció también que existe una contradicción entre los testimonios de los residentes del distrito y los colaboradores de la Municipalidad distrital de Magdalena. Al identificar la relación de la dimensión ambiental de la RSE con la comunicación externa online, los moradores del distrito manifestaron en su mayoría (50%), que es MÍNIMA. Es decir, sí se realizan actividades de reforestación, las mismas que son registradas mediante fotografías que posteriormente las publican en las redes sociales, sin embargo, la información descrita en cada fotografía requiere de mayor detalle. Por el contrario, los colaboradores señalaron (75%) que la relación es MÁXIMA, puesto que se registran las actividades, y posteriormente son difundidos en las redes sociales, mediante fotografías y notas informativas en el Facebook de la municipalidad.

Por el contrario, en cuanto a algunos indicadores (asambleas, perifoneo y radio) existe una semejanza, y una contradicción en cuanto al periódico mural, entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al identificar la relación de la dimensión ambiental de la RSE con la comunicación externa offline, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (62.5%), que es NULA (periódico mural). Esto porque no acuden a la Municipalidad y por ende no han observado publicaciones referentes al tema, otro porcentaje indicó que ha visto fotografías pero que

estas carecen de información detallada. Así también, manifestaron en su mayoría (56.25%) que es MÁXIMA (asambleas) puesto que sí se realizan asambleas donde les explica sobre el proyecto a modo de taller informativo y a su vez les entregan plantones de pino y taya para reforestación. De igual forma el 62.5% indicaron la relación MÁXIMA existente (perifoneo y radio), es decir, por perifoneo o radio escuchan las invitaciones o comunicados hacia la población y es en las reuniones donde se explica a detalle el proyecto o tema a tratar. Referente a ello, los colaboradores (75%) señalaron que la relación es MÁXIMA, ya que, si se registran los eventos, y a su vez estos son publicados en el periódico mural, de igual forma se perifonea por la ciudad respecto a este tema.

Por lo expuesto, dicha semejanza entre ambos tipos de comunicación (online – offline) se produce cuando los actores involucrados guardan la misma opinión al respecto de lo que se está realizando, y a su vez de las falencias que se han identificado, ello se contrasta con el estudio realizado por Montenegro (2020) donde se demuestra que “es importante comunicar al grupo de interés los canales de comunicación que existen”, “cuán significativo es mantener la comunicación frecuentemente con la población” y “que implementar un plan comunicacional es indispensable para involucrarse con los actores de interés”, es decir, las acciones relacionadas a la RS desarrollada por la Municipalidad a través de la Subgerencia de Gestión Ambiental deben ir emanadas a la cobertura y exposición en los diferentes tipos de comunicación puestas en práctica por el área de Imagen Institucional municipal.

A su vez, la investigación demostró que existe una semejanza entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al identificar la relación de la dimensión ambiental de la RSE con la comunicación externa online, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (43.75%), que es MÁXIMA. Es decir, sí se realizan actividades de mantenimiento y mejoramiento del agua potable y dichas actividades son registradas mediante fotografías y videos que posteriormente publican en las redes sociales, sin embargo, agregan que las publicaciones requieren de más información para ser comprendidas. De igual forma, los colaboradores señalaron (75%) que la relación es MÁXIMA, puesto que se registran las actividades, y posteriormente son difundidos en el Facebook municipal, mediante fotografías y notas informativas.

Igualmente, en la investigación se evidenció que existe una similitud entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al identificar la

relación de la dimensión ambiental de la RSE con la comunicación externa offline, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (62.5%), que es NULA (periódico mural). Ello debido a que no acuden a la Municipalidad y por ende no han observado publicaciones referentes al tema, otro porcentaje indica que ha visto fotografías, las mismas que carecen de información a detalle sobre el evento o actividad plasmada en la imagen. Así también, manifestaron en su mayoría (87.5%) que es MÁXIMA (asambleas) debido a que sí se realizan asambleas donde les indican los trabajos de mejoramiento y mantenimiento que se vienen realizando y piden sus opiniones al respecto, a su vez indican que a raíz de ello el servicio de agua potable ha mejorado notablemente. De igual forma el 62.5% indicaron la relación MÁXIMA existente (perifoneo y radio), es decir, por perifoneo o radio escuchan la invitación a la asamblea a desarrollar, y es en ella donde se les brinda detalles del mejoramiento y mantenimiento relacionado al agua potable. Del mismo modo, los colaboradores (75%) señalaron que la relación es NULA, puesto que se registran las actividades, pero no se especifica de que trata el proyecto sobre gestión de recursos hídricos o dónde se está realizando dicha actividad, es decir carece de información detallada que acompañe la fotografía. No obstante, indicaron que si se realiza perifoneo y difusión radial referente a este tema, a su vez manifestaron que si se llevan a cabo asambleas donde se detalla sobre el mejoramiento y mantenimiento de los recursos hídricos para la población.

De acuerdo con lo expuesto, dicha similitud entre ambos tipos de comunicación (online – offline) se produce cuando se visibiliza que las acciones implementadas por la Municipalidad en conjunto con los grupos de interés, son las adecuadas. No obstante las mismas no se están difundiendo como se debe, esto al contrastar con lo indicado por Andrés y González (2012) quienes aseguran que “comunicar de manera responsable, que es comprendida como la conversación entre grupos, que participan en las decisiones, acciones y consecuencias de los procesos organizacionales. Es decir, incluye a todos los participantes: población - organización - colaboradores, etc.”. Esto nos lleva a comprender que de no llevar a cabo las formas de comunicación adecuadas sucederá lo abordado líneas arriba. En tal sentido, esto requiere que el área de Imagen Institucional en conjunto con la Subgerencia de Gestión Ambiental mejore la información que se presenta a la población, esto sumado a que se debe publicar en cada canal implementado por la actual gestión, cabe mencionar, Facebook, radio, perifoneo, asambleas y periódico mural y así llegar de manera simultánea a los grupos de interés.

**Objetivo específico 2: Describir la relación de la dimensión social de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

La investigación evidenció que existe una similitud entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al describir la relación de la dimensión social de la RSE con la comunicación externa online, los residentes del distrito manifestaron en su mayoría (87.5%), que es NULA. Es decir, aunque conocen sobre las acciones que realiza la Municipalidad como contratación de docente y algunos mantenimientos a instituciones educativas, dichas actividades no las han visto publicadas en las redes sociales. De igual manera, los colaboradores señalaron (75%) que la relación es NULA, indicaron que se realizan contrataciones de docentes a cargo de Municipalidad distrital de Magdalena, sin embargo, no son difundidas en las redes sociales puesto que dichas acciones las tratan de manejar de manera interna.

Asimismo, en la investigación se evidenció que existe una similitud entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al describir la relación de la dimensión social de la RSE con la comunicación externa offline, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (75%), que es NULA (periódico mural). Ello debido a que no acuden de manera frecuente a la Municipalidad y por ende no han observado dichas publicaciones, otro porcentaje manifiesta haber visto publicaciones al respecto a inicios de año, y sugieren que se debería publicar de manera continua sobre el tema. Así también, manifestaron en su mayoría (56.25%) que es NULA (asambleas) debido a que este tema se maneja mayormente de manera interna, refieren que han sido pocas las veces que se han reunido específicamente para tratar este tema; pero que cuando lo han hecho sí han explicado sobre la contratación de docentes para la zona rural, así como también el apoyo para el mantenimiento y mejoramiento de algunas instituciones educativas. De igual forma el 81.25% indicaron la relación NULA existente (perifoneo y radio), puesto que las autoridades manejan de manera interna dichas actividades, indican que las veces que han escuchado algo referente a ello, sólo se ha tratado de invitaciones o comunicados. Del mismo modo, los colaboradores (75%) señalaron que la relación es NULA. Es decir, aunque si se ejecutan programas de apoyo para el fortalecimiento de la educación en el distrito, la difusión de dichas actividades tanto en el periódico mural, radio

o perifoneo es mínima o nula, ya que prefieren manejar dichas acciones de manera interna, ya que muchas veces por temas presupuestales no se puede contratar a docentes para todos los caseríos que lo requieran y de publicarlo generarían descontento en los moradores.

Por lo expuesto, dicha similitud entre ambos tipos de comunicación (online – offline) permite identificar lo fundamental que es que los actores de interés sepan a detalle sobre las acciones que realizan las organizaciones en favor de los residentes, “esto en base a la teoría de Freeman, sobre los stakeholders; donde nos permiten identificar quienes son los actores claves en una institución; y la importancia de analizar, reconocer y trabajar con ellos, y por ende asumir que lo que se haga se debe comunicar de manera correcta a los grupos de interés, ya que el éxito de toda gestión, trabajo, proyecto, etc.; depende mucho de cómo lo comunicas” abordada por Barrio y Enrique (2018). Ello amerita que los eventos realizados con respecto al fortalecimiento del sistema educativo la cual es gestionada por la Subgerencia de Desarrollo Social se cubran de manera efectiva, y de difundan con el mismo interés en los canales tanto convencionales como digitales.

Del mismo modo, el estudio demostró que existe una semejanza entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al describir la relación de la dimensión social de la RSE con la comunicación externa online, un 37.5% de los residentes del distrito manifestaron que es NULA, y otro 37.5% que es MÍNIMA. Es decir, un porcentaje manifiesta no haber visto invitaciones en las redes sociales, mientras otro porcentaje indica haber visto comunicados invitándolos a participar, pero sin mayor detalle en dicha publicación. De igual manera, los colaboradores señalaron (75%) que la relación es NULA, ya que si realizan actividades que buscan involucrar a la población, pero falta describir detalladamente la información referente a la participación vecinal en las redes sociales.

Igualmente, en el presente estudio se demostró que existe una similitud entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al describir la relación de la dimensión social de la RSE con la comunicación externa offline, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (75%), que es NULA (periódico mural). Esto debido a que no han visto comunicados o invitaciones publicadas en el periódico mural ya que no acuden habitualmente a la Municipalidad, otros entrevistados

manifiestan sí haber visto comunicados, pero no de manera frecuente. Así también, un (43.75%) manifestaron que es MÁXIMA (asambleas) y otro (43.75%) indicaron que es NULA. Es decir, un porcentaje señaló que sí realizan invitaciones a dichas asambleas, pero muchos de ellos no participan, el otro porcentaje indicó que sí participan de las asambleas y que en ellas explican sobre proyectos, sobre cómo pueden trabajar autoridades y población en conjunto. De igual forma el 56.25% indicaron la relación MÁXIMA existente (perifoneo y radio), ello debido a que, si salen a perifonear por la ciudad invitando a las asambleas, y es en el desarrollo de éstas donde se toma acuerdos o se busca involucrar a la población en la toma de decisiones. Del mismo modo, los colaboradores (75%) señalaron que la relación es MÁXIMA, ya que sí existe participación vecinal en el distrito y sí publican en el periódico mural evidencias referentes a ello, así como también mediante radio o perifoneo se hace la invitación para participar de asambleas donde se busca involucrar a la población en dichas acciones.

Por lo expuesto, dicha similitud entre ambos tipos de comunicación (online – offline), permiten evidenciar cuan valioso es que “quien esté a la cabeza de una organización, se encargue de llegar a la población mediante programas o proyectos que generen desarrollo colectivo y sobre todo sostenible” y esto a su vez "mantener una buena comunicación entre el gobierno y la comunidad, pues sólo de este modo se tendrá más apertura para cumplir con lo esperado por todos los interesados” esto según Gutiérrez (2013) pues las políticas de responsabilidad social deben mantener un trabajo integral con los tipos de comunicación, ya que será el canal directo hacia la percepción favorable que se cree con la comunidad. Ello se relaciona con lo indicado por (Xifra y Ordeix, 2009, citados por Xifra, 2020) quienes “afirman que la comunicación estratégica es la que garantiza mantener o no una buena reputación frente a los públicos internos y externos”. En ese margen, amerita que los eventos realizados con respecto a la participación vecinal en el distrito, la cual es gestionada por la Subgerencia de Desarrollo Social no solo se realicen sino también se comuniquen de manera asertiva en los canales usados por la municipalidad.

**Objetivo específico 3: Detallar la relación de la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**



La investigación evidenció que existe una semejanza entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al detallar la relación de la dimensión económica de la RSE con la comunicación externa online, los residentes del distrito manifestaron en su mayoría (93.75%), que es NULA. Es decir, no han visto nada en las redes sociales referente a este tema, no obstante, sí se hace rendición de cuentas, pero en eventos públicos o asambleas. De igual forma, los colaboradores señalaron (100%), que es NULA. Es decir, sí se rinde cuentas en el distrito, pero que estas no han sido publicadas en las redes sociales, ya que se manejan de manera directa con la población, mediante asambleas, esto para evitar alguna confusión en las publicaciones en el Facebook municipal.

Por el contrario, en la investigación se evidenció que existe una contradicción entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al detallar la relación de la dimensión económica de la RSE con la comunicación externa offline, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (56.25%), que es NULA (periódico mural). Es decir, refieren no haber visto ese tipo de información, ya que no acuden a las instalaciones de la Municipalidad, algunos de ellos indicaron haber visto sólo un cuadro donde se puede apreciar de manera general el presupuesto con el que cuenta el distrito y de qué manera será distribuido. Así también, manifestaron en su mayoría (68.75%) que es MÁXIMA (asambleas) Ello debido a que han participado de algunos eventos y asambleas donde se ha dado a conocer sobre la rendición de cuentas de la actual gestión. De igual forma el 56.25% indicaron la relación NULA existente (perifoneo y radio), pues, aunque aseguran haber escuchado invitaciones a asambleas donde se iba a tratar sobre el tema, sugieren que también se brinde información detallada por perifoneo y difusión radial. Del mismo modo, los colaboradores (50%) señalaron que la relación es MÍNIMA. Es decir, aunque sí se realizan asambleas para rendir cuentas del presupuesto asignado para el distrito, los cuadros publicados en el periódico mural solo muestran el presupuesto asignado sin mayor detalle, lo mismo sucede en la radio o perifoneo, sólo se aborda el tema de manera general, esto debido a que la municipalidad prefiere ahondar sobre el tema de manera directa con los pobladores, ya sea mediante una asamblea o en las inauguraciones de obras, para evitar posibles malos entendidos.

Por lo expuesto, dicha contradicción entre ambos tipos de comunicación (online – offline) demostró que es sumamente importante ser claros con la población, ya que una gestión es



loable no sólo por cuanto se hace sino también por lo que se comunica. Esto guarda relación con lo precisado por Guevara y Álvarez (2020) en su investigación, donde se indica que “la rentabilidad económica, depende mucho de cuanta transparencia hay en tu accionar con el público. Es decir, las practicas que realizas en favor de ellos, llámense medio ambiente o entorno, serán tu carta de presentación, siempre y cuando se rinda cuentas a los stakeholders sobre las acciones que están realizando y que beneficio en común lleva esto consigo”. Ello amerita entonces que se revisen los protocolos que se aplican al cubrir los eventos relacionados a la rendición de cuentas la cual es gestionada por la Subgerencia de Desarrollo Económico.

Asimismo, el estudio evidenció que existe una similitud entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al detallar la relación de la dimensión económica de la RSE con la comunicación externa online, los residentes del distrito manifestaron en su mayoría (43.75%), que es MÍNIMA. Es decir, manifiestan haber visto publicaciones sobre las distintas reuniones que tiene el alcalde con personajes de empresas privadas, sin embargo, cada publicación requiere de mayor información para mejor comprensión de los moradores. De igual forma, los colaboradores señalaron (50%), que es MÍNIMA. Es decir, sí se registran los eventos, pero estos son publicados con mínima información en las redes sociales de la Municipalidad.

Del mismo modo, en el presente estudio se demostró que existe una semejanza entre los testimonios de los beneficiarios de la Municipalidad de Magdalena y los colaboradores. Al detallar la relación de la dimensión económica de la RSE con la comunicación externa offline, los pobladores del distrito manifestaron en su mayoría (68.75%), que es NULA (periódico mural). Es decir, indican no haber visto publicaciones en el periódico mural, ya que no acuden frecuentemente a la Municipalidad, otro porcentaje manifiesta haber observado algunas fotografías sobre el tema, pero con escasa información. Así también, manifestaron en su mayoría (68.75%) que es NULA (asambleas). Ello debido a que manifiestan no tener conocimiento sobre asambleas para tratar este tema, que si bien es cierto saben de las actividades que viene realizando el alcalde con respecto a ello, pero es por medio del boca a boca entre vecinos – colaboradores, mas no por haber participado de reuniones. De igual forma el 50% indicaron la relación NULA existente (perifoneo y radio), ya que refieren no haber escuchado información sobre este tema, por otro lado, algunos indican haber escuchado propagandas sobre las reuniones que viene teniendo el alcalde

con las empresas privadas, pero sin mayor detalle. Del mismo modo, los colaboradores (75%) señalaron que la relación es NULA. Es decir, aunque sí se registran los eventos, estos no son publicados en el periódico mural, difusión radial o perifoneo; ya que buscan informar de manera directa a los pobladores mediante asambleas o reuniones con las autoridades de cada sector, caseríos o centro poblado.

Por lo expuesto, dicha semejanza entre ambos tipos de comunicación (online – offline) permite identificar “la importancia de insertar valor económico en las organizaciones a partir de gestiones socialmente responsables que involucren a los stakeholders” indicado por Gallardo y Esteban (2019), referente a ello, Navarro (2019) al citar a Cecilia Guerrero (2012) indicaba lo imprescindible que es “que el Estado genere políticas públicas en alianza con el sector privado para obtener un mayor beneficio para la población” y ello sólo se podrá determinar si se comunica y se identifica las necesidades de la población, y sólo se logrará si se trabaja en conjunto con los beneficiarios de la municipalidad. Ello entonces conlleva a que los eventos relacionados a las acciones para atraer la inversión privada al distrito la cual es gestionada por la Subgerencia de Desarrollo Económico, se difundan continuamente y a su vez se haga un llamado constante a la población a participar de dichos proyectos que buscan desarrollo en favor del distrito.

#### **4.1.1. Limitaciones**

En cuanto a las limitaciones, se pueden dividir en tres aspectos, el primero de ellos es la accesibilidad a las fuentes, ya que al realizar la investigación, no encontramos estudios similares, con respecto al sector público en el ámbito nacional, puesto que en nuestro país aún se ve a la Responsabilidad Social como un trabajo meramente de la empresa privada, por lo tanto, la investigación se ha basado en información internacional y también en estudios realizados en el sector privado de nuestro país; así como en ejemplos de otras Municipalidades que están trabajando responsabilidad social en razón de la gestión de las políticas públicas. El segundo de ellos va relacionado a los recursos financieros; esto debido a que el lugar donde se ejecutó la investigación está alejado a la ciudad de Cajamarca, y para llegar al distrito de Magdalena, se debe tomar movilidad, cuyo costo ha sido incrementado a raíz de la pandemia que venimos atravesando, sumado a ello, se tuvo que realizar varias visitas al distrito, ya que muchas veces no se encontraban los colaboradores encargados de las Subgerencias relacionadas a la investigación, porque

salían a campo, y eso implicaba tener que retornar a Cajamarca sin más información. El tercer lugar el tiempo, pues ello ha influido mucho en la presente tesis, ya que el lugar donde se realizó la investigación es en el distrito de Magdalena, a dos horas de la ciudad de Cajamarca, sumado a ello, el tiempo brindado por los colaboradores es limitado por lo propio de sus actividades que tienen que realizar durante el día, lo mismo sucedía en relación a los beneficiarios, ya que en su mayoría no disponían de mucho tiempo para realizarles las entrevistas que iban a permitir recoger los datos necesarios para el presente estudio, asimismo muchos de ellos no querían participar de las entrevistas, y ello ha conllevado a brindar mayor explicación sobre lo que está realizando y por ende dedicar mayor tiempo en cada actividad programada.

#### **4.1.2. Alcances e Implicancias**

En cuanto a los alcances e implicancias, se consiguió en primer lugar extender y actualizar la información ya que se recurrió a la revisión minuciosa de bases de datos de ambas categorías: Responsabilidad Social (RS) y Comunicación Externa (CE), y a su vez de las subcategorías: dimensión ambiental, dimensión social y dimensión económica de la RS, como también: comunicación online y comunicación offline de la CE, así como las acciones que se desglosan de cada uno de ellas. En cuanto al aspecto práctico, se logró describir la labor que realiza la Municipalidad, por lo que todo lo documentado dentro de la tesis, es un fiel reflejo de la realidad y esto a su vez puede servir para posteriores planes de trabajo que desee la autoridad edil implementar en el municipio, ya que se incluyó dentro de la investigación la percepción de los colaboradores, beneficiarios y autoridades de la municipalidad. En cuanto al nivel metodológico, se trabajó bajo el enfoque cualitativo, descriptivo, transversal, no experimental, elaborado mediante el método estudio de caso, que permitió responder las preguntas de investigación y concretar la tesis sin ningún contratiempo.

## 4.2 Conclusiones

El presente trabajo de investigación ha permitido evidenciar en su mayoría, que los colaboradores indican que existe una máxima relación referente a la difusión de actividades por la Municipalidad Distrital de Magdalena (MDM), en los medios ya sea convencionales o digitales empleadas por el municipio. Es decir, las acciones relacionadas a las dimensiones de la Responsabilidad social, se ejecutan y también se comunican. Ello en cambio, al ser consultado a los beneficiarios del distrito, manifestaron que las formas de comunicación utilizadas no son del todo positivas, ya que las publicaciones en las redes sociales sobre las actividades relacionadas a la RS son escasas y en cuanto a la cobertura offline requieren de continuidad. Asimismo se demostró que las actividades relacionadas a los tipos de comunicación externa ejecutados por la MDM tanto online como offline no se están desarrollando como se deberían, pues los beneficiarios manifiestan que la información vista en las redes sociales de la municipalidad es limitada, o no se difunden de manera adecuada y por ello la participación de la población en las posteriores asambleas y reuniones es mínima. En este sentido, la población solicita que toda información referente a las acciones realizadas en favor de la comunidad sea abordada en todos los canales con los que cuenta la municipalidad.

Para mayor detalle en cuanto a lo mencionado líneas arriba, se va a desglosar las conclusiones y serán presentadas por objetivos:

### **Objetivo específico 1: Identificar la relación de la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social con la comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

La investigación ha permitido evidenciar que con respecto a la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social con la comunicación externa online puestas en práctica por la Municipalidad Distrital de Magdalena durante el periodo del 2021, no son positivas, pese a que si se realizan actividades ligadas a dicha dimensión, la población ha indicado que el trabajo realizado no tiene la difusión adecuada en las redes sociales de la municipalidad, ya que carece de información, por ello muchas publicaciones pasan por desapercibido o no llegan al público esperado.

Por otro lado, la investigación demostró que en relación a la comunicación externa offline empleadas por la Municipalidad Distrital de Magdalena durante el periodo del 2021, son positivas; esto debido a que los moradores del distrito indican que, mediante asambleas generales, charlas informativas, perifoneo y difusión radial, se han enterado de los cambios que viene realizando la municipalidad en favor de la población, y a su vez esto ha permitido que se involucren con las actividades implementadas por la Subgerencia a cargo. No obstante, manifiestan la importancia de hacerlo de manera más continua y con mayor información para llegar a todos los residentes del distrito, a su vez hacen saber que las publicaciones en el periódico mural no están teniendo el alcance esperado, quizá por la falta de detalles en los rótulos pegados o por la ubicación del mismo.

**Objetivo específico 2: Describir la relación de la dimensión social de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

Del mismo modo la investigación demostró que en relación a la dimensión social de la Responsabilidad Social con la comunicación externa online llevadas a cabo por la Municipalidad Distrital de Magdalena durante el periodo del 2021, no son positivas; pues aunque si se realizan acciones ligadas a dicha dimensión, la población ha indicado que la exposición de las mismas son escasas, aseguran no haber visto publicaciones en el Facebook municipal ligadas al fortalecimiento educativo en el distrito, algo similar sucede en el caso de la información relacionada a la participación vecinal, pues indican haber visto notas en las redes sociales con carencia de detalles sobre lo abordado, lo cual genera que los públicos no tomen la importancia debida a dichas publicaciones.

Al mismo tiempo, la investigación evidenció que referente a la comunicación externa offline empleadas por la Municipalidad Distrital de Magdalena durante el periodo del 2021, no son del todo positivas; puesto que los beneficiarios de la municipalidad manifestaron que, hay escasa información relacionada a las acciones para fortalecer la educación en el distrito, pues si bien es cierto han informado en algunas oportunidades sobre el trabajo que se realiza sobre dicho tema, creen que los alcances deberían ser de manera continua y por todos los medios posibles, cabe mencionar, periódico mural, perifoneo, radio, y asambleas generales. En cuanto a la participación vecinal indican que, si se viene invitando a la

población a ser parte de las acciones a desarrollar, pero también aseguran que la cobertura de dichas actividades debe ser constante y con mayor detalle para que así la información llegue a todos los habitantes del distrito.

**Objetivo específico 3: Detallar la relación de la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021.**

Asimismo, la investigación ha evidenciado que con respecto a la dimensión económica de la Responsabilidad Social con la comunicación externa online ejecutadas por la Municipalidad Distrital de Magdalena durante el periodo del 2021, no son positivas; pues aunque los pobladores son conscientes de que la municipalidad sí efectúa accountability en el distrito, indican no haber visto publicaciones relacionadas al tema en la red social municipal, en ese sentido manifiestan lo importante que es la debida difusión de la información referente a ello, pues de esa manera se va a transparentar la gestión por todos los medios necesarios para así llegar a los habitantes de todo el distrito. Del mismo modo sucede en cuanto a las acciones para atraer inversión privada al distrito pues indican que la exposición de las mismas es escasa, o carecen de datos completos, lo cual genera que quien visita la red social no se informe de manera debida.

Al mismo tiempo, la investigación demostró que referente a la comunicación externa offline empleadas por la Municipalidad Distrital de Magdalena durante el periodo del 2021, no son del todo positivas; pues aunque los moradores del distrito manifiestan manejar información referente a la rendición de cuentas que se realiza de manera detallada anualmente mediante asambleas, indican que es de carácter obligatorio que la municipalidad informe del mismo modo en todos los medios comunes usados en el distrito (perifoneo, radio, periódico mural) sobre el presupuesto asignado para el distrito y de qué manera este será destinado según las necesidades del pueblo, esto debido a que muchas veces no pueden asistir a las asambleas convocadas o las inauguraciones de obras donde se aborda el tema. De igual forma sugieren que las publicaciones que se hagan referente a las acciones para atraer inversión privada al distrito, pues lo que han oído es a modo de propaganda y de manera muy general, y en el caso del periódico lo que han podido observar son rótulos con fotografías que carecen de información, es por ello que indican que es necesario la exposición al cien por ciento de toda actividad realizada por la gestión municipal.

## REFERENCIAS

- 20 estrategias De Comunicación Online Más Efectivas [Ejemplos]. <https://escuela.marketingandweb.es/estrategias-de-comunicacion/>
- 8 estrategias de comunicación empresarial que debes conocer. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>
- Aguado, J. (2013). La Responsabilidad Social Corporativa y el desarrollo local: Una aproximación en tiempos de crisis. *Revista de Ciencias Sociales*, Issue 10, pp. 119-156. <https://n9.cl/ocmsx>
- Aguilar, S., Salguero, R. y Barriga, S. (2017). *Comunicación e imagen corporativa*. UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14429/1/Cap.1%20Comunicaci%C3%B3n%20Corporativa.pdf>
- Alarcón, A. y Rodríguez, C. (2019). *Como influyó la Estrategia Comunicacional que utilizó el Movimiento de Afirmación Social-Más para su Posicionamiento Político en el Distrito de Jesús de la Provincia de Cajamarca durante la campaña de las elecciones regionales del año 2014*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <http://hdl.handle.net/11537/22029>
- Albornoz, J. (2016). *Prácticas de Responsabilidad Social de los Gobiernos locales Municipales del Ecuador: Una mirada a la Responsabilidad Social del GAD de Machala*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Casa Grande]. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1034>
- Asenjo, K. y Guevara, C. (2020) Responsabilidad social como modelo de gestión municipal en el distrito de Pátapo, Chiclayo. *Rev. Hacedor*, Vol. 4/ Núm. 1, enero – junio 2020. <https://doi.org/10.26495/rch.v4i1.1287>
- Barrio, E. y Enrique, A. M. (2018). Responsabilidad Social Corporativa Estudio sobre la identificación y clasificación de los stakeholders. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 17(17), pp. 90 a 109. <https://n9.cl/hjfq3>
- Campos, F. (2013). Las empresas de comunicación adaptan los estándares de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Comunicación*, Vol. 12, p32-58. 27p. 5 Charts. <https://n9.cl/dk817>



Capriotti, P. y Zeler, I. (2019). Comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas de América Latina en Facebook: estudio comparativo de las empresas globales. *Palabra Clave*, 23(2), e2327. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.2.7>

Carranza Aguirre, S. M.(2016), *Relación entre Estrategia de Responsabilidad Social aplicadas en la empresa Laredo S.A. y la percepción de Imagen Corporativa en los habitantes de Laredo 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <http://hdl.handle.net/11537/13574>

Castañó, E.(2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. *REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN*, 8 (2), pp.173-186. <https://n9.cl/4f3oo>

UPN (2016) Código de Ética del Investigador Científico UPN

Díaz Arrieta, A. M. y Bolívar Córdoba, M. A. (2014). Modelo de Gestión Estratégica de Responsabilidad Social Organizacional. *En Desarrollo Gerencial Revista de la facultada de ciencias económicas, administrativas y contables*, 6(1), pp. 169-195. <https://n9.cl/rap7b>

Galicia, L. , Balderrama, J. y Navarro, R. (2017), Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura: Revista de Innovación Educativa*, Vol. 9(2), pp. 42-53. <https://doi.org/10.32870/ap.v9n2.993>

Gavilánez, K. (2017). *La Comunicación Externa y la Imagen Corporativa en la Municipalidad del Cantón Mocha*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26889>



- Gutiérrez, B. y Ramón, M. (2020). *Estrategias de comunicación online y offline, sus diferencias y su efecto en la imagen e identidad corporativa dentro de organizaciones educativas. Caso: Escuela de Capacitación del Sindicato de Choferes Profesionales de Pichincha*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Central Del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/21888/1/T- UCE-0009-CSO-288.pdf>
- Gutiérrez, P. (2013). Trabajar con Responsabilidad Social en la Gestión Pública, Implica tomar decisiones. *ENTORNO.26(2)*, pp. 287-298. <https://doi.org/10.25054/01247905.493>
- Horrach , P. y Socias, A. (2011), La actitud de las empresas de economía solidaria frente a la divulgación de información sobre Sostenibilidad desde el prisma de la Teoría de los Stakeholders o Grupos de Interés. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*, Vol. 14, pp. 267-297. <https://n9.cl/qzv1>
- Jáuregui Ramírez, P. L. (2019). Responsabilidad social en la municipalidad de Miraflores. *Revista De Investigaciones De La Universidad Le Cordon Bleu*, 5(2), 27-36. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2018v5n2.003>
- Jordi, X. (2020). “Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19”. *El profesional de la información*, 29(2), pp. 1-18. <https://acortar.link/Y4aRt6>
- Kong García, C.M. (2018), *Relación entre las acciones de Responsabilidad Social Empresarial y las Estrategias de Comunicación implementadas en el Público Interno en las empresas Avícolas de Postura de la provincia de Trujillo, en el periodo 2014-2015*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <http://hdl.handle.net/11537/13499>
- López Oré, K.M. y Sánchez Pache, M. C. (2019), La percepción de los programas de Responsabilidad Social Externa de la empresa Casa Grande S.A.A y su Imagen Corporativa. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <http://hdl.handle.net/11537/21844>
- López Salazar, A., Ojeda Hidalgo, J. F. y Ríos Manríquez, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial desde la Percepción del Capital Humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*, 20(1), pp.36– 46. <https://n9.cl/hoqt2>

Luque González, A., Merino Chilibingua, V. E., & Solís Benavides, P. R. (2020). Gestión pública socialmente responsable: Caso hilando el desarrollo en Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(2), 285-307. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31494>

Manual de Organización y Funciones (MOF), correspondiente a la Municipalidad Distrital de Magdalena, elaborado el año 2015.

Martínez-Salgado, Carolina (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3), 613-619. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63023334008>

Merino, M. y Sánchez, M. (2021). Comunicación corporativa: estrategia e innovación. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 32, 491-493. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7982186>

Montenegro García, M. M. (2020). *La Comunicación Externa y la Reputación Corporativa de la ONG “Enseña Perú” En los alumnos de la Institución Educativa “Fe y Alegría 29”, Marzo- Diciembre 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/26365>

Navarro, A., Tirado, P., Ruiz, M. y De los Ríos, A. (2015). Divulgación de información sobre Responsabilidad Social de los Gobiernos locales europeos, el caso de los países nórdicos. *Gestión y Política Pública*. 24 (1), pp. 229-269. <https://n9.cl/3a0af>

Navarro, G.S. (2019). Implementación de un modelo de gestión de Responsabilidad Social Empresaria basada en la Norma ISO 26000 y los objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas en el Centro Comercial Alto del Solar. [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Córdoba]. [http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/2793/1/TM\\_Navarro.pdf](http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/2793/1/TM_Navarro.pdf)

Ojeda, S. (2020). *Estrategias de comunicación online y offline: análisis y recomendaciones para la empresa OPERCÁDIZ*. [Tesis de Maestría, Universidad de Cádiz, España]. <https://mastereconomicas.uca.es/wp-content/uploads/2016/08/Sandra-Ojeda-Gonzalez.pdf>

- Oliveira, A. y Capriotti, P. y Mantilla, K. (2015). Concepción y gestión estratégica de os públicos en las empresas del sector energético de España. *Comunicación & society* 28(1), pp. 79-92. <https://doi.org/10.15581/003.28.1.79-92>
- Orjuela Córdoba, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias & análisis*, 1, pp. 137-156. <https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.09>
- Orozco, J. y Ferré, C. (2013). La comunicación estratégica de la responsabilidad social corporativa. *Revista Razón y palabra*, 83, 706-726. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5074246>
- Orozco, J. y Ferre, C. (2013). La percepción de la Reputación Corporativa de lo stakeholders de una empresa de comunicación: Como afecta a televisión de Catalunya comunicar una acción de Responsabilidad Social Corporativa. *Palabra Clave*, 20(2), pp.473-505. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6496490>
- Ortiz Zamora, D. A. (2020), *La Sensibilización como Técnica Comunicacional para lograr alfabetizar a la población adulta de la “Cooperativa Ecológica de servicios Múltiples del Perú, Caserío Callatpampa, Distrito de Magdalena, provincia de Cajamarca, año 2018”*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/25821>
- Paricio, P., Bruno, T., Alonso, E., García, M. (2020). “Webs y portales de transparencia para la participación ciudadana en la gestión de las relaciones públicas con los stake-holders locales”. *Profesional de la información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.35>
- Parra, M. y Briceño, I. (2013). Aspectos Éticos en la Investigación Cualitativa. *Enf Neurol (Mex)*. 12(3), pp. 118-121. <http://www.medigraphic.com/enfermerianeurologica>
- Pedrosa, I., Suárez-Álvarez y García-Cueto, E. (2013). Evidencias sobre la Validez de Contenido: Avances Teóricos y Métodos para su Estimación. *Acción Psicológica*, 10(2), pp. 3-18. <http://dx.doi.org/10.5944/ap.10.2.11820>

- Pérez - García (2017). La Responsabilidad Social Corporativa desde el enfoque de las Relaciones Públicas: Estrategia de Gestión Relacional en el contexto del Desarrollo local y Turismo Sostenible. *HOLOS, Issue 7, pp. 183-197.* <https://acortar.link/JqQJJG>
- Pérez, V.,García,J. y, Casasola, M. (2016). La elaboración de memorias GRI sobre responsabilidad social por entidades de gestión pública y mixta de abastecimiento y saneamiento de aguas españolas. *CIRIEC - España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, Issue 87, pp33. 33.* <https://acortar.link/1UXc80>
- Portillo Ríos, R. G. (2012). La Comunicación Externa en Universidades Privadas con Estudios a distancia en pregrado. *Razón y Palabra, 79*, pp. 1605-4806. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411059>
- Ribas, A (2019). La Responsabilidad Social Corporativa en la Gestión de la Administración Pública. *Universitat Jaume I.* <http://hdl.handle.net/10234/187192>
- Ríos, M., Guevara, N. y Álvarez, J. (2019). Pilares fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial en la industria textil en Cuenca – Ecuador. *Revista ESPACIOS, 41(01)*, pp.8. <https://acortar.link/fcB0XE>
- Sánchez, J., Seminario, A. y Oruna, A. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(21)*, pp. 117-131. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07>.
- Segura, A., Piñeiro, V. y Moreira, C. (2020). Metodología para evaluar la comunicación institucional en sitios web universitarios. *Revista Estudios sobre el mensaje periodístico, 26(3)*, pp. 1217-1228. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7489876>

## ANEXOS

### Guía de entrevista:

#### **ENTREVISTA PARA LOS COLABORADORES DE LA MDM**

##### **Dimensión ambiental de la Responsabilidad Social**

1. ¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en Facebook, elaboración de notas informativas en Facebook, transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live.) se relacionan con la exposición del proyecto planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR)? ¿Cómo se evidencia?
2. ¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, Elaboración de notas informativas en la página de Facebook. Transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live.) se relacionan con la exposición del proyecto de reforestación? ¿Cómo se evidencia?
3. ¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, Elaboración de notas informativas en la página de Facebook. transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live.) se relacionan con la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos? ¿Cómo se evidencia?
4. ¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, Asambleas generales, Perifoneo, Difusión en radio) se relacionan con la exposición del proyecto planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR)? ¿Cómo se evidencia?
5. ¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, Asambleas generales, Perifoneo, Difusión en radio) se relacionan con la exposición del proyecto de reforestación? ¿Cómo se evidencia?
6. ¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, Asambleas generales, Perifoneo, Difusión en radio) se relacionan con la exposición del proyecto sobre gestión de recursos hídricos? ¿Cómo se evidencia?

##### **Dimensión social de la Responsabilidad Social**

7. ¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, Elaboración de notas informativas en la página de Facebook. Transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live.) se relacionan con la exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cómo se evidencia?
8. ¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, Elaboración de notas informativas en la página de Facebook. Transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live.) se relacionan con la exposición de los programas de participación vecinal? ¿Cómo se evidencia?
9. ¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, Asambleas generales, Perifoneo, Difusión en radio) se relacionan con la

exposición de los proyectos para el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cómo se evidencia?

10. ¿Cómo la comunicación externa offline se relaciona con la exposición de los programas de participación vecinal? ¿Cómo se evidencia?

### **Dimensión económica de la Responsabilidad Social**

11. ¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, Elaboración de notas informativas en la página de Facebook. Transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live.) se relacionan con la exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability)? ¿Cómo se evidencia?
12. ¿Cómo la comunicación externa online (Publicidad en redes sociales, Elaboración de notas informativas en la página de Facebook. Transmisión de eventos en vivo mediante Facebook Live.) se relacionan con la exposición de las acciones para atraer la inversión privada? ¿Cómo se evidencia?
13. ¿Cómo la comunicación externa offline (Publicaciones en el periódico mural, Asambleas generales, Perifoneo, Difusión en radio) se relacionan con la exposición de las partidas presupuestales para la inversión pública (accountability)? ¿Cómo se evidencia?
14. ¿Cómo la comunicación externa offline se relaciona con la exposición de las acciones para atraer la inversión privada? ¿Cómo se evidencia?

## Guía de entrevista:

### **ENTREVISTA PARA LOS BENEFICIARIOS DE LA MUNICIPALIDAD**

#### **Dimensión ambiental de la Responsabilidad Social**

1. ¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión al respecto?
2. ¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?
3. ¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?
4. ¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión al respecto?
5. ¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?
6. ¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?
7. ¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión al respecto?
8. ¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?
9. ¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?
10. ¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la purificación y tratamiento de agua residual para segundo uso? ¿Cuál es su opinión al respecto?
11. ¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre la plantación de pino y taya para reforestación? ¿Cuál es su opinión al respecto?
12. ¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el cuidado del agua y la mejora de su acceso para la comunidad? ¿Cuál es su opinión al respecto?



### **Dimensión social de la Responsabilidad Social**

13. ¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?
14. ¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?
15. ¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?
16. ¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?
17. ¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?
18. ¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?
19. ¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre las acciones para el fortalecimiento del sistema educativo? ¿Cuál es su opinión al respecto?
20. ¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre las acciones para involucrar a la población en la toma de decisiones? ¿Cuál es su opinión al respecto?

### **Dimensión económica de la Responsabilidad Social**

21. ¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena con respecto a la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas)? ¿Cuál es su opinión al respecto?
22. ¿Qué información ha encontrado en el Facebook de la Municipalidad Distrital de Magdalena para atraer la inversión privada al distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?
23. ¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena con respecto a la inversión del presupuesto en obras públicas (rendir cuentas)? ¿Cuál es su opinión al respecto?
24. ¿Qué información ha visto en el periódico mural de la Municipalidad Distrital de Magdalena para atraer la inversión privada al distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?



“RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU  
RELACIÓN CON LOS TIPOS DE  
COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MAGDALENA,  
DURANTE EL 2021”

25. ¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena con respecto a cómo se está destinando el presupuesto para la inversión pública (rendir cuentas)? ¿Cuál es su opinión al respecto?
26. ¿Ha participado en alguna asamblea general organizada por la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre las acciones que se realizan para atraer la inversión privada al distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?
27. ¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre cómo se está destinando el presupuesto en el distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?
28. ¿Ha escuchado mediante perifoneo o difusión radial de la Municipalidad Distrital de Magdalena sobre cómo se promueven proyectos de inversión en el distrito? ¿Cuál es su opinión al respecto?

**MATRIZ DE CONSISTENCIA Y CRONOGRAMA**

**TITULO: Responsabilidad Social y su relación con los tipos de Comunicación Externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena, durante el 2021.**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍA			
			Subcategorías	Indicadores	Índices
<b>Problema Principal</b> ¿Cómo se relaciona la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021?	<b>Objetivo General</b> Describir la relación de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021	<b>Responsabilidad Social</b> es la consecuencia de un compromiso adoptado con todos sus grupos de interés en materia económica, social y medioambiental ( <b>Barrio y Enrique, 2015</b> )	Dimensión ambiental	Acciones para la protección del medio ambiente (MOF, 2015, p. 145)	Planta de tratamiento de aguas residuales Reforestación Gestión de Recursos Hídricos
			Dimensión social	Acciones para el desarrollo de la comunidad (MOF, 2015, p. 125)	Fortalecimiento del sistema educativo Programas de participación vecinal
			Dimensión económica	Acciones para maximizar la inversión pública (MOF, 2015, p. 141)	Destinar partidas presupuestales Promover proyectos de inversión
<b>Problema Específico 1</b> ¿Cómo se relaciona la dimensión	<b>Objetivo Específico</b> Identificar la relación de la dimensión	<b>Comunicación Externa</b>	Comunicación online	Acciones para fortalecer la comunicación con los ciudadanos	Publicidad en redes sociales

“RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MAGDALENA, DURANTE EL 2021”

<p>ambiental de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021?</p>	<p>ambiental de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021</p>	<p>... es la comunicación dirigida de forma masiva a los públicos que no se encuentran en la organización; consiste en relacionarse al mismo tiempo con un gran número de</p>		<p>que acceden a canales digitales</p>	<p>Elaboración de notas informativas en la página de Facebook.  Difusión de eventos en vivo mediante Facebook Live.</p>
<p><b>Problema Específico 2</b> ¿Cómo se relaciona la dimensión social de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021?</p>	<p><b>Objetivo Específico 2</b> Describir la relación de la dimensión social de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021</p>	<p>receptores mediante la utilización de los medios masivos, limitando de alguna manera la posibilidad de interacción directa entre el emisor y receptor... <b>(Portillo, 2012)</b></p>	<p>Comunicación offline</p>	<p>Acciones para fortalecer la comunicación con los ciudadanos que acceden a canales convencionales</p>	<p>Publicaciones en el periódico mural  Asambleas generales  Perifoneo  Difusión en radio</p>

<b>Problema</b>	<b>Objetivo</b>				
<p><b>Específico 3</b></p> <p>¿Cómo se relaciona la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021?</p>	<p><b>Específico 3</b></p> <p>Detallar la relación de la dimensión económica de la Responsabilidad Social con los tipos de comunicación externa de la Municipalidad Distrital de Magdalena en el 2021</p>				