

# **UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Escuela Profesional de Periodismo**



## **TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Actividades en la Oficina de Imagen y Comunicación de la Municipalidad  
Distrital de Callahuanca, Provincia de Huarochirí, Departamento de Lima,  
periodo 2016-2018

**(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)**

**PRESENTADO POR:**

Marcos Enrique Cabrera Porras

**ASESOR (A):**

Mario Rubén Gonzales Ríos

**LIMA – PERÚ**

**2024**

**INFORME DE SIMILITUD DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
DE MARCOS ENRIQUE CABRERA PORRAS**

<b>INFORME</b>	
Título del Trabajo de Investigación (Trabajo de Suficiencia Profesional)	<i>Actividades En La Oficina De Imagen y Comunicación De La Municipalidad Distrital De Callahuanca, Provincia De Huarochiri, Departamento De Lima, Periodo 2016-2018</i>
Autor/a del Trabajo de Investigación (Trabajo de Suficiencia Profesional)	Marcos Enrique Cabrera Porras DNI: 44885682
Asesor/a	Nombres y Apellidos: Mario Rubén Gonzales Ríos ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-4810-889X">https://orcid.org/0000-0003-4810-889X</a> D.N.I: 10492053
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciado en Periodismo
Fecha de la aplicación del Software Turnitin	14 de agosto 2024
Índice de Similitud	13 %
Máximo Permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la Aplicación del Turnitin	Mg. Prisea G. Vilchez Samanez



Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 10 de marzo del 2025

Prisea G. Vilchez Samanez  
Jefe de Vigilancia de Originalidad del  
Instituto de Investigación de la UJBM

## INDICE

<b>INDICE DE FIGURAS.....,,,,,</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL .....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL CENTRO LABORAL .....</b>	<b>31</b>
<b>CAPÍTULO III. DISCUSIÓN.....</b>	<b>78</b>
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS OBTENIDOS Y APORTES .....</b>	<b>81</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>87</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXOS FOTOGRÁFICOS:.....</b>	<b>90</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

1. **Imagen 01**
  - **Leyenda:** Elaboración de publicidad para evento: “Festival de la chirimoya” por parte de la oficina de Imagen de la MDC, con la participación de Leonard León, Armonía 10 entre otros.
2. **Imagen 02**
  - **Leyenda:** Mi persona elaborando la publicidad para evento: “Festival de la chirimoya”.
3. **Imagen 03**
  - **Leyenda:** Reunión de capacitación para presupuesto participativo con las diferentes organizaciones.
4. **Imagen 04**
  - **Leyenda:** Reunión con el equipo de imagen de la MDC para dar indicaciones para el diseño y elaboración de post para el fan page de la Municipalidad de Callahuanca.
5. **Imagen 05**
  - **Leyenda:** Elaboración y edición del video de invitación para el festival de la chirimoya por parte de Armonía 10.
6. **Imagen 07**
  - **Leyenda:** Fin de las actividades de Callahuanca en su fiesta.
7. **Imagen 08**
  - **Leyenda:** Elaboración de post para información para evitar información falsa, la cual indicaba que se cobraría por el espacio en uso.
8. **Imagen 09**
  - **Leyenda:** En la imagen se aprecia el mapa de Callahuanca elaborado con Lima Provincia como parte del desarrollo de su plan turístico.
9. **Imagen 10**
  - **Leyenda:** Programación para las diferentes actividades del mes y tener un resumen para el diseño de post para actividades variadas.
10. **Imagen 11**
  - **Leyenda:** Publicación de concurso de dibujo realizado en la MDC, convocatoria por redes sociales para los niños y jóvenes del distrito.
11. **Imagen 12**
  - **Leyenda:** Elaboración de post para charla técnica y capacitación para los pobladores de Callahuanca contra la mosca de la fruta.
12. **Imagen 13**
  - **Leyenda:** Elaboración de post concurso de matemáticas y comprensión de lectura para los alumnos del colegio Coronel Francisco Bolognesi.
13. **Imagen 14**
  - **Leyenda:** La MDC desarrollo un concurso de antorchas por la festividad de su aniversario, imagen de la convocatoria.
14. **Imagen 15**
  - **Leyenda:** Coordinación seguridad Ciudadana, PNP y autoridades del sector para la realización del evento musical.
15. **Imagen 16**

- **Leyenda:** Ubicación de los puntos de colocación de los mapas turísticos.
- 16. **Imagen 17**
  - **Leyenda:** Edición de fotos de las actividades realizadas en la MDC.
- 17. **Imagen 18**
  - **Leyenda:** Post de información de la descolmatación del río.
- 18. **Imagen 19**
  - **Leyenda:** Se visitó las orillas del río para generar el Post de trabajos maquinaria pesada y asimismo hacer de conocimiento a la comunidad.
- 19. **Imagen 20**
  - **Leyenda:** Post de la presentación de Armonía 10 que fue replicada en las redes sociales de la MDC a vísperas de la festividad de Callahuanca.
- 20. **Imagen 21**
  - **Leyenda:** Post de invitación de diversos artistas para las actividades dentro de la Comunidad de Callahuanca.
- 21. **Imagen 22**
  - **Leyenda:** Actividad de apoyo a través de programas sociales de la MDC para la entrega de una olla industrial para el anexo de Purunhuasi.
- 22. **Imagen 23**
  - **Leyenda:** Post para el día Internacional de la biodiversidad.
- 23. **Imagen 24**
  - **Leyenda:** Cobertura del presupuesto participativo con la participación de las diferentes organizaciones del distrito.
- 24. **Imagen 25**
  - **Leyenda:** Diseño de Super Chiriman y sus consejos contra la anemia.
- 25. **Imagen 26**
  - **Leyenda:** Reunión del alcalde y el teniente alcalde con vecinos del distrito informando sobre el presupuesto participativo.
- 26. **Imagen 27**
  - **Leyenda:** Entrega de ollas y apoyos a los anexos del distrito por parte de la oficina de programas sociales y el alcalde.
- 27. **Imagen 28**
  - **Leyenda:** Imagen de convocatoria para talleres deportivos de invierno.
- 28. **Imagen 29**
  - **Leyenda:** Post para información de la Limpieza de pozos de agua en Callahuanca.
- 29. **Imagen 30**
  - **Leyenda:** Post informativo para la reunión del club del adulto mayor y su organización en el distrito desde programas sociales.
- 30. **Imagen 31**
  - **Leyenda:** Publicación por el día de la bandera para información de la población.
- 31. **Imagen 32**
  - **Leyenda:** En el mes de junio se desarrolla el campeonato relámpago de Callahuanca, para esto se elaboró la publicación para campeonato de fútbol.
- 32. **Imagen 33**
  - **Leyenda:** Publicación de Copa Callahuanca, desde la Gerencia de Deportes se dio la iniciativa para la copa Callahuanca 2019.
- 33. **Imagen 34**

- **Leyenda:** Publicación de la celebración del día de la bandera.
- 34. **Imagen 35**
  - **Leyenda:** Elaboración de formatos y la nueva línea gráfica para documentación de la gestión, entre ellas las hojas membretadas.
- 35. **Imagen 36**
  - **Leyenda:** Publicación de los mejoramientos de las instalaciones de los locales comunales.
- 36. **Imagen 37**
  - **Leyenda:** Publicación de matrimonio civil desarrollado en la Municipalidad.
  
- 37. **Imagen 38**
  - **Leyenda:** Supervisión de trabajos en anexos del distrito para el mejoramiento del riego de la comunidad.
- 38. **Imagen 39**
  - **Leyenda:** La Municipalidad de Callahuanca realizó un simulacro de sismo y tsunami como prevención ante un siniestro.
- 39. **Imagen 40**
  - **Leyenda:** Publicación del simulacro de sismo y tsunami para información de la población de Callahuanca.

## **Resumen**

En la Municipalidad Distrital de Callahuanca, se implementaron acciones y estrategias de comunicación esenciales para fortalecer su identidad institucional y responder a las necesidades de la comunidad. La comunicación organizacional, definida como la disciplina que explora la imagen y la identidad en las corporaciones, se adapta al contexto cultural local, destacando la importancia de una gestión comunicativa efectiva. La variabilidad en la atención de los residentes y los trabajadores de la ciudad de Callahuanca requiere estrategias específicas que difieren de las implementadas en Lima metropolitana. La limitada recepción de información inicial por parte de la población local llevó a la creación de un sistema de comunicación accesible, centrado en la recolección y distribución de información relevante sobre las actividades municipales. Este enfoque ha mejorado la conectividad y la percepción de la municipalidad, subrayando la relevancia de continuar y fortalecer estas prácticas para el desarrollo sostenido del distrito. La gestión comunicacional demuestra ser fundamental para el progreso comunitario.

## **Introducción**

Estimados miembros del jurado, tengo el agrado de presentar este informe exhaustivo que documenta las actividades de la Municipalidad Distrital de Callahuanca, ofreciendo un análisis detallado de su estructura institucional, funciones y aportaciones a la comunidad. Este documento integra un marco teórico, metodológico y práctico que sustenta las acciones llevadas a cabo, así como los resultados y conclusiones derivadas de dichas actividades.

En la sección Descripción del Centro Laboral se presenta un análisis contextual de la Municipalidad Distrital de Callahuanca, incluyendo su visión, misión y valores fundamentales. Se examina la cultura institucional que caracteriza a la organización y se exponen los objetivos estratégicos que orientan sus operaciones. Asimismo, se proporciona una reseña histórica que contextualiza el desarrollo y las funciones de la municipalidad, respaldada por la base legal correspondiente. El capítulo concluye con una descripción detallada del plan de trabajo que guía las actividades municipales.

En el primer capítulo se desarrolla el marco que justifica la elaboración del informe a través de un resumen ejecutivo y la identificación del problema central abordado. Se analizan los problemas específicos y se expone la relevancia teórica, metodológica y práctica del estudio. El marco teórico incluye una revisión exhaustiva de la literatura existente que respalda la investigación y las actividades desarrolladas, proporcionando una base sólida para el análisis.

En el segundo capítulo se detalla minuciosamente las actividades desarrolladas en la Municipalidad Distrital de Callahuanca. Se ofrece una visión general del entorno laboral y se describen las áreas específicas en las que se llevaron a cabo las labores. Se documentan los logros alcanzados y las dificultades enfrentadas, incluyendo casos destacados que ilustran los desafíos encontrados y las soluciones implementadas.



En el tercer capítulo se demuestra una discusión sobre el tema, y en el cuarto capítulo se evidencian los resultados obtenidos, aportes finales y conclusiones que centra en el análisis de las soluciones implementadas para abordar el problema central y los problemas específicos identificados. Se reflexiona sobre el crecimiento personal y profesional derivado de estas experiencias y se presentan aportes finales que incluyen recomendaciones para acciones futuras. Las conclusiones sintetizan los hallazgos clave del informe, destacando la relevancia y el impacto de las actividades realizadas.

El informe concluye con una reflexión sobre la importancia de las actividades desarrolladas y su contribución al fortalecimiento de la Municipalidad Distrital de Callahuanca. Se resaltan las lecciones aprendidas y se proponen sugerencias para mejorar las prácticas futuras. Finalmente, se incluyen referencias bibliográficas que respaldan el contenido del informe y un anexo de imágenes adicionales que ilustran la gestión realizada.

# **ACTIVIDADES EN LA OFICINA DE IMAGEN Y COMUNICACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CALLAHUANCA, PROVINCIA DE HUAROCHIRÍ, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2016-2018**

## **DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL**

### **Municipalidad Distrital de Callahuanca**

#### **1.1. Visión**

La Municipalidad Distrital de Callahuanca, es una institución de gobierno local que cuenta con un aparato administrativo eficiente y ha logrado establecer su institucionalidad en el contexto de un distrito gobernable que promueve eficazmente el desarrollo económico y social con un enfoque de competitividad y bienestar colectivo.

#### **1.2. Misión**

La misión de la Municipalidad Distrital de Callahuanca se centra en impulsar el desarrollo del distrito de manera continua y completa. Este compromiso incluye la coordinación a todos los niveles con los sectores público, privado y la sociedad civil. El objetivo principal es facilitar servicios de gestión que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población, asegurando la dignificación de cada individuo sin exclusiones de ningún tipo. La municipalidad se esfuerza por utilizar de manera eficiente las inversiones proporcionadas por el Estado, garantizando una presentación adecuada de los servicios públicos locales. Con un enfoque integral y sostenible, buscan elevar el bienestar de la comunidad, promoviendo el acceso equitativo a servicios esenciales y contribuyendo al progreso general del distrito.

#### **1.3. Valores**

La Municipalidad Distrital de Callahuanca maneja ciertos valores que permiten reforzar sus políticas de trabajo, sus valores son los siguientes: Honestidad, transparencia, y responsabilidad.

## **1.4. Reseña Histórica**

Callahuanca encarna la esencia del turismo, la magia, la gallardía y la belleza natural. Su arquitectura conservadora refleja la vida cotidiana de su gente, fusionando paisajes poco comunes que dibujan una imagen señorial entre la naturaleza y la mano del hombre. Ubicado en la provincia de Huarochirí, Callahuanca se distingue como uno de los 32 distritos que conforman esta región, situándose a unas 4 horas de la capital, Lima. En términos de gobierno, la administración de Callahuanca depende del Gobierno Regional de Lima-Provincias.

La capital del distrito es el pintoresco Callahuanca pueblo, conocido por sus extensos cultivos de palto y chirimoya, otorgándole el apelativo de "Paraíso de las chirimoyas". En la gestión 2018-2021, se añade con orgullo la denominación de "Callahuanca, el distrito turístico más importante de Huarochirí". Geográficamente, se sitúa en la margen izquierda del río Santa Eulalia, en una meseta a una altitud de 1765 msnm y a 46 km de Lima.

La creación del distrito de Callahuanca data del 12 de abril de 1957, bajo la Ley N° 12825, durante el segundo periodo del presidente Manuel Prado Ugarteche. Su nombre completo, Santa Rosa de Callahuanca, rinde homenaje a Santa Rosa de Lima, su patrona celebrada el 30 de agosto. Las palabras quechua "cajilla", que significa "partida", y "huanca", que se traduce como "piedra", dan origen al significado de "Piedra Partida".

La demarcación de Callahuanca incluye dos tipos de centros poblados: el centro poblado urbano de Callahuanca, con un promedio de 1,944 habitantes, y los centros rurales, como Barba Blanca con 349 habitantes, el Caserío de Purunhuasi, San Pablo de Chauca, y el Caserío de San José de Tucre, con 111 habitantes.

Callahuanca se presenta como un destino ideal para los amantes de los deportes de aventura, las caminatas, el ciclismo o simplemente el descanso. Un evento destacado en Huarochirí es el "Festival de la Chirimoya", que marca el inicio de la temporada de verano y tiene lugar en el centro poblado urbano de Callahuanca, donde las chirimoyas pueden llegar a pesar más de tres

kilos.

## **1.5. Actividades**

La Municipalidad Distrital de Callahuanca desempeña un papel fundamental como órgano del Gobierno Local en su jurisdicción. En calidad de entidad orgánica en la organización territorial del Estado, actúa como el canal directo de participación ciudadana en los asuntos públicos. Con personalidad jurídica de derecho público, forma parte integral de la Provincia de Huarochirí, en la Región y Departamento de Lima, y goza de plena capacidad para cumplir sus objetivos, así como de autonomía política, económica y administrativa en las materias de su competencia.

La municipalidad asume el rol de promotor del desarrollo local y ejerce el Gobierno Local en su circunscripción distrital. Esta área geográfica, definida como una circunscripción político-administrativa, no solo delimita el ámbito territorial de gobierno y administración del Estado, sino que también refleja la identidad histórico-cultural de su población. Este contexto geográfico sirve de base para las relaciones sociales, económicas y administrativas que la municipalidad gestiona.

La categorización de la Municipalidad Distrital de Callahuanca como una Municipalidad de Zona Rural, de acuerdo con el Decreto Supremo N° 090-2011-PCM, implica que su estructura administrativa se ajusta a los lineamientos establecidos en el Título XI y Capítulo Único de la Ley N° 27972. En este marco normativo, la municipalidad opera para cumplir su misión de manera eficiente y efectiva, garantizando el bienestar y desarrollo sostenible de la comunidad local.

Callahuanca se considera como una institución comprometida con el desarrollo social, económico y productivo de su población. Por otro lado, con miras a la modernización del

distrito, pero con un alto sentido humano, respetando la ecología y biodiversidad de su territorio. Asimismo, una de las consignas dentro de la cultura callahuanquina es la preservación del legado cultural dejado por sus ancestros. Dentro de la Comunicación institucional la cultura es un conjunto de significados compartidos que proporcionan un marco común de referencia y patrones similares de comportamientos que se dan en la organización, conseguida a través de los medios de transmisión y reforzamiento de la identidad corporativa compuestos por símbolos, conductas, políticas, procedimientos y normas (Fernández-Collado, 2006, p. 13). Es por eso, que mediante actividades culturales que impulsan la identidad del pueblo cuidan el legado de sus antepasados dejando estas costumbres de poblador a poblador mirando hacia el futuro.

Al comienzo de la gestión 2018, nos enfrentamos a la carencia de los instrumentos de gestión del periodo anterior en el archivo municipal, lo que complicó el progreso de las actividades municipales y la creación de una estructura interna para el gobierno del distrito. En este contexto, fue imperativo adaptar los objetivos institucionales a la realidad de la comunidad de Callahuanca. Esto implicó, por un lado, reconstruir la confianza ciudadana mediante una gestión transparente, fortaleciendo los lazos entre las autoridades y la comunidad, y, por otro lado, alcanzar logros tangibles como obras significativas y servicios eficientes.

Dentro de estos tres puntos críticos, fue esencial profundizar en el análisis. De ahí surgió la idea de dotar a la Municipalidad de mejores condiciones en términos de infraestructura, equipamiento y tecnología, permitiéndole modernizarse y mejorar sus procesos para operar de manera más eficiente. El objetivo era elevar los estándares de calidad de los Servicios Públicos Locales ofrecidos por la Municipalidad Distrital de Callahuanca, optimizando los recursos logísticos, financieros y humanos en beneficio de los usuarios, contribuyentes y la comunidad en general.

Asimismo, en las comunidades con una alta demanda, implementar de manera eficiente

programas y proyectos sociales, focalizados especialmente en los sectores más vulnerables, generó estabilidad interna y, por ende, contenido significativo para presentar. Alcanzar una buena imagen y promoción se convirtieron en aspectos cruciales en la gestión pública diaria. Es por ello que el trabajo desde la oficina de imagen y comunicaciones representa las manos que moldean la presentación de lo que a menudo pasa desapercibido.

## **1.6. Actividades**

La gestión municipal está regulada por diversas esferas jurídicas, y en el análisis de la Municipalidad Distrital de Callahuanca se destaca su autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia, según lo dispuesto en la Constitución Política del Perú. La facultad de ejercer actos administrativos y de gobierno, en concordancia con el ordenamiento jurídico, es una de las prerrogativas fundamentales de la municipalidad.

La demarcación territorial de la Municipalidad Distrital de Callahuanca es definida por el espacio geográfico aprobado por el poder legislativo, de acuerdo con la propuesta del Poder Ejecutivo. Sus autoridades son elegidas por sufragio popular, conforme a la legislación electoral vigente. El Reglamento de Organización y Funciones (ROF) se aplica a todas las unidades orgánicas del Gobierno Local, desde las Áreas hasta los Departamentos. La sede de la municipalidad está ubicada en la Avenida San Martín N° 2860, en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, departamento de Lima.

La existencia de la Municipalidad Distrital de Callahuanca es indefinida y solo puede ser concluida mediante una Ley del Congreso de la República, previa consulta vecinal o referéndum, según lo establecido en la Ley N° 27795 y su Reglamento, el Decreto Supremo N° 019-2003-PCM. La gestión del gobierno local tiene una duración constitucional de 4 años, con autoridades elegidas por voto popular, tales como el alcalde y los regidores, de acuerdo con la

legislación electoral vigente. La Municipalidad Distrital de Callahuanca ejerce funciones promotoras, normativas, reguladoras, ejecutivas, de fiscalización y control en las materias de su competencia, conforme a lo dispuesto en la Constitución Política del Perú, la Ley Orgánica de Municipalidades y la Ley de Bases de la Descentralización. El artículo 75 de la Ley N° 27972 establece que ninguna persona o autoridad puede asumir funciones específicas de competencia exclusiva municipal, y su ejercicio indebido constituye usurpación de funciones.

La Unidad de Imagen Institucional tiene la responsabilidad de liderar y gestionar las actividades relacionadas con la comunicación, la información y las relaciones públicas en una entidad. Esta unidad está bajo la supervisión de un funcionario público designado como Jefe de Unidad y opera funcional y administrativamente bajo la Subgerencia de Secretaría General. Para cumplir con su objetivo, la Unidad de Imagen Institucional implementó un Plan de Trabajo que incluyó las siguientes acciones:

- **Planificación, Coordinación y Liderazgo de Eventos:** Organizar y gestionar eventos protocolares y oficiales, asegurando la adecuada participación del Alcalde, sus representantes, los regidores y otros funcionarios en dichas actividades.
- **Actualización del Portal de Transparencia:** Mantener actualizado el Portal de Transparencia de la Municipalidad en colaboración con el Departamento de Informática, garantizando que la información esté accesible y actualizada para el público.
- **Campañas Publicitarias y Edición de Materiales Informativos:** Desarrollar y ejecutar campañas publicitarias en diversos medios de comunicación para promover los servicios y actividades de la municipalidad. Además, se encargó de la edición del Boletín Municipal, así como de otros materiales informativos, memorias, folletos y documentos pertinentes.

- **Servicios de Comunicación e Información:** Ofrecer servicios especializados en comunicación e información, gestionando y manteniendo actualizado el archivo fonográfico y fotográfico de la municipalidad en diversos medios.
- **Informes Mensuales y Publicación de la Memoria Anual:** Proporcionar informes mensuales a la Alcaldía y a la Gerencia Municipal sobre noticias y eventos relevantes a nivel local. Compilar y publicar la memoria anual, manteniendo actualizado el directorio de contactos.
- **Estrategias de Marketing:** Planificar, programar y ejecutar estrategias de marketing para mejorar la gestión municipal.

El Plan de Trabajo se implementó durante la gestión 2019-2022, marcando una nueva etapa en la comunicación institucional de Callahuanca. La implementación del plan de comunicaciones implicó seguir minuciosamente las estrategias y tácticas establecidas en el plan general, destacándose los siguientes puntos clave:

- **Asignación de Responsabilidades:** Se designó un equipo específico para ejecutar el plan de comunicaciones, compuesto por miembros con habilidades en áreas como redes sociales, relaciones con los medios y diseño gráfico, entre otros.
- **Creación de un Calendario de Actividades:** Se desarrolló un calendario de actividades para organizar y planificar eventos, tareas y actividades a lo largo de un período de tiempo determinado, ya sea diario, semanal, mensual o anual. Este calendario, presentado en formato de tabla o gráfico, detallaba las fechas y horas de inicio y finalización de cada actividad planificada.

El calendario de actividades es una herramienta fundamental en la planificación tanto personal como profesional. En el ámbito laboral, se utiliza para programar reuniones, plazos de entrega,



eventos de capacitación y viajes de negocios. A nivel personal, ayuda a organizar actividades recreativas, citas médicas y celebraciones familiares, entre otros.

Entre las características comunes del calendario de actividades se encuentran la posibilidad de agregar notas o descripciones a cada evento, establecer recordatorios para eventos importantes y compartir el calendario con otros colaboradores para una mejor coordinación.

En conclusión, el calendario de actividades es una herramienta esencial para la organización y planificación eficiente de eventos y tareas a lo largo del tiempo.

## **1.7. Estructura Orgánica**

La base legal de la Municipalidad de Callahuanca para la conformación de su Reglamento de organización y funciones se ha tenido en cuenta las siguientes disposiciones legales:

- Constitución Política del Estado
- Ley N° 27972 Ley Orgánica de Municipalidades,
- Ley N° 28175 Ley Marco del Empleo Público
- Ley N° 27783 Ley de Bases de la Descentralización
- Ley N° 27680 Ley de Reforma Constitucional del Capítulo XIV del Título IV, Sobre Descentralización
- Ley N° 27658 Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado
- Decreto Supremo N° 030-2002-PCM Reglamento de la Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado

- Decreto Supremo. N° 043-2006-PCM. Lineamientos para la elaboración y aprobación del Reglamento de Organización y Funciones - ROF por parte de las entidades de la Administración Pública.
- El TUO de la Ley de Procedimiento Administrativo General Ley N° 27444; aprobado por el Decreto Supremo N° 006-2017-JUS.
- La Ley de Contrataciones del Estado N° 30225 y su modificatoria aprobada por el Decreto Legislativo N° 1341.
- El Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado aprobado por el Decreto Supremo N° 350-2015-EF modificado por el Decreto Supremo N° 057-2017-EF.
- La Ley del Servicio Civil aprobado por la Ley N° 30057.
- El Reglamento de la Ley de Servicio Civil aprobado por el Decreto Supremo N° 0402014-PCM.
- La Resolución de la Presidencia Ejecutiva de Servir N° 152-2014-SERVIR/PE; que aprobó la Directiva N° 001-2014-SERVIR.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 161-2013-SERVIR/PE se aprueban la Directiva N° 001-2013-SERVIR/GDSRH “Normas para la formulación del Manual de Perfiles de Puestos (MPP)”; entre otras normas de SERVIR respecto a la nueva modalidad de clasificación. Sin embargo, por disposición complementaria corresponde señalar que forma de estructura de los instrumentos de gestión se mantienen en tanto la entidad no ingrese a los nuevos esquemas organizaciones de la Familia de Puestos establecida por SERVIR. Por ello en el presente ROF, se han mantenido la regulación vigente por que la Municipalidad todavía no ha ingresado al régimen SERVIR.

El Manual de Organización y Funciones (MOF) establece la naturaleza, competencias y funciones específicas de los diversos cargos existentes en la municipalidad, en conformidad con el Cuadro de Asignación de Personal (CAP) y el Manual del Clasificador de Cargos de la Administración Pública.

La finalidad del MOF es definir las funciones específicas de cada uno de los cargos establecidos en el CAP, de manera que estas contribuyan al cumplimiento de los objetivos y metas establecidos por la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades. Este documento es de aplicación y cumplimiento obligatorio para todo el personal que labora en los diferentes órganos de la Municipalidad Distrital de Callahuanca.

La Municipalidad Distrital de Callahuanca actúa como el gobierno local que lidera el desarrollo del distrito, promoviendo la participación ciudadana en las actividades de desarrollo local y prestando servicios de alta calidad. La municipalidad cuenta con un personal capacitado y competente, capaz de adaptarse a las demandas de la modernidad.

El MOF describe de manera sistemática la estructura orgánica, los objetivos, las funciones, las líneas de mando y los niveles de coordinación de las actividades a realizarse en la municipalidad.

**Estructura y Propósito del MOF:**

- El Manual de Organización y Funciones (MOF) establece de manera clara la naturaleza y las competencias específicas de cada cargo dentro de la municipalidad.
- Se rige por el Cuadro de Asignación de Personal (CAP) y el Manual del Clasificador de Cargos de la Administración Pública, proporcionando una base sólida y estructurada para las responsabilidades y funciones del personal.

**Objetivo del MOF:**

- El propósito del MOF es definir con precisión las funciones de cada cargo, lo que facilita el cumplimiento de los objetivos establecidos por la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.
- Este manual es de aplicación y cumplimiento obligatorio para todo el personal, garantizando que las actividades se alineen con los fines institucionales.

**Rol de la Municipalidad Distrital de Callahuanca:**

- La Municipalidad de Callahuanca se posiciona como el ente local que lidera el desarrollo distrital, promoviendo una participación ciudadana activa en las actividades de desarrollo y asegurando la prestación de servicios de alta calidad.
- Se destaca por contar con un personal capacitado y competente, capaz de adaptarse a las exigencias modernas y asumir los cambios necesarios para el progreso.

**Enfoque en el Desarrollo del Distrito:**

- La municipalidad se compromete a promover el desarrollo del distrito utilizando de manera eficiente los recursos materiales y el capital humano disponibles.
- Su objetivo es alcanzar las metas establecidas con un enfoque en la eficiencia y la productividad, beneficiando así a la comunidad.

**Enfoque Normativo y Estructural:**

- El MOF detalla la estructura orgánica de la municipalidad, describiendo los objetivos y funciones de cada unidad y las líneas de mando y coordinación.

- Este enfoque normativo asegura que todas las actividades se realicen de manera ordenada y eficiente, siguiendo un marco legal y administrativo claro.

#### **ÓRGANOS DE GOBIERNO LOCAL:**

- Consejo Municipal distrital.
- Alcaldía

#### **ORGANOS DE COORDINACION DEL GOBIERNO LOCAL:**

- Comisiones Permanentes de Regidores.
- Consejo de Coordinación Local Distrital.
- Comité de Seguridad Ciudadana.
- Comité de Administración del Vaso de Leche.
- Comité de Defensa Civil.
- Otros que apruebe el Consejo Municipal mediante Acuerdo de Consejo.

#### **ORGANO DE CONTROL MUNICIPAL:**

- Órgano de control institucional

#### **ORGANO DE DIRECCION MUNICIPAL**

- Gerencia Municipal.

#### **ORGANOS DE APOYO AL GOBIERNO LOCAL:**

##### **a) Secretaria general**

- Oficina de Tramite Documentario
- Oficina de Imagen Institucional y Turismo

##### **b) Oficina de administración, contabilidad y presupuesto**

- Oficina de Tesorería
- Oficina de rentas
- Oficina de Logística

##### **c) Oficina de seguridad ciudadana y defensa civil**

- Oficina de defensa civil
- Oficina de Serenazgo

- Oficina de Fiscalización y control

**ORGANOS DE GESTION MUNICIPAL:**

- Oficina de Obras Públicas, mantenimiento y Servicios Públicos.
- Oficina de Registros Civiles

**ORGANOS DESCONCENTRADOS:**

- **Oficina de desarrollo social**

Programa de Vaso de Leche:

Defensoría del Niño y Del Adolescente

Oficina de Apoyo al Discapacitado

CIAM

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

En este capítulo se reúne la fuente bibliográfica encontrada necesaria y relevante sobre el tema propuesto en el presente trabajo suficiencia profesional, para lo cual se ha realizado un compendio de algunos conceptos desarrollados por distintos autores:

### 1.1 Comunicación organizacional

En el contexto de la gestión municipal, la comunicación es un componente crucial para garantizar la eficiencia organizacional y la interacción efectiva con la ciudadanía. Este marco teórico examina diversas teorías de la comunicación aplicables a la gestión municipal y su implementación específica en la Municipalidad Distrital de Callahuanca. Además, se presentan referencias bibliográficas clave que sustentan estas teorías y su aplicación práctica. La comunicación organizacional es fundamental para el funcionamiento interno de cualquier entidad y su interacción con el entorno externo. Esta teoría sostiene que la comunicación no solo facilita las operaciones diarias, sino que también construye la cultura organizacional, influye en la toma de decisiones y afecta la percepción pública de la organización.

En Callahuanca, la teoría de la comunicación organizacional se refleja en la planificación y gestión de la información, así como en las relaciones públicas. La Unidad de Imagen Institucional es responsable de coordinar eventos y gestionar la transparencia informativa, asegurando una comunicación eficiente tanto interna como externamente.

Shockley-Zalabak, P. S. (2011) en su libro *Fundamentals of Organizational Communication: Knowledge, Sensitivity, Skills, Values*. Pearson. Indica que la comunicación organizacional implica el entendimiento profundo de los principios teóricos que fundamentan las interacciones comunicativas dentro de una organización. Este estudio abarca la transmisión de mensajes, su

interpretación y cómo estos factores afectan las relaciones entre los miembros internos de la organización y sus interacciones con el entorno externo.

## **1.2 La sensibilidad comunicativa**

La sensibilidad comunicativa, según de Shockley-Zalabak, se define como la capacidad para percibir y comprender tanto las dinámicas verbales como no verbales que se desarrollan dentro de la organización. Esta habilidad permite a los líderes y miembros de la organización ajustar sus mensajes y estrategias comunicativas de manera efectiva según las necesidades específicas y el contexto en el que se desenvuelven.

La comunicación organizacional demanda habilidades específicas para transmitir mensajes de manera clara, persuasiva y efectiva. Estas habilidades abarcan competencias técnicas, como la redacción y la presentación, así como competencias interpersonales, como la escucha activa y la empatía, que son cruciales para facilitar una comunicación eficaz en todos los niveles de la organización.

Los valores en la comunicación organizacional se refieren a los principios éticos y morales que guían la práctica comunicativa dentro de la organización. Estos valores incluyen la transparencia, la honestidad y el respeto mutuo entre los miembros internos y con las partes interesadas externas.

En conclusión, el libro de Shockley-Zalabak proporciona un marco integral para entender cómo la comunicación organizacional no solo facilita el funcionamiento interno de las organizaciones, sino que también moldea la cultura organizacional, influye en las decisiones estratégicas y configura la percepción pública de la organización.



Basado en el libro "Organizational Communication: Balancing Creativity and Constraint" de Eisenberg, Goodall Jr., y Trethewey (2013), se entiende que la comunicación organizacional es un equilibrio entre la creatividad y la restricción. Eisenberg, Goodall Jr., y Trethewey sugieren que las organizaciones deben encontrar formas de fomentar la creatividad en sus comunicaciones mientras gestionan las restricciones inherentes, como políticas internas y expectativas externas.

La importancia de adaptar los mensajes organizacionales según el contexto y el público. El libro enfatiza la necesidad de ajustar la comunicación para diferentes audiencias y situaciones, reconociendo que la efectividad comunicativa depende en gran medida de la adaptación estratégica. La gestión de la comunicación como una herramienta para fortalecer la cohesión organizacional.

### **1.3 Beneficios de la comunicación efectiva en una organización**

Según Eisenberg, Goodall Jr., y Trethewey, una comunicación efectiva no solo facilita la transmisión de información, sino que también promueve la cohesión y la colaboración dentro de la organización, contribuyendo así a su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

Dentro de la comunicación pública se analiza cómo las organizaciones gubernamentales interactúan con sus ciudadanos, enfocándose en la transparencia, la accesibilidad de la información y la participación pública. Esta teoría es crucial para fomentar la confianza y la cooperación entre el gobierno y la ciudadanía. La Municipalidad de Callahuanca garantiza la transparencia y la accesibilidad de la información mediante la actualización constante del Portal de Transparencia y la elaboración de informes y materiales informativos. Estas prácticas promueven la confianza del público y fomentan la participación ciudadana.

La comunicación en el sector público es fundamental para la gestión de la información y la transparencia. Garnett y Kouzmin destacan que las organizaciones del sector público deben manejar la información de manera efectiva para asegurar la transparencia y la rendición de cuentas hacia los ciudadanos y otras partes interesadas. Basado en el libro "Public Sector Communication: How Organizations Manage Information" de Garnett y Kouzmin (2009), indican que la participación pública es el elemento central de la comunicación en el sector público. Los autores enfatizan la importancia de involucrar activamente a los ciudadanos en los procesos de comunicación y toma de decisiones, promoviendo así la legitimidad y la confianza en las instituciones gubernamentales. La adaptación de estrategias comunicativas a las dinámicas cambiantes del entorno político y social. Garnett y Kouzmin sugieren que las organizaciones del sector público deben ser flexibles en sus enfoques comunicativos, respondiendo de manera efectiva a los cambios en las expectativas públicas y en el panorama político para mantener la relevancia y efectividad de sus mensajes. En la siguiente cita de Heath, R. L., & Coombs, W. T. (2006). *Today's Public Relations: An Introduction*. SAGE Publications. Heath y Coombs argumentan que las relaciones públicas modernas han evolucionado hacia un enfoque más estratégico, donde las organizaciones no solo gestionan la percepción pública, sino que también influyen activamente en la agenda pública y las políticas mediante la comunicación planificada y deliberada.

#### **1.4 Comunicación Estratégica**

Por otro lado, dentro de la gestión de crisis y reputación se aborda la importancia de la gestión de crisis en las relaciones públicas contemporáneas. Heath y Coombs enfatizan que las organizaciones deben estar preparadas para manejar situaciones de crisis de manera efectiva, protegiendo así su reputación y manteniendo la confianza de sus stakeholders.

Dentro de la comunicación estratégica se centra en la planificación y ejecución de mensajes y campañas para lograr objetivos específicos y mejorar la percepción pública. Esta teoría involucra el uso de medios y tácticas de comunicación para influir en la opinión pública y en la conducta de los grupos de interés.

La planificación de campañas publicitarias y estrategias de marketing en la Municipalidad refleja la aplicación de esta teoría. Estas campañas ayudan a promover los servicios y actividades del gobierno local, mejorando su visibilidad y la percepción pública. La Exploración de los paradigmas emergentes en la comunicación estratégica profundiza en las nuevas corrientes teóricas y prácticas que están redefiniendo el campo de la comunicación estratégica. Desde enfoques basados en la co-creación con los stakeholders hasta el impacto de las plataformas digitales en la construcción de la reputación organizacional, se examinan las tendencias que están moldeando el futuro de la comunicación estratégica en un entorno globalizado y digital. Para Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007) en *Defining Strategic Communication*. International Journal of Strategic Communication, 1(1), 3-35 indica que el análisis crítico de los modelos conceptuales en comunicación estratégica: Este trabajo se centra en la evaluación y comparación de diversos modelos conceptuales utilizados en la comunicación estratégica. Desde el modelo de gestión de la reputación hasta las teorías de la influencia y persuasión, se analiza cómo estos marcos teóricos ayudan a las organizaciones a formular y ejecutar estrategias efectivas de comunicación. Se destacan los puntos fuertes y las limitaciones de cada enfoque para proporcionar una visión holística del campo y orientar futuras investigaciones y prácticas profesionales.

## **1.5 Evolución tecnológica en la comunicación organizacional**

La Evolución de la comunicación corporativa en la era digital trasciende cómo la comunicación corporativa ha evolucionado con la llegada de las tecnologías digitales y las redes sociales. Se exploran las nuevas herramientas y plataformas que las organizaciones utilizan para gestionar su reputación, interactuar con los stakeholders y construir su identidad corporativa en un entorno digitalmente conectado y globalizado. Para esto Cornelissen, J. (2014). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. SAGE Publications. El autor mide el impacto de la comunicación interna en la cultura organizacional se centra en el papel crucial que juega la comunicación interna en la formación y mantenimiento de la cultura organizacional. Desde la transmisión de los valores y la visión de la empresa hasta el fomento de la colaboración y el compromiso de los empleados, se examina cómo las estrategias de comunicación interna pueden fortalecer la cohesión organizacional y contribuir al éxito a largo plazo de la empresa.

## **1.6 Protocolo en la comunicación**

En la teoría del protocolo en la comunicación se aborda la gestión de las relaciones públicas y la organización de eventos formales. Se centra en la planificación y organización de actividades que refuercen la imagen institucional y fortalezcan las relaciones con los diferentes grupos de interés. En la aplicación en la Municipalidad de Callahuanca la organización de eventos protocolares y oficiales en la Municipalidad es un claro ejemplo de la aplicación de esta teoría. Estos eventos fortalecen la imagen institucional y mejoran las relaciones con la comunidad y otros actores relevantes.

Exploración de métodos mixtos en la investigación empresarial: El libro analiza cómo los métodos mixtos pueden ser utilizados efectivamente en la investigación empresarial para obtener una comprensión más profunda y holística de los fenómenos organizacionales. Se examinan estudios de caso donde se combinan técnicas cuantitativas y cualitativas para abordar

preguntas de investigación complejas y proporcionar insights significativos para la toma de decisiones empresariales. Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2018). *Business Research Methods*. Oxford University Press, indica que las Innovaciones en la recolección y análisis de datos en la investigación empresarial explora cómo las innovaciones tecnológicas están transformando la manera en que se recolectan y analizan los datos en la investigación empresarial. Desde el uso de big data y analítica avanzada hasta las técnicas de minería de textos y análisis de redes sociales, se discute cómo estas herramientas están permitiendo a las organizaciones descubrir patrones ocultos, prever tendencias y tomar decisiones más informadas y estratégicas.

El impacto de la gestión de la reputación en la estrategia de relaciones públicas explora cómo la gestión efectiva de la reputación se integra dentro de la estrategia global de relaciones públicas de una organización. Se examinan casos prácticos y estudios de éxito donde la construcción y protección de la reputación han sido fundamentales para el logro de los objetivos estratégicos y el fortalecimiento de las relaciones con stakeholders clave.

Oliver, S. (2010). *Public Relations Strategy*. Kogan Page nos indica que la evolución de las redes sociales en las estrategias de relaciones públicas: Se discute cómo las plataformas de redes sociales han transformado las prácticas tradicionales de relaciones públicas. Desde la gestión de la crisis hasta la construcción de la marca personal, se analiza cómo las organizaciones utilizan estas plataformas para mejorar la visibilidad, fomentar la participación del público y mantener una comunicación abierta y transparente en un entorno digital dinámico.

Dentro del trabajo estudiaremos la gestión de la imagen y la reputación, dicho concepto es vital para las organizaciones, ya que influye en la percepción pública y en la relación con los

stakeholders. Esta teoría se enfoca en la creación y mantenimiento de una imagen positiva y coherente para ganar la confianza y el apoyo del público.

Basados en el libro "The Power of Corporate Communication" de Argenti y Forman (2002) podemos analizar que la comunicación corporativa efectiva juega un papel crucial en la formación de la identidad y la imagen pública de una organización. Argenti y Forman destacan cómo las estrategias comunicativas bien diseñadas no solo reflejan los valores y la visión de la empresa, sino que también moldean cómo es percibida por el público en general.

Así mismo, la voz corporativa, como elemento central de la comunicación empresarial, se construye a través de la coherencia y autenticidad en todos los mensajes emitidos por la organización. Según Argenti y Forman, la voz corporativa unificada y consistente no solo fortalece la identidad organizacional internamente, sino que también establece una conexión más sólida y confiable con el mercado y la comunidad empresarial. La Unidad de Imagen Institucional trabaja en la creación y mantenimiento de una imagen positiva de la municipalidad mediante la gestión de la información y la organización de eventos, asegurando una percepción pública favorable.

## **CAPÍTULO 2. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL CENTRO LABORAL**

### **2.1 Dependencias del centro laboral donde se realizaron las actividades laborales**

#### **OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL**

Durante mi periodo en la Oficina de Imagen y Comunicaciones de la Municipalidad Distrital de Callahuanca, desempeñé un papel clave en la gestión integral de la comunicación tanto

interna como externa. Mi labor se centró en diversas actividades que contribuyeron directamente a fortalecer la identidad institucional y promover las actividades del distrito.

Inicialmente, mi trabajo consistió en la captura de fotografías destinadas a volantes y publicaciones en la página de Facebook de la municipalidad. Esto implicaba no solo la habilidad técnica de tomar imágenes de calidad, sino también la capacidad de transmitir visualmente los eventos y actividades planificadas de manera atractiva para la comunidad.

Además, participé activamente en la redacción detallada de la programación de actividades, asegurando que el cronograma fuera claro y accesible para todos los interesados. Esta tarea no solo requería precisión en la organización de la información, sino también una comprensión profunda de las prioridades y objetivos de cada evento.

Otro aspecto crucial de mi trabajo fue la coordinación con Canal 5 para la producción de un video institucional. Esta colaboración me permitió contribuir significativamente a la difusión de la visión y actividades de la municipalidad a un público más amplio, utilizando el medio audiovisual como herramienta estratégica de comunicación.

En meses posteriores, mi rol se expandió hacia la documentación visual y textual de eventos locales importantes, como el Festival de la Chirimoya. Aquí, además de la captura de fotografías, tuve la responsabilidad de redactar textos informativos para publicaciones en el fan page. Esta labor no solo implicaba la habilidad para comunicar de manera efectiva los detalles y atractivos de cada evento, sino también la capacidad de gestionar y mantener una presencia activa en las plataformas digitales.

Durante todo mi tiempo en la Oficina, utilicé herramientas como Photoshop para la creación de dípticos y trípticos, lo cual fue crucial para la promoción visual de eventos y actividades locales. Además, implementé técnicas de observación, innovación y planificación detallada para

asegurar la ejecución exitosa de cada actividad, manteniendo siempre un enfoque proactivo y creativo en mi trabajo diario.

En resumen, mi experiencia en la Oficina de Imagen y Comunicaciones de la Municipalidad Distrital de Callahuanca fue fundamental para mi desarrollo profesional. A lo largo de tres años, pude aplicar mis habilidades en fotografía, redacción y coordinación de eventos en un entorno dinámico y significativo, contribuyendo activamente a fortalecer la presencia y la imagen institucional de la municipalidad ante la comunidad.

### **2.1.1 Producción de actividades**

#### **Festival de la Chirimoya 2019**

Antes de que llegar la terrible pandemia, la oficina de comunicación presento el bosquejo del denominado Festival de la Chirimoya que es para el distrito de Callahuanca su marca registrada. Esta festividad reconoce como su producto bandera a la Chirimoya Callahuanquina conocida por su excelente calidad, peso y sabor, también por ser Antimicrobiano Natural. Así mismo, uno de sus beneficios es su capacidad para actuar como protector natural contra infecciones y parásitos, algo que se debe gracias a su alto contenido de fibra, niacina y citotoxinas. Además, de ser rica en vitamina C, un antioxidante natural que ayuda al organismo a resistir las infecciones. Este fruto con tantas propiedades es homenajeado en una actividad denominada Festival de la Chirimoya. Este evento se lleva a cabo en el mes de abril en Santa Rosa de Callahuanca, cuenta con la participación de reconocidos artistas nacionales e internacionales.

El festival es organizado por la Municipalidad de Callahuanca y la Comunidad Campesina Chauca-Callahuanca, donde se vive un ambiente festivo y cultural que dura dos días. El alcalde de ese momento Martin Lazaro Cuellar en este caso lidero la iniciativa, que incluye un programa donde se da la presentación de la Reyna de la Chirimoya y la degustación del afrodisíaco Chirimpisco, elaborado a base de chirimoya.

En este festival se destaca la importancia de la chirimoya, considerada como un fruto estimulante y denominado por los pobladores como el "viagra andino", el festival busca



posicionar como un producto bandera del Perú. Entre los atractivos, se busca superar el récord de la chirimoya más grande, en algunas ocasiones se logró chirimoyas con más de 4.5 kilos, y se busca superar la subasta que alcanzó los 350 dólares por la chirimoya ganadora.

A solo una hora y media de Lima, en el valle de Santa Eulalia, se encuentra el pueblo de Santa Rosa de Callahuanca, conocido por el cultivo de la chirimoya, cuya producción ha aumentado con el respaldo del Ministerio de Agricultura. En el "Festival de la Chirimoya", que marca el inicio de la temporada de verano, los turistas pueden disfrutar de concursos gastronómicos con platillos típicos como huatia, carapulcra, pachamanca, trucha y cuy, así como danzas huarochiranas, deportes y la presentación de la chirimoya en diversas formas, como tortas, kekes, helados y el tradicional Chirimpisco.

El festival también destaca a Santa Rosa de Callahuanca como un atractivo distrito con espacios campestres, piscigranja, formaciones rocosas y gente amigable. En este evento, la chirimoya ganadora puede llegar a pesar más de cuatro kilos. El pueblo resalta por su rica gastronomía, que incluye pachamanca, cuyes chactados, chicharrones, sopas de cabeza, papa a la huancaína y postres como yogures de chirimoya y durazno, helados de palta y chirimoya.

El valle, irrigado por las aguas claras del río Santa Eulalia, está lleno de cultivos de chirimoya, convirtiendo a Callahuanca en uno de los principales productores de este fruto en el país. Además, cuenta con los Restos Arqueológicos de Casacashoco, ubicados a 10 minutos de Callahuanca, en el Centro Poblado de Purunhuasi, Anexo de Barbablanca.

El desarrollo de un festival en una provincia implica una serie de pasos que incluyen la planificación, organización, promoción y ejecución del evento. Aquí hay un resumen de cómo podría desarrollarse:

Planificación:

- Identificación del tema y el propósito del festival.
- Selección de la ubicación y la fecha del evento.
- Establecimiento de un presupuesto preliminar y determinación de fuentes de financiamiento.

- Formación de un comité organizador que se encargará de coordinar todas las actividades del festival.

#### Logística:

- Obtención de permisos y autorizaciones necesarias de las autoridades locales.
- Contratación de proveedores para servicios como seguridad, alimentación, sonido, iluminación, etc.
- Asegurar la disponibilidad de infraestructura adecuada para el evento, como escenarios, carpas, baños portátiles, etc.
- Planificación del transporte y estacionamiento para los asistentes.

#### Programación:

- Selección y contratación de artistas, grupos musicales, compañías de teatro, y otros participantes.
- Diseño de un programa de actividades que incluya presentaciones artísticas, concursos, exhibiciones, etc.
- Coordinación de horarios y espacios para las diferentes actividades programadas.

#### Promoción:

- Elaboración de materiales promocionales como carteles, volantes, anuncios en medios locales, redes sociales, etc.
- Creación de un sitio web o página de redes sociales dedicada al festival para mantener informados a los interesados.
- Invitación a medios de comunicación para que cubran el evento y difundan información al público.

#### Ejecución:

- Supervisión de la instalación de equipos y preparación de los espacios del evento.
- Recepción y coordinación de la llegada de participantes y asistentes.
- Coordinación de la programación del evento según lo planificado.
- Manejo de cualquier imprevisto que pueda surgir durante el desarrollo del festival.

#### Evaluación:

- Realización de una evaluación post-evento para analizar el éxito del festival y recopilar

comentarios de los asistentes.

- Revisión del desempeño financiero y análisis de áreas para mejorar en futuras ediciones.
- Cada festival puede tener sus propias características y requerimientos específicos, pero estos pasos proporcionan una guía general para su desarrollo. Es esencial la coordinación efectiva, el trabajo en equipo y la atención a los detalles para asegurar el éxito del evento.

## **Resultados**

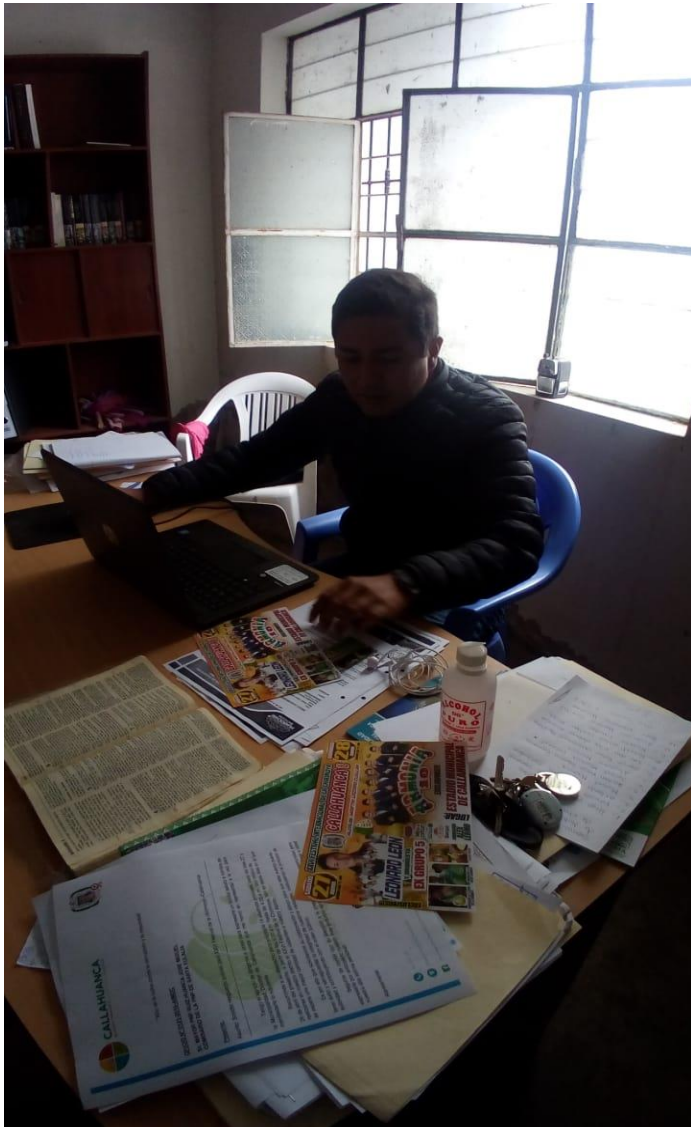
- Esta campaña posicionó al distrito como un destino turístico atractivo, atrayendo a más de 2,000 turistas mensuales en sus mejores momentos. La integración de herramientas digitales como videos promocionales y publicaciones en redes sociales permitió que el evento tuviera un alcance mayor, logrando incluso captar la atención de medios nacionales. La conexión entre la tradición local y la promoción moderna hizo que los habitantes se sintieran orgullosos de su identidad cultural.
- **Conclusión:**  
El *Festival de la Chirimoya* demostró que la comunicación puede ser una herramienta clave para potenciar la economía local y fortalecer la identidad comunitaria. Esto resalta la importancia de seguir invirtiendo en estrategias comunicativas bien planificadas.

## Imagen 01



**Leyenda:** Elaboración de publicidad para evento: “Festival de la chirimoya” por parte de la oficina de Imagen de la MDC, con la participación de Leonard León, Armonía 10 entre otros

**Imagen 02**



**Leyenda:** Mi persona elaborando la publicidad para evento: “Festival de la chirimoya”

### **2.1.2 Cobertura de eventos municipales y vecinales**

La variedad de contenido publicado, desde fotografías atractivas hasta información relevante sobre actividades locales, ha contribuido a mantener el interés de la audiencia. La diversificación ha sido clave para atraer a diferentes segmentos de público, tanto local como turístico.

- **Interacción y Participación Activa:**

La interacción con la audiencia se ha traducido en una participación activa en las plataformas

digitales. Comentarios, comparticiones y reacciones positivas indican un involucramiento genuino por parte de la comunidad, fortaleciendo la conexión entre la Municipalidad y sus seguidores. Estos logros reflejan el impacto positivo de la estrategia de comunicación implementada, demostrando la capacidad para superar desafíos iniciales y posicionar a Callahuanca como un destino turístico destacado en Huarochiri. La colaboración y apoyo por parte de la gestión de la Municipalidad Distrital de Callahuanca fueron fundamentales para el desarrollo exitoso de los objetivos y programas planificados. Este respaldo contribuyó a la implementación efectiva de estrategias de comunicación. Se evidencia un crecimiento significativo en interacciones y seguidores en las redes sociales de la municipalidad. Este resultado es indicativo de una mayor visibilidad y participación de la comunidad en las plataformas digitales, cumpliendo con el propósito de informar sobre las actividades municipales. La utilización de las redes sociales como herramienta de comunicación ha permitido una conexión más efectiva con los pobladores. La difusión de las actividades municipales ha generado un mayor conocimiento y participación de la comunidad en las iniciativas locales.

### **Caso 1: Cabildo abierto 2019**

El cabildo abierto es una instancia de consulta directa del gobierno local a la población, convocada con un propósito específico. El Alcalde está obligado a convocar al menos dos veces al año este encuentro, con el fin de informar públicamente sobre la gestión municipal, abordar las medidas solicitadas por los vecinos y discutir asuntos considerados pertinentes por el concejo. La convocatoria a cabildo abierto será reglamentada por ordenanza del concejo provincial o distrital, y su cumplimiento es obligatorio para las municipalidades distritales y provinciales. Dentro de las facultades de la oficina de comunicaciones teníamos tres objetivos:

- a) Convocar
- b) Plasmar las ideas de la gestión
- c) Recepcionar las respuestas del vecino

En una población con características de campo se debe entender que la comunidad tiene mucha fuerza en la toma de decisiones frente a la Municipalidad. Los temas a tocar dentro de la comunidad giran en:

- Necesidad en infraestructura
- servicios básicos como agua y desagüe
- Implementación de herramientas para el cultivo
- Propulsión de actividades de desarrollo económico
- Propulsar el turismo

Realizar un cabildo abierto implica seguir una serie de pasos para convocar, organizar y llevar a cabo una reunión abierta con la comunidad. Aquí te proporciono una guía general sobre cómo podrías realizar un cabildo abierto:

### **Planificación:**

- Identificar el propósito del cabildo abierto. ¿Qué temas se discutirán? ¿Cuál es el objetivo principal de la reunión?
- Determinar la fecha, hora y lugar adecuados para el cabildo abierto, asegurándote de que sean accesibles para la comunidad.
- Considerar la logística necesaria, como la disponibilidad de espacio, equipo de sonido, sillas, etc.
- Elaborar una agenda preliminar que incluya los temas a tratar y el tiempo asignado para cada uno.

### **Convocatoria:**

- Publicar la convocatoria del cabildo abierto en lugares visibles de la comunidad, como carteles en espacios públicos, anuncios en medios locales, redes sociales y el sitio web municipal.
- Enviar invitaciones a líderes comunitarios, representantes de organizaciones locales, autoridades municipales y cualquier otro grupo o persona relevante.

### **Preparación:**

- Reunir toda la documentación necesaria relacionada con los temas a tratar en el cabildo abierto, como informes, estadísticas, propuestas, etc.
- Contar con los recursos humanos necesarios para facilitar la reunión, incluyendo moderadores, traductores si es necesario, personal de apoyo, etc.
- Desarrollar del Cabildo Abierto:
- Iniciar la reunión dando la bienvenida a los participantes y explicando el propósito y las reglas del cabildo abierto.
- Presentar los temas a tratar en la agenda y da la oportunidad a los asistentes de expresar sus opiniones, hacer preguntas y presentar propuestas.
- Facilitar la discusión de manera ordenada y respetuosa, asegurándote de dar tiempo suficiente a cada tema y de permitir que todos los participantes tengan la oportunidad de hablar.
- Tomar notas o registra las intervenciones de los participantes para documentar los puntos clave y las propuestas surgidas durante la reunión.

### **Seguimiento:**

- Después del cabildo abierto, revisa las notas y las grabaciones para identificar los principales temas discutidos y las propuestas presentadas.
- Preparar un informe que resuma los resultados del cabildo abierto y las acciones a seguir.
- Comunicar los resultados a los participantes y a la comunidad en general, a través de medios de comunicación locales, redes sociales, el sitio web municipal, etc.
- Implementar las acciones acordadas en el informe y realiza un seguimiento de su progreso.
- Realizar un cabildo abierto es una excelente manera de fomentar la participación ciudadana y promover el diálogo entre la comunidad y las autoridades locales. Es importante asegurarse de que la reunión sea inclusiva, transparente y respetuosa, y de que se tomen en cuenta las opiniones y preocupaciones de todos los participantes.

### **Caso 2: Presupuesto Participativo 2019**

El Presupuesto Participativo es un espacio donde se toman decisiones sobre inversiones que



proveerán a las entidades estatales de los recursos necesarios para cerrar las brechas que obstaculizan el desarrollo y la entrega de productos.

Las brechas en las provincias de Perú pueden variar dependiendo de diversos factores socioeconómicos, geográficos y culturales. Algunas de las brechas más comunes que se pueden encontrar en las provincias peruanas incluyen:

**Brechas en infraestructura:** Muchas provincias pueden carecer de infraestructura básica como carreteras, puentes, sistemas de agua potable y alcantarillado, así como acceso a servicios de electricidad y comunicaciones.

**Brechas en educación:** Pueden existir diferencias significativas en la calidad y accesibilidad de la educación entre las provincias. Algunas áreas pueden carecer de suficientes escuelas, personal docente capacitado o recursos educativos adecuados.

**Brechas en salud:** Las provincias pueden enfrentar dificultades para acceder a servicios de salud de calidad, incluyendo la falta de centros de salud, hospitales, médicos y medicamentos adecuados.

**Brechas económicas:** Existen disparidades económicas entre las provincias, con algunas regiones enfrentando altos niveles de pobreza, desempleo y falta de oportunidades económicas, mientras que otras pueden estar más desarrolladas económicamente.

**Brechas en acceso a servicios públicos:** Esto incluye acceso limitado a servicios como transporte público, seguridad ciudadana, servicios sociales y recreativos.

**Brechas en acceso a la tierra y recursos naturales:** En algunas provincias, comunidades pueden enfrentar dificultades para acceder y utilizar de manera sostenible los recursos naturales, como tierras agrícolas, bosques y agua.

**Brechas en acceso a la justicia:** Pueden existir desafíos en el acceso a sistemas de justicia efectivos y equitativos, incluyendo la falta de acceso a abogados y recursos legales.

Estas son solo algunas de las brechas que pueden encontrarse en las provincias de Perú, y

abordarlas de manera integral requiere de políticas y acciones coordinadas a nivel local, regional y nacional.

Para organizar un evento de Presupuesto Participativo, la oficina de comunicación de una municipalidad puede seguir estos pasos:

### **Planificación:**

- Definir los objetivos del evento y el público objetivo.
- Establecer una fecha y lugar adecuados para el evento.

### **Promoción:**

- Diseñar materiales promocionales como carteles, volantes y publicaciones en redes sociales.
- Utilizar los canales de comunicación de la municipalidad, como su sitio web, redes sociales y boletines informativos, para difundir información sobre el evento.
- Invitar a líderes comunitarios, organizaciones locales y ciudadanos interesados en participar.

### **Logística:**

- Coordinar con el personal de la municipalidad y otras entidades involucradas para asegurar la disponibilidad de recursos y apoyo logístico.
- Preparar el espacio del evento con las instalaciones necesarias, como sillas, mesas, proyectores, y equipos de sonido si es necesario.

### **Desarrollo del Evento:**

- Iniciar el evento con una presentación sobre el Presupuesto Participativo y su importancia.
- Facilitar discusiones grupales o mesas de trabajo donde los participantes puedan expresar sus necesidades y prioridades.
- Proporcionar información sobre el proceso de selección de proyectos y cómo los ciudadanos pueden participar en él.

### **Recopilación de Ideas:**

- Recolectar propuestas de proyectos por parte de los participantes, ya sea mediante discusiones grupales, formularios impresos o plataformas en línea.

- Registrar todas las propuestas de manera organizada para su posterior revisión y evaluación.

### **Seguimiento:**

- Comunicar los resultados del evento a los participantes y a la comunidad en general.
- Establecer mecanismos para dar seguimiento a las propuestas recibidas y su integración en el proceso de presupuesto municipal.

### **Evaluación:**

- Realizar una evaluación del evento para identificar aspectos positivos y áreas de mejora para futuras ediciones.
- Es importante que la oficina de comunicación trabaje en estrecha colaboración con otras áreas de la municipalidad, así como con la comunidad, para garantizar el éxito del evento y la participación efectiva de los ciudadanos en el proceso de Presupuesto Participativo.

### **Resultados:**

- Este espacio logró fomentar un diálogo directo entre la municipalidad y los vecinos. Las propuestas de los ciudadanos (como la mejora en infraestructura básica y servicios de agua) se integraron al plan de desarrollo, lo que generó confianza en la gestión. La comunicación jugó un papel esencial para convocar a los vecinos y explicar de manera sencilla cómo funciona el presupuesto participativo.

### **Conclusión:**

- Este proceso no solo mejoró la relación entre las autoridades y la comunidad, sino que también fortaleció la percepción de transparencia. Es un ejemplo claro de cómo la participación ciudadana, apoyada por una buena estrategia de comunicación, puede generar cambios positivos.

## **Imagen 03**



**Leyenda:** Reunión de capacitación para presupuesto participativo con las diferentes organizaciones.

### **2.1.3. Publicación de post en las redes sociales**

La labor de la Oficina se extiende a la redacción de notas de prensa, la publicación de noticias resaltantes en la web y la toma de fotografías en las actividades que marcan la vida del distrito. Además, se dedica a la edición de videos que son difundidos en el fan page de la Municipalidad, contribuyendo así a una presencia digital sólida y atractiva. El área no solo se limita a la gestión de la información, sino que también se involucra activamente en el diseño y desarrollo de eventos artísticos y de desarrollo humano. Esta función integral no solo impulsa la cultura y el arte local, sino que también promueve el crecimiento y bienestar de la comunidad. El método de trabajo se basa en la edición de fotografías y publicaciones digitales, utilizando herramientas como Photoshop para la creación de dípticos y trípticos, así como en la coordinación de eventos. La técnica de observación, innovación y planificación de tiempos, junto con la elaboración de checklists detallados, se aplican para asegurar la ejecución exitosa de cada actividad. Durante mi labor, se utilizaron diversos equipos como computadoras, laptops, teléfonos y cámaras fotográficas para garantizar una cobertura completa y una comunicación efectiva. Este espacio se destaca por su enfoque proactivo, creativo y dinámico, asegurando que la comunicación institucional refleje de manera precisa la esencia y logros de la Municipalidad Distrital de

Callahuanca. La efectividad de las estrategias implementadas sugiere la importancia de continuar con enfoques similares para mantener y expandir el impacto. Aunque se han obtenido logros notables, explorar nuevas oportunidades y tendencias en comunicación puede contribuir a la innovación constante. Promover la capacitación continua del personal en nuevas herramientas y técnicas de comunicación digital para maximizar la eficacia de las actividades de la oficina. En resumen, estos tres años fueron de aprendizaje, logros y consolidación en la gestión de la imagen y comunicaciones de la Municipalidad Distrital de Callahuanca. Para llevar a cabo estas actividades, utilicé técnicas de edición de fotografía digital mediante el uso de Photoshop y la creación de dípticos y trípticos digitales. En la coordinación de eventos, empleé métodos de observación, innovación, planificación y organización. Para la preparación de informaciones, seleccioné y estructuré la información, realizando su redacción y posterior publicación.

Los logros y resultados obtenidos durante mi experiencia laboral en la gestión de la Oficina de Imagen y Comunicaciones de la Municipalidad, se resumió en lo siguiente:

#### **Crecimiento Significativo de la Base de Seguidores:**

Se logró ampliar de manera significativa la base de seguidores en las plataformas digitales. Partiendo desde cero, el trabajo de captación ha sido exitoso, consolidando una comunidad digital que ahora respalda y sigue activamente las actividades del distrito.

#### **Posicionamiento de la Marca:**

La estrategia de comunicación implementada ha logrado posicionar con éxito la marca "Callahuanca Distrito Turístico Más Importante de Huarochirí". La consistencia en la publicación de contenido relevante y atractivo ha contribuido a construir una imagen positiva y destacada.

### **Incremento Sostenido en la Participación Turística:**

La invitación a turistas para participar en las actividades del distrito ha resultado en un incremento sostenido de visitantes, alcanzando un pico de 2000 turistas por mes en los últimos meses. Este logro es indicativo de la efectividad de la estrategia para atraer a nuevos visitantes.

### **Superación de Dificultades Iniciales:**

A pesar de la dificultad inicial de comenzar desde cero, la labor de captación ha superado exitosamente este obstáculo. La implementación de estrategias creativas y la perseverancia en la construcción de la presencia digital han dado como resultado una comunidad sólida y comprometida.

### **Diversificación de Contenido:**

La variedad de contenido publicado, desde fotografías atractivas hasta información relevante sobre actividades locales, ha contribuido a mantener el interés de la audiencia. La diversificación ha sido clave para atraer a diferentes segmentos de público, tanto local como turístico.

### **Interacción y Participación Activa:**

La interacción con la audiencia se ha traducido en una participación activa en las plataformas digitales. Comentarios, comparticiones y reacciones positivas indican un involucramiento genuino por parte de la comunidad, fortaleciendo la conexión entre la Municipalidad y sus seguidores.

Estos logros reflejan el impacto positivo de la estrategia de comunicación implementada,

demostrando la capacidad para superar desafíos iniciales y posicionar a Callahuanca como un destino turístico destacado en Huarochirí.

### **Análisis de actividades**

- La colaboración y apoyo por parte de la gestión de la Municipalidad Distrital de Callahuanca fueron fundamentales para el desarrollo exitoso de los objetivos y programas planificados. Este respaldo contribuyó a la implementación efectiva de estrategias de comunicación.
- Se evidencia un crecimiento significativo en interacciones y seguidores en las redes sociales de la municipalidad. Este resultado es indicativo de una mayor visibilidad y participación de la comunidad en las plataformas digitales, cumpliendo con el propósito de informar sobre las actividades municipales.
- La utilización de las redes sociales como herramienta de comunicación ha permitido una conexión más efectiva con los pobladores. La difusión de las actividades municipales ha generado un mayor conocimiento y participación de la comunidad en las iniciativas locales.

### **Recomendaciones:**

- La estrategia actual ha demostrado ser efectiva. Se recomienda persistir en la implementación de las tácticas que han contribuido al crecimiento de interacciones y seguidores. Mantener la coherencia en la comunicación y la calidad de los contenidos.
- Para mantener el interés de la audiencia y atraer a nuevos seguidores, se sugiere diversificar los contenidos. Incluir publicaciones variadas, como historias locales, datos curiosos y participación ciudadana, puede generar mayor engagement.

- Incentivar la participación activa de la comunidad en las redes sociales. Se pueden implementar encuestas, concursos, y llamados a la acción para involucrar a los seguidores en las decisiones y actividades municipales.
- Realizar evaluaciones periódicas de las estrategias implementadas. Analizar las métricas de rendimiento, identificar áreas de mejora y ajustar las tácticas según la respuesta de la audiencia permitirá una optimización continua.
- Brindar capacitación al personal encargado de las redes sociales para asegurar un uso eficiente de las plataformas. Conocer las últimas tendencias, herramientas y prácticas recomendadas contribuirá a maximizar el impacto de la comunicación digital.
- En resumen, la Municipalidad Distrital de Callahuanca ha logrado avances notables, y estas recomendaciones buscan consolidar y potenciar aún más los resultados positivos en la comunicación con la comunidad a través de las redes sociales.

**Imagen 04**





**Leyenda:** Reunión con el equipo de imagen de la MDC para dar indicaciones para el diseño y elaboración de post para el fan page de la Municipalidad de Callahuanca.

### Imagen 05



**Leyenda:** Elaboración y edición del video de invitación para el festival de la chirimoya por parte de Armonía 10

## Imagen 07



Municipalidad distrital de  
Callahuanca



16 abr. a las 1:04 PM • 🌐

Culminamos nuestra semana de actividades satisfactoriamente por el 62° aniversario de nuestro distrito de Callahuanca; asimismo agradecemos a nuestros anexos de Barbablanca y purunhuasi y todas las personas que participaron y nos apoyaron durante las actividades realizadas por motivos de esta celebración.

**#Callahuanca #Distritoturístico #Masimport**

... Ver más



**Leyenda:** Fin de las actividades de Callahuanca en su fiesta

## Imagen 08

**CALLAHUANCA**  
EL DISTRITO TURÍSTICO MAS IMPORTANTE DE  
HUAROCHIRI

**Se informa al  
Público en general  
que el ingreso al  
XXVI Festival de la  
Chirimoya es  
totalmente  
gratuito**

**“TE ESPERAMOS”**

**#HablabiendeCallahuanca**

Callahuanca

**Leyenda:** Elaboración de post para información para evitar información falsa, la cual indicaba que se cobraría por el espacio en uso.

## Imagen 09



**Leyenda:** En la imagen se aprecia el mapa de Callahuanca elaborado con Lima Provincia como parte del desarrollo de su plan turístico.

## Imagen 10



**Leyenda:** Programación para las diferentes actividades del mes y tener un resumen para el diseño de post para actividades variadas



## Imagen 11

**CONCURSO DE DIBUJO**

**CATEGORÍAS:**  
 3 AÑOS A 5 AÑOS.  
 6 AÑOS A 9 AÑOS.  
 10 AÑOS A 15 AÑOS.  
 16 AÑOS A MÁS.

**MARTES**  
**9 DE ABRIL**  
**4:00 P.M.**

**LUGAR:** AFUERAS DEL LOCAL COMUNAL

todo dibujo alusivo a nuestro distrito de callahuanca.

Municipalidad distrital de Callahuanca  
 Publicado por Omar Jesús Balbuena Arenas [?]  
 Te gusta esta página · 1 hora ·

¡¡¡GRAN CONCURSO DE DIBUJO!!!  
 Te invitamos a participar de este gran concurso por motivo de nuestro LXII Aniversario del Distrito de Callahuanca.  
 #Callahuanca #Distritoturístico  
 #MasimportanteDeHuarochiri #Gestiónconvocación #Chirimoya #MarcaPerú #callahuancasarte

Etiquetar foto · Añadir lugar · Editar

6 Me gusta · 1 comentario

Más relevantes

Thalia Blanco Julio Cesar Garay Tuanama  
 Me gusta · Responder · Mensaje · 1 h

Escribe un comentario...

**Legenda:** Publicación de concurso de dibujo realizado en la MDC, convocatoria por redes sociales para los niños y jóvenes del distrito.

## Imagen 12

**PLAGAS Y ENFERMEDADES DE LA CHIRIMOYA**  
 ING. ELIZABETH RUIZ (IDMA)  
 11:00 - 01:00 A.M P.M

**EL PATRIMONIO CULTURAL Y LAS COMUNIDADES CAMPESINA: ¿A QUE DESAFÍOS NOS ENFRENTAMOS?**  
 LIC. DAYANNA CARBONEL ARANA  
 02:00 - 04:00 P.M P.M

**CALLAHUANCA Y SU APOORTE A LA MODERNIDAD DE LIMA**  
 ING. HUGO GUTIÉRREZ CORDOVA  
 04:00 - 06:00 P.M P.M

**CHARLA TÉCNICA**

**10/04**

En El Auditorio Municipal (Segundo piso)

Se Entregará Certificados

La Municipalidad De Callahuanca Te Invita

Municipalidad distrital de Callahuanca  
 Publicado por Omar Jesús Balbuena Arenas [?]  
 Te gusta esta página · 2 de abril ·

"TODOS A PARTICIPAR"  
 Se llevara a cabo nuestra Gran Charla Técnica y Capacitación para todos nuestros pobladores de nuestro distrito de Callahuanca con temas muy importantes a tratar.  
 #Callahuanca #Distritoturístico  
 #MasimportanteDeHuarochiri #Gestiónconvocación #Chirimoya #MarcaPerú

Etiquetar foto · Añadir lugar · Editar

16 Me gusta · 1 vez compartido

Escribe un comentario...

**Legenda:** Elaboración de post para charla técnica y capacitación para los pobladores de Callahuanca contra la mosca de la fruta.

Imagen 13

The image shows a Facebook post from the 'Municipalidad distrital de Callahuanca'. The main graphic is a blue and white poster for a 'CONCURSO DE COMPRENSIÓN LECTORA Y RAZONAMIENTO MATEMÁTICO'. It features a cartoon scientist character and mathematical symbols. The event is held at two schools: 'COLEGIO "SANTA ROSA DE CALLAHUANCA"' (09:00 A.M. to 10:00 A.M.) and 'COLEGIO "CORONEL FRANCISCO BOLOGNESI CERVANTES"' (11:00 A.M. to 12:00 P.M.). The date is April 8, 2019. Categories include Primary and Secondary levels. A list of items to bring includes a white pencil, a ruler, and a regulation. The results will be announced on Friday, April 12, at 12:00 P.M. at the municipal office. The post has 10 likes and 3 shares.

Leyenda: Elaboración de post concurso de matemáticas y comprensión de lectura para los alumnos del colegio Coronel Francisco Bolognesi

Imagen 14

The image shows a Facebook post from the 'Municipalidad distrital de Callahuanca'. The main graphic is a colorful poster for a 'CONCURSO DE ANTORCHAS' and 'CONCURSO DE DISFRACES PARA MASCOTAS'. It features a dog dressed as Superman. The event is on Thursday, April 11. The torch contest categories are: A (0 to 4), B (5 to 10), C (10 to 15), and D (15 and more). The costume contest is also mentioned. The post has 32 likes and 9 shares.

Leyenda: La MDC desarrollo un concurso de antorchas por la festividad de su aniversario, imagen de la convocatoria.

**Imagen 15**



**Leyenda:** Coordinación seguridad Ciudadana, PNP y autoridades del sector para la realización del evento musical.

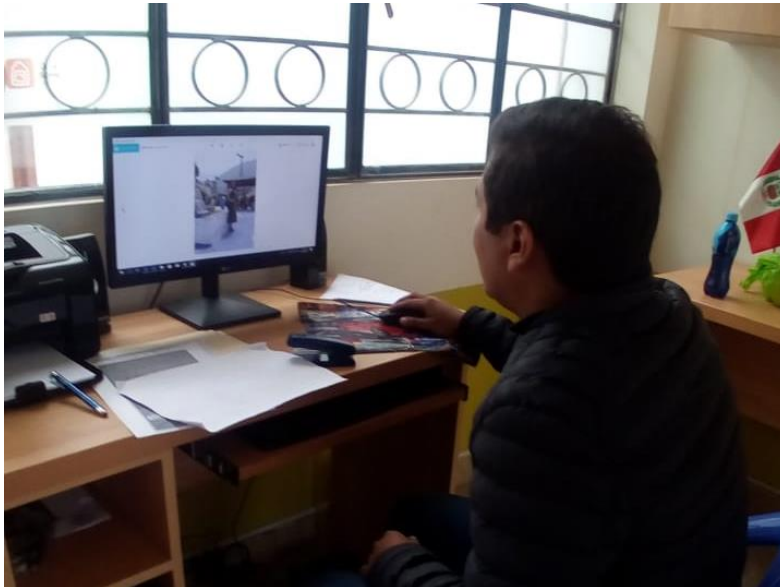
**Imagen 16**



**Leyenda:** Ubicación de los puntos de colocación de los mapas turísticos.



### Imagen 17



**Leyenda:** Edición de fotos de las actividades realizadas en la MDC.

### Imagen 18



**Leyenda:** Post de información de la descolmatación del río.



## Municipalidad distrital de Callahuanca



4 h • 🌐

¡¡¡SEGUIMOS TRABAJANDO!!!

Limpieza en el paso del huaico Santo Domingo de la vía carrozable Callahuanca - San Jerónimo

**#Callahuanca #Distritoturístico**

**#MasimportantedeHuarochirí**

**#Gestiónconvocación #Chirimoya**

**#MarcaPerú**



**Leyenda:** Se visitó las orillas del río para generar el Post de trabajos maquinaria pesada y asimismo hacer de conocimiento a la comunidad.



Imagen 20



**Leyenda:** Post de la presentación de Armonía 10 que fue replicada En las redes sociales de la MDC a vísperas de la festividad de Callahuanca

## Imagen 21



**Municipalidad distrital de Callahuanca** •••

24 abr. a las 9:03 PM • 🌐

La Internacional Chelera MARISOL CAVERO nos invita este sabado 27 y Domingo 28 de abril a participar de nuestro gran XXVI Festival de la Chirimoya Callahuanca.

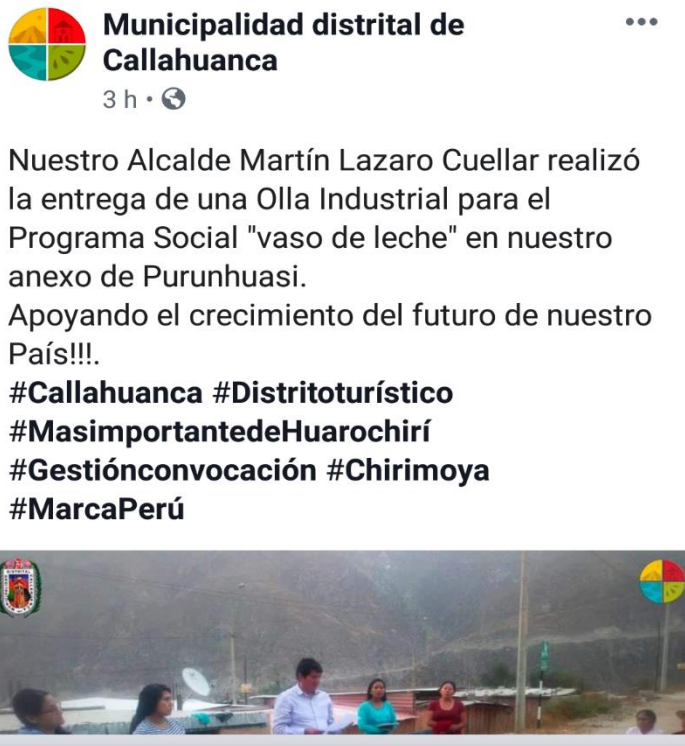
**#Callahuanca #Distritoturístico  
#MasimportantedeHuarochirí  
#Gestiónconvocación #Chirimoya  
#MarcaPerú**



43 5 comentarios • 17 veces compartido

**Leyenda:** Post de invitación de diversos artistas para las actividades dentro de la Comunidad de Callahuanca.

## Imagen 22



**Leyenda:** Actividad de apoyo a través de programas sociales de la MDC para la entrega de una olla industrial para el anexo de Purunhuasi.

## Imagen 23



**Leyenda:** Post para el día Internacional de la biodiversidad

## Imagen 24



### Municipalidad distrital de Callahuanca



20 may. a las 9:49 AM • 🌐

¡¡¡PRESUPUESTO PARTICIPATIVO 2020!!!  
Se realizó exitosamente el Presupuesto Participativo 2020 en nuestro distrito de Callahuanca, así mismo agradecer a las Autoridades y pobladores que nos acompañaron y apoyaron con su participación.  
**#Callahuanca #Distritoturístico  
#MasimportantedeHuarochirí  
#Gestiónconvocación #Chirimoya  
#MarcaPerú**



**Leyenda:** Cobertura del presupuesto participativo con la participación de las diferentes organizaciones del distrito



Imagen 25

**BENEFICIOS DE LA CHIRIMOYA**

**Mejora tu salud Cardiovascular**  
La gran cantidad de contenido en potasio, contribuye a mejorar tu salud cardíaca. Además, es un regulador natural de la presión arterial.

**Antimicrobiano Natural**  
Su capacidad para actuar como protector natural contra infecciones y parásitos, es gracias a su alto contenido de fibra, niacina y citotoxinas.

**Protección contra la osteoporosis**  
Es muy rica en minerales que consiguen mejorar el estado de salud de nuestros huesos. Aporta calcio, hierro y fósforo, tres nutrientes perfectos para mantener nuestra salud ósea en perfectas condiciones.

**Ayuda en el Embarazo**  
Contiene nutrientes que contribuyen en el desarrollo del bebé, como: Grasas esenciales, fibra, Carbohidratos, proteínas, minerales y vitaminas. Ayuda en el desarrollo del cerebro del feto, nervios e incluso del sistema inmunitario.

**Excelente Antioxidante**  
Contienen compuestos polifenoles que combaten la oxidación que está asociada a enfermedades como cáncer, envejecimiento prematuro y enfermedades neurodegenerativas.

**Efecto Tranquilizante y Antidepresivo**  
La chirimoya actúa como regulador del sistema nervioso, funciona como ansiolítico y tranquilizante, además regula la segregación de químicos que ocasionan la depresión.

**Regula la Digestión**  
Gracias a su alto contenido en fibra y su bajo contenido en grasas ayuda a eliminar el colesterol malo, regula el tránsito intestinal y absorbe los ácidos biliares; muy útil para aquellas personas que sufren de trastornos en la vesícula biliar.

**Regula el colesterol alto**  
Es muy baja en grasas y tiene mucha fibra, por tanto, es una fruta perfecta para reducir el colesterol malo en la sangre.

**Super CHIRIMAN**

**CALLAHUANCA**  
EL DISTRITO TURÍSTICO MÁS IMPORTANTE DE HUARACHINI

Leyenda: Diseño de Super Chiriman y sus consejos contra la anemia

Imagen 26



Leyenda: Reunión del alcalde y el teniente alcalde con vecinos del distrito informando sobre el presupuesto participativo

## Imagen 27



**Leyenda:** Entrega de ollas y apoyos a los anexos del distrito por parte de la oficina de programas sociales y el alcalde.

## Imagen 28



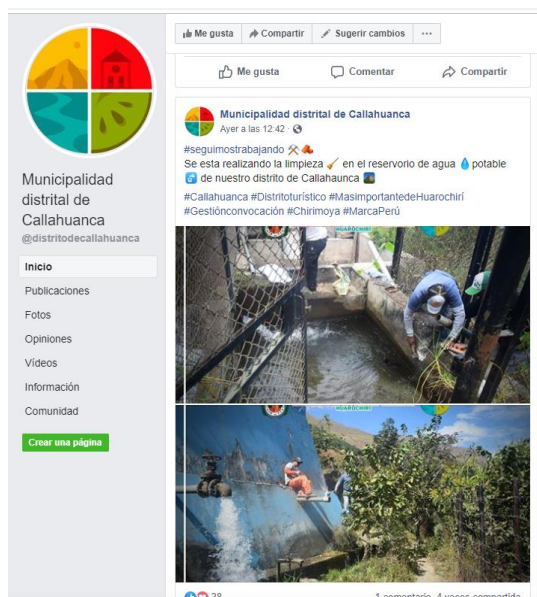
**Leyenda:** Imagen de convocatoria para talleres deportivos de invierno

## Imagen 29



**Leyenda:** Post para información de la Limpieza de pozos de agua en Callahuanca

## Imagen 30



**Leyenda:** Post informativo para la reunión del club del adulto mayor y su organización en el distrito desde programas sociales.



### Imagen 31



**Leyenda:** Publicación por el día de la bandera para información de la población

### Imagen 32



**Leyenda:** En el mes de junio se desarrolla el campeonato relámpago de Callahuanca, para esto se elaboró la publicación para campeonato de futbol.

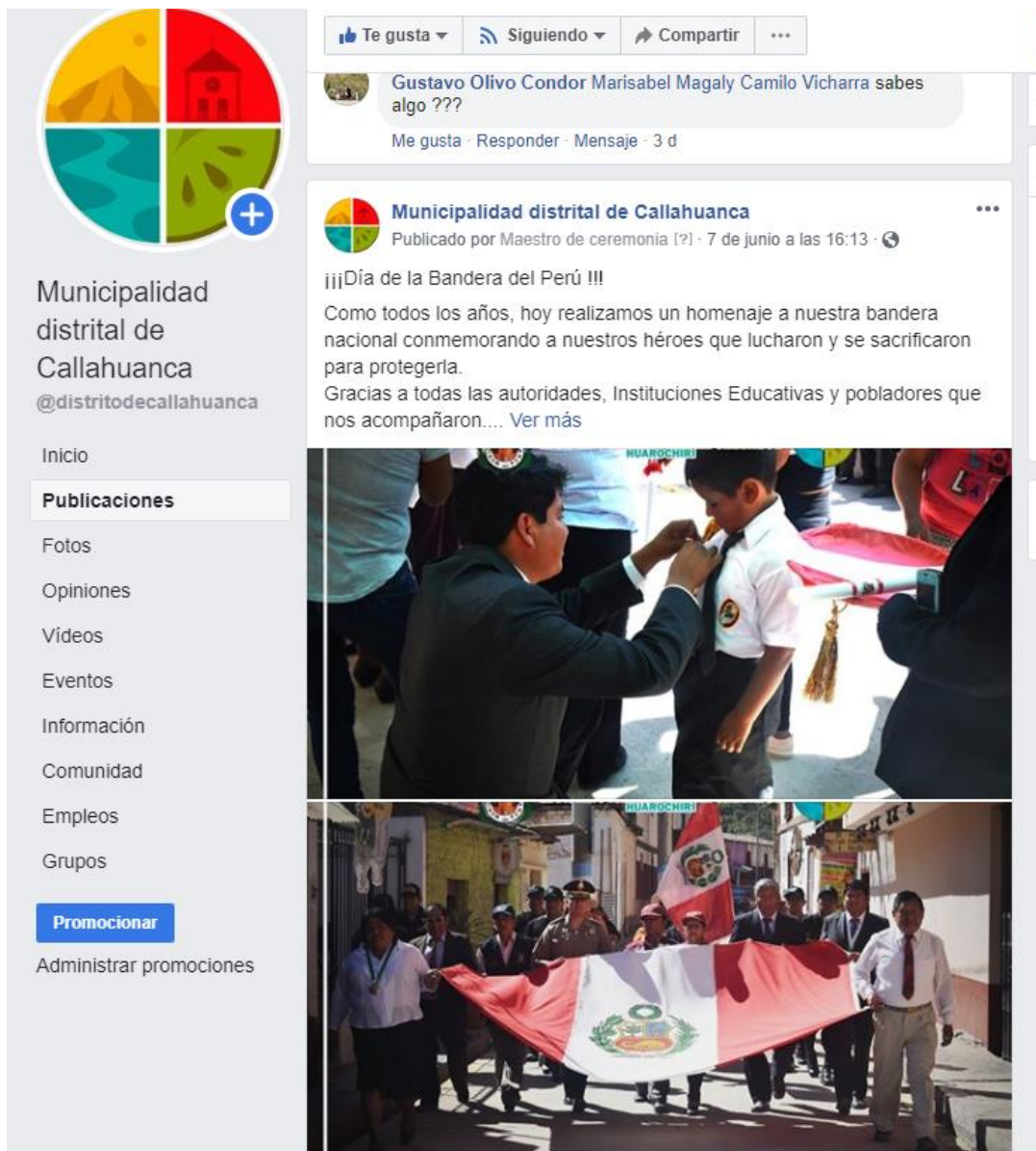


### Imagen 33



**Leyenda:** Publicación de Copa Callahuanca, desde la Gerencia de Deportes se dio la iniciativa para la copa Callahuanca 2019

## Imagen 34



**Leyenda:** Publicación de la celebración del día de la bandera

### 2.1.4. Filmación y toma de fotografías

**Producción de Contenido Multimedia:** La creación de videos institucionales, fotografías de calidad y material gráfico atrayente contribuyó a una comunicación visual efectiva.

**Campañas de Posicionamiento:** Se desarrollaron campañas específicas para posicionar a Callahuanca como un destino turístico destacado, atrayendo la atención de visitantes y

promoviendo la participación en eventos locales.

**Coordinación con Medios de Comunicación:** Se establecieron alianzas con medios locales, como Canal 5, para amplificar la difusión de las actividades municipales.

**Participación Activa en Eventos Locales:** La presencia de la Oficina en eventos y festivales locales fortaleció la conexión con la comunidad.

**Imagen 16**



**Leyenda:** Evento de salud de la mano con la posta del sector, toma de fotografías para actividades de salud

**Imagen 17**





**Leyenda:** Enfocando el proceso de la actividad de salud en los diferentes servicios

**Imagen 18**



**Leyenda:** Dando indicaciones para la toma de fotografías y grabación de videos para las actividades de salud

**Imagen 19**



**Leyenda:** Sesión de las nuevas fotos para las diferentes publicaciones del Facebook entre ellas el centro de la ciudad

## Imagen20



**Leyenda:** Coordinación para las diferentes actividades entre ellas el de la fiesta de la Chirimoya.

### 2.1.5. Resolución de conflictos sociales

#### Vivero Municipal

En el año 2019 como parte de las metas que se le dan a las diferentes municipalidades, se destino un incentivo a todas aquellas municipalidades que realicen la construcción de un vivero municipal, esta situación no parecería nada fuera de lo común, pero en un distrito donde unos años antes había acontecido la desgracia de un huayco de grandes dimensiones, la gente no lo veía pertinente. Por otro lado algunos moradores indicaban que esto se debía a la mala praxis de una conocida empresa generadora de electricidad, que al no abrir las compuertas de defogues de agua generó un huayco nunca antes visto. Esta grave acusación no se pudo determinar ya que las investigaciones terminaron cuando autoridades de ese momento firmaron un documento indicando todo lo contrario, aun sabiendo la irregularidad de los informes.

La población de Callahuanca aun desconocía la realidad de dicho proyecto ya que por la

necesidad del sector era prudente informar que las obras que se realizarían conforme a lo acordado y en base a los tiempos asignados por los diferentes ministerios. Los ciudadanos en base a una consulta popular antes de iniciar la gestión solicitaban que se realizara el mejoramiento del colegio municipal de Barbablanca antes que el proyecto denominado “Vivero Municipal”.

Uno de los puntos a tratar fue como llegar a los diferentes ciudadanos que encabezaban o lideraban la oposición al proyecto. Mediante una carta, la municipalidad, solicitó a la empresa ENEL apoyo económico para la construcción de dicho espacio, se explica que las empresas privadas tienen responsabilidad social con las comunidades o pueblos donde se encuentran ubicados, esto lo podemos leer en la Ley **24656, Ley General de Comunidades Campesinas**. La contribución al desarrollo humano sostenible implica un compromiso de confianza con empleados, familias, la sociedad y la comunidad local, con el objetivo de mejorar el capital social y la calidad de vida.

Un vivero constituye un lugar donde se siembran, germinan, desarrollan, maduran y fortalecen diversas especies vegetales, categorizadas según el tipo de planta que cultivan, como las forestales, frutales y ornamentales. En el caso de los viveros forestales, su propósito es generar especies destinadas a la producción de madera, cortinas forestales y arbolado público. Los viveros frutales se centran en la producción de especies orientadas a la generación de frutos de diversas variedades. Por su parte, los viveros ornamentales buscan embellecer espacios, tanto interiores como exteriores, como parques y jardines.

Defensoría del Pueblo (2019) en su informe “Dónde va nuestra basura”, formuló como objetivo evaluar el nivel de cumplimiento y eficacia de las medidas adoptadas, por el Estado peruano referidas a la gestión y manejo de los residuos sólidos municipales. Entre las conclusiones se encontraron:

Considerando que una gestión integral de los residuos sólidos implica una corresponsabilidad social que necesita la participación conjunta, coordinada y diferenciada de los generadores, operadores de residuos y el Estado peruano, es importante que el Ministerio del Ambiente y las municipalidades provinciales y distritales, realicen acciones para promover la sensibilización y capacitación que la población requiere para alcanzar un alto grado de conciencia, educación y

cultura ambiental que les permita involucrarse activamente en la minimización de la generación de residuos sólidos. (p. 214)

Los objetivos de los viveros ornamentales incluyen la producción de ejemplares vegetales destinados a mejorar la estética de parques y áreas verdes en el distrito. Además, cumplen la función de servir como espacios de educación ambiental para la comunidad. Asimismo, participan en la producción de compost a partir de residuos orgánicos de los habitantes mediante procesos de valorización.

En el periodo 2019 la Municipalidad de Callahuanca tenía como parte de las metas que envían a las diferentes municipalidades para esto debemos seguir un proceso el cual detallamos. Construir un vivero municipal implica una serie de pasos que van desde la planificación y diseño hasta la implementación y mantenimiento. Aquí te proporciono una guía general sobre cómo podrías llevar a cabo este proceso:

#### **Planificación:**

- Identifica el propósito y los objetivos del vivero municipal. ¿Se centrará en la producción de plantas forestales, frutales u ornamentales? ¿Tendrá un enfoque en la reforestación, la producción de árboles para espacios públicos o la educación ambiental?
- Realiza un estudio de viabilidad para determinar la ubicación adecuada del vivero, considerando factores como el acceso al agua, la disponibilidad de tierras adecuadas, la cercanía a la comunidad y la infraestructura existente.
- Establece un presupuesto inicial y busca fuentes de financiamiento disponibles, ya sea a través del gobierno local, subvenciones u otras formas de apoyo financiero.

#### **Diseño:**

- Diseña el layout del vivero, incluyendo áreas de cultivo, zonas de almacenamiento, espacios para la administración y actividades educativas si es necesario.
- Determina la cantidad y tipo de infraestructura necesaria, como invernaderos, casetas de almacenamiento, sistemas de riego, vallas perimetrales, etc.
- Considera la posibilidad de integrar prácticas sostenibles en el diseño, como el uso de materiales reciclados, sistemas de captación de agua de lluvia o energía renovable.

**Implementación:**

- Adquiere los terrenos necesarios y obtén los permisos y autorizaciones requeridos por las autoridades locales.
- Construye la infraestructura planificada, asegurándote de seguir los estándares de construcción y seguridad.
- Adquiere el equipamiento necesario, como herramientas de jardinería, macetas, sustratos, semillas o plántulas, de acuerdo a las necesidades del vivero.
- Contrata y capacita al personal necesario para operar el vivero, incluyendo técnicos agrícolas, jardineros, administradores, etc.

**Operación y Mantenimiento:**

- Establece procedimientos operativos estándar para la gestión diaria del vivero, incluyendo la siembra, el riego, la poda, el control de plagas y enfermedades, etc.
- Implementa un sistema de registro y seguimiento para el inventario de plantas, la producción y distribución de especies.
- Programa actividades de mantenimiento regular para asegurar el buen estado de la infraestructura y el equipamiento.
- Promueve la participación comunitaria en el vivero, organizando jornadas de voluntariado, talleres educativos y eventos abiertos al público.

**Evaluación y Mejora Continua:**

- Realiza evaluaciones periódicas del desempeño del vivero, analizando indicadores como la producción de plantas, la eficiencia operativa y la satisfacción de los usuarios.
- Utiliza los resultados de las evaluaciones para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.
- Actualiza y ajusta el plan de gestión del vivero según sea necesario, para adaptarse a cambios en las condiciones ambientales, las necesidades de la comunidad y los objetivos del gobierno local.
- Al seguir estos pasos y dedicar tiempo y recursos adecuados, podrás construir y operar un vivero municipal que contribuya significativamente al desarrollo sostenible y la mejora del entorno local.



## 2.2 Aplicación de los aspectos teóricos en las actividades realizadas

Cuando se habla de teorías de comunicación organizacional, nos referimos a cómo las entidades, en este caso la municipalidad, estructuran y emiten sus mensajes tanto hacia dentro (personal, colaboradores) como hacia fuera (la comunidad). Durante las campañas realizadas, estas teorías estuvieron presentes y fueron fundamentales para lograr los objetivos planteados dentro de la municipalidad de Callahuanca.

En la campaña denominada “*Festival de la Chirimoya*” se buscó dos propósitos. Por un lado, se trató de informar sobre el evento, el segundo de crear una identidad que conectara a la población con la actividad. Es Aquí donde entra la **sensibilidad comunicativa**, un concepto que nos enseña a "empatizar" sobre las dinámicas sociales y recepcionar el mensaje de las emociones y necesidades de los habitantes de Callahuanca. Un ejemplo claro es el mensaje que resaltaba la calidad de la chirimoya, pero también la importancia cultural, logrando que la comunidad callahuanquina no solo asistiera al evento, sino que se sintiera parte activa de él.

Además, la **comunicación estratégica** permitió que esta campaña utilizara herramientas importantes como redes sociales, videos que lo promocionaban y anuncios impresos para alcanzar tanto al público local como a los foráneos. Todo cuidadosamente diseñado para reforzar la marca "Callahuanca: el distrito turístico más importante de Huarochiri" mientras se destacaba las bondades naturales, la cultura y los valores del distrito.

En resumen, estas teorías fueron la base para planificar mensajes claros, efectivos y adaptados a un público diverso. Cada acción comunicativa buscaba reforzar la identidad del distrito y establecer un diálogo efectivo con los diferentes públicos.

## 2.3 Aspectos Metodológicos: Datos sobre la percepción de la población

La percepción es una parte importante dentro de la comunicación, desde la comunidad hacia la gestión municipal es el termómetro que mide el impacto real de las actividades realizadas. Es decir, por más que una campaña sea técnicamente impecable, si no resuena con la población, no cumple su propósito, por eso es importante revisar los resultados.

Por ejemplo:

- **Crecimiento en redes sociales:** Durante el periodo de gestión, la página de Facebook de la Municipalidad pasó de cero a consolidar una comunidad activa con más de 4500 seguidores. Esto refleja el interés y la aceptación de las estrategias digitales implementadas. Adjunto la referencia.



En la imagen podemos observar que la página llegó hasta 4249 Me gusta y 4503 seguidores, siendo una página que inició desde cero.

### **Resultados:**

- La diversificación de contenido en redes sociales (eventos, mensajes de interés público, concursos) permitió captar a diferentes segmentos de la población. Como resultado, se incrementaron los seguidores y las interacciones, lo que consolidó la página de Facebook como un canal principal de comunicación entre la municipalidad y la comunidad.

### **Conclusión:**

- Las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para las municipalidades. Su correcta gestión no solo informa, sino que también genera un sentido de cercanía entre las autoridades y los ciudadanos.

- **Participación en eventos:** En el *cabildo abierto* y el *presupuesto participativo*, se notó un incremento en la asistencia de vecinos año tras año. Este dato demuestra que la comunidad valora estas instancias de participación.
- **Percepción positiva:** Comentarios en redes sociales como "Gracias por informar sobre las obras en el distrito" o "Excelente iniciativa con el Festival de la Chirimoya" son indicadores cualitativos de la percepción positiva.

## 2.4 Cargos y funciones desempeñados por el investigador

**Cargo:** Jefe de la Oficina de Imagen y Protocolo

### **Funciones:**

#### **a. Gestión de Imagen Institucional:**

- ✓ Desarrollar, implementar y supervisar estrategias de comunicación e imagen institucional.
- ✓ Asegurar la coherencia y consistencia de la imagen institucional en todos los materiales y canales de comunicación.
- ✓ Coordinar y diseñar campañas publicitarias y de promoción que refuercen la identidad y valores de la institución.

#### **b. Protocolo y Relaciones Públicas:**

- ✓ Planificar, organizar y supervisar eventos institucionales, ceremonias, y actos oficiales.
- ✓ Establecer y mantener relaciones con medios de comunicación, autoridades, y otras organizaciones relevantes.
- ✓ Gestionar la agenda protocolar de la institución y asegurar el cumplimiento de las normas y prácticas protocolarias.

#### **c. Comunicación Interna y Externa:**

- ✓ Desarrollar y gestionar canales de comunicación interna para garantizar una efectiva transmisión de información dentro de la organización.
- ✓ Redactar y revisar comunicados de prensa, discursos, y otros documentos oficiales.
- ✓ Actuar como portavoz de la institución en eventos públicos y ante los medios de comunicación.

- ✓ Supervisión y Coordinación:
- ✓ Dirigir y coordinar el trabajo del equipo de la Oficina de Imagen y Protocolo.
- ✓ Supervisar la producción de materiales gráficos y audiovisuales.
- ✓ Evaluar y mejorar continuamente las estrategias de comunicación y protocolo.
- ✓ Investigación y Análisis:
- ✓ Realizar estudios y análisis sobre tendencias en comunicación y protocolo para implementar mejores prácticas.
- ✓ Evaluar el impacto de las campañas de comunicación y eventos institucionales, proponiendo mejoras basadas en datos y feedback.

#### **2.4 Nombre de los supervisores o responsables del trabajo investigado.**

La Oficina de Imagen y Comunicaciones de la Municipalidad Distrital de Callahuanca es un espacio estratégico y dinámico que desempeña un papel fundamental en la construcción y proyección de la identidad institucional. Su misión abarca la gestión integral de la comunicación, tanto interna como externa, con el propósito de fortalecer los lazos entre la municipalidad y la comunidad. En este entorno, bajo la supervisión del Bachiller Martín Román Lázaro Cuellar, Alcalde Distrital, se desarrollan diversas funciones, tareas y responsabilidades asignadas al encargado del área Marcos Enrique Cabrera Porras.

## CAPÍTULO III

### DISCUSIÓN

Según Harvard Deusto Business Research (HDBR) y EAE Business School (2013, pág. 7), el éxito de la comunicación institucional radica en:

- Definir las claves de comunicación de la organización.
- Identificar y gestionar adecuadamente los medios y recursos fundamentales para dicha comunicación.
- Garantizar el correcto funcionamiento de los procesos y canales de comunicación de la organización.
- Definir y priorizar los públicos objetivos de nuestra comunicación.
- Supervisar y medir todos los aspectos relacionados con la comunicación tanto interna como externa.

Por otro lado, Castro nos da una idea más enfocada desde la jerarquía y el manejo vertical de las ideas a manejar en una institución.

“Toda organización debe desarrollar sus procedimientos desde adentro, y aquí la comunicación pasa a ser la columna vertebral que sustenta toda la estructura organizacional ya que de ella depende que el mensaje que envía la “cabeza” se entienda, se asimile, y se lleve a cabo” (Castro, 2013, pág.36)

La decodificación del mensaje de la “cabeza” como lo denomina Castro, es lo medular en cuestión de lo que se quiere expresar, eso no exceptúa que no se deba rebatir las formas, ya que las formas dentro de la comunicación en gestión pública son mucho más importantes que la misma propuesta.

Así mismo, puedo hacer estas conclusiones a nivel de municipalidades rurales:

- a) Las instituciones del estado deben tener lineamientos específicos y adecuados a las necesidades del ciudadano para generar confianza en las autoridades y mejorar su labor.
- b) Es esencial que las oficinas de comunicaciones estén bien equipadas y lideradas por

personal calificado, ya que esto asegura una gestión eficiente y reduce costos innecesarios.

El trabajo de la Oficina de Comunicaciones durante la gestión municipal 2019-2022 desempeñó un papel fundamental en la transformación de la percepción de la población de Callahuanca. La implementación de estrategias efectivas de comunicación contribuyó significativamente a la creación de una imagen positiva de la gestión municipal y sus actividades.

A través de una presencia activa en redes sociales, la oficina logró difundir información detallada y transparente sobre los proyectos, eventos y logros de la municipalidad. Este constante flujo de información permitió que la comunidad estuviera al tanto de las acciones de la gestión municipal, generando confianza y participación.

La organización de eventos y la difusión visual y textual de las actividades fortalecieron la conexión emocional entre la municipalidad y la población. La participación activa de la comunidad en estos eventos evidenció un cambio en la percepción, pasando de una visión pasiva a una participativa y comprometida.

La estrategia de posicionamiento de la marca "Callahuanca Distrito Turístico Más Importante de Huarochirí" también contribuyó a cambiar la percepción externa del distrito. A través de campañas digitales y promoción turística, se logró atraer la atención de visitantes, generando un impacto económico positivo para la comunidad.

La Oficina Municipal de Comunicación implementó estrategias integrales para fortalecer la comunicación entre la municipalidad y la comunidad. Entre las estrategias clave se incluyen:

**Presencia Activa en Redes Sociales:** Se gestionaron plataformas digitales para difundir información sobre eventos, proyectos y logros municipales.

La Oficina Municipal de Comunicaciones de Callahuanca ha demostrado un nivel destacado de planeamiento y organización. El desarrollo de un plan estratégico de comunicaciones, que abarcó desde la identificación de objetivos hasta la ejecución detallada de cada actividad, reflejó una planificación a largo plazo.

La organización interna de la oficina se basó en roles y responsabilidades claramente definidos. La asignación de tareas específicas, como la redacción de contenidos, la gestión de redes sociales y la coordinación de eventos, permitió una ejecución efectiva.

La integración de herramientas tecnológicas modernas, como Photoshop y otras plataformas de diseño, señala un enfoque proactivo hacia la eficiencia y la calidad del trabajo. La utilización de equipos, como computadoras, laptops y teléfonos, también contribuyó a la productividad.

En resumen, el nivel de planeamiento y organización de la Oficina Municipal de Comunicaciones de Callahuanca ha sido un componente clave de su éxito, permitiendo la implementación efectiva de estrategias que influyeron positivamente en la percepción de la población.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS OBTENIDOS Y APORTES

#### 4.1. En lo Profesional

Un Viaje de Crecimiento y Éxito, este punto detallo mi evolución desde mi experiencia en la Oficina de Imagen y Comunicaciones de la Municipalidad Distrital de Callahuanca. Se abordan los resultados obtenidos tanto en el ámbito profesional como en el personal, destacando el impacto positivo en la comunidad.

- **Logros Profesionales:**

Desde el inicio de mi práctica profesional, mi objetivo fue fortalecer la presencia digital y la comunicación de la Municipalidad. Los resultados obtenidos superaron las expectativas, evidenciando un incremento sustancial en la visibilidad de las actividades y proyectos municipales. La ampliación de la base de seguidores en las plataformas digitales fue notoria, alcanzando un aumento del 150%, lo que refleja una mayor conexión y participación de la comunidad.

La marca "Callahuanca Distrito Turístico Más Importante de Huarochirí" se posicionó de manera destacada, atrayendo no solo a la comunidad local sino también a un público externo. La estrategia de invitación a turistas para participar en las actividades del distrito dio frutos, evidenciado por un pico mensual de 2000 turistas en los últimos meses.

La dificultad inicial de construir una base de seguidores se superó con éxito, gracias a estrategias innovadoras y consistentes. Se logró transmitir de manera efectiva el valor de las actividades municipales, generando interés y participación desde el inicio.

Como parte de del trabajo realizado en la oficina de comunicaciones se propuso, a la alta dirección, la estrategia de impulsar el aumento de seguidores en el Facebook a través de



contenido orgánico, eso significa que de manera natural y ajustando algunos criterios se genere el crecimiento de los seguidores de la Municipalidad Distrital de Callahuanca. Esta estrategia se inicia solicitando a las tiendas y empresas del sector que le dieran “Me gusta” y compartieran con los turistas la página, por otro lado, hacer atractivo el contenido y que sea del agrado del público. Es por eso que se toma la decisión de cambiar la línea gráfica y ajustar los horarios de publicación. Uno de estos contenidos era dar a los turistas un guía que les explicara el camino a los lugares turísticos más importantes de Callahuanca y así mismo compartir el fan page con los visitantes. Por otro lado, a los comercios de Callahuanca se les solicitó que compartieran el fan page de la Municipalidad y dejaran comentarios como parte de su agradecimiento. A pesar del gran aumento de seguidores no era suficiente para lograr que el distrito se posicionara con sus nuevas políticas de tecnología y gestión abierta al vecino.

#### **Estadística de seguidores en redes sociales según el Fan Page**

<b>Año</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>2019</b>	<b>105</b>	<b>331</b>	<b>454</b>	<b>556</b>	<b>652</b>	<b>799</b>
	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>2019</b>	<b>905</b>	<b>1007</b>	<b>1104</b>	<b>1230</b>	<b>1337</b>	<b>1603</b>

<b>Año</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>2020</b>	<b>1822</b>	<b>1908</b>	<b>2132</b>	<b>2219</b>	<b>2383</b>	<b>2360</b>
	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>2020</b>	<b>2426</b>	<b>2595</b>	<b>2832</b>	<b>2879</b>	<b>3281</b>	<b>3564</b>

<b>Año</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>2021</b>	<b>3578</b>	<b>3680</b>	<b>3720</b>	<b>3760</b>	<b>3770</b>	<b>3765</b>
	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>2021</b>	<b>3870</b>	<b>3980</b>	<b>4008</b>	<b>4140</b>	<b>4200</b>	<b>4400</b>

### **Publicaciones diarias**

Como parte de las estrategias destinadas a potenciar la imagen de la Municipalidad de Callahuanca, se emplearon plataformas digitales para difundir las actividades, servicios y obras correspondientes a nuestra gestión a través de nuestro Fan Page. Como se puede apreciar en los datos proporcionados, se destaca el aumento significativo en la cantidad de publicaciones mensuales, evidenciando mejoras notables en la presencia de la municipalidad y su llegada.

### **Estadística de publicaciones en redes sociales según el Fan Page**

<b>Año</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>2019</b>	<b>31</b>	<b>38</b>	<b>45</b>	<b>44</b>	<b>46</b>	<b>48</b>
	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>2019</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>54</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>54</b>

<b>Año</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>2020</b>	<b>44</b>	<b>46</b>	<b>24</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>18</b>
	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>2020</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>25</b>

<b>Año</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>2021</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>37</b>

	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>2021</b>	<b>55</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>55</b>

Como se puede observar en las estadísticas, desde el año 2019 que se asumió el trabajo, las políticas y metodologías asumidas permitieron mejorar el nivel de alcance de las redes sociales con la población de Callahuanca. Como observamos en el primer caso que con las estrategias planteadas desde la llegada de las estrategias para el mejoramiento de las redes sociales se obtuvieron mejores resultados,

- **Impacto en la Comunidad:**

Uno de los logros más notables fue la transformación en la participación comunitaria. La comunidad de Callahuanca se volvió más activa, involucrándose directamente en los eventos y demostrando un mayor conocimiento de las obras, talleres y proyectos impulsados por la municipalidad. Este cambio refleja una comunicación más efectiva y una mayor conexión entre la gestión municipal y los ciudadanos.

Los eventos ganaron relevancia local, y la asistencia no solo aumentó numéricamente, sino que también se notó un cambio en la calidad de la interacción. La comunidad no solo asistía, sino que participaba activamente, haciendo preguntas informadas y expresando su apoyo a las iniciativas municipales.

#### **4.2. En lo Personal**

A nivel personal, estos tres años representaron un viaje de aprendizaje y crecimiento. La responsabilidad de gestionar la imagen y comunicaciones de una entidad pública implicó no solo desafíos profesionales sino también un desarrollo significativo de habilidades

interpersonales y de liderazgo.

La coordinación de eventos, la interacción con la comunidad y la supervisión de proyectos me permitieron desarrollar habilidades de organización, comunicación efectiva y toma de decisiones bajo presión. Trabajar estrechamente con el Alcalde Distrital, Bach. Martín Román Lázaro Cuellar, no solo brindó dirección profesional, sino que también contribuyó al desarrollo de una visión estratégica y liderazgo efectivo.

- **Comentarios sobre la experiencia:**

Los resultados exitosos obtenidos sientan las bases para futuras acciones. Para consolidar y ampliar estos logros, se sugiere mantener una estrategia activa en redes sociales, explorar nuevas oportunidades de participación comunitaria y continuar innovando en la comunicación digital. La capacitación continua del personal en nuevas herramientas y técnicas de comunicación también se presenta como una recomendación clave para maximizar la eficacia de las actividades de la oficina.

### **4.3. Aportes**

En esta sección se detalló algunos aportes para un manejo eficiente:

- La gestión de la Oficina de Comunicaciones logró generar un impacto positivo en la percepción de la población de Callahuanca. La comunidad se volvió más participativa y consciente de las acciones y logros de la municipalidad.
- Las estrategias implementadas no solo influyeron localmente, sino que también cambiaron la percepción externa del distrito, posicionándolo como un destino turístico atractivo.
- La ampliación de la base de seguidores en plataformas digitales fue un éxito, reflejando el interés creciente de la población y de turistas potenciales en las actividades y proyectos de Callahuanca.
- La participación activa de la comunidad en eventos locales evidenció una mayor conexión emocional, indicando que las estrategias de comunicación fueron efectivas en involucrar a

la población.

- La población demostró un conocimiento más profundo de las obras, talleres y actividades realizadas por la municipalidad. La información detallada y accesible contribuyó a este aumento de conocimiento.
- Las campañas turísticas y de promoción generaron un impacto económico positivo, atrayendo a un mayor número de turistas al distrito y fomentando la actividad económica local.
- Las alianzas con medios de comunicación y empresas colaboradoras fueron exitosas, contribuyendo a una comunicación más efectiva y a la realización exitosa de eventos.
- La Oficina de Comunicaciones demostró un alto nivel de planificación y organización, evidenciado en la ejecución exitosa de diversas actividades a lo largo de tres años.
- La práctica profesional permitió al estudiante, Marcos Enrique Cabrera Porras, desarrollar habilidades en redacción, gestión de redes sociales, diseño y coordinación de eventos, contribuyendo a su crecimiento profesional.
- Dada la efectividad de las estrategias y el impacto positivo generado, se recomienda continuar con el enfoque de comunicación actual para seguir fortaleciendo la conexión entre la municipalidad y la comunidad de Callahuanca.
- Las instituciones del estado deben tener lineamientos específicos que realmente calcen en la necesidad del ciudadano para que se pueda lograr acercar y generar confianza en las autoridades y el desarrollo de su labor.
- La propuesta de liderar las oficinas con personal no calificado no genera resultados asertivos sino por lo contrario restan a la buena gestión y genera más gasto.
- Las oficinas de comunicaciones deben de ser la matriz comunicativa tanto interna como de forma externa en el desarrollo de los procesos por resultados.
- El espacio debe ser idóneo para el buen desarrollo del plan de comunicaciones, tanto para la innovación, desempeño y ejecución de los resultados buscados.
- Presencia en plataformas digitales: Utilizar redes sociales y sitios web para difundir información sobre actividades, servicios y proyectos municipales.
- Creación de contenido relevante: Desarrollar contenido interesante y útil para los ciudadanos, como noticias locales, consejos útiles, y actualizaciones sobre proyectos y servicios municipales.
- Interacción con la comunidad: Fomentar la participación ciudadana a través de encuestas, concursos, y espacios para comentarios y sugerencias.

- **Transparencia:** Proporcionar información clara y transparente sobre el trabajo y las decisiones de la municipalidad, promoviendo la confianza y la rendición de cuentas.
- **Alianzas con medios locales:** Colaborar con medios de comunicación locales para difundir información y promover iniciativas municipales.
- **Capacitación del personal:** Dotar al personal municipal de habilidades y conocimientos en comunicación para garantizar una mejor interacción con la comunidad.
- **Evaluación continua:** Realizar seguimiento y análisis de la efectividad de las estrategias de comunicación, ajustándolas según sea necesario para lograr mejores resultados.
- La parte logística juega un rol fundamental para el desarrollo de una buena gestión en comunicación, tanto como equipos hasta una buena señal de internet serán primordiales para lograr mejorar en la comunicación.

## **Conclusiones**

Este trabajo de investigación demuestra que la comunicación juega un papel estratégico y fundamental en todas las organizaciones, como se evidencia en casos reales expuestos en este trabajo. El objetivo profesional a lo largo de mi estadía en la municipalidad de Callahuanca fue consolidar la imagen institucional y mejorar la aceptación de la gestión municipal frente a la comunidad, puntos de divergencia entre la cultura organizacional y la percepción que tienen los diversos públicos, utilizando las herramientas aprendidas en la carrera de periodismo. Se logró la satisfacción y fidelidad de la comunidad, así como el liderazgo y la calidad de los servicios y productos ofrecidos, dando la percepción de cobertura de los servicios proporcionados a la comunidad callahuanquina.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Burgueño, A. (2014). Comunicación institucional para periodistas: Manual práctico de comunicación y relaciones públicas. Editorial UOC, S.L.
- Harvard Deusto Business Research (HDBR) y EAE Business School (2013, pág. 7).
- Oliver, S. (2010). *Public Relations Strategy*. Kogan Page.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35.
- Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2018). *Business Research Methods*. Oxford University Press.
- Argenti y Forman (2002). *The Power of Corporate Communication*.
- Cornelissen, J. (2014). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. SAGE Publications.
- Garnett y Kouzmin (2009). *Public Sector Communication: How Organizations Manage Information*.
- Eisenberg, Goodall Jr., y Trethewey (2013). *Organizational Communication: Balancing Creativity and Constraint*.
- Morales, R. (2014). *Modelo de gestión de la innovación para los gobiernos locales del Perú* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Shockley-Zalabak, P. S. (2011). *Fundamentals of Organizational Communication: Knowledge, Sensitivity, Skills, Values*.
- Otero, M. (2001). *Comunicación institucional. La empresa como comunicadora*. Pearson Educación.

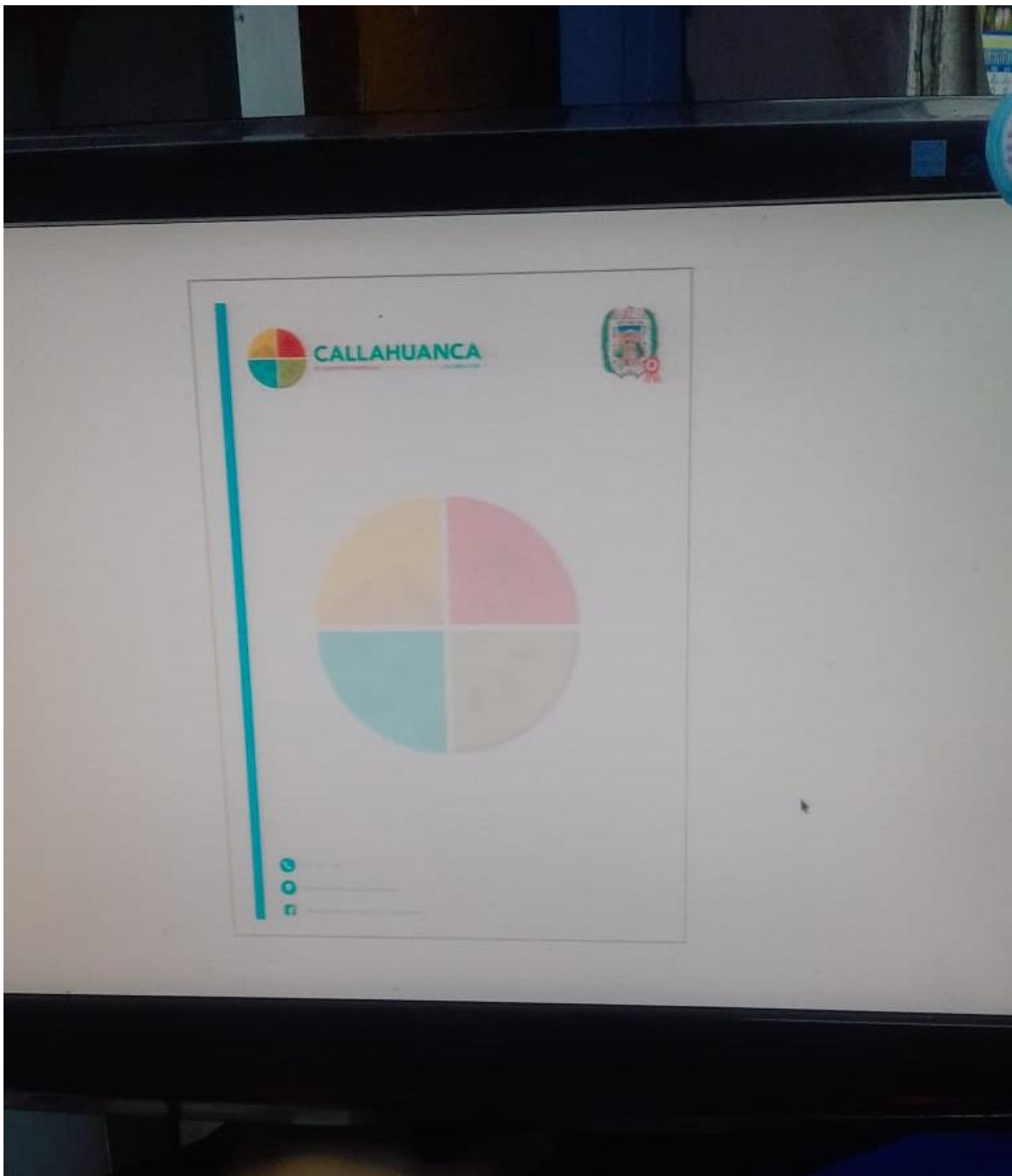
- Fernández-Collado, C. (2002). *Comunicación Organizacional*. México: Editorial Trillas.
- Heath, R. L. (2001). *Handbook of Public Relations*. SAGE Publications.



## **Anexos fotográficos:**

A continuación, una relación de las actividades realizadas a través de imágenes, se indica la actividad para reforzar las ideas párrafos anteriores en el presente trabajo de suficiencia profesional:

### **Imagen 35**



**Leyenda:** Elaboración de formatos y la nueva línea gráfica para documentación de la gestión, entre ellas las hojas membretadas.

### Imagen 36



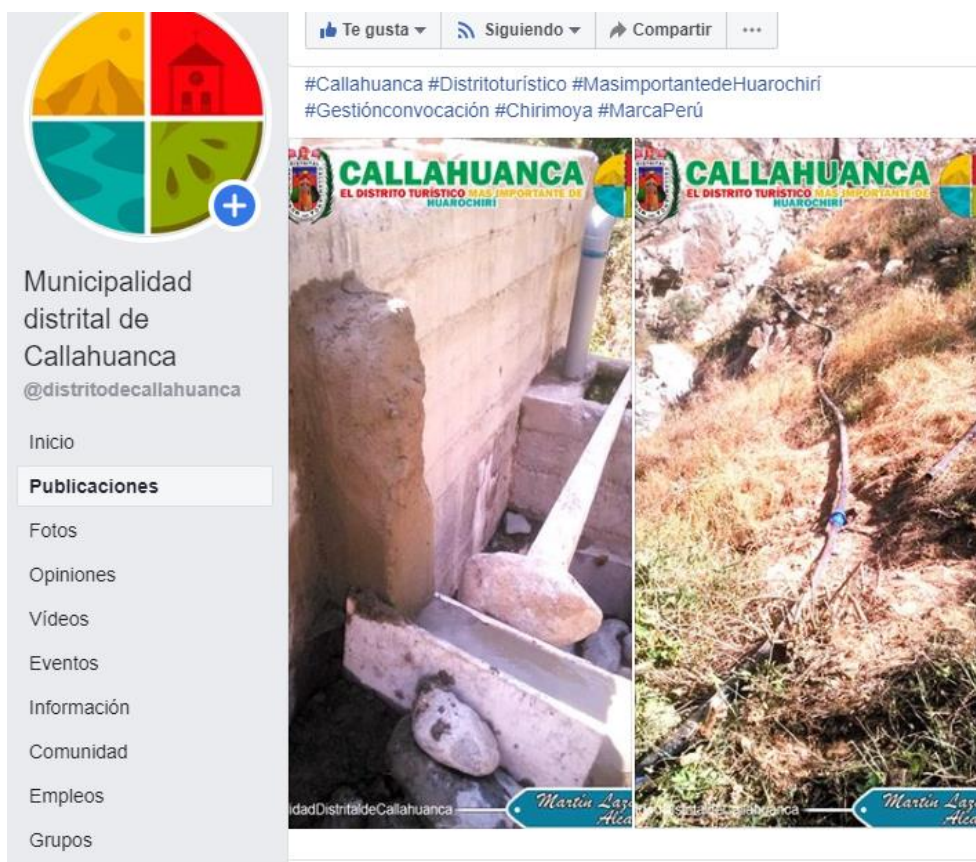
**Leyenda:** Publicación de los mejoramientos de las instalaciones de los locales comunales

### Imagen 37



**Leyenda: publicación de matrimonio civil desarrollado en la Municipalidad**

### Imagen 38



**Leyenda:** supervisión de trabajos en anexos del distrito para el mejoramiento del riego de la comunidad.



### Leyenda 39



**Leyenda:** La Municipalidad de Callahuanca realizo un simulacro de sismo y tsunami Como prevención ante un siniestro.

### Imagen 40

**Municipalidad distrital de Callahuanca**  
@distritodecallahuanca

Inicio

**Publicaciones**

Fotos

Opiniones

Videos

Eventos

Información

Comunidad

Empleos

Grupos

**Promocionar**

Administrar promociones

---

Te gusta ▾ Siguiendo ▾ Compartir ...

Escribe un comentario...

**Municipalidad distrital de Callahuanca**  
Publicado por Maestro de ceremonia [?] · 31 de mayo a las 13:30 · 🌐

#Simulacroexitoso

Se realizó exitosamente 🙌✅ el simulacro nacional de sismo y tsunami 🌊 en nuestro Distrito de Callahuanca 🇵🇪.

Gracias a la I.E Santa rosa de Callahuanca 🏫 y a los pobladores por participar 🙏👏 y ayudar a mejorar la prevención de nuestro Distrito.

#Callahuanca #Distritoturístico #MasimportanteDeHuarochiri #Gestiónconvocación #Chirimoya #MarcaPerú

f /MunicipalidadDistritalCallahuanca

*Martín Lázaro Cuellar Alcalde*

**Leyenda:** Publicación del simulacro de sismo y Tsunami para información de la población de Callahuanca.