

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“COMMUNITY MANAGER EN CAMPAÑAS
SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL
DE CONDEBAMBA”**

Trabajo de suficiencia profesional para optar al título
profesional de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Kristhiel Isamar del Rosario Saavedra Noriega

Asesor:

Mg. Diego Alonso Baca Cáceres

<https://orcid.org/0000-0002-6204-7600>

Trujillo – Perú

2023

INFORME DE SIMILITUD

Trabajo de suficiencia

ORIGINALITY REPORT

11 %	9 %	1 %	4 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.unh.edu.pe Internet Source	3 %
2	Submitted to Uniagustiniana Student Paper	2 %
3	asiescajabamba.blogspot.pe Internet Source	1 %
4	fido.palermo.edu Internet Source	1 %
5	Submitted to Universidad Privada del Norte Student Paper	<1 %
6	www.enperu.org Internet Source	<1 %
7	hdl.handle.net Internet Source	<1 %
8	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
9	Submitted to Columbia Central University Student Paper	<1 %

DEDICATORIA

A Tomás.

AGRADECIMIENTO

A Diego, mi asesor, amigo y maestro en la vida

A mi mamá, Michael, Eunice y Tania por estar ahí conmigo en el camino

A Jhonatan por ser mi compañero incondicional

Tabla de contenidos

INFORME DE SIMILITUD	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	15
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	23
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	43
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Diagrama de Gantt de las visitas a los mercados.....	27
Tabla 02: Diagrama de Gantt de las acciones relacionadas al programa Pensión 65	28
Tabla 03: Diagrama de Gantt de las acciones relacionadas a campañas médicas	29
Tabla 04: Plan de Contenido	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Mapa del Distrito de Condebamba	10
Figura 02: Organigrama de la Municipalidad Distrital de Condebamba	13

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de suficiencia profesional "Community Manager en Campañas Sociales de la Municipalidad Distrital de Condebamba" se examinaron las estrategias de comunicación aplicadas en la gestión y promoción de campañas sociales a través de la página de Facebook de la Municipalidad de Condebamba en el periodo de pandemia por Covid 19. La función del Community Manager se centró en la planificación, creación, distribución y evaluación de contenido, con el objetivo de establecer un vínculo sólido entre el gobierno municipal y los ciudadanos del distrito a lo largo de tres campañas: las visitas a los mercados, el apoyo en el programa de Pensión 65 y los servicios de atención médica. Como resultados se pudo evidenciar que, a pesar de limitaciones logísticas y presupuestales, se lograron objetivos gracias a alianzas estratégicas con otras instituciones. Se destacó la importancia de una rápida generación de contenido, ya que la inmediatez en redes sociales es crucial para impactar a los usuarios. Esta experiencia resalta la relevancia de la comunicación efectiva y la colaboración con aliados estratégicos en un entorno digital en constante evolución.

Palabras clave: community manager, campañas sociales, municipalidad distrital de condebamba.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Razón social

La Municipalidad Distrital de Condebamba figura con razón social del mismo nombre ya que es una institución pública, el RUC es 20199984871 y estaba liderada por el alcalde Profesor Carlos Arturo Llano Torres, periodo 2019 – 2022.

1.2. Ubicación y dirección

El distrito de Condebamba, se encuentra ubicado al norte de la Provincia de Cajabamba, a una distancia de 8 km, este distrito esta formado por 38 caseríos siendo Cauday la capital. Tiene una altitud de 2,823 m. s. n. m. aproximadamente.

AV. Cajamarca - 394 - C.P. Cauday.

Sus límites son:

- Norte: provincia de San Marcos
- Sur: distrito de Cajabamba
- Este: distrito de Sitacocha
- Oeste: distrito de Cachachi.

Sus lugares turísticos son:

- Aguas termales Chichir
- Aguas termales Hosco
- Ficus de Malcas
- Ruinas las Margaritas de Sarín
- El mirador de Caudayorco

Figura 01

Mapa del Distrito de Condebamba

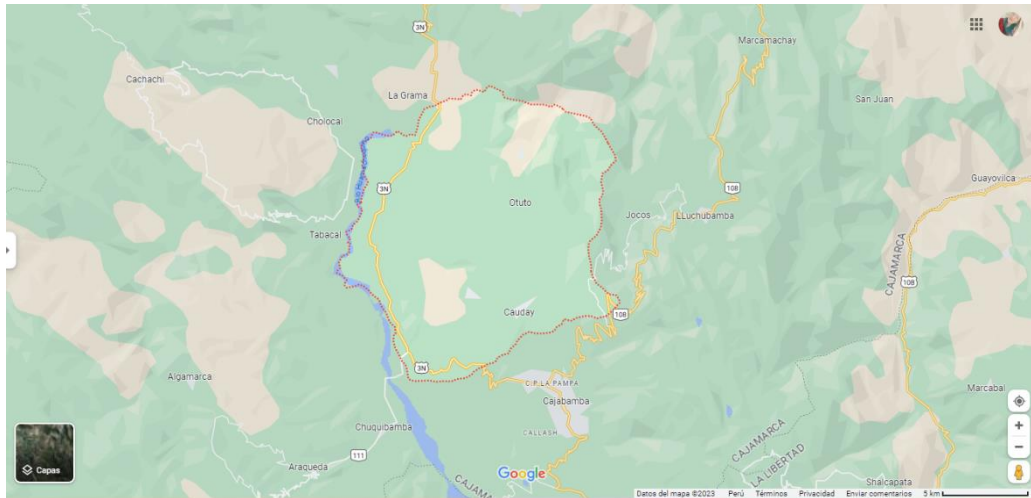


Foto referencial Google Maps.

1.3. Reseña Histórica

El Distrito de Cajabamba y sus caseríos, incluido Condebamba, se establecieron como parte de la Provincia de Huamachuco durante la Era Republicana bajo el gobierno autocrático de Bolívar en 1825. El 12 de noviembre de 1827, Cajabamba cambiaría su denominación, de pueblo a VILLA, gracias a un decreto emitido por el presidente José de La Mar. En este sentido, el 9 de noviembre de 1839, gracias a la mediación del Congreso de Huancayo pasa de VILLA a CIUDAD, con la enmienda de "LA SIEMPRE FIEL CIUDAD DE CAJABAMBA", debido a sus aportes en el proceso independentista.

El presidente Ramón Castilla y Marquesado emitió Decreto Supremo de la fecha del 11 de febrero de 1855, donde se constituyeron las provincias de Cajamarca, Cajabamba, Chota y Jaén. De este modo, de entre todas estas provincias, a Cajabamba se le reconoce 7 distritos

de manera oficial: Marcabal, Lucma, Cachachi, Sayapullo, Sitacocha, Condebamba y Cajabamba.

El 2 de enero del año 1857, se presenta una ley bajo la cual se rectifica cinco distritos para la provincia de Cajabamba: Cachachi, Sayapullo Sitacocha, Condebamba y Cajabamba, cambiando el decreto anterior.

La Provincia de Cajabamba, Cachachi, Condebamba y Sitacocha se integraron a la Región Nororiental de Marañón en 1988 en virtud de la Ley de Descentralización.

Por la Ley No 26922, el 1 de julio de 1999 se disuelve la Región Nororiental de Marañón por Ley Marco de Descentralización, en ese sentido se crea todo el Departamento de Cajamarca en la Región Autónoma de Cajamarca, a la que aún pertenece la Provincia de Cajabamba, con 4 Distritos: Cajabamba, Cachachi, Sitacocha y Condebamba.

- **Misión**

“Somos una Institución Pública de gobierno local proactiva que brinda servicios públicos eficientes, promoviendo paradigmas modernos que nos permitan alcanzar el desarrollo integral del distrito para mejorar la calidad de vida de los vecinos, teniendo como pilares la eficiencia y la transparencia. Su administración es ágil, transparente y eficiente, por lo adecuado de su planificación y organización, así como por contar con personal calificado con vocación de servicio. Las buenas prácticas gubernamentales abarcan una normatividad moderna y adecuada, así como el contar

con instalaciones y equipamientos en excelentes condiciones, que facilitan la optimización de sus servicios públicos y fuentes de financiamiento para el logro de su desarrollo sostenible”.

- **Visión**

“La Municipalidad Distrital de Condebamba 2019, será un gobierno local moderno en la Provincia de Cajabamba, mediante la gestión y desarrollo de Proyectos de Inversión Pública, que permitan mejorar la calidad de vida de la población del Distrito, generando condiciones y oportunidades para que los vecinos alcancen un nivel de vida adecuado en un Distrito Seguro, Moderno y Turístico”.

1.4. Organigrama

La Municipalidad Distrital de Condebamba tiene un organigrama establecido desde el año 2017, al ser una entidad pública tiene distintos niveles jerárquicos que muestran la estructura de supervisión y subordinación, reflejando así la función de responsabilidad dentro de la municipalidad.

Sirve también para verificar la de coordinación entre las distintas áreas que están al servicio de los usuarios del distrito de Condebamba.

Figura 02

Organigrama de la Municipalidad Distrital de Condebamba

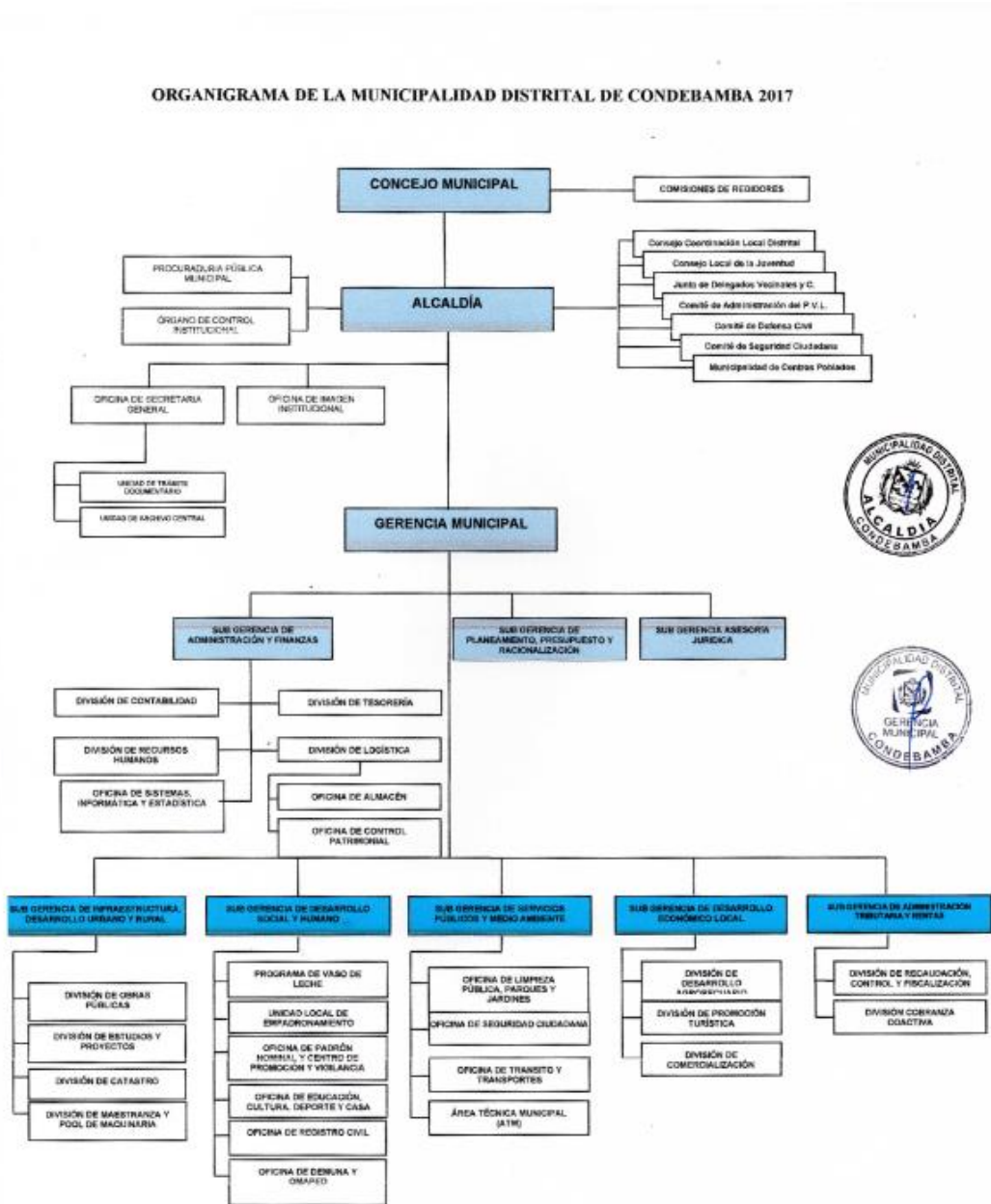


Imagen de la Web municondebamba.gob.pe

1.5. Área de Imagen Institucional

El área de imagen institucional es la encargada de gestionar y promover la buena imagen y la reputación de la gestión ante los usuarios.

Esta área tiene como objetivo principal desarrollar estrategias de

comunicación y acciones que refuercen la percepción positiva de la municipalidad.

Entre las diferentes responsabilidades de esta área, podemos encontrar:

- Manejo de la identidad institucional para mantener y fortalecer la identidad visual de la entidad, asegurando la consistencia en el uso del logotipo, colores, tipografía y otros elementos visuales representativos.
- Mantener una comunicación efectiva con el usuario desarrollando estrategias de comunicación a través de los medios de comunicación tradicionales y el uso de medios digitales. Llevando mensajes claros y coherentes que reflejen los valores de la gestión.
- Gestionar las relaciones con los medios de comunicación provinciales (cadenas de radio y televisión), así como también con los distintos programas sociales del estado para mantener informada a la población sobre los trabajos que se vayan desarrollando.
- Planificar y organizar eventos, colaboraciones y distintas actividades que promuevan la buena imagen de la gestión en curso.
- Monitoreo en los canales virtuales (página en *Facebook*) de la reputación que va teniendo la institución en la población, permitiendo así identificar posibles situaciones de crisis viendo oportunidades de mejora y de respuesta inmediata.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Limitaciones

Respecto a las limitaciones, en lo que respecta a una institución afectada por el factor de la política, tal como lo es un órgano de Gobierno de nivel local, en este caso la Municipalidad Distrital de Condebamba, encontramos que la primera limitación en aparecer es **la falta de buena voluntad en el periodo de transferencia de gobierno**, donde, en el marco del principio de Legalidad, es decir donde todas las acciones de los servidores públicos se ejecutan dentro de la normatividad vigente, y los servidores de una gestión saliente están en la obligación de hacer la transferencia de bienes e información, a los representantes de la gestión entrante, esto último no se realiza de una forma idónea, pues fruto del revanchismo político, existe la pernicioso costumbre de ir eliminando datos, fotografías, documentos e información en general, generando así un retraso en la continuidad de proyectos. Ante esta realidad, dentro de las medidas tomadas con el fin de poner en marcha la gestión, pese a los inconvenientes descritos en el párrafo anterior, la gestión entrante tuvo que crear nuevas redes sociales, los usuarios del distrito que usan internet, ya seguían a un *fanpage* de la municipalidad, sin embargo, no se brindó el acceso a esta página generando así en los inicios laborales una confusión entre los seguidores de esta red social.

Otra limitación es **la forma de trabajo de los funcionarios electos en el panorama político en el interior del país**, este aspecto está marcado por la tradicional forma de política caudillista que esta arraigada en el país,

esta se pone de manifiesto en la necesidad de la máxima autoridad edil de controlar todos los estamentos del gobierno, y el área de Imagen Institucional, no solo no es ajena a esta situación limitante, sino que es especialmente sobre controlada por el titular de la Entidad, poniendo en el límite el deber de neutralidad que tienen los servidores públicos, pudiendo verse afectado el contenido de las comunicaciones por el sesgo político. En el caso particular de Condebamba el alcalde controlaba las comunicaciones desde su perfil personal de Facebook, el cual debía estar coordinado con la página institucional de la Entidad, representando esto una dificultad al momento de transmitir las comunicaciones a los ciudadanos Condebambinos.

2.2. Definición de Términos Básicos

En el presente documento podemos encontrar estos términos básicos y sus definiciones:

Según Paredes y Usquiano (2022):

- **Calendario Editorial:** herramienta utilizada en marketing, comunicación, medios de comunicación y redes sociales para planificar y organizar la creación y publicación de contenido de manera estratégica y coherente.
- **Tipos de contenido:** es el conjunto de conceptos con distintas características específicas que se adapta a diferentes objetivos y canales de distribución para una mejor comprensión en el mensaje que se quiere llevar.

- **Tono y estilo de contenido:** es la forma en que se presenta y se comunica el mensaje ya sea escrito, visual o auditivo. Entendemos al tono como la emoción o actitud y estilo a la forma y estructura del contenido.
- **Creación de contenidos:** es el proceso de idear, desarrollar y producir material relevante y valioso para un público determinado. Este material se adapta a los diferentes canales de distribución de mensajes.
- **Distribución y amplificación del contenido:** son las acciones que se realizan para impulsar y aumentar la visibilidad de tu marca ante tu público objetivo.
- **Evaluación del contenido:** es un proceso que se utiliza para medir el rendimiento y la efectividad del material mostrado al público, mediante el cual aprendemos a conocer mejor a nuestra audiencia.
- **Cultura:** refiere al conjunto de conocimientos, creencias, valores, normas, costumbres, comportamientos y prácticas compartidas por un grupo de personas; se transmite de generación en generación e influye en la forma en que las personas perciben, interpretan y actúan en el mundo.
- **Psicográfica:** en marketing, la segmentación psicográfica consiste en agrupar a las personas en función de sus aspectos psicológicos y comportamentales, como actitudes, valores e intereses, con el objetivo de comprender sus motivaciones y adaptar estrategias de marketing de manera más eficaz.

- **Demografía:** en marketing implica analizar y segmentar a los consumidores en función de su información demográfica (edad, género, ubicación, nivel educativo, ingresos y estado civil) con el objetivo de adaptar las estrategias de marketing para satisfacer sus necesidades y preferencias de manera más efectiva.

Según De La Cruz (2019):

- **Producto social como idea:** es la creación de productos o servicios para generar un impacto positivo en la sociedad, abordando temas de problemas sensibles en la comunidad buscando una mejora en la calidad de vida.
- **Producto social como práctica:** es la acción de la implementación del producto social como idea, con un enfoque centrado en la responsabilidad social generando un impacto positivo en la sociedad.
- **Producto social como objeto tangible:** se refiere a la creación de productos físicos que tienen como objetivo generar un impacto positivo en la sociedad generando beneficios adicionales mediante la practicidad y el cuidado del medio ambiente.
- **Objetivos cognitivos:** buscan aumentar la conciencia, transmitir la información y educar a los consumidores sobre las características, beneficios y propuestas de valor únicas de la marca.

- **Objetivos afectivos:** su objetivo es generar sentimientos positivos, establecer relaciones emocionales duraderas y fortalecer el compromiso del usuario.
- **Objetivos conativos:** motivan a los consumidores a tomar medidas específicas, como realizar una compra, suscribirse a una lista de correo, completar un formulario o compartir contenido.

2.3. Bases Teóricas

Las formas de comunicación han sufrido un proceso evolutivo a la par del avance de la tecnología, los procesos de adaptación y cambio de los medios, el lenguaje mismo, desde los comerciales hasta lo político, absolutamente todo pasa por trasladar una idea de un emisor a uno o más receptores de la forma más clara y libre de alteraciones.

Durante el primer quinquenio del siglo XXI, las redes sociales y la web 2.0 tomaron con una fuerza incontenible el espectro de las comunicaciones (Paladines, 2012), y las grandes marcas y/o corporaciones tomaron conciencia del enorme potencial de estas herramientas para poder interactuar con su Target de una forma más individualizada, es por ello de las ingentes cantidades invertidas en plataformas virtuales en busca de solidificar su presencia en el mundo digital.

El desarrollo funcional vinculadas a este rol en las comunicaciones, iniciaron su desarrollo en la década de los años 90, con el auge de los foros en línea y salas de chateo. En aquel momento los que asumieron la gestión de las interacciones, el fomento de la participación y mantener

todo en un tono de cordialidad eran los moderadores. Ese fue el génesis del término anglosajón “Community Manager”, acuñado en 1997.

Para Meso et al. (2015) como se citó en Zamora (2019), el Community Manager cumple una función esencial en la administración de las plataformas en línea, ya que tiene la responsabilidad de preservar y fortalecer las conexiones entre la organización y sus consumidores en el entorno digital. Se trata del representante de la marca en el universo digital, interactuando con los consumidores actuales y posibles. Se encarga de responder a los mensajes en diversas plataformas, protegiendo la reputación de la empresa ante las críticas y, lo más importante, escuchando a aquellos que comentan sobre ella en línea (Moreno, 2014; Tuesta, 2019).

Con la llegada de los blogs y las primeras redes sociales como Friendster y MySpace en la década de los 2000, las empresas se dieron cuenta del potencial para establecer una presencia en línea y conectarse con su audiencia de manera más personal. Es así como el término “community manager” comenzó a utilizarse principalmente a partir de 2006, para describir a aquellos encargados de gestionar y desarrollar comunidades en línea representando una marca, empresa u organización. La popularidad fue en crecimiento acelerado con la creación de Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras, esto llevo a que las empresas requieran de la presencia de profesionales especialistas en el manejo de redes. El community manager, se convirtió en pieza fundamental para manejar, gestionar, construir, mantener la reputación de las marcas en línea.

Para poder llevar toda la marca a plataformas virtuales y que sean de interés para la comunidad online a la que queremos llegar, planificando estratégicamente la creación, publicación y distribución de contenido, pero sobre todo tractivo para el público, es así como se definen temas y tipo de contenido a desarrollar, organizado en un calendario de contenido especificando las plataformas en las que se compartirá.

Todo este proceso tiene como base la comprensión y análisis de la comunidad objetiva y sus necesidades complementadas con los objetivos de la marca. Debemos tener en cuenta que un plan de contenidos efectivo debe incluir los siguientes elementos: investigación y análisis de la comunidad online objetiva; definición de objetivos; creación de temas y tipos de contenido; calendario de publicaciones; estrategias para compartir el contenido; monitoreo y análisis de los resultados.

Así la planificación implica una estrategia de creación y distribución de contenido relevante y coherente con los objetivos de la empresa, manteniendo a la comunidad objetiva de la empresa firme en su compromiso con la misma (Paredes y Usquiano, 2022).

Las campañas sociales se usan para generar conciencia o un cambio de comportamiento en la población, buscando generar un impacto positivo en la comunidad fomentando el bienestar social.

Este tipo de campañas han ido avanzando a través de los años en nuestra historia, pero siempre con el objetivo de generar conciencia en la ciudadanía, por ejemplo, las campañas se existen en diferentes compañías alertando sobre el consumo excesivo de los cigarros y las causas que tendrían en nuestro organismo, similares a las del alcohol o

drogas, el cuidado del medio ambiente, lucha contra el analfabetismo, luchas contra la erradicación de la anemia infantil, etc (De La Cruz, 2019). Tenemos que: una campaña de cambio social es un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo (el agente de cambio), que intenta persuadir a otros (los adoptantes objetivo) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas (Kotler y Keller, 2012).

Estas campañas sociales buscan obtener como producto la aceptación de un nuevo comportamiento teniendo una modificación en su conducta abandonando un comportamiento o costumbre antigua. Por ello requieren de una elaboración de procesos planeados cuidadosamente, con objetivos definidos y bien direccionados.

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1. INVOLUCRAMIENTO PROFESIONAL

El periodo electoral 2019 – 2024 en el distrito de Condebamba, inicio en el mes de agosto, puesto que ubo problemas en las urnas electorales, en julio de 2019, tuve una cita con el alcalde electo, Prof. Carlos Arturo Llano Torres, la entrevista nos llevó a formar parte del mismo equipo, asumiendo el cargo de jefa de la oficina de Imagen Institucional, en conjunto con las demás áreas seriamos quienes nos encargaríamos del manejo de bienes durante tres años y medio.

El trabajo inició con la transferencia de la gestión saliente a la nuestra, que fueron los dos últimos días del mes de julio; ya el primero de agosto empezó mi labor organizando y guiando el evento protocolar de juramentación de alcalde y regidores.

Las labores se iban complementando siempre con el apoyo de imagen institucional puesto que todas las actividades eran coordinadas conmigo logrando así tener un registro de cada una de ellas, que no solo servían para publicarlas en los medios digitales, sino también como archivo para cualquier informe que de las áreas se solicitara.

Cree la página institucional en la red social *Facebook* la cual lleva el nombre de la institución “Municipalidad Distrital de Condebamba” usando los logos y colores que eran característicos de nuestra gestión y usando el eslogan que nos representaba “Condebamba Siempre Contigo”.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El 16 de marzo de 2020, la situación a nivel nacional cambió pues se decretó cuarentena por la pandemia mundial del Coronavirus (COVID 19), esto representó un fuerte golpe para el trabajo, puesto que al estar confinados en nuestros hogares el trabajo se suspendía, para la gestión fue fundamental seguir demostrando que podíamos trabajar en bien del distrito pese a las circunstancias.

3.3. DIAGNOSTICO

Debíamos encontrar la manera de seguir trabajando en bien de la población con las nuevas medidas del gobierno central emitidas por la pandemia del coronavirus, recurriendo así a nuestro recurso más valioso que fue los colaboradores de la institución.

Se analizó así los puntos más importantes para llevar a cabo estrategias de trabajo según el desarrollo de la normativa de salud.

Logramos detectar que los puntos álgidos en cuanto al contagio de esta nueva enfermedad serían los mercados, puesto que la desesperación de la gente los haría acudir en masa para llevar a sus hogares los insumos básicos para la sobrevivencia durante el aislamiento social obligatorio que en inicio fue por quince días y se prolongó por un promedio de dos años.

Vimos también que nuestra población vulnerable estaba expuesta, como lo son los ancianos, así que el mejor modo de llegar a ellos fue a través del programa social Pensión 65.

Otro punto fue llevar una mejor atención de salud a todo el distrito, así que decidimos que otro aliado estratégico sería EsSalud Cajamarca, ya se había tenido contacto con los representantes de esta entidad en una campaña realizada en la provincia, así que el contacto sería mucho más fácil.

Se debía buscar el medio ideal para mantener a la población informada de las estrategias que se estaba planeando como gestión distrital, puesto que el trabajo del área de imagen institucional no se había detenido, a diferencia de otras áreas de entidad.

3.4. OBEJTIVOS

3.4.1. Objetivo general

Utilizar los recursos virtuales adecuados para poder informar a la población sobre las nuevas estrategias de la gestión en crisis por la pandemia.

3.4.2. Objetivos específicos

- Estructurar el mensaje social para que los usuarios de las redes sociales puedan sensibilizarse con nuestro trabajo.
- Coordinar con aliados estratégicos y organizar un equipo de colaboradores para la articulación de planes en beneficio del distrito.
- Sistematizar de forma inmediata las publicaciones sobre el trabajo realizado y generar contenido en *Facebook*.

3.5. ESTRATEGIAS

La prioridad siempre fue tener una gestión humana, donde se plantearon tres estrategias para apoyar a nuestra población más vulnerable:

- Implementamos las visitas constantes los mercados de nuestro distrito, verificando el distanciamiento social, los protocolos de seguridad, regalando mascarillas descartables, apoyando a la PNP y trabajadores de Salud con el correcto lavado de manos. Las visitas se realizaban todas las semanas, los días dependían de cómo se organizaban en los caseríos del distrito, iniciando los sábados en el Huayo, martes en San Martín, miércoles en Cauday, viernes en Chichir y Otuto; la visita era con mayor frecuencia en el Huayo puesto que también es la frontera con la provincia de San Marcos.
- Se coordinó con EsSalud Cajamarca, para realizar campañas médicas, una de despistaje de COVID - 19 con pruebas rápidas y serológicas, para que la población condebambina tenga una mejor estadística sobre cómo iba la enfermedad en el distrito. Así mismo se realizó una campaña médica con diferentes especialidades como fueron: cardiología, pediatría, traumatología, gastroenterología, medicina física y rehabilitación, medicina interna, gineco-obstetricia y psicología; complementando así el chequeo de la salud integral de los pobladores.
- Se apoyó a los adultos mayores usuarios del programa de Pensión 65, manejamos el trabajo en equipo uniendo esfuerzos entre los promotores de este programa social y nuestro equipo municipal

(serenazgo, colaboradores, proveedores), coordinamos para estar instalados desde las cinco de la mañana con sillas y carpas para que los ancianos esperen su turno de ingresar al Banco de Nación, de una manera cómoda, les llevamos también desayuno, el cual se repartía a las siete de la mañana y este consistía en un vaso de quinua y un pan con pollo deshilachado, también se puso a disposición de los usuarios el bus municipal para que cada día se traslade a 30 personas según cronograma establecido previamente por el promotor de Pensión 65.

- El área de imagen institucional estuvo presente en todo momento encargada de la coordinación y dirección de estas estrategias, así como también con el registro fotográfico.
- Todas las actividades programadas se publicarían a través de nuestros medios virtuales priorizando el perfil del alcalde y la página institucional en *Facebook*, puesto que es un medio de publicación inmediata y al ser virtual tiene la facilidad de llegar a todos nuestros usuarios de manera inmediata.

3.6. PLANIFICACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO LABORAL

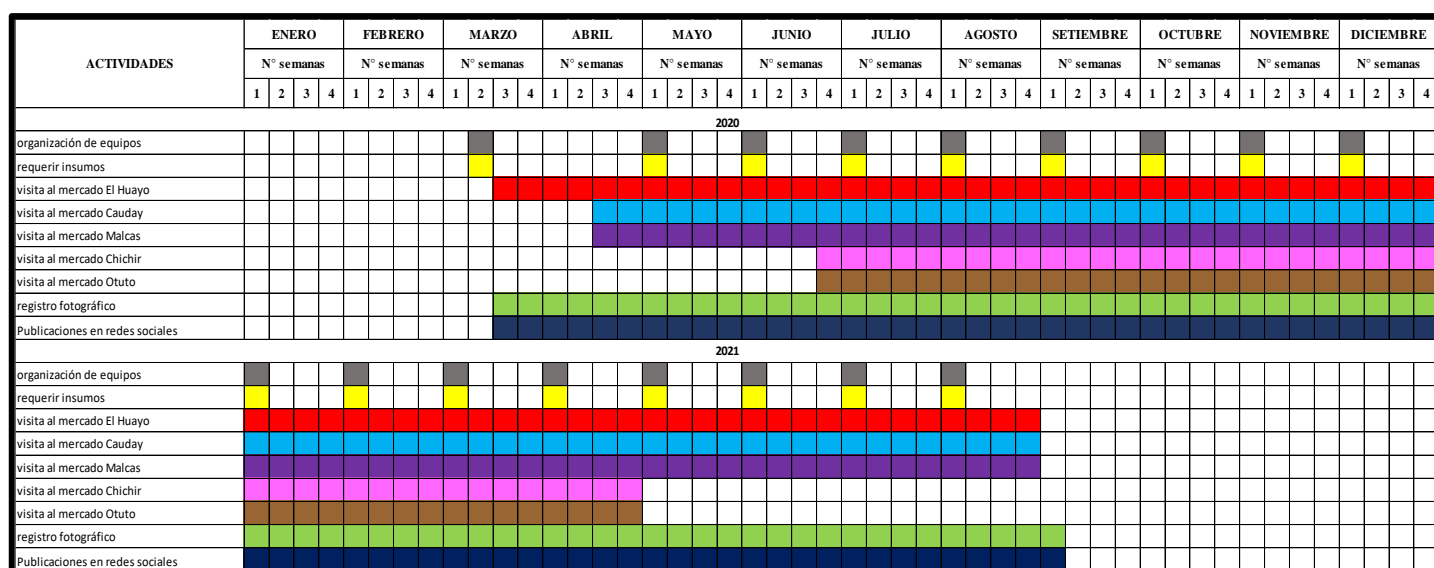
Las campañas sociales emprendidas por la Municipalidad de Condebamba se convirtieron en una muestra ejemplar de gestión humanitaria y cercanía con la comunidad. Estas acciones se llevaron a cabo en tres frentes: las visitas a los mercados, el apoyo en el programa de Pensión 65 y las campañas médicas.

Las visitas a los mercados comenzaron el 21 de marzo de 2020, con el mercado del Centro Poblado El Huayo. Desde ese día, se realizaron semanalmente. La prioridad era asegurarse de que se cumplieran las medidas de distanciamiento social y los protocolos de seguridad. En cada visita, se entregaban mascarillas descartables a los ciudadanos y se brindaba apoyo a la PNP, trabajadores de Salud y otros entes estatales presentes.

La coordinación y dirección de cada una de estas actividades estuvo a cargo del área de imagen institucional. Se aseguró el registro fotográfico de todos los momentos clave de apoyo de la Municipalidad a los ciudadanos de Condebamba, para posteriormente difundirlos a través de las redes sociales. Las publicaciones se realizaban dentro de las 24 horas posteriores a cada visita, priorizando el perfil del alcalde y la página institucional en Facebook para llegar a los usuarios de manera inmediata.

Tabla 01

Diagrama de Gantt de las visitas a los mercados



Fuente propia.

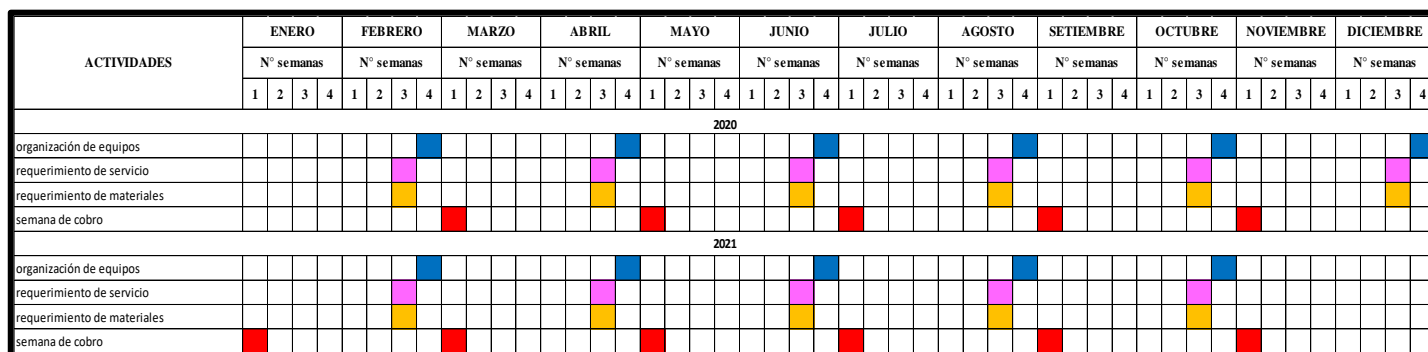
En el segundo frente, se brindó un apoyo solidario a los adultos mayores beneficiarios del programa de Pensión 65. La coordinación directa con el promotor provincial de este programa, el sr. Jamer Roncal, quien fue fundamental para gestionar e informar adecuadamente el apoyo. Un equipo municipal de 15 a 20 personas se organizó para recibir a los ancianos en el Banco de la Nación, donde se realizaba el cobro cada dos meses durante una semana.

El equipo municipal capacitó a sus miembros para desempeñar distintas funciones: atención en el banco, entrega de desayunos (taza de avena y pan con pollo), asistencia a aquellos que no podían movilizarse solos, sillas de ruedas, limpieza pública y mantenimiento del distanciamiento social. Todo esto se llevó a cabo desde las 5 a.m., con sillas y carpas para brindar comodidad a los adultos mayores mientras esperaban su turno.

Además de las mascarillas descartables, se proporcionaron caretas, siguiendo las normativas del estado para garantizar la seguridad en la atención del banco. Se mantuvo un registro fotográfico constante para la posterior divulgación en redes sociales.

Tabla 02

Diagrama de Gantt de las acciones relacionadas al programa Pensión 65



Fuente propia

En el tercer frente, las campañas médicas se llevaron a cabo en coordinación con EsSalud Cajamarca. La primera de ellas fue una campaña de despistaje de COVID-19 realizada el 3 de octubre de 2020, en la ciudad de Cajabamba. Pese a algunos desafíos de coordinación, la campaña tuvo éxito y despertó el interés de EsSalud en futuras colaboraciones.

El 14 de octubre de 2020, se llevó a cabo una nueva campaña de despistaje, esta vez en la Plaza Mayor de Cauday, obteniendo una asistencia masiva y cumpliendo con el orden y protocolos establecidos previamente. A raíz de este éxito, se planificó una campaña médica con 8 especialidades para el 9 de diciembre del mismo año.

Tabla 03

Diagrama de Gantt de las acciones relacionadas a campañas médicas

ACTIVIDADES	2020																													
	OCTUBRE															DICIEMBRE														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
envío de oficio a EsSalud Cajamarca			■																											
Coordinación de jefaturas municipales									■																					
publicaciones en redes sociales										■				■																
recepción del personal médico												■	■																	
organización del personal municipal												■	■																	
Campaña de despistaje de Covid 19													■	■																
registro fotográfico y de video													■	■																
envío de oficio para campaña médica																		■												
organización del personal municipal																						■	■							
publicaciones en redes sociales																			■								■			
distribución de especialidades																						■	■							
señalización de la entidad																						■	■							
capacitación al personal para el evento																						■	■							
recepción del personal médico																							■	■						
Campaña médica Cauday 2020																							■	■						
registro fotográfico y de video																								■	■					

Fuente propia

La Municipalidad de Condebamba demostró, a través de estas campañas sociales, su compromiso con la población vulnerable y su capacidad para articular acciones solidarias con otras entidades estatales.

La cercanía, la rápida respuesta y la coordinación efectiva fueron pilares

fundamentales para el éxito de estas acciones, generando un impacto positivo en la comunidad y fortaleciendo el lazo entre la municipalidad y sus ciudadanos.

3.7. PLAN DE CONTENIDOS

Tabla 04

Plan de contenido

FECHA	TEMA	OBJETIVO	COPY (MENSAJE) / ETIQUETA	TIPO DE CONTENIDO	TONO Y ESTILO DE CONTENIDO	CREACIÓN DE CONTENIDO	EVALUACIÓN DE CONTENIDO
22/03/2020	visita al mercado El Huayo	engagement	BUEN DÍA. JUNTOS AVANZAMOS, EN EQUIPO, DRA. ZARELA LEDEZMA, DIRECTORA AGENCIA AGRARIA CAJABAMBA, PERSONAL MINSA, ALF. JHONY CABRERA, COMISARIO POLICIAL-CONDEBAMBA, ENF. NORA ROJAS, JEFA PUESTO DE SALUD EL HUAYO, SEGUIMOS EN ESTA LUCHA SANITARIA CONTRA EL COVID-19, EN NUESTRO DISTRITO.....UNIDOS, SÍ PODEMOS.....¡ARRIBA CONDEBAMBA!...¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 14 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	243 reacciones 22 comentarios 79 compartir
27/03/2020	información del protocolo	educar	ATENCIÓN VALLE DE CONDEBAMBA Y CASERÍOS ALEDAÑOS, LES COMUNICAMOS QUE MAÑANA SÁBADO 28 DE MARZO, POR SEGURIDAD DE TODOS, SOLO SE PERMITIRÁ EL PASO AL MERCADO DE AGUAS CALIENTES DE UNA PERSONA POR FAMILIA PORTANDO SU DNI, PARA REALIZAR SUS COMPRAS, DE 6:am A 11:am, NO EXPONGAMOS A NUESTROS ADULTOS MAYORES Y NIÑOS, CUIDEMOS NUESTRA SALUD Y LA DE LOS DEMÁS #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA!...¡SIEMPRE CONTIGO!	texto	informativo explicativo	crear texto siguiendo los protocolos establecidos por el gobierno central, publicar	99 reacciones 46 compartir

28/03/2020	visita al mercado El Huayo	educar	<p>BUEN DÍA, FELICITACIONES A LOS POBLADORES DEL VALLE DE CONDEBAMBA Y CASERIOS ALEDAÑOS, HOY DEMOSTRARON EL AMOR A ELLOS, SUS FAMILIAS Y VECINOS, ACATARON LAS DISPOSICIONES DE LA EMERGENCIA COMO DEBE SER Y EN FORMA ORDENADA REALIZARON SUS COMPRAS EN EL MERCADO DE AGUAS CALIENTES, APLAUSOS PARA USTEDES, EN EQUIPO TRABAJANDO: POLICIA NACIONAL (EL HUAYO Y CAUDAY), AGENCIA AGRARIA, MINSA, UGEL, TENIENTE GOBERNADOR, RONDAS CAMPESINAS Y MUNICIPALIDAD, CADA DÍA DE CUARENTENA MÁS FORTALECIDOS CONTRA EL COVID-19 #YOMEQUEDOENCASA....¡ARRIBA CONDEBAMBA!...¡SIEMPRE CONTIGO!</p>	texto con 18 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	142 reacciones 12 comentarios 51 compartir
3/04/2020	información del protocolo	educar	<p>BUEN DÍA, SE COMUNICA A TODO EL VALLE DE CONDEBAMBA Y CASERIOS ALEDAÑOS, QUE MAÑANA SÁBADO 4 DE ABRIL DE 6:am a 11:am SÓLO SE PERMITIRÁ, EL PASO DE MUJERES AL MERCADO DE AGUAS CALIENTES PARA RELIZAR SUS COMPRAS, LO HARÁN UTILIZANDO OBLIGATORIAMENTE SU MASCARILLA COMO MEDIDA DE PREVENCIÓN, TODO ESTO, DISPUESTO POR EL GOBIERNO CENTRAL, NO EXPONGAMOS A NUESTROS ADULTOS MAYORES Y NIÑOS, #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA!...¡SIEMPRE CONTIGO!</p>	texto	informativo explicativo	crear texto siguiendo los protocolos establecidos por el gobierno central, publicar	111 reacciones 6 comentarios 49 compartir

4/04/2020	visita mercado El Huayo (Aguas Calientes)	engagament	BUEN DÍA, MI RECONOCIMIENTO Y FELICITACIÓN A LAS SEÑORAS QUE HOY SÁBADO 4 DE ABRIL, FUERON EN FORMA ORDENADA A RELIZAR SUS COMPRAS AL MERCADO DE AGUAS CALIENTES, SE REPARTIÓ MASCARILLAS A QUIÉNES NO LAS PORTABAN, ADEMÁS DEL LAVADO DE MANOS A LA ENTRADA Y SALIDA, RESULTADOS DE TRABAJO EN EQUIPO, GRACIAS: PNP EL HUAYO, MINSA, FISCALÍA, RONDAS CAMPESINAS, AUTORIDADES Y MUNICIPALIDAD, JUNTOS SÍ PODEMOS #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA!...¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 50 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	218 reacciones 17 comentarios 64 compartir
10/04/2020	información del protocolo	educar	AMIGO DE CONDEBAMBA BUEN DÍA, PASEMOS LA VOZ A NUESTROS VECINOS...GRACIAS	pieza gráfica	informativo explicativo	edición de pieza grafica para informar sobre las normas	103 reacciones 16 comentarios 42 compartir
11/04/2020	visita al mercado El Huayo	engagament	HOY SÁBADO 11 DE ABRIL CON TOTAL ORDEN Y SIGUIENDO PROTOCOLOS DE SANIDAD, SE LLEVÓ A CABO, LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD EN EL CAMPO FERIAL "EL HUAYO" ACONDICIONADO POR LA MUNICIPALIDAD, EL PRÓXIMO FIN DE SEMANA, LA FERIA CONTINÚA EN EL MISMO LUGAR, CON UNIÓN Y COMPROMISO TRABAJANDO: PNP(EL HUAYO-CAUDAY), MINSA, RONDAS CAMPESINAS Y AUTORIDADES #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA!...¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 17 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	232 reacciones 30 comentarios 87 compartir

15/04/2020	visita mercado Cauday y Malcas	engagement	BUEN DÍA, HOY MIÉRCOLES 15 DE ABRIL SEGUIMOS TRABAJANDO, CON EL APOYO DE LA PNP, RONDAS CAMPESINAS Y MUNICIPALIDAD EN LA ENTREGA DE MASCARILLAS, LAVADO DE MANOS, DESINFECTANDO Y ORDENANDO A LA GENTE PARA EVITAR AGLOMERACIONES EN EL MERCADO DE CAUDAY Y MALCAS, SOLO ESTÁ PERMITIDO LAS FERIAS UNA VEZ A LA SEMANA EN EL DISTRITO, SALDREMOS JUNTOS ADELANTE..#YOMEQUEDOENCASA...¡ARRIBA CONDEBAMBA!...¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 14 fotografías	cercano emocional	142 reacciones 10 comentarios 42 compartir
25/04/2020	visita al mercado El Huayo	educar	BUEN DÍA, HOY SÁBADO 25 DE ABRIL SE LLEVÓ A CABO CON TOTAL ORDEN, LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS POR PARTE DE LA POBLACIÓN DE EL HUAYO Y CASERIOS ALEDAÑOS, LA MUNICIPALIDAD HA IMPLEMENTADO 75 PUESTOS PARA NUESTROS PRODUCTORES CONDEBAMBINOS Y BRINDAMOS FACILIDADES A LOS COMERCIANTES PARA QUE VENDAN SU MERCADERIA, ADEMÁS DEL LAVADO DE MANOS A LA ENTRADA Y SALIDA Y ENTREGA DE MASCARILLAS, TRABAJANDO SIEMPRE EN EQUIPO: PNP, RONDAS CAMPESINAS, MINSA Y AUTORIDADES #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 11 fotografías	cercano emocional	170 reacciones 22 comentarios 56 compartir

23/05/2020	visita al mercado El Huayo	engagement	<p>DIA 69 DE DE EMERGENCIA NACIONAL, EL COMPROMISO ES POR LA VIDA DE TODOS, UNA MUESTRA, ES EL TRABAJO SANITARIO EN NUESTROS MERCADOS Y SOBRE TODO EN EL CONTROL "EL HUAYO", PUERTA DE INGRESO A NUESTRA PROVINCIA, SE HAN REFORZADO MÁS LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD EN NUESTRO DISTRITO, EN EQUIPO SIEMPRE DESDE EL INICIO: MINSA, PNP, RONDAS CAMPESINAS, MUNICIPALIDAD, AUTORIDADES Y POBLACIÓN, NADA NOS VENCERÁ ¡HASTA LA VICTORIA! #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!</p>	texto con 19 fotografías	cercano emocional		<p>139 reacciones 14 comentarios 19 compartir</p>
26/052020	información del protocolo	educar	<p>DÍA 72 DE CUARENTENA, PRESENTAMOS A LA POBLACIÓN DE NUESTRO DISTRITO, EL CROQUIS DONDE SE IDENTIFICA LAS ZONAS DE COMERCIO, ESTACIONAMIENTOS, VIAS DE ACCESO, SALIDAS, PUNTOS DE DESINFECCIÓN Y LAVADO DE MANOS DE QUIENES ACUDIRÁN AL MERCADO DE CAUDAY MAÑANA 27 DE MAYO Y EN ADELANTE DE 6:am A 1:pm UNA VEZ A LA SEMANA, EL ORDEN EVITARÁ AGLOMERACIONES, TODOS LOS COLABORADORES MUNICIPALES ESTAMOS COMPROMETIDOS PARA BRINDARLES EL APOYO Y FACILIDADES A LOS QUE ACUDAN A REALIZAR SUS VENTAS Y COMPRAS DE PRODUCTOS, PRACTICANDO EL DISTANCIAMIENTO SOCIAL, NO EXPONGAMOS A NUESTROS NIÑOS Y ADULTOS MAYORES, PRIMERO LA SALUD DE NUESTROS PRODUCTORES Y CIUDADANOS #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!</p>	pieza gráfica con texto	informativo explicativo	edición de croquis de Cauday para informar sobre los protocolos a seguir	<p>65 reacciones 8 comentarios 33 compartir</p>

27/05/2020	Visita al mercado Cauday	engagement	BUEN DÍA, HOY MIÉRCOLES 27 DE MAYO QUIERO EXPRESAR MI FELICITACIÓN A LOS PRODUCTORES Y CIUDADANIA EN GENERAL, POR SEGUIR LAS INSTRUCCIONES DE SEGURIDAD Y DISTANCIAMIENTO EN EL MERCADO DE CAUDAY, UNIDOS TRABAJANDO EN EQUIPO: PNP, CENTRO DE SALUD, MUNICIPALIDAD Y POBLACIÓN #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 17 fotografías	cercano emocional		180 reacciones 20 comentarios 50 compartir
10/06/2020	Visita al mercado Cauday	engagement	BUEN DÍA, HOY MIÉRCOLES 10 DE JUNIO, LA MUNICIPALIDAD EN COORDINACIÓN CON AGRORURAL APERTURARON "DE LA CHACRA A LA OLLA", NUESTROS PRODUCTORES CONDEBAMBINOS HAN PUESTO A LA VENTA SUS PRODUCTOS ECOLÓGICOS A TODA LA POBLACIÓN QUE VISITARON CAUDAY PARA ADQUIRIR SUS COMPRAS PARA LA SEMANA, SIEMPRE CON LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD Y SANEAMIENTO, NUESTRA GESTIÓN ES DE PUERTAS ABIERTAS A TODAS LAS INSTITUCIONES EN BENEFICIO DE NUESTRA POBLACIÓN #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 13 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	120 reacciones 9 comentarios 27 compartir
17/06/2020	apoyo pensión 65	engagement	DÍA 93 DE EMERGENCIA NACIONAL, HOY MIÉRCOLES 17 DE JUNIO ACOMPAÑAMOS A NUESTROS ADULTOS MAYORES DE NUESTRO DISTRITO EN EL COBRO DE SU BONO UNIVERSAL, SON MÁS DE 500 BENEFICIARIOS LOS CUALES LO REALIZARÁN EN 5 DIAS, NUESTROS COLABORADORES ESTÁN BRINDÁNDOLES TODO EL APOYO EN SEGURIDAD, ALIMENTACIÓN Y COMODIDAD, FUERON LOS QUE ABRIERON LOS CAMINOS PARA EL PROGRESO DE CONDEBAMBA Y HOY ESTAMOS CON ELLOS #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 8 fotografías	cercano emocional		163 reacciones 27 comentarios 28 compartir

26/06/2020	visita mercados de Chichir y Otuto	educar	<p>BUEN DÍA, EN ÉPOCA DE PANDEMIA Y CRISIS, HAY QUE DINAMIZAR LA ECONOMÍA DE NUESTRA GENTE, HOY VIERNES A PEDIDO DE LOS MORADORES DE CHICHIR Y OTUTO SE HA IMPLEMENTADO MERCADOS PARA LA VENTA DE SUS PRODUCTOS, LOS QUE FUNCIONARÁN UNA VEZ A LA SEMANA, CON ÓRDEN, LIMPIEZA Y DISTANCIAMIENTO, EVITAREMOS QUE HAYA AGLOMERACIONES Y VAYAN A OTROS MERCADOS A REALIZAR SUS COMPRAS, COMO MUNICIPALIDAD ESTAMOS APOYANDO CON LOS PUESTOS, DESINFECCIÓN, LAVADO DE MANOS Y SEGURIDAD, LA COORDINACIÓN SIEMPRE CON SUS AUTORIDADES, BUSCANDO EL BENEFICIO DE SUS COMUNIDADES ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!</p>	texto con 17 fotografías	cercano emocional		<p>137 reacciones 14 comentarios 16 compartir</p>
11/10/2020	campana despistaje covid	engagement	<p>LA GESTIÓN SIEMPRE DA RESULTADOS, SE HAN CONSEGUIDO 500 PRUEBAS RÁPIDAS PARA NUESTRA POBLACIÓN, TOTALMENTE GRATUITAS, PASEN LA VOZ A TODOS LOS VECINOS, MUNICIPALIDAD Y ESSALUD-CAJAMARCA, CUIDANDO TU SALUD. TE ESPERAMOS.. #GUARDATUDISTANCIA. ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!</p>	texto con pieza gráfica	informal personal	realizar pieza gráfica resumen de la campaña, crear texto y publicar	<p>72 reacciones 6 comentarios 32 compartir</p>

14/10/2020	campaña despistaje covid	engagement	<p>BUEN DIA, HOY MIÉRCOLES 14 DE OCTUBRE DEL 2020, CON GRAN ÉXITO Y BUENA AFLUENCIA DE PÚBLICO, SE LLEVÓ A CABO LA CAMPAÑA DE DESPISTAJE COVID-19 MEDIANTE HISOPADO Y PRUEBAS RÁPIDAS APLICADAS POR ESSALUD-CAJAMARCA Y ENTREGA DE MEDICAMENTOS A LOS PACIENTES, MI ETERNA GRATITUD A ELLOS, TAMBIÉN A ESSALUD-CAJABAMBA Y AL CENTRO DE SALUD DE CAUDAY POR SU APOYO, A LA VEZ ANUNCIAMOS QUE SE HA GESTIONADO CON EL JEFE ZONAL DR. HANS HUATAY CAMPOS OTRA CAMPAÑA MÉDICA PARA LA PRIMERA SEMANA DE DICIEMBRE CON ATENCIÓN A NUESTRA POBLACIÓN EN DIFERENTES ESPECIALIADES MÉDICAS TOTALMENTE GRATUITAS, LES ESTAREMOS COMUNICANDO EL DÍA Y HORA PARA QUE ACUDAN A RECIBIR SUS ATENCIONES. UN SOLO OBJETIVO, CUIDAR TU SALUD. #GUARDATUDISTANCIA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡ SIEMPRE CONTIGO!</p>	texto con 22 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	134 reacciones 18 comentarios 37 compartir
27/11/2020	apoyo pensión 65	engagement	<p>BUEN DÍA A TODOS, LA GESTIÓN MUNICIPAL TIENE ROSTRO HUMANO, SIEMPRE GUARDANDO LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD SANITARIA, NUESTROS ADULTOS MAYORES RECIBEN EL TOTAL APOYO DE NUESTROS COLABORADORES PARA SU DESPLAZAMIENTO, ASISTENCIA, COBRO Y REGRESO EN EL BUS ANTICOVID-19 RECIENTEMENTE ADQUIRIDO POR LA MUNICIPALIDAD, A SUS HOGARES DE LOS POBLADORES DE TODO NUESTRO DISTRITO, PRIMERO NUESTRA GENTE. #GUARDATUDISTANCIA. ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!</p>	texto con 22 fotografías	cercano emocional		188 reacciones 29 comentarios 29 compartir

4/12/2020	campana médica	comunicar	PARTIPEMOS TODOS DE ÉSTA "GRAN CAMPAÑA MÉDICA MUNICIPAL", LAS ATENCIONES SON TOTALMENTE GRATUITAS, A LA VEZ INVITAMOS A NUESTROS VECINOS DE CAJABAMBA, CACHACHI Y SITACOCOA, PARA QUE NOS VISITEN A CAUDAY Y PUEDAN TAMBIÉN RECIBIR ATENCIÓN A CARGO DE MÉDICOS ESPECIALISTAS. ¡VÁ POR USTEDES! #GUARDATUDISTANCIA	texto con video	cercano emocional	realizar material audiovisual para publicidad, crear texto, publicar	66 reacciones 7 comentarios 36 compartir
8/12/2020	campana médica	comunicar	PARTIPEMOS TODOS... LAS ATENCIONES SERÁN TOTALMENTE GRATUITAS. #GUARDATUDISTANCIA. ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con pieza gráfica	cercano emocional	realizar pieza gráfica resumen de la campaña, crear texto y publicar	34 reacciones 15 compartir
9/12/2020	campana médica	engagement	CON GRAN AFLUENCIA DE PÚBLICO, SE LLEVÓ A CABO HOY MIÉRCOLES 9 DE DICIEMBRE LA "CAMPAÑA MÉDICA MUNICIPAL" EN CAUDAY, GRACIAS A TODOS LOS MÉDICOS DE ESSALUD CAJAMARCA Y PERSONAL DE ESSALUD CAJABAMBA POR SU VALIOSO APOYO A NUESTRA POBLACIÓN, MI GRATITUD INFINITA EN NOMBRE DE TODO NUESTRO DISTRITO. #GUARDATUDISTANCIA. ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 24 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	144 reacciones 14 comentarios 32 compartir
25/01/2021	apoyo pensión 65	engagement	BUEN DIA, EN ESTE 2021 REINICIAMOS NUEVAMENTE EL APOYO CON EL TRASLADO A NUESTROS ADULTOS MAYORES DESDE LAS DIFERENTES COMUNIDADES HACIA CAJABAMBA PARA QUE COBREN SU PENSIÓN, DESDE HOY LUNES 25 HASTA EL VIERNES 29 NUESTROS COLABORADORES ESTARÁN BRINDANDO EL APOYO A 800 BENEFICIARIOS FACILITÁNDOLES TODO LO QUE NECESITAN. MIENTRAS ESTEMOS ELLOS SON NUESTRA	texto con 21 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	236 reacciones 49 comentarios 51 compartir

			PRIORIDAD. #NoBajemosLaGuardia ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!				
8/03/2021	apoyo pensión 65	engagement	HOY LUNES 8 DE MARZO DEL 2021, EL MEJOR HOMENAJE QUE LE PODEMOS DAR A LA MUJER ADULTO MAYOR CONDEBAMBINA, ES BRINDARLES TODAS LAS FACILIDADES PARA EL COBRO DE SU PENSIÓN, MUJERES QUE CONTRIBUYERON A LO LARGO DE MUCHOS AÑOS A SACAR ADELANTE A SUS FAMILIAS Y APORTAR AL DESARROLLO DE NUESTRO DISTRITO, EN VIDA ES CUANDO TENEMOS QUE APOYARLAS, MI PROFUNDO AGRADECIMIENTO A LA PARROQUIA 'SAN NICOLÁS DE TOLENTINO', A LA COOPAC "NSR" POR SU VALIOSO APOYO Y A LA MUNICIPALIDAD POR LOS PERMISOS OTORGADOS. TRATO DIGNO ES LO PRIMERO PARA NUESTRA GENTE. #NoBajemosLaGuardia. ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 19 fotografías	cercano emocional		162 reacciones 18 comentarios 34 compartir
4/05/2021	apoyo pensión 65	comunicar	cronograma	pieza gráfica	informativo explicativo	editar el cronograma con la identidad municipal	35 reacciones 13 compartir
3/09/2021	apoyo pensión 65	comunicar	cronograma	pieza gráfica	informativo explicativo		53 reacciones 23 compartir

14/09/2021	apoyo pensión 65	engagement	GESTIÓN HUMANA ES BRINDAR FACILIDADES A LAS PERSONAS VULNERABLES CUANDO MÁS NOS NECESITAN, ES RECONOCER EL ESFUERZO QUE BRINDARON POR MUCHOS AÑOS PARA EL BIEN DE SUS COMUNIDADES, RENOVAMOS SIEMPRE EL COMPROMISO DE ESTAR JUNTO A ELLOS PONIENDO A DISPOSICIÓN: LA AMBULANCIA, BUS, CAMIONETAS DE SEGURIDAD, ATM, LIMPIEZA PÚBLICA, PERSONAL DE LA "CENTRAL DE EMERGENCIA" Y EL EQUIPO DE COLABORADORES MUNICIPALES #YoMeVacuno ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!	texto con 23 fotografías	cercano emocional	organizar las fotografías que reflejen el trabajo, editar luz, crear texto y publicar	168 reacciones 17 comentarios 22 compartir
------------	---------------------	------------	---	--------------------------	-------------------	---	--

Fuente propia

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Respecto a la estructura del mensaje utilizado en redes sociales, en el marco de campañas sociales en el contexto de la pandemia por la COVID 19 en el año 2020 – 2021, se observó que los usuarios mostraban una respuesta positiva dentro del distrito de Condebamba, donde las reacciones y comentarios daban respaldo a las acciones realizadas por la gestión.

Respecto a la coordinación con aliados estratégicos, se contó con la participación de distintas entidades principalmente con EsSalud Cajamarca y Pensión 65, programa que es del Ministerio de Desarrollo e inclusión Social (MIDIS), la Policía Nacional del Perú (PNP), Dirección Regional de Salud (DIRESA) Cajamarca – Red Cajabamba, la Municipalidad Provincial de Cajabamba; logrando así el trabajo articulado en beneficio de la población mediante campaña de despistaje de COVID 19, campaña medica con nueve especialidades y el apoyo con traslado, alimentación, distribución de material de bioseguridad (mascarillas), desinfección de las inmediaciones del Banco de la Nación y con carpas y sillas para el descanso de los usuarios de la Pensión 65. Obteniendo la identificación y respaldo de los usuarios seguidores de la página de la red social *Facebook*.

Respecto a la sistematización de las publicaciones en *Facebook*, se llevó a cabo de la siguiente manera: primera fase se obtuvo la documentación fotográfica en los diversos lugares donde se desarrollaban

las distintas actividades (mercados del distrito, Plaza Mayor Cajabamba, Plaza Mayor Cauday), luego de obtener los documentos fotográficos estos fueron pasaron por un proceso de selección enfocado en la búsqueda de estimular la sensibilidad del receptor del mensaje (usuario de la red social), acto seguido se procedía a la edición de las imágenes colocando el logotipo de la Municipalidad y finalmente la publicación consistía en las imágenes acompañadas de un texto acorde a la actividad realizada, algunos orientados a vincular emocionalmente al usuario y otros a informar respecto a las actividades.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

En cuanto al mensaje podemos arribar a la conclusión de que las campañas de corte social permitieron generar un vínculo estrecho entre el estado representado por la entidad municipal y los ciudadanos del distrito de Condebamba representados en los usuarios de las redes sociales.

En Cuanto a los aliados estratégicos podemos concluir que toda política institucional que pudiese tener una limitación de carácter logístico, presupuestal puede ser superada por la gestión de alianzas con otras instituciones que te permitan materializar los objetivos de la entidad, los cuales al cumplirse tendrán una respuesta positiva y significativa por parte de la ciudadanía.

En la generación de contenido se ha podido determinar que el proceso sistemático de obtención de la documentación fotográfica, la selección, la edición y la publicación debe hacerse en el menor tiempo posible ya que la inmediatez en la comunicación a través de redes sociales es un factor diferencial en el impacto social sobre los usuarios.

5.2. RECOMENDACIONES

Sobre las comunicaciones de carácter institucional de las entidades públicas deben contar con capacitación permanente, no solo al personal del área de Imagen Institucional si no también a todos los funcionarios de la entidad para que comprendan la forma correcta desde el punto de vista técnico y legal de realizar una publicación dirigida a la ciudadanía.

Cuando se den los cambios de gestión, luego de un proceso electoral, estos se deben orientar dentro del procedimiento de transferencia, el cual se realiza con arreglo a ley, teniendo en cuenta la obligatoriedad de entregar la información acopiada de una gestión a otra, lo cual incluye la data perteneciente a la jefatura de Imagen Institucional.

La planificación y creación de contenido debe ejecutarse a partir de los objetivos de las entidades públicas, de este modo debe existir una coordinación constante entre todas las áreas que permita un contenido coherente, con periodicidad que vincule positivamente a la sociedad civil con sus autoridades.

REFERENCIAS

- De La Cruz Cabrera, J. A. (2019). Campaña social sobre trabajo infantil y su concientización en jóvenes asistentes al municipio de San Martín de Porres, Lima 2019.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing (Decimocuarta edición ed.). Mexico DF: Pearson.
- Paladines, F. (2012). Gestión de la Comunicación de la marca en las redes sociales. Recuperado el, 29. Repositorio de la Universidad de Santiago de Compostela. <https://acortar.link/YNyRwc>
- Paredes Crespo, E. R., & Usquiano Torres, C. M. (2022). Propuesta de plan de marketing de contenidos para el posicionamiento de marca en redes sociales de la empresa Munay Brasas. Repositorio de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/112649/Parades_CER-Usquiano_TCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Meso, K., Mendiguren, T., y Pérez, J. (2015). The Role of Community Manager in the Marketing Strategies of the Spanish Companies Most Active on Social Networks. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 21(1), 385-402. doi: 10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49101
- Moreno, M. (2014) . El gran libro del Community Manager. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=AhHVAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=community+manager&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiuj_GuvP7hA


hWKZd8KHYYhmCy4Q6AEITjAH#v=
onepage&q=community%20manager&f=false

Tuesta Zuta, J. (2019). Community manager y decisión de compra en la empresa Importaciones Impacto SAC, Cercado de Lima, 2019. Repositorio de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46702/Tuesta_ZJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zamora Acosta, J. F. (2019). Redes sociales y su relación con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Los Olivos, Lima 2019. Repositorio de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43838/Zamora_AJF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Visitas a los mercados.



MUNICIPALIDAD DISTRITAL
CONDEBAMBA

COMUNICADO

El Alcalde de la Municipalidad Distrital de Condebamba, ante la situación de crisis y grave riesgo que vive el país a consecuencia de la expansión y contagio del Coronavirus (COVID – 19), con relación al Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación, informa a la opinión pública lo siguiente:

- 1.- La suspensión de labores y servicios de atención al público, durante el plazo de 15 días calendario, contados a partir del lunes 16 de marzo del 2020.
- 2.- Quedan suspendidos los plazos de los procedimientos administrativos en trámite, así como plazos aplicables a solicitudes administrativas, tales como plazos de vencimiento de obligaciones, reclamos y registros.
- 3.- La Municipalidad en coordinación con las autoridades competentes, vigilará el abastecimiento de alimentos, medicinas, así como la continuidad de los servicios básicos previstos por el Gobierno Central.
- 4.- La **Central de Emergencia**, el Servicio de Limpieza Pública y recojo de Residuos Sólidos seguirá con normalidad en los horarios y zonas establecidas.
- 5.- El personal de la Municipalidad estará atento ante cualquier emergencia que se presente y actuará de inmediato dentro de sus competencias.

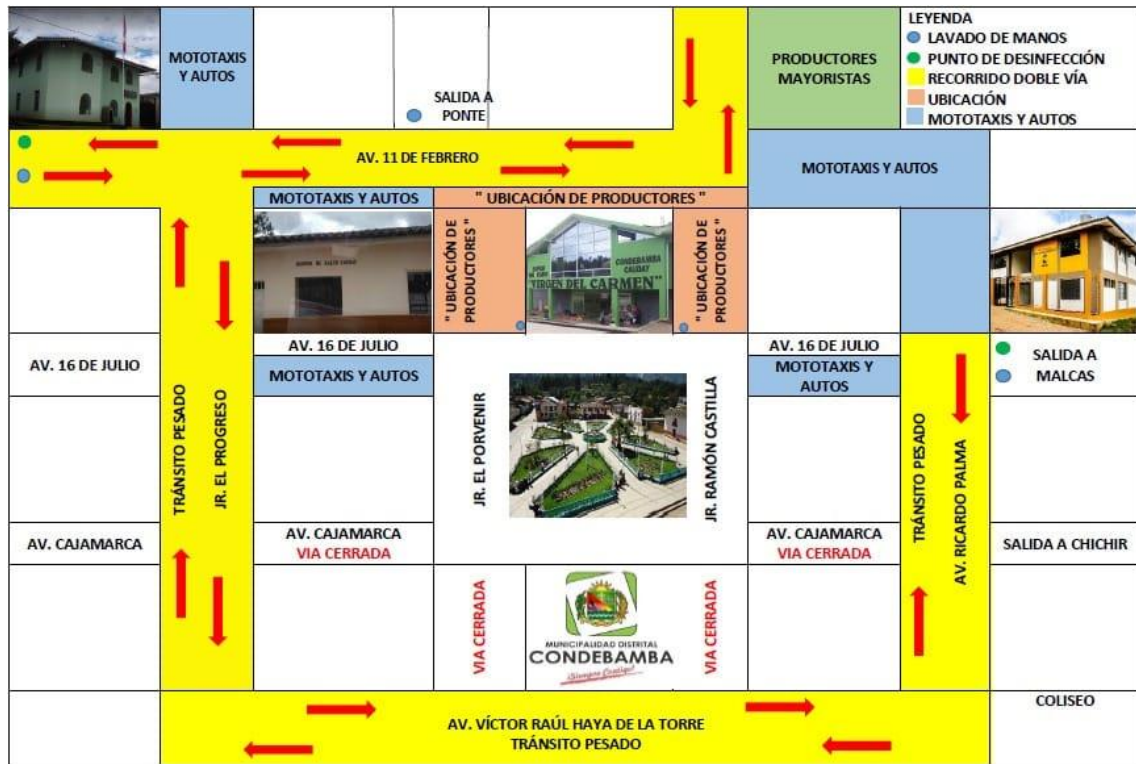
Cualquier consulta será atendida por la **Central de Emergencia**, al teléfono:
915105898

Condebamba, 16 de marzo del 2020

Prof. Carlos Arturo Llano Torres
ALCALDE

¡Siempre Contigo!





Carlos Arturo
Vive en Cajabamba (Perú)
Tiene 1 seguidor

Fotos [Ver todas las fotos](#)

Carlos Arturo
27 de mayo de 2020 · 🌐

BUEN DÍA, HOY MIÉRCOLES 27 DE MAYO QUIERO EXPRESAR MI FELICITACIÓN A LOS PRODUCTORES Y CIUDADANÍA EN GENERAL, POR SEGUIR LAS INSTRUCCIONES DE SEGURIDAD Y DISTANCIAMIENTO EN EL MERCADO DE CAUDAY, UNIDOS TRABAJANDO EN EQUIPO: PNP, CENTRO DE SALUD, MUNICIPALIDAD Y POBLACIÓN #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!

Carlos Arturo

Detalles

- Trabajó como Alcalde en municipalidad
- Vive en Cajabamba (Perú)
- Tiene 1 seguidor

Fotos [Ver todas las fotos](#)



Carlos Arturo
10 de junio de 2020 · 🌐

BUEN DÍA, HOY MIÉRCOLES 10 DE JUNIO, LA MUNICIPALIDAD EN COORDINACIÓN CON AGRORURAL APERTURARON "DE LA CHACRA A LA OLLA", NUESTROS PRODUCTORES CONDEBAMBINOS HAN PUESTO A LA VENTA SUS PRODUCTOS ECOLÓGICOS A TODA LA POBLACIÓN QUE VISITARON CAUDAY PARA ADQUIRIR SUS COMPRAS PARA LA SEMANA, SIEMPRE CON LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD Y SANEAMIENTO, NUESTRA GESTIÓN ES DE PUERTAS ABIERTAS A TODAS LAS INSTITUCIONES EN BENEFICIO DE NUESTRA POBLACIÓN #YOMEQUEDOENCASA ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!



Carlos Arturo

Detalles

- Trabajó como Alcalde en municipalidad
- Vive en Cajabamba (Perú)
- Tiene 1 seguidor

Fotos [Ver todas las fotos](#)

Carlos Arturo
26 de junio de 2020 · 🌐

BUEN DÍA, EN ÉPOCA DE PANDEMIA Y CRISIS, HAY QUE DINAMIZAR LA ECONOMÍA DE NUESTRA GENTE, HOY VIERNES A PEDIDO DE LOS MORADORES DE CHICHIR Y OTUTO SE HA IMPLEMENTADO MERCADOS PARA LA VENTA DE SUS PRODUCTOS, LOS QUE FUNCIONARÁN UNA VEZ A LA SEMANA, CON ÓRDEN, LIMPIEZA Y DISTANCIAMIENTO, EVITAREMOS QUE HAYA AGLOMERACIONES Y VAYAN A OTROS MERCADOS A REALIZAR SUS COMPRAS, COMO MUNICIPALIDAD ESTAMOS APOYANDO CON LOS PUESTOS, DESINFECCIÓN, LAVADO DE MANOS Y SEGURIDAD, LA COORDINACIÓN SIEMPRE CON SUS AUTORIDADES, BUSCANDO EL BENEFICIO DE SUS COMUNIDADES ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!



Apoyo Pensión 65

 **Carlos Arturo** ...

Detalles

-  Trabajó como Alcalde en municipalidad
-  Vive en Cajabamba (Perú)
-  Tiene 1 seguidor

Fotos [Ver todas las fotos](#)



 **Carlos Arturo**
17 de junio de 2020 · 🌐

DÍA 93 DE EMERGENCIA NACIONAL, HOY MIÉRCOLES 17 DE JUNIO ACOMPAÑAMOS A NUESTROS ADULTOS MAYORES DE NUESTRO DISTRITO EN EL COBRO DE SU BONO UNIVERSAL, SON MÁS DE 500 BENEFICIARIOS LOS CUALES LO REALIZARÁN EN 5 DIAS, NUESTROS COLABORADORES ESTÁN BRINDÁNDOLES TODO EL APOYO EN SEGURIDAD, ALIMENTACIÓN Y COMODIDAD, FUERON LOS QUE ABRIERON LOS CAMINOS PARA EL PROGRESO DE CONDEBAMBA Y HOY ESTAMOS CON ELLOS **#YOMEQUEDOENCASA** ¡ARRIBA CONDEBAMBA! ¡SIEMPRE CONTIGO!







COMUNICADO

La Municipalidad Distrital de Condebamba, una vez más estará apoyando a nuestros Adultos Mayores en el cobro del Programa **Pensión 65**, correspondientes a los meses de **MARZO - ABRIL - MAYO - JUNIO** del año 2021 de acuerdo al cronograma de pago por la agencia del **Banco de la Nación Cajabamba**. Nuestro compromiso sigue siendo cuidar y mantener el bienestar de nuestros Adultos Mayores, poniendo a disposición el **BUS** para su traslado.

(NOTA LAS PERSONAS QUE COBRAN CON CARTA PODER SOLO LO PUEDEN REALIZAR LOS DIAS LUNES 17 Y MARTES 18 DE MAYO DEL 2021)

CRONOGRAMA DE PAGO POR AGENCIA DEL BANCO DE LA NACIÓN DE CAJABAMBA PADRÓN: MARZO - ABRIL - MAYO - JUNIO DEL AÑO 2021

CRONOGRAMA DE PAGO POR AGENCIA DEL BANCO DE LA NACIÓN DE CAJABAMBA		CRONOGRAMA BUS
10-May	NARANJOS, SAN MARTIN, BELLA VISTA, CHAQUICOCHA, PUERTO SIERRA, MALCAS, LA MECED, EL PORVENIR, MANGALLANA, OSCOL, EL HUAYO, PALO AMARILLO.	Bella Vista El Porvenir San Martín
11-May	AYANGAY, CHICHIR, COIMA, SAUCEMAYO, OTUTO, CONCHAPATA, SAN ELIAS, HUALANGA, LA POLVORA.	Otuto
12-May	SARIN, PIEDRA GRANDE, CHAUCHABAMBA, QUEBRADA HONDA, PANCHO JARA, TANGALBAMBA (ALTO Y BAJO), EL SAUCE, CAUDAY, AHIJADERO.	Chauchabamba Sarin
13-May	LA ESPERANZA, CAUDAYORCO, OGOSGON VISTA ALEGRE, OGOSGON PAUCAMONTE, PACHILANGA, LUCMAPAMPA, HUARASULLO.	Ogosgon Paucamonte La Esperanza
14-May	PONTE, HUAÑIMBA, HUAÑIMBITA, MATIBAMBA, LA COLPA, LLANCORRAL, PASORCO, LA ISLA, POMABAMBA, ISCOCUCHO, SANTOS LUGARES, SACASBAMBA.	Pomabamba Huañimbita

CARLOS ARTURO

iSiempre Contigo!







Campañas Medicas





**MUNICIPALIDAD DISTRITAL
CONDEBAMBA**
¡Siempre Contigo!

**EsSalud
CAJAMARCA**

CAMPAÑA MÉDICA Municipal

ESPECIALIDADES

- * **CARDIOLOGÍA**
- * **PEDIATRÍA**
- * **TRAUMATOLOGÍA**
- * **GASTROENTEROLOGÍA**
- * **MEDICINA FÍSICA Y REHABILITACIÓN**
- * **MEDICINA INTERNA**
- * **GINECO-OBSTETRICIA**
- * **PSICOLOGÍA**

INFORMES:
Av. Cajamarca N° 394
Cel. 915 105898

**9 MIÉRCOLES
DICIEMBRE**
HORA: 08:30 a.m.

Lugar: Municipalidad Distrital de Condebamba

 **Carlos Arturo** ...

Detalles

-  Trabajó como Alcalde en municipalidad
-  Vive en Cajabamba (Perú)
-  Tiene 1 seguidor

Fotos [Ver todas las fotos](#)



 **Carlos Arturo** 14 de octubre de 2020 · 🌐 ...

BUEN DIA, HOY MIÉRCOLES 14 DE OCTUBRE DEL 2020, CON GRAN ÉXITO Y BUENA AFLUENCIA DE PÚBLICO, SE LLEVÓ A CABO LA CAMPAÑA DE DESPISTAJE COVID-19 MEDIANTE HISOPADO Y PRUEBAS RÁPIDAS APLICADAS POR ESSALUD-CAJAMARCA Y ENTREGA DE MEDICAMENTOS A LOS PACIENTES, MI ETERNA GRATITUD A ELLOS, TAMBIÉN A ESSALUD-CAJABAMBA Y AL CENTRO DE SALUD DE CAUDAY POR SU APOYO, A LA VEZ ANUNCIAMOS QUE SE HA GESTIONADO CON EL JEFE ZONAL DR. HANS HUATAY CAMPOS OTRA CAMPAÑA MÉDICA PARA LA PRIMERA SEMANA DE DICIEMBRE CON ATENCIÓN A NUESTRA POBLACIÓN EN DIFERENTES ESPECIALIDADES MÉDICAS TOTALMENTE GRATUITAS, LES ESTAREMOS COMUNICANDO EL DÍA Y HORA PARA QUE ACUDAN A RECIBIR SUS ATENCIONES. UN SOLO OBJETIVO, CUIDAR TU SALUD.
[#GUARDATUDISTANCIA](#) ¡ ARRIBA CONDEBAMBA! ¡ SIEMPRE CONTIGO!







