

**Universidad Católica de Santa María**  
**Facultad de Ciencias Tecnologías Sociales y**  
**Humanidades**  
**Escuela Profesional de Comunicación Social**



**“PERCEPCIÓN DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE  
PACOKHA ACERCA DEL PROYECTO “PACOKHA VERDE”  
DESARROLLADO POR LA MUNICIPALIDAD  
DISTRITAL DE PACOKHA. ILO. 2017”.**

**Tesis presentada por la Bachiller:**

Podestá Alatrística, Leidy Ángela

**Para optar el Título profesional de:**

Licenciada en Comunicación Social  
Con mención en Comunicación  
Empresarial y Relaciones Públicas

Asesor: Dr. Guido Torres Orihuela

**AREQUIPA – PERÚ**

**2018**

### INFORME DICTAMEN

A Directora de la E.P de comunicación Social, Magíster Miriam Flores Castro L.

DE Docentes dictaminadores de proyecto de tesis  
Dr. Guido Torres Orihuela y Mag. Cinthya Vera Revilla

ASUNTO Dictamen de borrador de tesis

FECHA 25 de abril ,2018

Tenemos a bien dirigirnos a Ud. para poner a su disposición el dictamen de borrador de tesis: **“PERCEPCIÓN DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE PACOCHA ACERCA DEL PROYECTO DE PACOCHA VERDE, ILO, AREQUIPA, 2017**, presentado por la bachiller **Leidy Angela. Podestá Alatriza** quien pretende optar el título profesional de licenciada en Comunicación Social con mención en Comunicación Empresarial y Relaciones Públicas. El texto es el siguiente:

#### 1. Aspectos formales

- 1.1.**Estructura.** El documento contiene todas las partes que exige el Reglamento. Sin embargo falta indicar en la página titular el asesor (a)
- 1.2.**Redacción.** Se aprecian errores ortográficos y gramaticales, sobre todo, en la interpretación de tablas. Asimismo, se repite la frase **SE INFIERE**, a lo largo de todas las tablas, por lo que se sugiere usar un sinónimo u otra expresión fraseológica.
- 1.3.**Citas.** A lo largo del marco teórico se constata que muchas ideas que no pertenecen a la tesista aparecen sin la citación correspondiente. Para evitar intertextualidad ilícita, debe corregir la omisión. En cuanto a las referencias aparecen autores que no fueron citados en el marco teórico. Solo se colocan en referencias los autores que fueron efectivamente citados.
- 1.4.**Referencias.** En cuanto a las referencias aparecen autores que no fueron citados en el marco teórico. Solo se colocan en referencias los autores que fueron citados.

#### 2. Aspectos de contenido

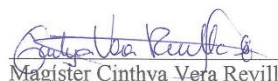
- 2.1. **Muestra.** La muestra debió ser para todos sus efectos 371 personas y no 224, cifra con la que se han procesado todas las tablas. La disminución trae como consecuencia sesgo o error mucho mayor al 5% que se afirma en el proyecto.
- 2.2. **Conclusiones.** Las conclusiones no dan respuesta a los objetivos específicos.

3 **.Opinión.** Los dictaminadores expresamos opinión favorable para que la tesista pase a la sustentación y defensa de la tesis.

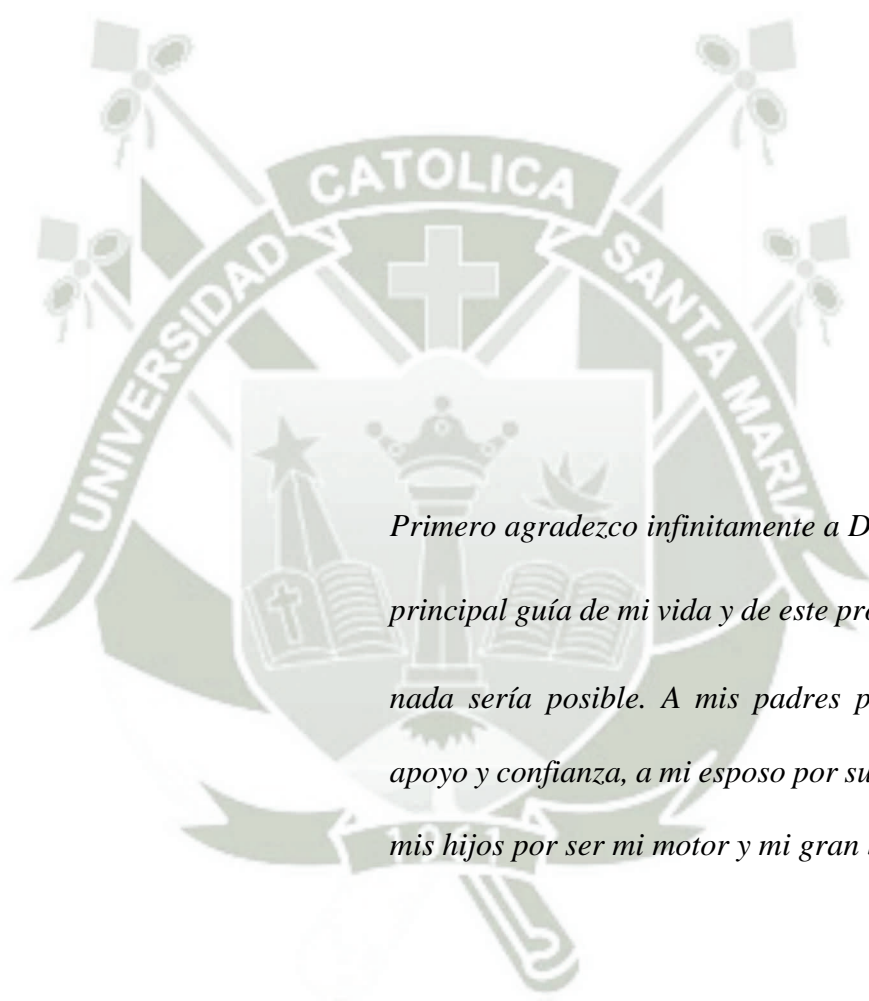
Atentamente,



Dr. Guido Torres Orihuela



Magíster Cinthya Vera Revilla.



*Primero agradezco infinitamente a Dios, por ser el principal guía de mi vida y de este proyecto; sin Él nada sería posible. A mis padres por su infinito apoyo y confianza, a mi esposo por su paciencia y a mis hijos por ser mi motor y mi gran bendición.*

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como propósito el análisis de la percepción que tiene los pobladores del distrito de Pacocha sobre el proyecto “*PACOCHA VERDE*” desarrollado por la Municipalidad Distrital de Pacocha-Ilo 2017.

El estudio corresponde, a un diseño descriptivo. El universo estuvo conformado por 4 986 habitantes y la muestra fue calculada considerando el 5% de margen de error y 95% de nivel de confianza, lo que equivale a 371 personas encuestadas. Para la recolección de datos se utilizó como técnica de investigación la encuesta y como instrumento un cuestionario de elaboración propia.

Aplicados los instrumentos a la población de estudio, se precisó la percepción que tienen los pobladores sobre el proyecto que ejecuta la municipalidad; quienes están relativamente informados, detectándose una opinión favorable de los pobladores sobre el proyecto, considerándolo muy importante para mejorar las buenas prácticas ambientales de los vecinos. En opinión mayoritaria de los encuestados la información es recibida más a través de la técnica puerta a puerta. Asimismo, consideran como beneficiosos los programas para el adecuado manejo de residuos sólidos, reciclaje, limpieza pública, uso adecuado del agua y tenencia responsable de mascotas, manifestando su acuerdo, en cuanto a la importancia de la difusión e involucramiento de la población en tareas de sensibilización ambiental. Como consecuencia de lo anteriormente señalado, la percepción que tienen los pobladores sobre el compromiso, cumplimiento y seguimiento del proyecto Pacocha Verde por parte de municipalidad, es muy buena.

Finalmente se presentan, sugerencias como aporte para alcanzar una mejor valoración del proyecto “Pachocha Verde” de la Municipalidad Distrital de Pachocha.

**Palabras claves:** Relaciones Públicas, Gestión Ambiental, Opinión Pública, Percepción, Participación.

## SUMARY

The purpose of this research work was to analyze the perception that the inhabitants of the Pacocha district have about the "PACOCCHA VERDE" project developed by the District Municipality of Pacocha-Ilo 2017.

The study corresponds to a descriptive design. The universe was made up of 4,986 inhabitants and the sample was calculated considering 5% margin of error and 95% confidence level, which is equivalent to 371 people surveyed. For data collection, the survey was used as a research technique and a self-made questionnaire was used as an instrument.

Applying the instruments to the study population, the perception that the inhabitants have about the project executed by the municipality was specified; those who are relatively informed, detecting a favorable opinion of the villagers about the project, considering it very important to improve the good environmental practices of the neighbors. In the majority opinion of the respondents, the information is received more through the door-to-door technique. Likewise, they consider as beneficial the programs for the adequate management of solid waste, recycling, public cleaning, adequate use of water and responsible pet ownership, stating their agreement, regarding the importance of the diffusion and involvement of the population in tasks of environmental awareness. As a consequence of the aforementioned, the perception that residents have of the commitment, compliance and monitoring of the Pacocha Verde project by the municipality is very good.

Finally, suggestions are presented as a contribution to achieve a better assessment of the "Pachocha Verde" project of the District Municipality of Pachocha.

**Keywords:** Public Relations, Environmental Management, Public Opinion, Perception, Participation.

## INDICE

RESUMEN .....	iii
SUMARY .....	iv
INTRODUCCION.....	iv
CAPÍTULO I .....	1
I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO .....	2
1. EL PROBLEMA.....	2
1.1. Enunciado: .....	2
1.2. Variables e Indicadores: .....	2
1.3. Interrogantes: .....	3
2. JUSTIFICACIÓN.....	3
3. OBJETIVOS:.....	4
3.1. OBJETIVOS GENERALES: .....	4
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	4
4. MARCO DE REFERENCIA.....	5
4.1 MARCO INSTITUCIONAL: .....	5
4.1.1 VISIÓN: 2015-2021 .....	5
4.1.2 MISIÓN: 2016-2018.....	5
4.1.3 HISTORIA:.....	5
5. MARCO DE REFERENCIA.....	7
5.1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS:.....	7
5.1.1. DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL:.....	7
5.1.2. DEFINICIÓN DE RELACIONES PUBLICAS:.....	10
5.1.2.1. FUNCIONES DE LAS RELACIONES PUBLICAS EN EL SECTOR GOBIERNO:.....	13
5.1.3. GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL Y LAS RELACIONES PUBLICAS:.....	15
5.1.4. CONCEPTO DE GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL: .....	15
5.1.4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL: ..¡Error! Marcador no definido.	
5.1.4.2. SERVICIOS MUNICIPALES DE GESTIÓN AMBIENTAL: .....	16

5.1.5.	<b>DEFINICION DE PROYECTO AMBIENTAL MUNICIPAL:</b>	18
5.1.6.	<b>MECANISMOS DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL:</b>	18
5.1.7.	<b>LA PERCEPCIÓN:</b>	19
5.1.7.1.	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA PERCEPCIÓN:</b>	21
5.1.7.2.	<b>COMPONENTES DE LA PERCEPCIÓN:</b>	22
5.1.8.	<b>DEFINICIÓN DE OPINIÓN:</b>	23
5.1.9.	<b>DEFINICIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA:</b>	24
5.1.9.1.	<b>LOS FACTORES COMPONENTES DE LA OPINIÓN PÚBLICA:</b>	26
5.1.10.	<b>EL PÚBLICO:</b>	27
5.1.11.	<b>LA PARTICIPACIÓN:</b>	29
5.1.11.1.	<b>NIVELES DE PARTICIPACIÓN:</b>	30
5.1.11.2.	<b>PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL:</b>	31
5.2.	<b>ANTECEDENTES DEL PROBLEMA:</b>	34
<b>CAPÍTULO II</b>		39
<b>II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL</b>		40
2.1.	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b>	40
2.1.1.	<b>Técnica: Encuesta.</b>	40
2.2.2.	<b>Instrumento:</b>	40
2.2.	<b>CAMPO DE VERIFICACIÓN:</b>	40
2.2.2.	<b>Unidades de Estudio:</b>	41
2.3.	<b>ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</b>	41
2.3.1.	<b>Criterios y procedimientos de recolección de Datos:</b>	41
2.4.	<b>CRONOGRAMA</b>	42
<b>CAPÍTULO III</b>		43
<b>CONCLUSIONES</b>		85
<b>SUGERENCIAS</b>		86
<b>BIBLIO- HEMEROGRAFÍA</b>		87
<b>ANEXOS</b>		90

## INTRODUCCION

Hoy en día, los gobiernos municipales se preocupan más por los temas ambientales, debido al crecimiento y evidente deterioro del entorno, cuya causa fundamental ha sido la acción del hombre, que pone en peligro su propia sobrevivencia. Se hace cada vez más necesario promover la formación de una conciencia ambiental adecuada, que permita convivir con el entorno, preservarlo y transformarlo en función de las necesidades sin comprometer con ello las posibilidades de las generaciones futuras.

Para ello se necesita llevar a cabo proyectos que fomenten la educación ambiental para tomar conciencia del entorno y adquieren los conocimientos, los valores, los conceptos, la experiencia y la voluntad que permitirá actuar colectivamente para resolver los problemas.

Para comprender la problemática ambiental, es preciso conocer cuáles son las percepciones de los pobladores la comunidad de Pacocha, sobre el proyecto ambiental y cuál es su percepción en temas de Gestión Ambiental Municipal, ya que ellas condicionan las actitudes e influyen considerablemente en la orientación de las acciones.

El presente trabajo de investigación denominado, “PERCEPCIÓN DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE PACOCHA ACERCA DEL PROYECTO “PACOCHA VERDE” DESARROLLADO POR LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACOCHA. ILO. 2017. contempla en su estructura el desarrollo de cuatro capítulos, los cuales se precisan a continuación:

**Capítulo I**, contiene aspectos generales del objeto de estudio; encontramos también el planteamiento teórico detallándose el problema, el cuadro de variables, la justificación, se incluyen los objetivos generales y específicos que orientan la investigación y la metodología de la investigación; el marco teórico, y los antecedentes de la investigación.

**Capítulo II**, se abordan los aspectos operacionales de la investigación; la técnica a utilizarse, se precisa el instrumento para la recolección de datos, el universo, la muestra a tomar en consideración para el estudio y las respectivas estrategias para la recolección de la información.

**Capítulo III**, se interpreta la información obtenida en los cuestionarios aplicados a los pobladores, sobre la percepción del Proyecto Pacocha Verde, además se muestran los resultados en tablas y gráficos.

**Capítulo IV**, se presentan las conclusiones y sugerencias; posteriormente las fuentes consultadas a través de las cuales se puede sustentar el presente estudio, y al final, se incluyen los anexos.





# CAPÍTULO I

## I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

### 1. EL PROBLEMA

#### 1.1. Enunciado:

**PERCEPCIÓN DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE PACOCHA ACERCA DEL PROYECTO “PACOCHA VERDE” DESARROLLADO POR LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACOCHA. ILO. 2017.**

#### 1.2. Variables e Indicadores:

VARIABLES	INDICADORES	SUB-INDICADORES
<b>PERCEPCIÓN DEL PROYECTO “PACOCHA VERDE”</b>	Ejes del proyecto	<p>Manejo de residuos sólidos, reciclaje, limpieza pública, uso del agua y tenencia responsable de mascotas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia</li> <li>• Beneficio del Programa</li> <li>• Importancia de la participación y apoyo de la población</li> </ul>
	Difusión y Sensibilidad Ambiental	<p>Mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de ventajas y desventajas</li> <li>• Necesidades que satisface</li> <li>• Denominación del proyecto</li> <li>• Características</li> </ul>
		<p>Difusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia</li> <li>• Medios:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa por casa</li> <li>✓ Instituciones educativas</li> <li>✓ Masivos</li> <li>✓ De apoyo</li> <li>✓ Comunitarios</li> </ul> </li> </ul>

	Participación de la Municipalidad	<p>Organización de eventos dirigidos a la población:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminarios y/o charlas de sensibilización ambiental con especialistas.</li> <li>• Talleres y/o eventos dinámicos.</li> <li>• Visitas a instituciones</li> </ul> <hr/> <p>Compromiso con el cuidado del ambiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación al personal responsable y promotores</li> <li>• Colocación de contenedores debidamente rotulados en los parques principales y zonas públicas</li> <li>• Evaluación y seguimiento del cumplimiento del programa</li> </ul>
--	--------------------------------------	--

### 1.3. Interrogantes:

- ✓ ¿Cuál es la percepción de los pobladores del distrito de Pacocha acerca del proyecto “Pacocha Verde” desarrollado por su municipalidad?
- ✓ ¿Qué opina la población en estudio sobre los ejes del proyecto “Pacocha Verde”?
- ✓ ¿Qué valor le otorgan los pobladores del Distrito de Pacocha a las acciones de difusión Sensibilidad ambiental del Proyecto “Pacocha verde”?
- ✓ ¿Cómo califica la población distrital de Pacocha, la participación de su Municipalidad en el desarrollo del proyecto en mención?

## 2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene por objetivo conocer la percepción de los pobladores del Distrito Pachocha, sobre el Proyecto Pacocha Verde, realizado por la Municipalidad en

pro de mejorar el desarrollo Ambiental que afectan a la salud y el medio ambiente de la población que vive y trabaja en el distrito de Pachocha.

El tema de investigación, surge debido a la importancia que tiene en la disminución de los problemas ambientales, ya que desde décadas atrás, se ha buscado resolverlos sin buenos resultados. Por tanto, la realización de este estudio, servirán para conocer que piensa la población distrital de Pachocha sobre la participación de su Municipalidad en el desarrollo del proyecto en estudio, al igual que si cuenta o no con los adecuados canales de comunicación para hacer conocer sus proyectos de las Gestiones Ambientales Municipales en general y la percepción que tienen específicamente sobre el proyecto Pachocha Verde. Los resultados obtenidos serán un indicador positivo o negativo para la continuidad de las estrategias que viene implementando la institución edil para beneficiar a la población en la problemática ambiental.

Asimismo, la relevancia de la investigación radica en la posibilidad que brinda a la tesista para aplicar las competencias adquiridas durante su formación en la Escuela Profesional de Comunicación Social.

### **3. OBJETIVOS:**

#### **3.1. OBJETIVOS GENERALES:**

Estudiar la percepción de los pobladores acerca del “Proyecto Pachocha Verde” de la Municipalidad Distrital de Pachocha.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Precisar la opinión de la población en estudio sobre los ejes del proyecto “Pachocha Verde”.

- Detectar la valoración que los pobladores del Distrito de Pacocha otorgan a las acciones de difusión y sensibilidad ambiental del Proyecto “Pacocha Verde” implementadas por su Municipalidad.
- Identificar la calificación que la población distrital de Pacocha, otorga a la participación de su Municipalidad en el desarrollo del proyecto en mención.

## 4. MARCO DE REFERENCIA

### 4.1 MARCO INSTITUCIONAL:

#### 4.1.1 VISIÓN: 2015-2021

"Pacocha, distrito saludable y seguro, que aprovecha sus recursos naturales para el desarrollo sostenible, promoviendo la inversión pública y privada, responsable y justa, con una infraestructura moderna y servicios de calidad".


#### 4.1.2 MISIÓN: 2016-2018

"Desarrollar una adecuada prestación de los servicios públicos locales que generen un desarrollo integral y sostenible del territorio y población del Distrito de Pacocha, incidiendo en la inversión pública y privada que viabilice el crecimiento social, económico y ambiental".

#### 4.1.3 HISTORIA:

El Municipio de Pacocha, se formó por Decreto Ley N° 18298 de fecha 26 de Mayo de 1970, durante el Gobierno del Presidente General EP Juan Velasco Alvarado, siendo su capital Pueblo Nuevo. Los límites del Distrito de Pacocha son Boca del Río Ilo, línea de playa hacia el Norte hasta el límite Departamental con Arequipa; continúa por este límite hasta el cerro Morrillo; de este punto hacia el Sur, pasando por cerros Gordo, Jaboncillo y Tora hasta la Glorieta en el Río Ilo; de este punto, el Río Ilo aguas abajo hasta su desembocadura. El Distrito de Pacocha se encuentra conformado

por cuatro Centros Poblados: Pueblo Nuevo, Ciudad Jardín, César Vallejo,  
Valle Hermoso.

	
<b><u>Capital</u></b>	<u>Pueblo Nuevo</u>
<b><u>Entidad</u></b>	Distrito
• <b><u>País</u></b>	<u>Perú</u>
• <b><u>Departamento</u></b>	<u>Moquegua</u>
• <b><u>Provincia</u></b>	<u>Ilo</u>
<b><u>Alcalde</u></b>	Manuel Eduardo Caballero Arias (2015-2018)
• <b>Fundación</b>	Creación Decreto-Ley N°18.298 del 26 de mayo de 1970
<b><u>Superficie</u></b>	
• <b>Total</b>	338.08 <u>km<sup>2</sup></u>
<b><u>Altitud</u></b>	
• <b>Media</b>	5 <u>msnm</u>
<b><u>Población (2005)</u></b>	
• <b>Total</b>	4 986 hab.
• <b><u>Densidad</u></b>	14,75 hab/km <sup>2</sup>
<b><u>Ubigeo</u></b>	180303

**Fuente:** [Página web-munipacocha.gob.pe](http://Página web-munipacocha.gob.pe)

## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1.FUNDAMENTOS TEÓRICOS:

#### 5.1.1. DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN:

Según **Mario Kaplún**: “Decimos que producimos nuestros mensajes para que nuestros destinatarios tomen conciencia de su realidad”, o “para suscitar una reflexión “o para generar una discusión” concebimos, pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación popular como alimentadores de un proceso educativo transformador.

**Mario Kaplún** en su libro “Una pedagogía de las comunicaciones” señala que:

El comunicador es una especie de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería del comportamiento, cuya función es inducir y persuadir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permitan aumentar su producción y productividad y elevar sus niveles de vida. “La comunicación social es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, seguidos del periodismo y la filosofía.”<sup>1</sup>

En el proceso de la Comunicación Social intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten sus experiencias, conocimientos, sentimientos, la misma que puede ser también a distancia; de esta manera los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de ser seres individuales a una convivencia en comunidad, la misma que beneficia a toda la sociedad.

El mundo actual se mueve a través de la información que se recibe en el día a día, ya sea a través del periodismo, la opinión pública, la mercadotecnia y los diferentes medios de comunicación, haciendo que su calidad de vida sea

---

<sup>1</sup> MARIO KAPLÚN “una pedagogía de las comunicaciones”.

cada vez sea mejor. Por lo tanto, es muy importante tener en cuenta, que la comunicación social debe ser muy bien conocida, para que la información que se quiera dar a conocer a través de un medio masivo, ésta no genere por una mala información, influencia negativa o sesgada de la verdad de los hechos y que ocasionen daños a la integridad de la persona.

La comunicación social en nuestra vida diaria, juega un papel muy importante en el desarrollo de la humanidad, ya que tiene que ver directamente con la información que recibimos todos los días a través de los medios masivos o en las interrelaciones personales o grupales así como a través de las diferentes formas culturales de cada región.

### **5.1.2. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA:**

BEERLI PALACIO, A. Y MARTÍN SANTANA, J. D. (1998): La publicidad y las relaciones públicas se integran dentro de los medios de comunicación masiva o canales de comunicación impersonales, ya que ninguno de ellos supone contacto personal entre emisor y receptor. Resulta imposible encontrar una única definición de publicidad. Entre la multitud de definiciones que existen, de acuerdo con diferentes autores, se pueden mencionar, entre las más frecuentes, las que se comentan a continuación:<sup>2</sup>

“La publicidad es fundamentalmente persuasión, y la persuasión no es una ciencia, es un arte” (BILL BERNBACH, 1911-1982).<sup>3</sup>

“Proceso específico de comunicación que, de un modo impersonal, remunerado y controlado, utiliza los medios masivos para dar a conocer un

---

<sup>2</sup> BEERLI PALACIO, A. Y MARTÍN SANTANA, J. D. (1998) *Metodología para medir la eficacia publicitaria: Aplicación a los medios impresos*. Comunicación Comercial: conceptos y aplicaciones. Editorial Civitas, Madrid.

<sup>3</sup> BILL BERNBACH, 1911-1982). *La publicidad es fundamentalmente persuasión*.

producto, servicio, idea o institución” (RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, DE LA BALLINA Y SANTOS, 1997).<sup>4</sup>

### 5.1.3. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA:

La importancia de una correcta definición de objetivos publicitarios se pone de manifiesto a la hora de medir la eficacia publicitaria. Los objetivos son indispensables para poder realizar estudios de eficacia (BELLO, VÁZQUEZ Y TRESPALACIOS, 1996).<sup>5</sup>

Toda campaña de publicidad debe tener sus objetivos formalmente definidos y cuantificados, en términos de objetivos de comunicación. Estos han de estar en perfecta coordinación con la estrategia de marketing de la empresa (BEERLI Y MARTÍN, 1999), y así alcanzar las metas perseguidas. El papel principal de este instrumento de comunicación es:<sup>6</sup>

- Informar, dar a conocer la existencia del producto, servicio o idea, creando, a partir de la publicidad una demanda primaria y una buena imagen corporativa o de marca.
- Persuadir, influir en los comportamientos de los consumidores con el fin de que lo compren. Crear una demanda selectiva a través de la publicidad agresiva que provoque la preferencia de ese producto, servicio, idea.
- Recordar, o crear una demanda reforzada que asegure la fidelidad hacia un producto o marca y que proporcione la compra repetitiva

---

<sup>4</sup> RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, DE LA BALLINA Y SANTOS, 1997). “La Comunicación de la Imagen de la Empresa”.

<sup>5</sup> BELLO, VÁZQUEZ Y TRESPALACIOS, 1996 *investigación de mercados y estrategia de marketing*. Editorial Civitas (2ª ed), Madrid.

<sup>6</sup> BEERLI PALACIO, A. Y MARTÍN SANTANA, J. D. (1998): “*Metodología para medir la eficacia publicitaria: Aplicación a los medios impresos*”.

#### 5.1.4. DEFINICIÓN DE RELACIONES PUBLICAS:

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

Análisis y comprensión de la opinión pública: **Edward Bernays**, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa .es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.

El trabajo de toda relación en publicas debe tener una sólida base humanista con formación en psicológica, sociológica y relaciones humanas .se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas, también es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como puede ser la publicidad o el marketing. Si bien estas últimas tiene fines netamente comerciales, debe existir una coherencia entre los mensajes nítidos por unas y por otras para así colaborar a alcanzar los fines institucionales.

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir son sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La Organización de Eventos.
- El Lobbying.
- Planes de responsabilidad social.
- Relaciones con los medios de comunicación.
- Diarios: permite a la organización acceder al público general.
- Revistas: permite transmitir información.

Cabe recordar que para poder enviar cualquier información a los diversos medios es indispensable que este cuente con valor de noticia y se adapte a las características del medio en cuestión.

Las Relaciones Públicas pueden también especificarse de la siguiente manera:

- Elaboración y puesta en marcha de un programa de relaciones públicas con diferentes públicos, tanto a corto, mediano y largo plazo.
- Supervisión de las publicaciones empresariales.
- Revisión de todos los documentos destinados al exterior, para verificar si, de alguna manera, se refiere a las relaciones públicas de la empresa.
- Preparación o aprobación de todas las noticias, artículos, fotografías, etc. Que se entregan a los medios de comunicación.
- Preparación o consejo de declaraciones y discursos de los dirigentes de la empresa. Sus trabajadores sobre la política empresarial y los problemas que la misma empresa puede tener.
- Iniciar las relaciones con la comunidad en las que se afirmen las sedes de la empresa, colaborando con los periódicos locales, organizaciones cívicas y sociales, escuelas, etc.
- Trabajar en estrecho contacto con la dirección y los consultores legales de la empresa en cuestiones de relación con los órganos de gobierno, incluyendo personalmente al presidente de la empresa.
- Colaboración con el servicio de marketing en la preparación y ejecución de programas dirigidos a mejorar las relaciones con los intermediarios y red de ventas.
- Analizar la tendencia futura y predecir sus consecuencias.
- Investigar de la opinión pública sus actitudes y expectativas.
- Tomar medidas para prevenir, descubrir y eliminar cualquier malentendido.
- Fomentar las buenas relaciones entre los vecinos y los públicos internos y externos de la Institución.
- Proyectar la imagen e identidad corporativa.
- Participar en reuniones directivas.
- Conocer y clasificar los diversos públicos de la entidad.

- Asesoría y consejos a los departamentos de personal en cuestiones de relaciones con los empleados, de forma que se ayude a la empresa a Ilustrar.

No es solamente intermediar entre el público externo sino también interactuar con los empleados y todos los recursos comunicativos que hay dentro de la empresa.

Lo más importante es identificar cuáles son los puntos débiles que tiene cada organización y a partir de todas estas funciones, hacer un diagnóstico y aplicarlo de manera rápida y con planeación para así asegurar que haya éxito.

El departamento o consejero de relaciones públicas tiene un papel importante en la dirección de la empresa siendo su función la de mantener las adecuadas relaciones de una organización, empresa, holding y empresa sabiamente combinadas con las Relaciones Públicas.

La práctica de las Relaciones Públicas tiene por objeto analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a la dirección de la organización, así como el establecimiento de programas de acción que sirvan tanto al interés de la misma es decir : empresa, institución, como al de sus públicos.

Las relaciones publicas están basadas no solo en una imagen mejor o peor de la organización si no en la propia realidad empresarial del momento, ya que debe ir acorde siempre la calidad y resultados de una buena imagen que es muy difícil de conseguir, pero muy fácil de perder si no se cuida constantemente por parte del especialista en Relaciones Públicas.

Antes de cualquier actuación de Relaciones Públicas deberán evaluarse en primer lugar, todos los puntos de acercamiento y divergencias existentes entre la empresa y el público, a través de una investigación científica de este último.

Tal tarea tiene como fin asesorar posteriormente a su cliente sobre las actitudes y líneas más apropiadas, creando una sólida base de comprensión,

credibilidad y confianza, utilizando para ello métodos de persecución apropiados para obtener el apoyo del público, ya con este nada puede fallar.

#### **5.1.4.1. FUNCIONES DE LAS RELACIONES PUBLICAS EN EL SECTOR GOBIERNO:**

Según M. Louis Salleron, las relaciones públicas son al principio, el conjunto de medios utilizados por las empresas a fin de crear un clima de confianza en su personal, en los medios con los cuales tiene relación, y generalmente en el público, con vistas a sostener su actividad y favorecer su desarrollo. Al final, son el conjunto armonioso de las relaciones sociales nacidas de la actividad económica en un clima de lealtad y de verdad; esto quiere decir que es la manera en que se busca solidificar relaciones con el objetivo de encontrar un provecho y beneficio.

En el sector público o sector gobierno, las relaciones públicas deben brindar información a su público interno y externo acerca de los proyectos y las actividades. Podemos decir que las relaciones públicas son muy importantes para el éxito de los proyectos gubernamentales y realiza esto a través de comunicar a la sociedad de manera efectiva las acciones y éxitos de los gobiernos, por otro lado tienen un triple fundamento: Informar a la ciudadanía, persuadirla e integrar a unas personas con otras.

Es importante llevar a cabo diferentes funciones dentro de las Relaciones Públicas para que puedan ser consideradas una herramienta efectiva para el posicionamiento de los diferentes organismos gubernamentales. Dentro de las funciones se encuentran:

**A. Investigación.-** Define las características generales y de la política de la dependencia, determina los públicos que la constituyen, detecta a los líderes, analiza archivos de prensa, analiza la opinión, tendencias y actitudes de los públicos y analizar archivos de correspondencia.

- B. Planificación.-** Elabora planes y programas en función de los objetivos predeterminados, presenta dichos planes y programas a los directivos de la dependencia y los someta a aprobación, selecciona al personal que debe ejecutarlos y elabora presupuestos y metas.
- C. Ejecución.-** Pone en aplicación todo lo previsto en los planes y programas, organiza campañas institucionales por cine, radio, televisión y prensa elabora boletines de prensa organiza conferencia de prensa, elabora las publicaciones internas de la dependencia, elabora y conduce la publicidad institucional, dicta conferencias especializadas, dirige mesas redondas, organiza actos culturales, conferencias, seminarios y congresos, dirige sistemas de comunicación interna al personal, participa en los comités de la dependencia , representa a la dependencia en los diversos actos, organiza y coordina visitas a las instalaciones, organiza actos conmemorativos diversos, sostiene entrevistas y contactos telefónicos utilizando todos los medios modernos de comunicación, detecta los actos de la dependencia que pueden afectar al público ,recibe quejas y sugerencias dándoles seguimiento y solución, procura la implicación de los servicios al público y ordena archivos de prensa, fotografías y otros documentos, redacta discursos y mensajes.
- D. Evaluación.-** Controla los resultados de las acciones ejecutadas e introduce los reajustes pertinentes.
- E. Asesoramiento.-** determina políticas de relaciones humanas, sugiere actitudes para el trato al público, sugiere políticas publicitarias y sugiere políticas de mercadotecnia.

Las funciones de las relaciones públicas en el gobierno alcanzaran buen éxito en la medida en que el profesional en relaciones públicas haga conciencia entre los altos niveles de la importancia de su labor frente a la actividad pública. También es indispensable persuadir a las instituciones en su conjunto de que las

funciones de relaciones públicas sean aceptadas y así ese obtendrá la buena voluntad y la participación de todo el personal de las organizaciones.

#### **5.1.5. GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL Y LAS RELACIONES PUBLICAS:**

Las Oficinas de Relaciones Públicas o Imagen Institucional, comprenden el fortalecimiento de la imagen institucional de la Municipalidad, a través de la información, publicidad y difusión de las actividades de mayor relevancia de la Municipalidad y el desarrollo de las acciones de protocolo y de eventos oficiales con la participación del Alcalde, regidores o representantes. Asimismo, se encarga de la difusión y ejecución de los Proyectos Ambientales.

#### **5.1.6. CONCEPTO DE GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL:**

La GAM (Gestión Ambiental Municipal) es el ejercicio consciente y permanente de administrar los recursos del municipio y de orientar los procesos culturales al logro de la sostenibilidad, a la construcción de valores y actitudes amigables con el medio ambiente y a revertir los efectos del deterioro y la contaminación sobre la calidad de vida y la actividad económica. Se centra principal y simultáneamente en la regulación y orientación de las prácticas individuales y colectivas relacionadas con el uso o consumo de los recursos, en la realización de acciones de prevención, mejoramiento o desarrollo de los mismos en el marco de un proyecto colectivo municipal y en el desarrollo y construcción de valores relacionados con el uso y disfrute de los mismos.

González (2001) la define “como un proceso técnico, administrativo, financiero y político, por Concepto de Gestión Ambiental Municipal. En la guía de gestión administrativa para la aplicación del Sistema de Gestión Ambiental Municipal (2002),<sup>7</sup> la Gestión Ambiental Municipal (GAM), “es el ejercicio consciente y permanente de administrar los recursos del municipio y de orientar los

---

<sup>7</sup> González Herrera Manuel (2001), *fundamentos teóricos de la Gestión Ambiental*.

procesos culturales al logro de la sostenibilidad, a la construcción de valores y actitudes amigables con el medio ambiente y a revertir los efectos del deterioro y la contaminación sobre la calidad de vida y la actividad económica”, por esta razón se centra principal y simultáneamente “en la regulación y orientación de las prácticas individuales y colectivas relacionadas con el uso o consumo de los recursos, en la realización de acciones de prevención, mejoramiento o desarrollo de los mismos en el marco de un proyecto colectivo municipal y en el desarrollo y construcción de valores relacionados con el uso y disfrute de los mismos”.

Para Felipe Gulh (1998) la Gestión Ambiental Municipal “es el manejo participativo de los elementos y problemas ambientales de una región determinada, por parte de los diversos actores sociales, mediante el uso selectivo y combinado de herramientas jurídicas, de planeación, técnicas, económicas, financieras y administrativas, para lograr el funcionamiento adecuado de los ecosistemas y el mejoramiento de la calidad de vida de la población dentro un marco de sostenibilidad”<sup>8</sup>. Así como también “un proceso continuo y dinámico, cuyo propósito es permitir que la formulación de las políticas y su implementación a nivel municipal, vayan progresivamente incorporando mayores consideraciones ambientales.

#### **5.1.6.1. SERVICIOS MUNICIPALES DE GESTIÓN AMBIENTAL:**

Las Municipalidades están encargadas de mejorar la calidad de los servicios en el tratamiento de aguas residuales y la gestión de residuos sólidos.

Según la Ley General de Residuos Sólidos, Ley N° 27314: “Son residuos sólidos aquellas sustancias, productos o subproductos en estado sólido o semisólido de los que su generador dispone, o está obligado a disponer” Son todos los desperdicios, todo lo que ya no nos sirve y que llamamos basura. Sin embargo

---

<sup>8</sup> *Felipe Gulh (1998) la Gestión Ambiental, es el manejo participativo de los elementos...*

dentro de los residuos sólidos podemos encontrar algunos que podemos volver a utilizar mediante el RECICLAJE.

❖ **Ciclo de Los Residuos Sólidos:**

1. **MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS:** reducir al mínimo posible el volumen y peligrosidad de los residuos sólidos.
2. **SEGREGACIÓN EN LA FUENTE:** agrupar determinados componentes de los residuos sólidos para ser manejados en forma especial.
3. **ALMACENAMIENTO:** acumulación temporal de residuos en condiciones técnicas como parte del sistema de manejo hasta su disposición final.
4. **RECOLECCIÓN:** recoger los residuos para transferirlos mediante un medio de locomoción apropiado y continuar su posterior manejo en forma sanitaria, segura y ambientalmente adecuada.
5. **COMERCIALIZACIÓN:** compra y/o venta de los residuos sólidos recuperables para obtener un beneficio económico.
6. **TRANSPORTE:** actividad que desplaza a los residuos sólidos desde su fuente de generación hasta su punto de destino, sea esta estación de transferencia, planta de tratamiento o relleno sanitario.
7. **TRANSFERENCIA:** instalación en la cual se descargan y almacenan temporalmente los residuos sólidos de los camiones o contenedores de recolección, para luego continuar con su transporte en unidades de mayor capacidad.
8. **TRATAMIENTO:** cualquier proceso, método o técnica que permita modificar la característica física, química o biológica del residuo sólido, a fin de reducir o eliminar su potencial peligro de causar daños a la salud y el ambiente.
9. **REAPROVECHAMIENTO:** volver a obtener un beneficio del bien, artículo, elemento o parte del mismo que constituye un residuo sólido. Se

reconoce como técnica de reaprovechamiento el reciclaje, recuperación o reutilización.

- 10. DISPOSICIÓN FINAL:** procesos u operaciones para tratar o disponer en un lugar los residuos sólidos, como última etapa de su manejo en forma permanente, sanitaria y ambientalmente segura.<sup>9</sup>

*(Fuente teórica “PROYECTO PACOCHA VERDE” de la Municipalidad Distrital de Pacocha).*

### **5.1.7. MECANISMOS DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL:**

1. La primera es una etapa con amplia participación de los actores del municipio y de las instancias locales. Parte de la caracterización e informaciones complementarias. El resultado es un **Plan de Gestión** acordado, donde se establecen las prioridades, las responsabilidades, los requerimientos y resultados esperados en plazos definidos.
2. Sensibilización casa por casa La sensibilización se desarrollara mediante visitas domiciliarias que permitirán el diálogo directo con las familias del distrito para generar conciencia y fomentar prácticas coherentes con el ambiente, principalmente aquellas orientadas a la minimización, segregación y reciclaje de residuos sólidos. Se organizarán equipos integrados por voluntarios de organizaciones locales y estudiantes de los últimos años de estudios secundarios, el desarrollo de estas visitas se tendrá que hacer previa capacitación, también se programará cuidadosamente el trabajo, la entrega de los materiales, folletos y espacios verdes (contenedores debidamente rotulados) que serán colocados estratégicamente en los principales parques , además de afiches que será colocados en los establecimientos comerciales de la zona: en especial, las bodegas y las farmacias.

---

<sup>9</sup> *PROYECTO PACOCHA VERDE” de la Municipalidad Distrital de Pacocha).*

3. Recolección Selectiva, la población que participa de la sensibilización casa por casa será registrada y se les otorgará 2 bolsas de diferentes colores por vivienda, para que realicen la segregación en sus viviendas de manera adecuada, la recolección se realizará dos veces a la semana y está a cargo de los promotores quienes con ayuda de una movilidad trasladarán los residuos al almacén temporal ubicado en el Parque Ecológico.
4. Sensibilización Ambiental en Instituciones Educativas, de acuerdo al número de instituciones educativas ubicadas en el distrito se diseña un plan conjuntamente con los docentes a fin de incorporar a los estudiantes de los últimos años a participar activamente del programa como ente multiplicador transmitiendo lo que aprende a sus padres y familiares.
5. Comunicación con perifonos, mediante esta actividad se busca generar conciencia ambiental en el manejo de los residuos sólidos, haciendo uso de uno de los medios de comunicación como es el perifoneo.
6. Capacitación al personal responsable y promotores, el fortalecimiento de las capacidades del personal técnico y del personal operativo que forman parte del programa va a garantizar el adecuado manejo y disposición final de los residuos sólidos.<sup>10</sup>

*(Fuente teórica “PROYECTO PACOCHA VERDE” de la Municipalidad Distrital de Pacocha).*

#### **5.1.8. LA PERCEPCIÓN:**

“La palabra percepción proviene del latín *perceptio*, compuesta del prefijo per (por completo), el verbo *capere* (capturar) y el sufijo *tío* (acción y efecto). Es decir, es la acción y efecto de capturar por completo las cosas”.

---

<sup>10</sup> *PROYECTO PACOCHA VERDE” de la Municipalidad Distrital de Pacocha).*

Sobre la percepción se ofrecen diversas definiciones que han ido evolucionando hacia la implicación de las experiencias y los procesos internos del individuo.

Según la **Teoría de Gestalt**, las personas percibimos el mundo como un todo y no de forma fragmentada; podemos comprobar esto si pensamos que al despertar y abrir los ojos podemos ver toda la habitación donde nos encontramos y no simplemente objetos sueltos. A través de nuestra percepción somos capaces de entender de qué está formado ese todo y aislar aquello que nos interesa más en cada momento.<sup>11</sup>

El planteamiento ecologista de Gibson define la teoría de que la percepción es un proceso simple; en el estímulo está la información, sin necesidad de procesamientos mentales internos posteriores. Dicho planteamiento parte del supuesto de que en las leyes naturales subyacentes en cada organismo están las claves intelectuales de la percepción como mecanismo de supervivencia, por tanto, el organismo solo pervive aquello que puede aprender y le es necesario para sobrevivir.<sup>12</sup>

Según la psicología clásica de Neisser,<sup>13</sup> la percepción es un proceso activo-constructivo en el que el perceptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia, construye un esquema informativo anticipatorio, que le permite contrastar el estímulo y aceptarlo o rechazarlo según se adecue o no a lo propuesto por el esquema. Se apoya en la existencia del aprendizaje. Para la psicología moderna, la interacción con el entorno no sería posible en ausencia de un flujo informativo constante, al que se denomina percepción. La percepción puede definirse como el conjunto de procesos y actividades relacionados con la estimulación que alcanza a los sentidos, mediante los cuales obtenemos información respecto a nuestro hábitat, las acciones que

---

<sup>11</sup> *Teoría de Gestalt, las personas percibimos el mundo como un todo y no de forma fragmentada...*

<sup>12</sup> *James Jerome Gibson "Psicología de la percepción visual, percepción de la realidad".*

<sup>13</sup> *Neisser, "Psicología Cognoscitiva", observaciones empíricas y teóricas.*

efectuamos en él y nuestros propios estados internos. Esta definición presenta dos partes bien diferenciadas referidas respectivamente a:

- El tipo de información obtenida
- La forma en que ésta se consigue.

La definición que seleccionamos parte de la existencia del aprendizaje, y considera la percepción como un proceso de tres fases. Así pues, la percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones.

El elemento clave del éxito de una campaña publicitaria es el receptor, que es el individuo objetivo de la comunicación. Con la publicidad las empresas buscan ponerse en contacto con su población objetivo para lograr de ella un determinado comportamiento y/o actitud. Ahora bien, para que un mensaje publicitario pueda transmitir unas ideas, formar, reforzar o modificar actitudes, y, también, propiciar un comportamiento, previamente debe crearse una imagen en la mente del receptor. Para que una comunicación tenga éxito es indispensable que se cumplan dos condiciones:

- a) En primer lugar, que capte la atención del individuo expuesto.
- b) En segundo lugar, que sea interpretada correctamente, es decir, en la forma prevista por el emisor. Es esta parte del proceso de comunicación lo que se denomina proceso de percepción.

#### 5.1.8.1. CARACTERÍSTICAS DE LA PERCEPCIÓN:

La percepción de un individuo es subjetiva, selectiva y temporal.

- **Es Subjetiva**, ya que las reacciones a un mismo estímulo varían de un individuo a otro. Ante un estímulo visual, se derivan distintas respuestas. Una figura representará para unos individuos un queso, para otros un comecocos, una tarta, o un gráfico de sectores, dependiendo de sus necesidades en ese momento o de

sus experiencias. En publicidad es importante conocer las reacciones a un mismo estímulo para identificar los usos posibles que pueden hacerse de un determinado producto y, así, adaptar la comunicación a las ventajas buscadas.

- **La condición de Selectiva** en la percepción es consecuencia de la naturaleza subjetiva de la persona que no puede percibir todo al mismo tiempo y selecciona su campo perceptual en función de lo que desea percibir.
- **Temporal**, ya que es un fenómeno a corto plazo. La forma en que los individuos llevan a cabo el proceso de percepción evoluciona a medida que los individuos llevan a cabo el proceso de percepción evoluciona a medida que se enriquecen las experiencias, o varían las necesidades y motivaciones de los mismos. Dicha temporalidad permite al responsable de marketing cambiar la percepción del consumidor sobre el producto mediante la variación de cualquiera de los elementos del marketing.

#### 5.1.8.2. COMPONENTES DE LA PERCEPCIÓN:

Aunque los estímulos sensoriales pueden ser los mismos, para todas las personas, cada una de ellas percibirá cosas distintas. Este fenómeno nos lleva a concebir la percepción como resultado de dos tipos de inputs:

1. Las sensaciones o el estímulo físico que proviene del medio externo, en forma de imágenes, sonidos, aromas, etc.
2. Los estímulos internos que provienen del individuo, como son las necesidades, motivaciones y experiencia previa, y que proporcionarán una elaboración psicológica distinta de cada uno de los estímulos externos.

#### ❖ LAS SENSACIONES:

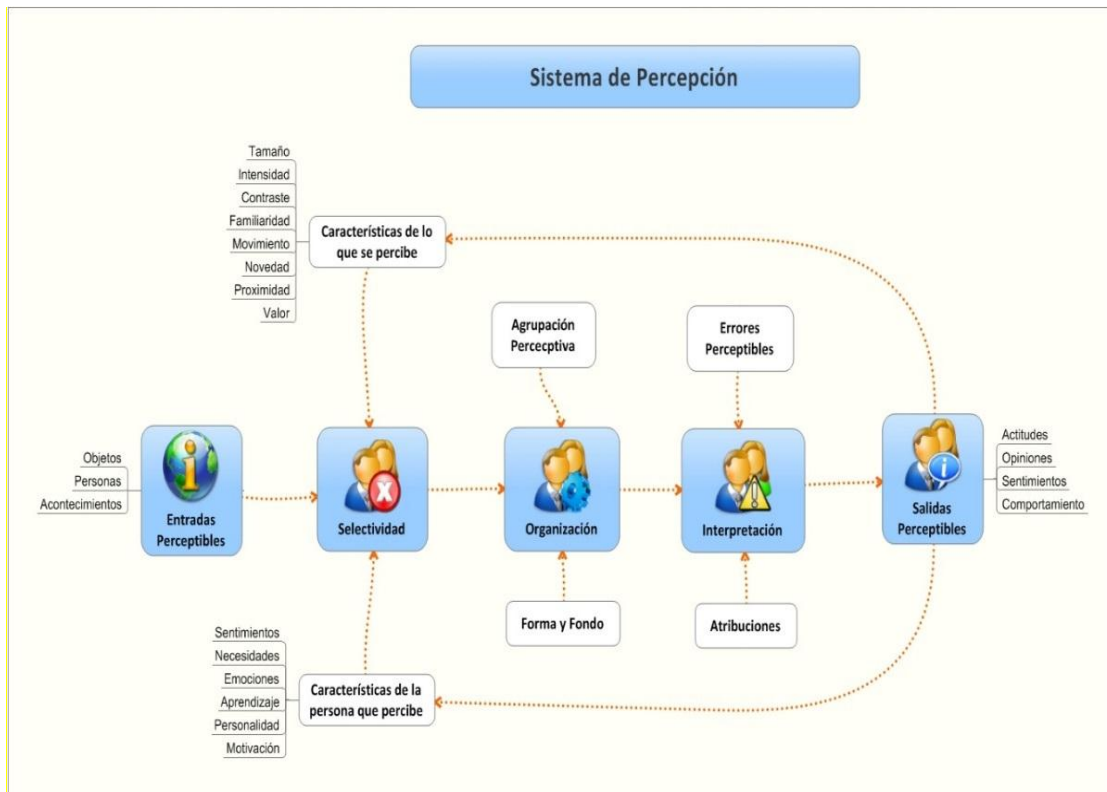
La sensación se refiere a experiencias inmediatas básicas, generadas por estímulos aislados simples (Matlin y Foley 1996)<sup>14</sup>. La sensación también se define en términos de la respuesta de los órganos **de los sentidos frente a un estímulo**<sup>15</sup> (Feldman, 1999).

---

<sup>14</sup> Matlin y Foley (1996). *Sensación y Percepción*. México D. F.: Prentice Hall, 1996. 554 p.

<sup>15</sup> Feldman, Robert. (1999). . *Psicología*.

- ✓ Un Estímulo.
- ✓ Un Órgano Sensorial.
- ✓ Una Relación Sensorial



### 5.1.9. DEFINICIÓN DE OPINIÓN:

Es una representación, no institucionalizada, de los que acontece en la realidad, expresada mediante un juicio de valor, verbal escrito o gráfico, que se sustenta prioritariamente en convicciones y en un mínimo de información: por consiguiente en la opinión, siempre hay un elemento perceptivo, representado por la observación de lo que acontece y un elemento expresivo, que es la comunicación de la representación de los sucesos, observados, aprehendidos e interpretados.

- **Luis Aníbal Gomes** (1982) cuando tipifica la opinión como un juicio de valor, la diferencia del conocimiento basado en evidencias y la sitúa en el subjetivo

campo de la convicción “por consiguiente como juicio valorativo,<sup>16</sup> la opinión no expresa un conocimiento, en estricto sentido, sino una apreciación y evaluaciones subjetivas, el conocimiento es objetivo y produce juicios reales de experiencia o lógicos, por haberse sostenido inicialmente que las opiniones eran juicios de valor, sustentados en creencias, ideas, actitudes y convicciones, paralelamente se supuso, que las opiniones se emitan sobre asuntos controvertidos y solamente controvertidos, pero cualquier sea el caso, la opinión siempre da cabida a otras opiniones diferentes o contrarias sobre el mismo asunto; y esto constituye precisamente el carácter distintivo de cada opinión; su carácter de ser controvertible.

- **Kimball Young** sostiene que: “las opiniones son en realidad creencias acerca de temas controvertidos o relacionadas con la interpretación valorativa o el significado moral de ciertos hechos”.
- **Howard Stephenson**, corrobora: La palabra opinión significa cualquier expresión, en referencia a determinado tema de controversia, la suma total de inclinaciones, sentimientos, temores, convicciones, prejuicios etc.: en relación con un tema específico, sintetizado: opinión es la totalidad de actitudes frente a un punto en disputa.

#### 5.1.10. DEFINICIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA:

- a) Desde una perspectiva racional y voluntarista, **Ferdinand Tönnies** (1902) entiende: <sup>17</sup>“Opinión pública como conglomerado de puntos de vista, deseos y propósitos diversos y contradictorios, y opinión pública como potencia unitaria, expresión de la voluntad común”.
- b) Desde una perspectiva mental-estereotipada, **Walter Lippmann** (1922) sostiene que: “Las imágenes que se hallan dentro de las cabezas <sup>18</sup>(...) de los

<sup>16</sup> Luis Aníbal Gomes (1982) LUIS ANÍBAL GÓMEZ (1982) Libro “Opinión Pública y Medios de Difusión”

<sup>17</sup> Ferdinand Tönnies (1922) TÖNNIES, Ferdinand: Critique de l'opinion publique, Paris, Gallimard, 2012, p.

<sup>18</sup> Walter Lippmann (1922) WALTER LIPPMANN, La vigencia de Lippmann para el estudio de la Opinión Pública.

seres humanos, las imágenes de sí mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones son sus opiniones públicas”.

- c) <sup>19</sup> **Habermas** sostiene que: son aquellas tareas que ejercen los ciudadanos de crítica y control, tanto a la notoriedad pública como a la dominación organizada del Estado.
- d) Desde una perspectiva crítica-normativa, **Jürgen Habermas** (1962) señala que: “Opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica con relación a la notoriedad normativa pública, ‘representativa’ o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programa”.
- e) Desde una perspectiva sistémico-informativa, **Otto Baumhauer** (1976) <sup>20</sup>sostiene que: “La opinión pública es el producto del proceso transformativo de información introducida en el sistema abierto de clima de opinión pública”.
- f) Desde una perspectiva psicosocial, **Elisabeth Noelle-Neumann** (1974) <sup>21</sup>construye una definición operativa en la que sitúa la opinión pública como “las opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse”.
- g) Desde una perspectiva de la ciencia política <sup>22</sup>, **Giovanni Sartori** (1987) sostiene que la opinión pública es ante todo y sobre todo un concepto político. Para el investigador italiano la *opinión pública* es “un público, o multiplicidad de públicos, cuyos difusos estados mentales (de opinión) se interrelacionan con corrientes de información referentes al estado de la res pública”.
- h) Desde una perspectiva liberal-democrática, **Hans Speier** (1950) entiende: “por opinión pública (...) las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresada libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno”.

<sup>19</sup> Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, México, 1997.

<sup>20</sup> Otto Baumhauer (1976) *Clima de Opinión. Opinión Pública, Control Social*.

<sup>21</sup> Elisabeth Noelle-Neumann (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Editorial Paidós.

<sup>22</sup> Giovanni Sartori (2002) *Homo Videns, la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

### 5.1.10.1. LOS FACTORES COMPONENTES DE LA OPINIÓN PÚBLICA:

El profesor Bernard C. Hennessy en su libro “Opinión pública”, para quien los factores o componentes de la Opinión Pública se pueden agrupar de la siguiente manera:

- **La presencia de un tema.-** La *opinión pública* se forma alrededor de un tema o conjuntos de temas públicos que se encuentran en el tapete y que ocasionan posturas contrapuestas.
- **La naturaleza del público.-** Hay muchos públicos volcados hacia diferentes focos de interés. Cada tema genera su propio público, aunque en muchos casos algunos individuos se sitúen en diversos públicos.
- **Un complejo de creencias del público.-** Se trata de la distribución de las opiniones sobre un tema. Hay que tener en cuenta que algunas creencias y sólo algunas son mutuamente excluyentes entre sí. Ellas están en función de las actitudes y experiencias anteriores, como de la complejidad del tema. Algunos temas homogenizan públicos y otros no. Este conjunto se denomina “complejo de creencias”. En *política* suele presentarse una situación dicotómica: posición de mayoría y de minoría.
- **La expresión de la *opinión pública*.**- Resulta desde los medios de comunicación de toda su variedad hasta los gestos, mímica y todos los códigos simbólicos.
- **El número de personas involucradas.-** en cada caso el número es diferente y quizá incierto; lo importante es que el número sea capaz de producir algún efecto.

Estos componentes son básicos para entender los complejos pasos que conforman la estructuración y cambios en la *opinión pública*.

### 5.1.11. EL PÚBLICO:

El término público tiene también a varios sentidos. Ya se señaló, líneas arriba, que la ambigüedad del término *opinión pública*, según algunos autores, deviene de estos varios sentidos del público. Existe una acepción legal que se centra en la idea de “apertura”, en el sentido de ámbito abierto a todos (plaza pública, lugar público, juicio público, etc.), en contraste al de la esfera privada.

Un segundo sentido, desarrollado por el derecho y el poder público, es el otorgado por la relación con el Estado. Es decir, en el sentido de los asuntos relacionados con el bienestar general. Por último un tercer sentido, sociológico, coloca el énfasis en que el individuo no desarrolla su vida hacia adentro, en su intimidad, sino hacia afuera dirigida no sólo a otras personas sino también a la sociedad como un todo.

- **Gerth y Mills.-** sostiene que – Los públicos están compuestos por gente que no está en relación cara a cara, pero que, sin embargo, manifiestan intereses similares, o está expuesta a estímulos semejantes, aunque más o menos distantes”.<sup>23</sup> Público es, entonces, aquella pluralidad de personas que constituyen el soporte de la *opinión pública*. A diferencia de otras pluralidades, como masa, muchedumbre o multitud, este término incorpora implícitamente, valoraciones positivas. Por lo tanto, sólo el público es portador de *opinión pública*. Es por ello que, “cuando el público deja de ser crítico.
- **R.E.Park.-**, Sostiene que se disuelve o se transforma en multitud”. Una característica, por lo tanto, del público es el desacuerdo, la diferencia en los intereses similares<sup>24</sup>. La investigación de la *opinión pública* permite desprender que existe un continuo que va de masa a público, en las siguientes formulaciones colectivas:

a) **El Público en General.** Es el que corresponde a aquellos que consideran al público como a la totalidad de la población. Allport, en el primer número de la

---

<sup>23</sup> Gerth y Mills. 1963. *Carácter y estructura social*.

<sup>24</sup> R.E.Park, 1999. *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana, ediciones del Serbal, Barcelon*.

prestigiosa revista *Public Opinion Quarterly* (1937), se define decididamente en esta concepción y que ayudó a las prácticas de las encuestas. Existía detrás de esta concepción, la idea democrática de la inclusión de todos los miembros de la sociedad. El problema es que de este universo sólo un porcentaje –que varía en el tiempo y de una sociedad a otra– está interesado e informado de las cuestiones públicas.

- b) El Público que Vota.** Es una de las más comunes del público, siendo el resultado de las *elecciones* – para quienes la defienden – la mayor visibilidad de la *opinión pública* en un sistema de *democracia* representativa. Pero, este colectivo indiferenciado representa, en EEUU por ejemplo, sólo a la mitad de la población apta para votar. Pero, muchas evidencias señalan que muchos *electores*, particularmente en sistemas de *voto* obligatorio, realizan el acto de votar sin información e interés en la campaña que los convoca.
- c) El Público Atento.** Es aquel sector de la *ciudadanía* que está informado e interesado en los asuntos públicos y que conforma la audiencia de las élites públicas. D.J.Devine, señala cinco medidas para reconocer al público atento: el interesado en *política* en general, el interesado en *campañas electorales*, el que habla de *política*, el que se expone a las noticias políticas de los medios y el que lee sobre *política* en revistas<sup>16</sup>. En muchos casos, sin embargo, es un público pasivo, aunque más activo que los anteriores.
- d) El Público Activo.** Es un grupo más pequeño, que sale del público atento. Su compromiso con los asuntos públicos es intenso, incluyendo aspectos formales de *participación política*, como informales pero de manera muy activa (debates y discusiones públicas). Normalmente a este grupo se le denomina élite, e incluye gente tan variada como líderes políticos, funcionarios gubernamentales, creadores de opinión, entre

otros. Todos ellos participan y compiten en una suerte de mercado de opinión en donde buscarán conseguir seguidores y conversos.

Si bien este último grupo tiene una influencia mayor que el resto (algunos dirán desproporcionada), merecen la atención de los medios y son los actores de la comunicación política, no se debe dejar de lado a los espectadores de la misma, en la medida en que en la interacción de ambos grupos se encuentra la formación y el impacto de la *opinión pública*.

### 5.1.12. LA PARTICIPACIÓN:

Definición de **participación**. Del latín *participatĭo*, **participación** es la acción y efecto de participar (tomar o recibir parte de algo, compartir, noticiar). El término puede utilizarse para nombrar a la capacidad de la ciudadanía de involucrarse en las decisiones políticas de un país o región.

A través de la participación compartimos con los otros miembros del grupo decisiones que tienen que ver con nuestra propia vida y la de la sociedad a la que pertenecemos. En el Manual de educación que publica Amnistía Internacional se habla de la participación desde dos puntos de vista. El primero de ellos, se vincula con los derechos humanos y postula el derecho que tiene cualquier persona de intervenir en la toma de decisiones y en la realización de las metas políticas, económicas, sociales y culturales de la sociedad. Esto plantea una noción de persona con valores y capacidades que puede aportar y poner al servicio de la comunidad a la que pertenece, lo que nos lleva al segundo aspecto que se da en la definición del manual: se concibe a la participación como una actividad privilegiada para el desarrollo humano, ya que es “aquello que permite en mayor medida que cada miembro del grupo despliegue sus atributos y potencialidades individuales y haga aportes decisivos a la vida del conjunto” (Amnistía Internacional, 1996: 9). De esta manera, la diversidad de atributos y las diferencias individuales es algo necesario que enriquece y complementa el todo social. Por tanto, una premisa que antecede a la participación es precisamente el respeto a la diferencia.

- **Flisfisch (1980).**- define su concepto desde la acción colectiva, "...aquella que requiere la presencia de un cierto número de personas, cuyos comportamientos se determinan recíprocamente, según lo cual participar sería intervenir en alguna forma de acción colectiva, siendo la participación referida a acciones colectivas provistas de un grado relativamente importante de organización, que adquieren sentido al orientarse por una decisión colectiva".<sup>25</sup>

#### 5.1.12.1. NIVELES DE PARTICIPACIÓN:

Existen varias formas diferentes para clasificar a la participación ciudadana y de forma análoga, a la e-Participación. Podemos hablar de tres grandes niveles de participación ciudadana:

- 1) **La Participación Ciudadana Informativa**, representa el grado más básico de participación. Consiste en un flujo unidireccional de información al público; la ciudadanía tiene la posibilidad de informarse sobre el manejo de los asuntos públicos que hacen las autoridades locales, departamentales o nacionales. Cumple con la función de transparentar los procesos de toma de decisiones. Para muchos autores, la participación informativa no puede considerarse como participación ciudadana, sino que es un requisito fundamental previo a la participación genuina. La participación ciudadana sólo va a ser de calidad en la medida en que los ciudadanos estén interiorizados de las temáticas a discutir.
- 2) **La Participación Ciudadana Consultiva**, es aquella implementada con el objetivo de mejorar el proceso de toma de decisiones por parte de las autoridades, poniendo a su disposición las preferencias o recomendaciones planteadas por la ciudadanía. Generalmente, se trata de procesos de participación no vinculantes, o sea, donde el ciudadano propone u opina, pero no tiene la potestad de decidir. Las

---

<sup>25</sup> A. Flisfisch (1980), "Algunos problemas conceptuales en el análisis de la participación".

autoridades mantienen el control y poseen discrecionalidad para tomar en cuenta (en el grado que entiendan pertinente) las propuestas o solicitudes planteadas por los ciudadanos. Este tipo de participación puede realizarse de muchas formas, utilizando herramientas tales como encuestas online, valoraciones de noticias o propuestas, etc.

**3) La Participación Ciudadana Resolutiva o de Decisión**, es aquella que opera a partir de la aceptación por parte de las autoridades del carácter vinculante de la participación ejercida por los ciudadanos. Para esto, se deben definir procedimientos (por ejemplo, a nivel de normativa) que aseguren que las preferencias de los ciudadanos se verán reflejadas en las decisiones. Las instancias participativas de decisión constituyen un intento de complementar los mecanismos de democracia representativa con los de democracia directa, abriendo canales de participación de los ciudadanos en la toma de decisiones.

#### **5.1.12.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN AMBIENTAL MUNICIPAL:**

La participación ciudadana en el poder local presupone distribución de poder entre todos los integrantes de una comunidad. Desde luego, esto implica un problema político porque sociedad y estado tienen objetivos contradictorios en lo que respecta al poder. Y hay grados de subordinación al estado muy distintos entre miembros de una comunidad local. Por otra parte, la industria cultural también sujeta a la sociedad, causando grados muy diversos de dependencia.

El enfoque de la Gestión Ambiental Municipal es participativo, lo que quiere decir que la responsabilidad es de todos y no sólo de una dependencia del municipio.

**S. Arnstein** establece ocho escalones en los niveles de participación que van desde “manipulación y decoración” hasta “auto movilización” en los cuales el primero es puramente formal y decorativo mientras que el segundo implica asumir las decisiones y su ejecución. Si bien la tradición participativa del país en el manejo de los

temas ambientales es aún incipiente, nuestro criterio es que lo deseable sería la adopción del segundo tipo, lo cual implica para la GAM: <sup>26</sup>

- Hacer partícipe a la comunidad de los diagnósticos y sus implicaciones.
- Convocarlos a tomar decisiones desde las fases más tempranas de formulación de los planes y proyectos.
- Crear espacios idóneos para la concertación y solución de conflictos.
- Adoptar mecanismos de verificación y comprobación de compromisos.

La participación es también una opción por la democracia y el reconocimiento de la diferencia, basada en el respeto por la pluralidad étnica y cultural de nuestro país y por lo tanto la GAM incorpora en sus enfoques, métodos y valores, el reconocimiento de estos factores.

Para lograr el desarrollo de los aspectos es necesario que los procesos participativos superen las dificultades no solo sociales, culturales y naturales, sino también individuales, para lo cual se reconocen la concertación, la gestión y la cogestión como facilitadoras en los procesos participativos.

- **La Concertación**, se refiere a la forma de interacción entre los diferentes actores de la comunidad, una problemática ambiental está compuesta por múltiples factores, entre ellos diferentes actores, que se relacionan, se integran y condicionan entre sí; la comprensión de dicha consideración requiere un pensamiento complejo de la realidad, así como la transformación de los estilos de vida y modelos de enseñanza y aprendizaje que garanticen los recursos humanos y financieros necesarios para el desarrollo de los procesos (Covas. 1998.).

---

<sup>26</sup> Arnstein, S. (1969). "Ladder of Citizen Participation". *AIP Journal*, July: 216-224.

- **La Gestión**, como la capacidad de los individuos y comunidades para saber con qué recursos humanos y financieros cuentan, así como para desarrollar estrategias que les permitan acceder a ellos y movilizarlos; siendo la gestión, un principio a partir del cual los diferentes actores se hacen conscientes de las responsabilidades, límites y alcances de los protagonistas del proceso con miras a la toma de decisiones que permitan la resolución de problemas.
- **La Cogestión**, implica compartir responsabilidades, reconocer tanto los límites como los alcances de cada uno de los actores y las instituciones vinculadas a la resolución de una problemática ambiental, este factor reconoce además el protagonismo de las comunidades en la definición de su propio modelo de desarrollo, pues son los colectivos humanos quienes desarrollarán e intervendrán con mayor protagonismo en el planteamiento de sus necesidades, la definición de sus objetivos, y el establecimiento de controles culturales que permitan conciliar los programas de desarrollo con la idiosincrasia de cada comunidad (Novo, 1996).

Actores, mecanismos y escenarios para la participación en el campo de la Educación Ambiental La identificación y el reconocimiento de actores y sectores es indispensable para trazar la red de interconexiones existente respecto de las problemáticas ambientales y así poder comprenderlas más fácilmente. Para evidenciar racionalmente dichas conexiones han de ponerse en consideración los niveles, grados y tipos de participación, reconocer el quiénes somos, qué se tiene y de qué se carece, desde la planificación fortalece los procesos de concertación, gestión, cogestión y desde éstos cualquier iniciativa que se asuma.

Partiendo del ámbito internacional, nacional, regional, distrital y local existen instituciones de carácter ambiental que se encuentran en la obligación de acompañar a la escuela en sus procesos ambientales, es responsabilidad de ésta conocerlas y gestionar su acompañamiento a lo largo de los procesos o según cuando se considere necesario; en afirmación de unas perspectivas internacionales de intervención

ambiental, el estado colombiano se ha permitido la consideración de individuos como particulares o en colectivos desde entidades y sectores en marcos de políticas, lineamientos, competencias y responsabilidad como interventores activos en el escenario ambiental,<sup>27</sup> (Velásquez, 2003).

## 5.2.ANTECEDENTES DEL PROBLEMA:

A través del servicio de CYBERTESIS de la Universidad Católica Santa María se encontró la siguiente investigación:

- **“PERCEPCIÓN DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO JOSÉ LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO SOBRE LAS OBRAS PÚBLICAS REALIZADAS POR EL GOBIERNO MUNICIPAL; PERIODO 2011 – 2014”**

**Autor:** José Ramiro Zúñiga Mendoza

**Fecha de Aceptación:** 2014

**Grado obtenido:** Licenciado en Comunicación Social especialidad Relaciones Públicas e Industriales.

**Código de Tesis:** 47.1031.CS

### **OBJETIVOS:**

#### **OBJETIVO GENERAL:**

Analizar la percepción que tienen los pobladores de las Urbanizaciones, Pueblos Jóvenes y/o Asentamientos Humanos sobre las obras públicas realizadas por el Gobierno Municipal de José Luis Bustamante y Rivero; PERIODO 2011 – 2014.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Precisar el nivel de información que tienen los pobladores de las Urbanizaciones, Pueblos Jóvenes y/o Asentamientos Humanos del Distrito de José Luis Bustamante y Rivero, sobre las obras públicas que ha ejecutado la actual gestión municipal.

---

<sup>27</sup> Velásquez, F. 2003. *La educación ambiental en el siglo XXI*.

- Identificar los medios por los cuales los pobladores reciben información acerca de las obras públicas realizadas por la Municipalidad de José Luis Bustamante y Rivero
- Precisar las características de las obras públicas realizadas por la Municipalidad de José Luis Bustamante y Rivero percibidas por los pobladores en estudio.
- Conocer la apreciación que tienen los pobladores de las obras públicas realizadas por la actual gestión municipal en beneficio de las urbanizaciones, pueblos jóvenes y/o asentamientos humanos del Distrito.

### CONCLUSIONES:

- ✓ PRIMERA Una mayoría significativa de los pobladores del distrito estudiado, manifiesta tener poca información sobre las obras públicas que ejecuta el gobierno municipal; siendo los porcentajes de esta escasa información más altos en los pobladores de los pueblos jóvenes asentamientos humanos. Si a esta mayoría adicionamos los que expresan no tener ninguna información, se puede concluir que las tres cuartas partes de los encuestados (75%) no tiene la información respectiva sobre las obras del municipio, y que la debería tener; por lo tanto existe un nivel bajo de conocimiento acerca de las obras públicas ejecutadas por el gobierno municipal.
- ✓ SEGUNDA La Municipalidad no hace conocer oportunamente a los pobladores del Distrito, los diferentes proyectos de planificación, mejoramiento y desarrollo, y por lo tanto, se infiere que ese sería uno de los motivos por los que la apreciación de la mayoría de los encuestados, es negativa con respecto a la gestión municipal.
- ✓ TERCERA Más de la mitad de la población encuestada manifiesta que el principal medio de información, sobre las obras públicas son los amigos (53.72%); siendo los medios menos utilizados la radio (2.13%) y la televisión (1.60%).
- ✓ CUARTA Casi la mitad de los encuestados manifiesta que la dependencia encargada de supervisar las obras de remodelación y/o construcción es la Oficina de Relaciones Públicas e Imagen Institucional (42.17% en urbanizaciones y 48.09% en pueblos jóvenes).

- ✓ QUINTA Las tres principales obras públicas que debería construir el gobierno municipal, en opinión mayoritaria de los pobladores, tanto de las urbanizaciones como de los pueblos jóvenes y asentamientos humanos son: instituciones educativas, centros de salud y parques.
  - ✓ SEXTA. Las tres principales obras públicas que debería remodelar el gobierno municipal, en opinión mayoritaria de los pobladores, tanto de las urbanizaciones como de los pueblos jóvenes y asentamientos humanos son: centros de recreación, centros culturales, pistas y veredas.
  - ✓ SÉPTIMA Del total de la población estudiada, la mitad manifiesta que el consejo beneficia con sus obras públicas a una minoría de los pobladores del distrito.
  - ✓ OCTAVA Los Jefes de las Unidades Familiares encuestadas tienen una percepción más negativa que positiva de la actual gestión del Gobierno Municipal; la mayoría opina que la anterior gestión fue mejor que la actual, y, además, expresan que el estado en el que se encuentra su urbanización, pueblo joven y/o asentamiento humano “sigue igual”, o “esta desmejorado”. se encuentra su urbanización, pueblo joven y/o asentamiento humano “sigue igual”, o “esta desmejorado”.
- **“PERCEPCIÓN DE LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL SOSTENICÉNTRICA DE LA EMPRESA SOUTHERN PERU EN LA POBLACIÓN DE ILABAYA, TACNA-2016”.**

**Autores:** MEDINA CHOQUEPATA, JESSICA LILIANA  
RAMOS RAMIREZ, STEPFANIE ENISSEL

**Fecha de Aceptación:** 2016

**Grado obtenido:** LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL Con mención en COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y RELACIONES PÚBLICAS.

**Código de Tesis:** 51.1075.CS.

**OBJETIVOS:****OBJETIVO GENERAL:**

Analizar la percepción de las acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica de la empresa Southern Peru en la población de Ilabaya.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Conocer la percepción de la población de Ilabaya acerca de las acciones económicas como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru.
- ✓ Precisar qué percepción tiene la población de Ilabaya respecto a las acciones medioambientales como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Perú.
- ✓ Definir cómo percibe la población de Ilabaya las acciones sociales como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru.

**CONCLUSIONES:**

- ✓ **Primera.** Tras haberse realizado la investigación, se identificó la percepción negativa de la población de Ilabaya ante las acciones económicas como parte de la Responsabilidad Social Sostenicéntrica de Southern Peru. Los resultados permiten concluir que la población de Ilabaya, no percibe beneficios económicos de la compañía minera, a pesar de conocer las obras financiadas por impuestos mineros y además de aceptar a la empresa minera como un elemento fundamental en el desarrollo del distrito.
- ✓ **Segunda.** De los datos obtenidos del estudio de las acciones de Responsabilidad Social Sostenicéntrica en la empresa Southern Peru respecto a su desempeño medioambiental, se puede concluir que la percepción que tiene la población de Ilabaya no es positiva. El estudio permite entender que para los pobladores, los elementos contaminantes propios de la minería, no son controlados ni manejados responsablemente por parte de esta empresa; ya que se percibe un

alto grado de impacto ambiental a los principales indicadores del medioambiente.

- ✓ **Tercera.** La población reconoce y destaca el voluntariado, las donaciones, el desarrollo de infraestructuras, impulso en la educación y la participación en actividades tradicionales, más no percibe el aporte de la empresa en cuanto al sector más importante del distrito, la salud. Asimismo, se encontró que la población no percibe tener acceso a la información de las operaciones de la compañía, lo que excluye determinantemente el ambiente de confianza y transparencia entre empresa y comunidad.





## CAPÍTULO II

## II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 2.1.1. Técnica: Encuesta.

La principal ventaja del uso de la encuesta es que dependiendo de la profundidad de la misma, se pueden obtener datos muy precisos. Además, esta técnica se adapta a todo tipo de información y a cualquier población, permitiendo recobrar información sobre acontecimientos sucedidos a los encuestados.

#### 1.2.2. Instrumento:

Cuestionario

Es de elaboración propia, que incluye en su estructura de: 20 preguntas elaboradas con el método mixto, escalamiento de Likert.

### 2.2. CAMPO DE VERIFICACIÓN:

#### 2.2.1. Ámbito de Localización:

El trabajo de campo se llevó a cabo en la Urbanización Ciudad Nueva del Distrito de Pacocha, ubicado en la, provincia de Ilo, Departamento de Moquegua.

### 2.2.2. Unidades de Estudio:

#### A) Universo:

Como se mencionó en líneas anteriores la población del Distrito de Pacocha es de 4 986 habitantes, lo que incluye a niños, adolescentes, jóvenes, adultos, y ancianos.

#### B) Muestra:

Se empleó una muestra no probabilística a juicio del investigador, equivalente aproximadamente al 5% del universo, lo que hace un total de 224 pobladores de la Urbanización Ciudad Nueva del Distrito de Pacocha, provincia de Ilo, Departamento de Moquegua.

## 2.3. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

### 2.3.1. Criterios y procedimientos de recolección de Datos:

- ✓ Coordinación con la Gerencia de Relaciones Públicas de la Municipalidad Distrital de Pacocha para obtener información para la realización del presente estudio.
- ✓ Validación del instrumento de recolección de datos con la aplicación de una prueba piloto.
- ✓ Aplicación del cuestionario a la muestra determinada.

### 2.3.2. Procesamiento de la Información:

- ✓ Tabulación y vaciado de resultados.
- ✓ Elaboración de cuadros y gráficas estadísticas para la visualización de los datos e interpretación de los cuadros.
- ✓ Formulación de conclusiones y sugerencias.
- ✓ Preparación del informe final

## 2.4. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Octubre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Elaboración y aprobación del Proyecto de tesis</b>																				
<b>Aplicación del cuestionario</b>																				
<b>Tabulación de resultados</b>																				
<b>Elaboración de tablas y gráficos estadísticos para la visualización de datos</b>																				
<b>Análisis e interpretación de resultados</b>																				
<b>Planteamiento de conclusiones y sugerencias</b>																				
<b>Elaboración del informe final</b>																				



## CAPÍTULO III

## CUADRO N° 1

## ¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN SOBRE EL “PROYECTO PACOCHA VERDE”?

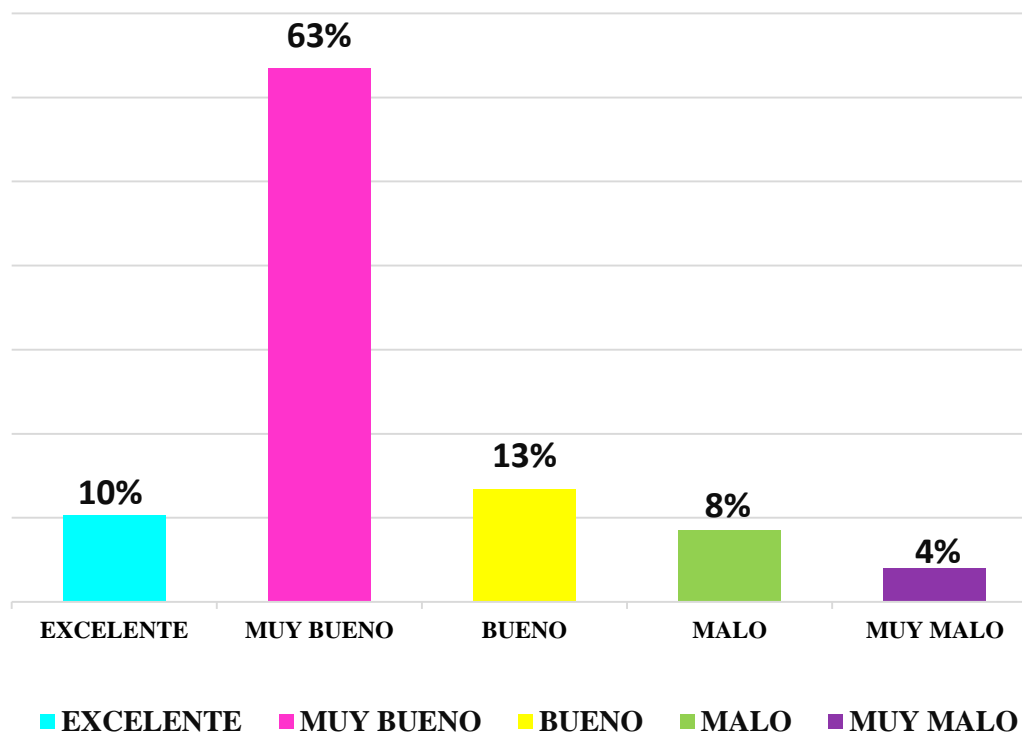
VALORACIÓN	f	%
EXCELENTE	24	10%
MUY BUENO	142	63%
BUENO	30	13%
MALO	19	8%
MUY MALO	9	4%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

Acerca de la percepción que tienen (224) pobladores encuestados que respondieron tener conocimiento sobre el Proyecto Pacocha Verde, se observa que el proyecto es considerado como: *Muy Importante* para un 25%, *Importante* para el 34%, *Regularmente Importante* lo considera un 17%, *Poco Importante* para un 20 %, y *No Importa* a un porcentaje muy bajo del 4%.

De acuerdo a la información mostrada, más de las tres cuartas partes de los (224) encuestados, lo califican positivamente.

GRÁFICO N°1



CUADRO N° 2

¿CONSIDERA QUE LOS PROGRAMAS DEL “PROYECTO PACOCHA VERDE”  
SON IMPORTANTES PARA MEJORAR LAS BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES  
DE LOS VECINOS DEL DISTRITO?

VALORACIÓN	f	%
MUY IMPORTANTE	55	25%
IMPORTANTE	77	34%
REGULARMENTE IMPORTANTE	38	17%
POCO IMPORTANTE	44	20%
NO IMPORTA	10	4%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

Según este cuadro, (224) pobladores encuestados que respondieron tener conocimiento sobre el Proyecto Pacocha Verde consideran que los programas que brinda, para mejorar las buenas prácticas ambientales de los vecinos del distrito, son: *Muy Importantes* para un 25%, *Importante* el 34%, *Regularmente Importante* los consideran un 17%, *Poco Importante* es para un 20 %, y *No Importa* a un porcentaje muy bajo de 4%.

En relación a los programas que brinda, el Proyecto Pacocha Verde para mejorar las buenas prácticas ambientales de los vecinos del distrito, podemos decir que son considerados como *Muy Importantes* para el 25%, y si a esta variable le agregamos el 34%, que los consideró como *Importante*, tenemos un resultado significativo que nos señala que para el 59%, es decir más de la mitad de los 224 pobladores encuestados, sí tiene importancia.



CUADRO N°3

¿CONSIDERA USTED QUE SON BENEFICIOSOS LOS PROGRAMAS QUE BRINDA EL “PROYECTO PACOCHA VERDE” EN LOS SIGUIENTES TEMAS DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL?

TEMAS DE SENSIBILIZACIÓN	Total						Total			
	Acuerdo	De Acuerdo	Indeciso	En Descuerdo	Desacuerdo					
Manejo de Residuos Sólidos	111	50%	45	20%	31	17%	21	9%	10	4%
Reciclaje	92	41%	64	29%	36	16%	10	4%	22	10%
Limpieza Pública,	120	54%	60	27%	5	2%	15	7%	24	11%
Uso del Agua	44	20%	21	12%	52	23%	25	11%	76	34%
Tenencia Responsable de Mascotas	32	14%	71	32%	18	8%	13	8%	90	40%

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Según los resultados que muestra el cuadro, los pobladores encuestados (224), que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, sobre la percepción de beneficio de los programas que brinda el proyecto, en temas de sensibilización ambiental, respondieron:

En cuanto al programa de **Manejo de Residuos Sólidos**, que está **Totalmente De Acuerdo** un 50%, **De Acuerdo** el 20%, **Indecisos** un 17%, **En Descuerdo** un 9%, y en **Total Descuerdo** un 4%.

En el tema de **Reciclaje** consideraron estar, **Totalmente De Acuerdo** un 41%, **De Acuerdo** el 29%, **Indecisos** un 16%, **En Descuerdo** un 4%, y en **Total Descuerdo** un 10%.

En cuanto a **Limpieza Pública** consideraron estar, **Totalmente De Acuerdo** un 54%, **De Acuerdo** el 27%, **Indecisos** un 2%, **En Descuerdo** un 7%, y en **Total Descuerdo** un 11%.

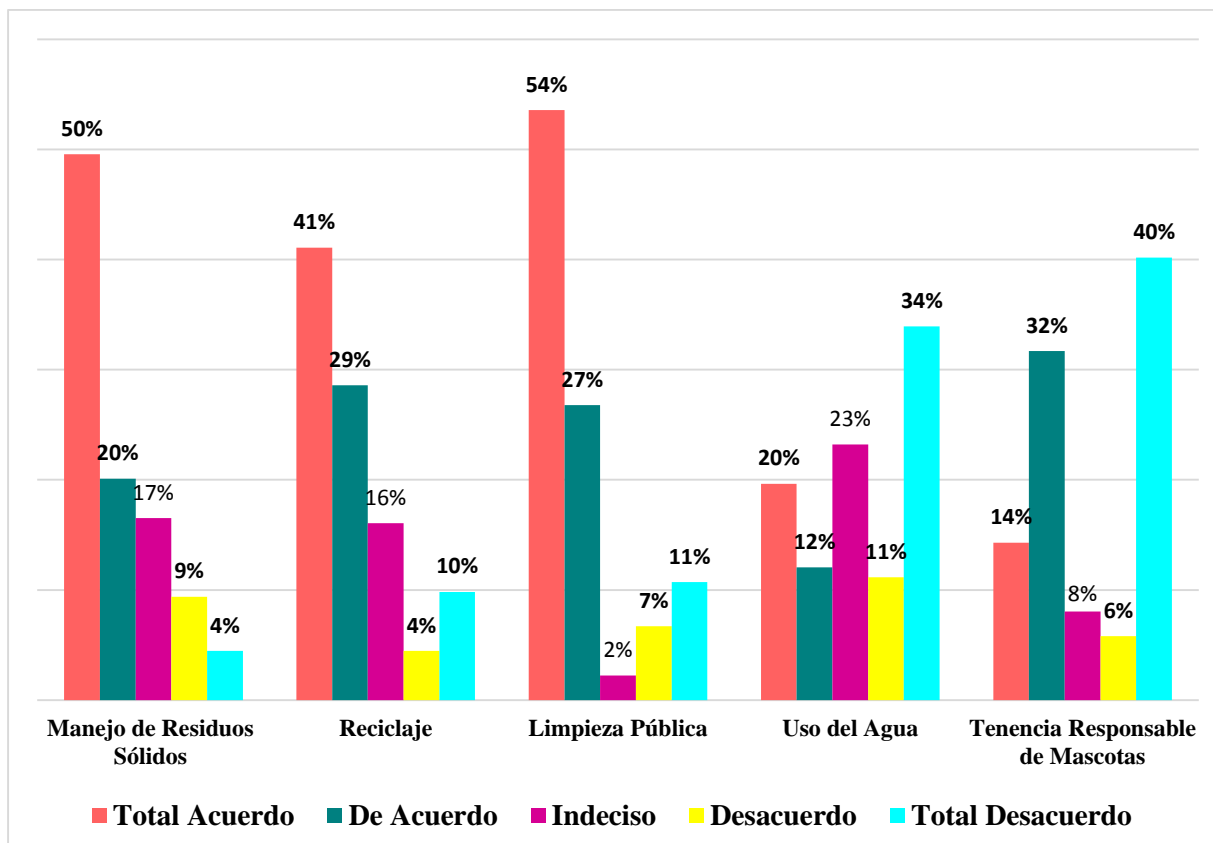
En el adecuado **Uso Del Agua**, **Totalmente De Acuerdo** un 20%, **De Acuerdo** el 12% que, **Indecisos** un 23%, **En Descuerdo** un 11% que equivale a 25 personas, y en **Total Descuerdo** un 34%.

Asimismo, en la **Tenencia Responsable de Mascotas** consideraron estar, **Totalmente De Acuerdo** un 14%, **De Acuerdo** el 32%, **Indecisos** un 8%, **En Desacuerdo** un 8% y en **Total Desacuerdo** un 40%.

Analizando los resultados podemos decir que, la mayoría de los 224 pobladores encuestados representado por el 70%, consideran que son beneficiosos los programas que brinda el Proyecto en los temas de sensibilización de Manejo de Residuos Sólidos, Reciclaje y Limpieza Pública, y por el contrario, en los temas de uso de Agua y Tenencia Responsable de Mascotas, encontramos una debilidad ya que casi el 74% correspondiente a las tres cuartas partes de los 224 encuestados indican su desacuerdo, sobre los beneficios de los dos últimos temas, lo que es un indicador de la insuficiencia de difusión de información sobre estos temas.



GRÁFICO N°3



CUADRO N°4

¿CÓMO CALIFICA LA PARTICIPACIÓN Y APOYO DE LA POBLACIÓN EN LOS SIGUIENTES PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN DEL PROYECTO “PACOCAHA VERDE”?

VALORACIÓN	Excelente		Muy Buena		Buena		Regular		Mala	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Reciclaje	42	19%	55	25%	33	15%	90	40%	4	2%
Uso del Agua	27	12%	18	8%	19	8%	98	44%	62	28%
Tenencia Responsable de Mascotas	21	9%	36	16%	29	13%	102	46%	36	16%

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

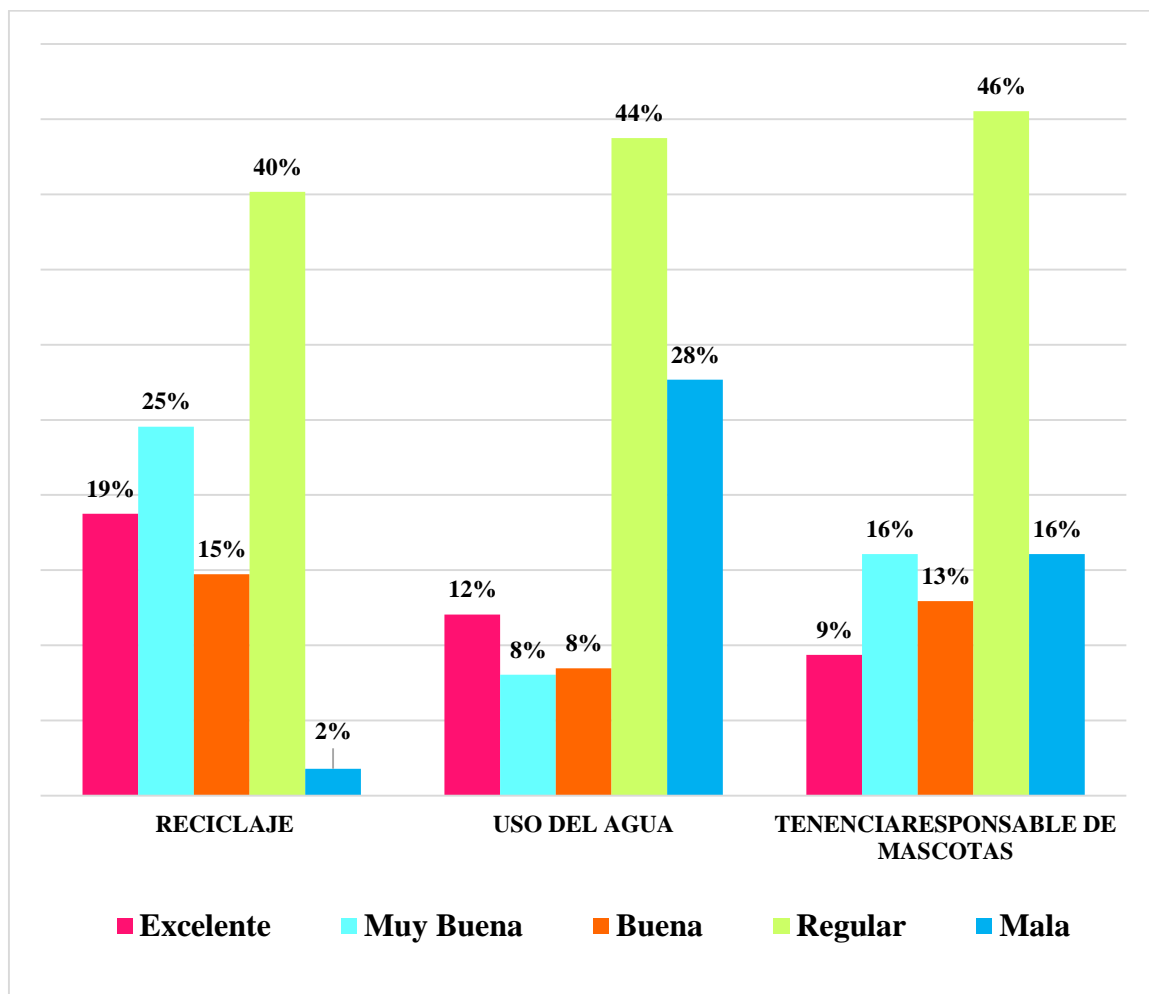
Según el cuadro, se observa que (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, califican la participación y apoyo de la población, en cuanto al tema del **Reciclaje**, como *Excelente* el 19%, *Muy Buena* el 25%, *Buena* el 15%, *Regular* el 40% y como *Mala* el 2%.

En el tema de **Uso de Agua**, calificó como *Excelente* el 12%, *Muy Buena* el 8%, *Buena* el 8%, *Regular* el 44% y como *Mala* el 28%.

En el tema de **Tenencia Responsable de Mascotas**, califica como *Excelente* el 9%, *Muy Buena* el 16%, *Buena* el 29%, *Regular* el 46% y como *Mala* el 16%.

En relación, al apoyo y participación de la población, en los programas de sensibilización de Reciclaje, Uso de Agua y Tenencia Responsable de Mascotas que brinda el proyecto Pacocha Verde, más de las tres cuartas partes de los 224 pobladores no apoyan ni participan de forma adecuada en el desarrollo de los programas que brinda el proyecto.

GRÁFICO N°4



CUADRO N°5

¿CÓMO CALIFICA LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN  
AMBIENTAL QUE HA TOMADO LA MUNICIPALIDAD MEDIANTE EL PROYECTO  
PACOCA VERDE?

ACCIONES	ALTO DESEMPEÑO		MEDIANO DESEMPEÑO		BAJO DESEMPEÑO		NS/NO	
Seminario de Sensibilización	31	14%	33	15%	56	25%	104	46%
Programa de Segregación	24	11%	19	8%	82	37%	99	44%
Formalización de Recicladores	66	29%	43	19%	27	12%	88	39%
Limpieza Pública	46	21%	39	17%	48	21%	91	41%
Recolección de Residuos Separados	37	17%	91	41%	19	8%	77	34%
Campaña de Limpieza de Playas	29	13%	69	31%	47	21%	79	35%
Talleres de Elaboración de Objetos con Material Reciclable	19	8%	29	13%	34	15%	142	63%

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Se observa en el cuadro que los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, calificaron las acciones de **Seminarios de Sensibilización**, como: de *Alto Desempeño* un 14%, de *Mediano Desempeño* un 15%, de *Bajo Desempeño* un 25% y *No Sabe/No Opina* un 46%.

Así mismo las acciones de **Programas de Segregación**, fueron calificadas para los 224 pobladores como de *Alto Desempeño* para 11%, de *Mediano Desempeño* para un 8%, de *Bajo Desempeño* para un 44% y *No Sabe/No Opina* un 37%.

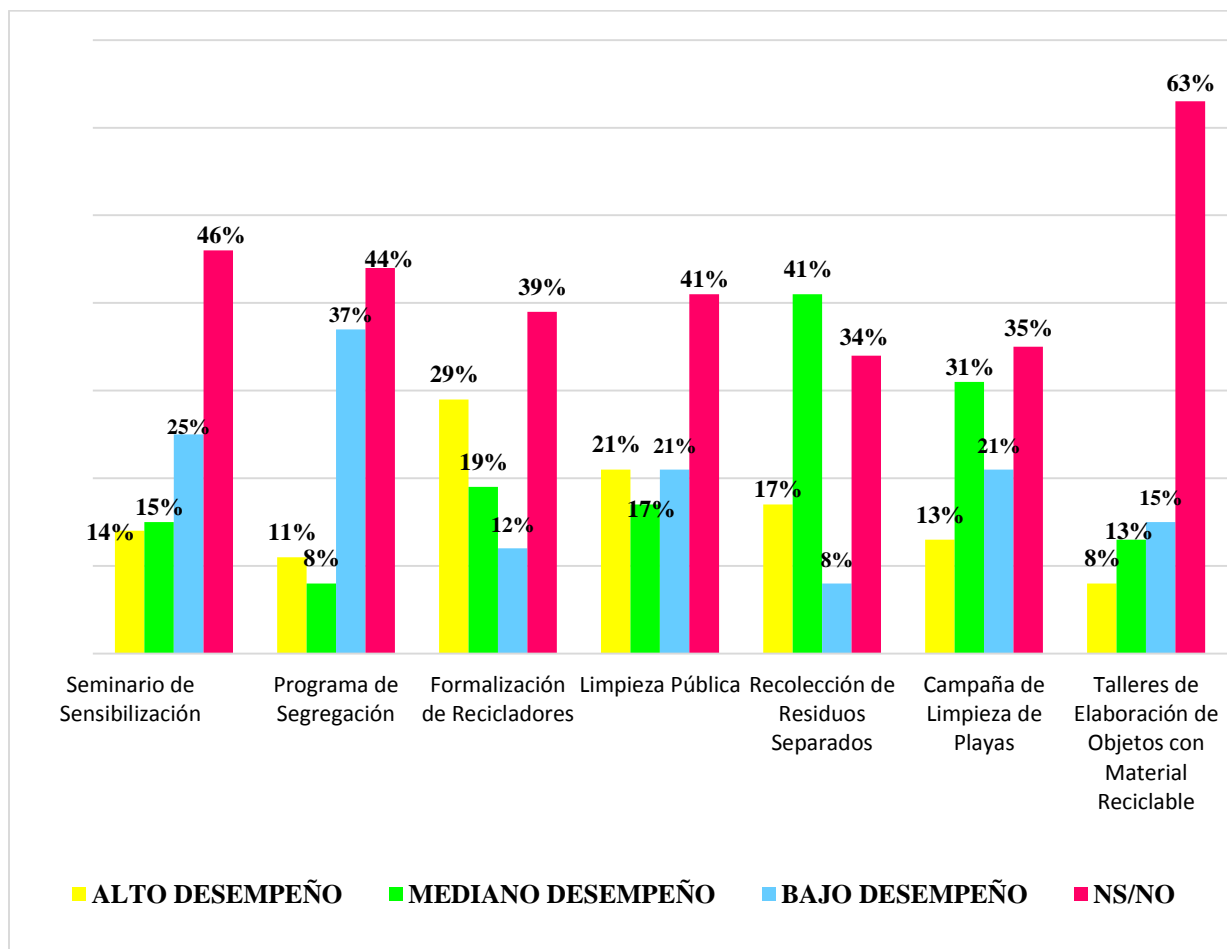
Con respecto a las acciones de **Formación de Recicladores**, los 224 pobladores las calificó de *Alto Desempeño* con un 39%, de *Mediano Desempeño* un 19%, de *Bajo Desempeño* un 12% que y *No Sabe/No Opina* un 29%.

Las acciones de **Limpieza Pública**, para los 224 pobladores son calificadas como: de *Alto Desempeño* para un 21%, de *Mediano Desempeño* para un 17%.

Analizando los datos, podemos inferir que más de la mitad de los 224 encuestados constituida por el 63% refiere que *“No Sabe /No Opina”* sobre las acciones de difusión y sensibilización ambiental que ha tomado la Municipalidad mediante el proyecto Pacocha Verde, deduciendo que un alto porcentaje de los encuestados desconocen las acciones. Es muy notoria **la desinformación del poblador** acerca de estos temas.



GRÁFICO N°5



## CUADRO N°6

**¿ESTÁ USTED DE ACUERDO QUE ES UNA VENTAJA PROMOVER LA  
IMPORTANCIA DEL RECICLAJE A TRAVÉS DE LOS MENSAJES DE DIFUSIÓN Y  
SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO “PROYECTO PACOCHA  
VERDE”?**

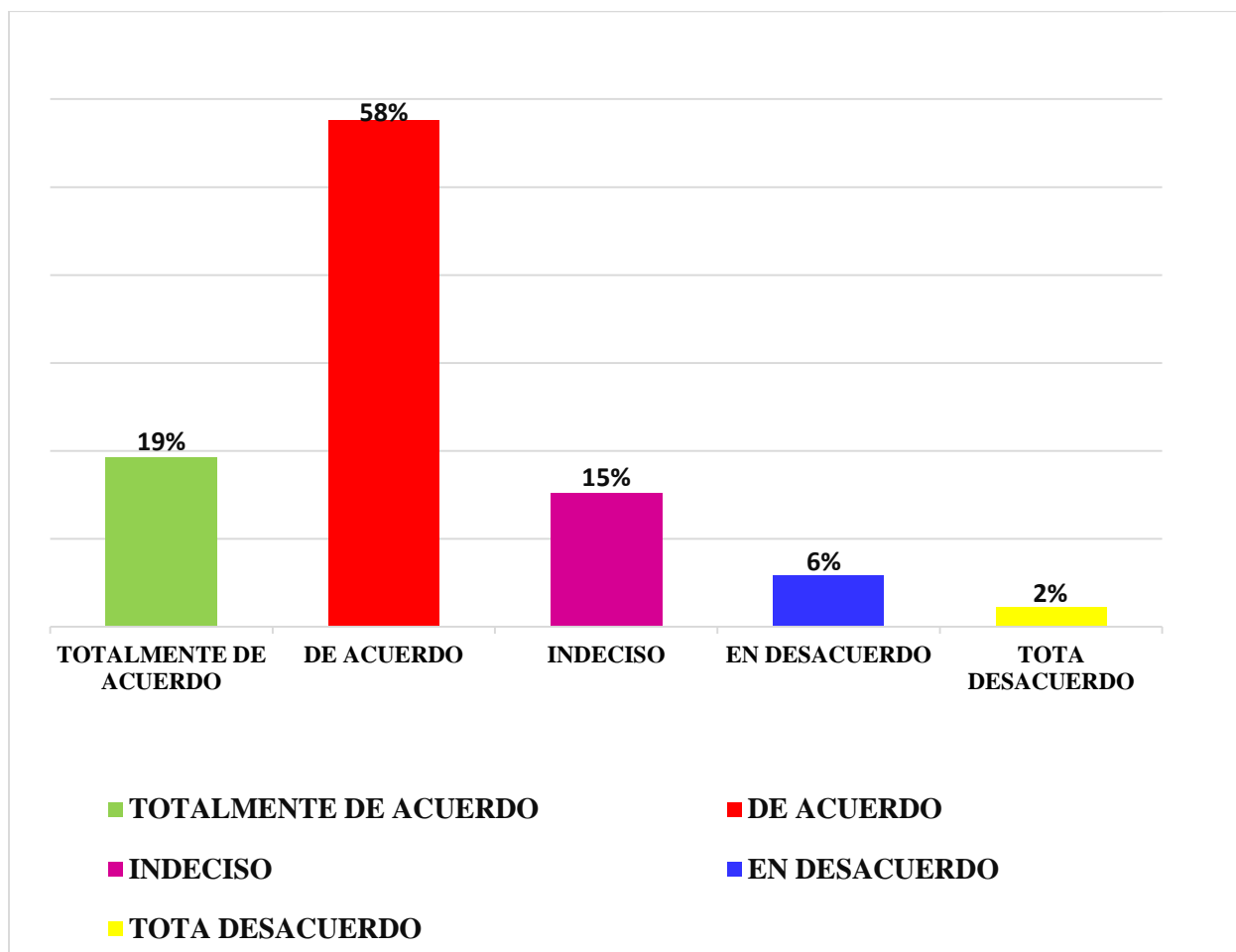
VALORIZACIÓN	f	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	43	19%
<b>DE ACUERDO</b>	<b>129</b>	<b>58%</b>
INDECISO	34	15%
EN DESACUERDO	13	6%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	2%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

En cuanto a si es una ventaja fomentar la importancia del reciclaje, los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, respondieron, estar *De Acuerdo* un 58%, *Totalmente De Acuerdo* un 19%, *Indeciso* un 15%, *En Desacuerdo* un 6%, y *Total Desacuerdo* es considerado por un muy bajo porcentaje del 2 %.

Se puede decir que, más de la mitad de los 224 pobladores, correspondiente al 77%, percibe positivamente los mensajes de sensibilización del proyecto Pacocha Verde.

GRÁFICO N° 6



CUADRO N° 7

¿CONSIDERA USTED QUE ES UNA DESVENTAJA, LA FALTA DE CONOCIMIENTO DE LA POBLACIÓN SOBRE TEMAS AMBIENTALES QUE DIFUNDEN LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN, DEL “PROYECTO PACOCHA VERDE”?

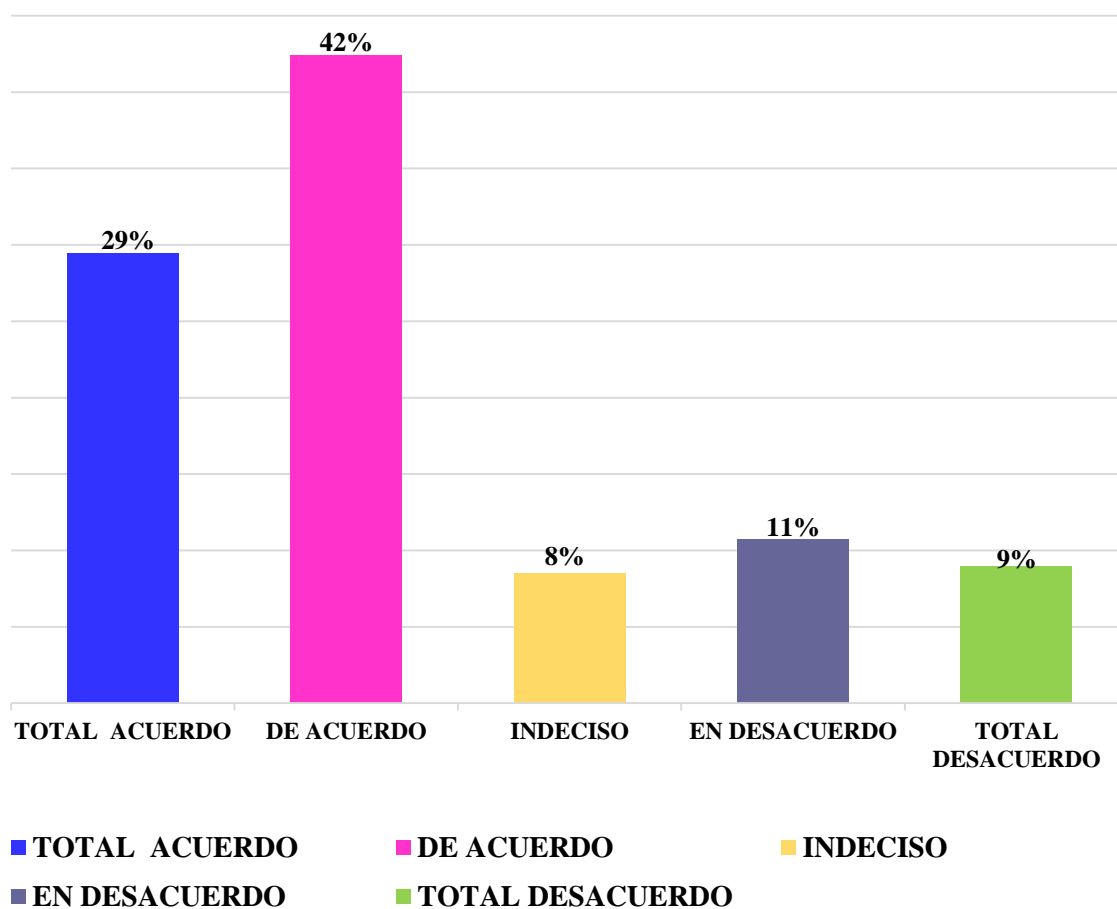
VALORACIÓN	f	%
TOTAL ACUERDO	66	29%
DE ACUERDO	95	42%
INDECISO	19	8%
EN DESACUERDO	24	11%
TOTAL DESACUERDO	20	9%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2018

En este cuadro se puede observar que los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, está *Totalmente De Acuerdo* el 29%, manifiesta estar *De Acuerdo* el 42%, y con porcentajes muy bajos, están *Indecisos* un 8%, en *Desacuerdo* un 11% y en *Total Desacuerdo* un 9%.

Según la mayoría, de los 224 pobladores representados por el 71% considera que la falta de información genera una desventaja en la difusión de los mensajes de sensibilización del Proyecto Pacocha Verde.

GRÁFICO N° 7



## CUADRO N° 8

**¿CONSIDERA USTED QUE EL “PROYECTO PACOCHA VERDE” SATISFACE LA URGENTE NECESIDAD DE CONCIENTIZAR E INVOLUCRAR A LA POBLACIÓN EN TAREAS DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL?**

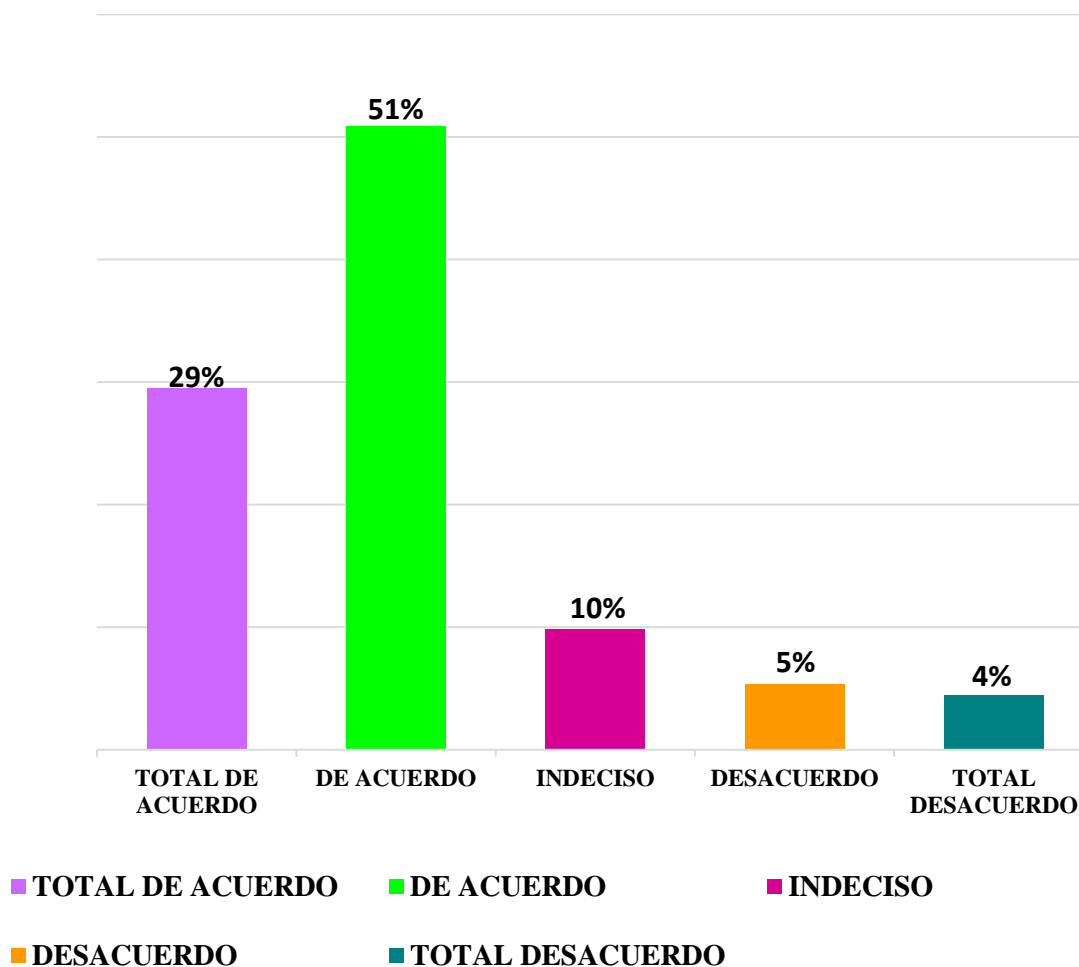
VALORACIÓN	f	%
TOTAL ACUERDO	66	29%
<b>DE ACUERDO</b>	<b>114</b>	<b>51%</b>
INDECISO	22	10%
DESACUERDO	12	5%
TOTAL DESACUERDO	10	4%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

Sobre la interrogante de satisfacer la urgente necesidad de concientizar e involucrarlos en tareas de sensibilización ambiental, los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, respondieron, estar *De Acuerdo* un 51%, *Totalmente De Acuerdo* un 29%, está *Indeciso* un 10%, *en Desacuerdo* un 5% y en *Total Desacuerdo* un 4%.

La mayoría de los 224 encuestados infiere que el Proyecto Pacocha Verde satisface la urgente necesidad de concientizar e involucrar en tareas de sensibilización ambiental a la población, lo que constituye un resultado positivo para mejorar la cultura y la buena práctica ambiental de los vecinos del distrito de Pacocha.

GRÁFICO N° 8



**CUADRO N° 9**

**¿CREE USTED QUE LA DENOMINACIÓN “PACOKHA VERDE” ES FÁCIL DE IDENTIFICAR A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO?**

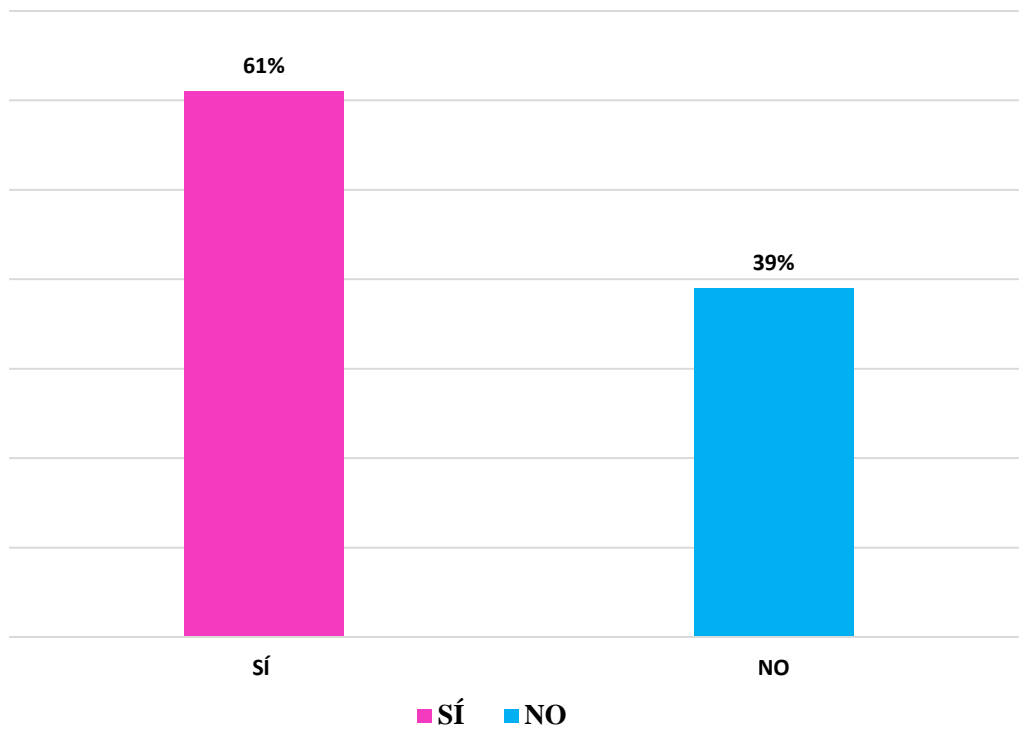
VALORACIÓN	f	%
SÍ	137	61%
NO	87	39%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

Se observa en el cuadro que, el 61% de los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, respondieron que **SÍ** identifica fácilmente la denominación Pacocha Verde, mientras que el 39% manifestó lo contrario.

Se deduce de los datos que más de la mitad, de los 224 pobladores es decir 61%, identifica con facilidad los mensajes de reforzamiento de recordación de la denominación Pacocha Verdea.

GRÁFICO N°9



CUADRO N° 10

EN EL PROYECTO “PACOKHA VERDE” ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS PERCIBE  
EN LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL?

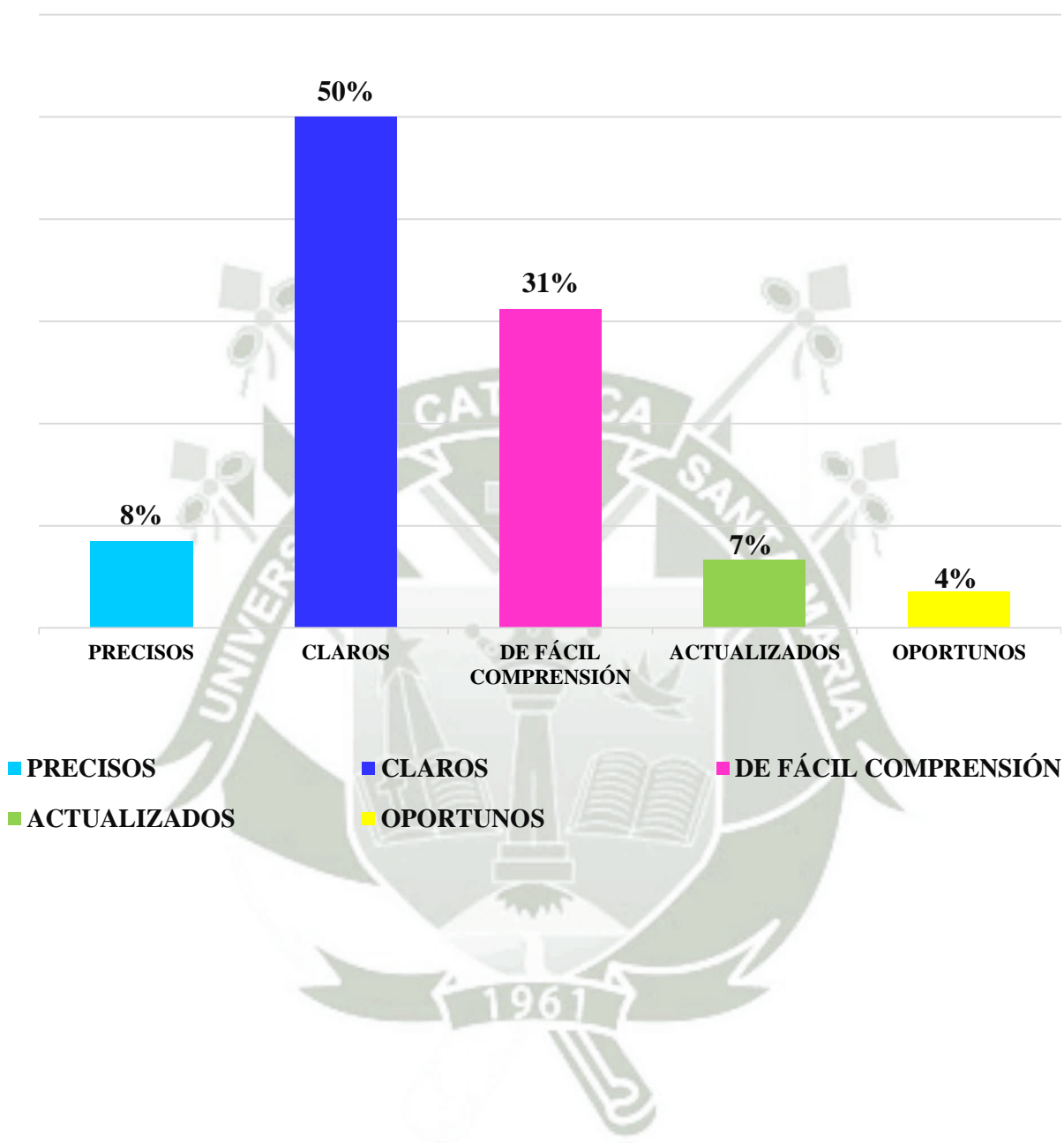
VALORACIÓN	F	%
PRECISOS	19	8%
CLAROS	112	50%
DE FÁCIL COMPRESIÓN	70	31%
ACTUALIZADOS	15	7%
OPORTUNOS	8	4%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

Con relación a la percepción que tienen los pobladores, 224 encuestados que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, respondieron sobre las características de los mensajes de sensibilización, el mayor porcentaje correspondiente al 50% indica que son *Claros*, un porcentaje de 31% indica que son, de *Fácil Compresión*, y menos de la mitad correspondiente al 20% piensan que son *Precisos*, *Actualizados* y *Oportunos*.

Se concluye de los datos que para la mayor parte de los 224 pobladores representados por el 81%, considera que las características más percibidas en los mensajes son, **la claridad y fácil comprensión**, pero muestran debilidad en su **precisión, actualización y oportunidad**.

GRÁFICO N°10



## CUADRO N° 11

¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED RECIBE LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN  
AMBIENTAL DEL PROYECTO “PACOCCHA VERDE”?

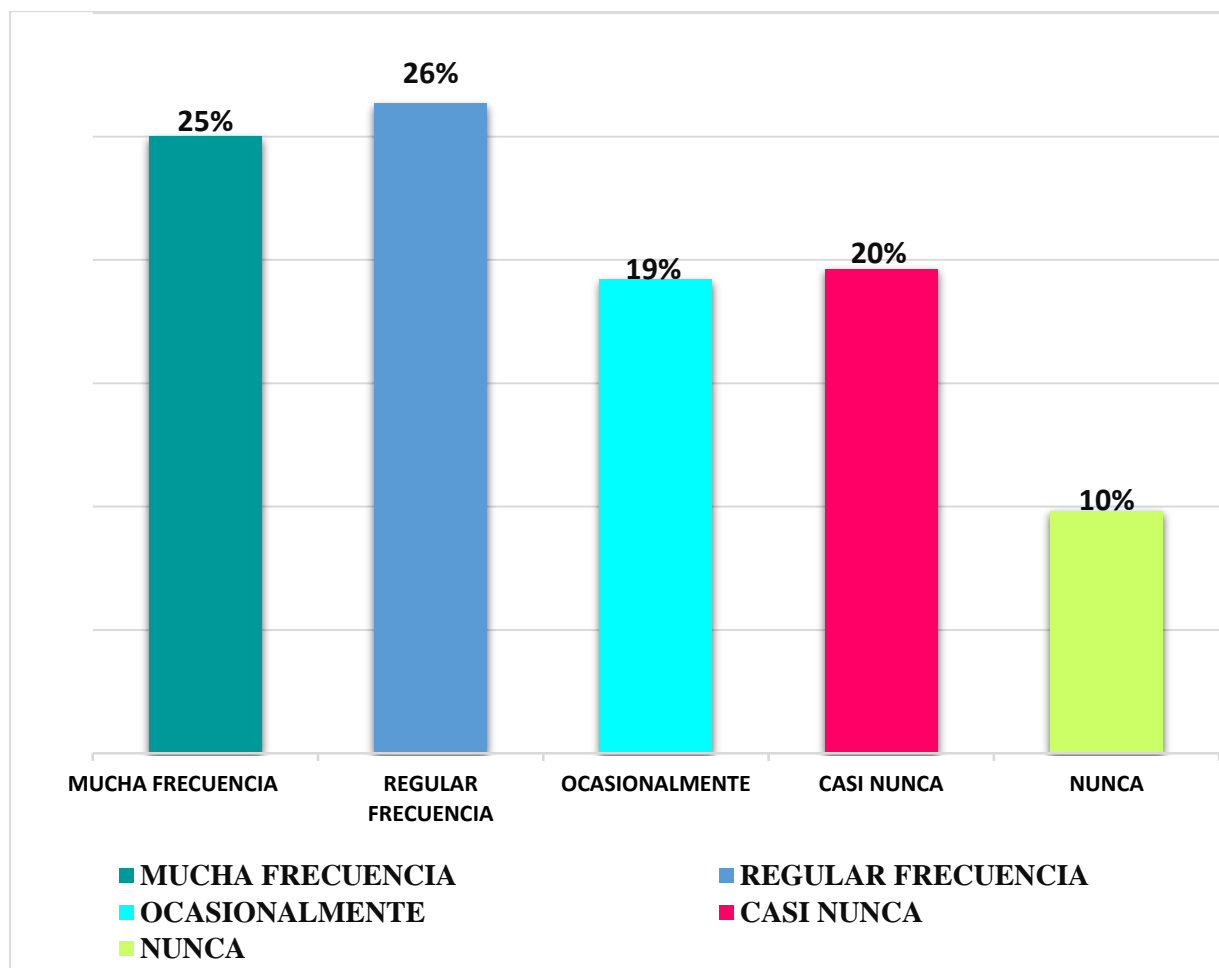
VALORACIÓN	f	%
MUCHA FRECUENCIA	56	25%
REGULAR FRECUENCIA	59	26%
OCASIONALMENTE	43	19%
CASI NUNCA	44	20%
NUNCA	22	10%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia 2018.

En el cuadro podemos observar que los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, respondieron recibir mensajes de sensibilización ambiental, con *Mucha Frecuencia* el 25%, con *Regular Frecuencia* el 26%, son recibidos *Ocasionalmente* por el 19%, *Casi Nunca* son recibidos por el 20% y manifiestan que *Nunca* recibieron un 10%.

De los datos podemos decir que, a pesar de que el 51% de Los 224 pobladores indicó recibir con una frecuencia aceptable los mensajes de sensibilización ambiental del Proyecto Pacocha Verde, también es preocupante lo señalado por el 49%, casi la mitad de los 224 pobladores, no perciben positivamente la frecuencia de recepción de estos mensajes, por lo que se debe mejorar este aspecto para que logre llegar la información más seguida a todos los pobladores del Distrito.

GRÁFICO N° 11



CUADRO N°12

¿POR QUÉ MEDIO RECIBIÓ USTED LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN DEL  
PROYECTO “PACOCAHA VERDE”?

VALORACIÓN	f	%
CASA POR CASA	96	43%
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	44	20%
MASIVOS (PERIFONEO)	66	29%
DE APOYO	10	4%
COMUNITARIOS	8	4%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

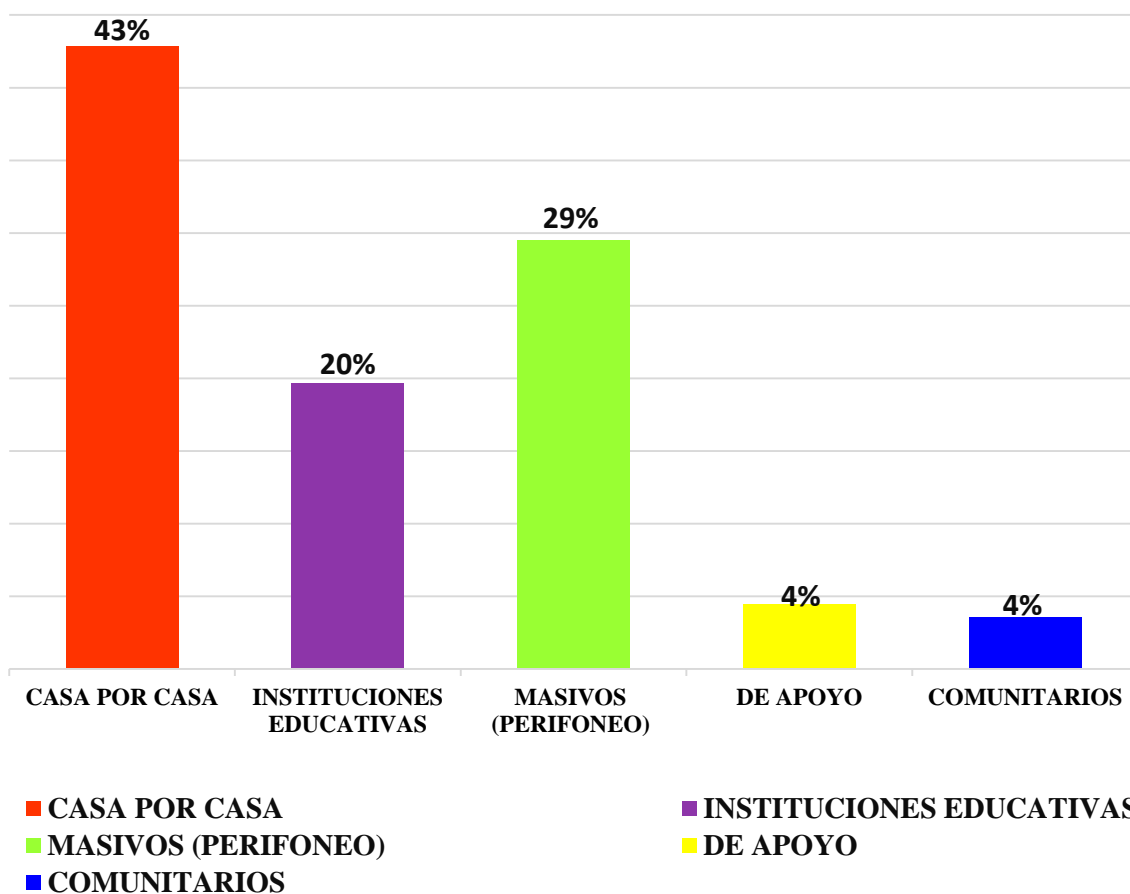
**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

En el cuadro se observa que, los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, recibieron los mensajes de sensibilización por medio de, *Casa Por Casa* en un 43%, por *Instituciones Educativas* el 20%, medios *Masivos (Perifoneo)* el 29%, medios *De Apoyo* el 4% y medios *Comunitarios* el 4%.

Se observa como resultado, que los medios por los cuales recibieron más la información fueron a través de *Casa por Casa* y *Medios Masivos* (perifoneo), de acuerdo a lo manifestado por más de la mitad de los 224 encuestados representada por el 72%, y los medios por los que menos recibieron información según lo señalado por el 28% de los 224 encuestados fueron las *Instituciones Educativas, Medios De Apoyo* y *Medios Comunitarios*.



GRÁFICO N°12



## CUADRO N°13

EN FORMA GENERAL ¿CÓMO CALIFICA LA PARTICIPACIÓN DE LA  
MUNICIPALIDAD EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO “PACOKHA VERDE”?

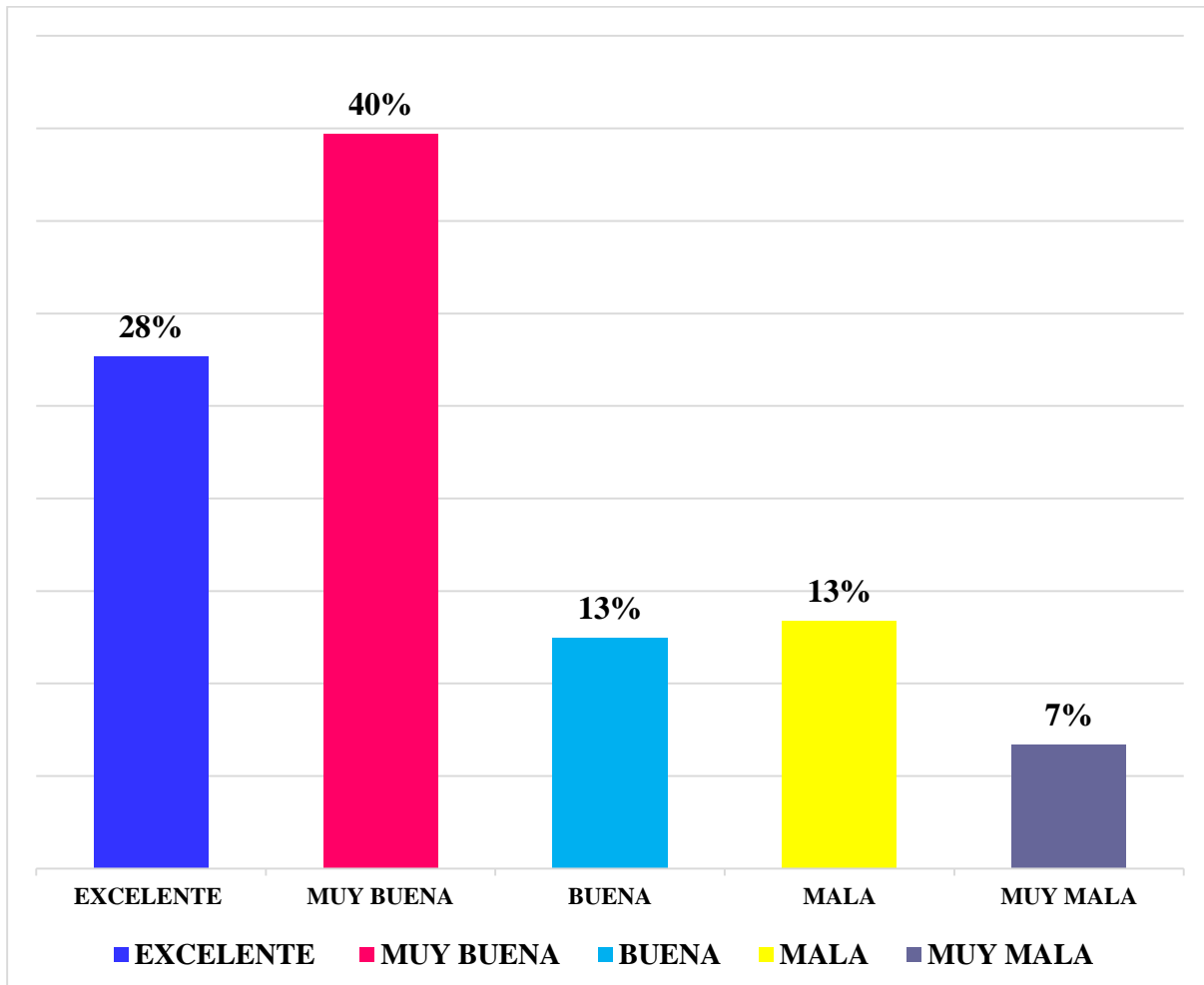
VALORACIÓN	f	%
EXCELENTE	62	28%
MUY BUENA	89	40%
BUENO	28	13%
MALO	30	13%
MUY MALO	15	7%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2018

En el cuadro se observa que, los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, perciben la participación de la Municipalidad en el Proyecto Pacocha Verde como, *Excelente* un 28%, como *Muy Buena* un 40%, como *Buena* un 13%, como *Mala* un 7% y como *Muy Mala* un 13%.

Un significativo porcentaje del 81% de los 224 pobladores, califica positivamente la participación de la Municipalidad en el desarrollo del proyecto Pacocha Verde, lo cual es un indicador que el poblador percibe positivamente la participación de dicha institución.

GRÁFICO N°13



## CUADRO N°14

¿PARTICIPÓ USTED DE LOS SEMINARIOS Y/O CHARLAS DE SENSIBILIZACIÓN  
AMBIENTAL QUE ORGANIZÓ LA MUNICIPALIDAD COMO PARTE DEL  
PROYECTO “PACOCAHA VERDE”?

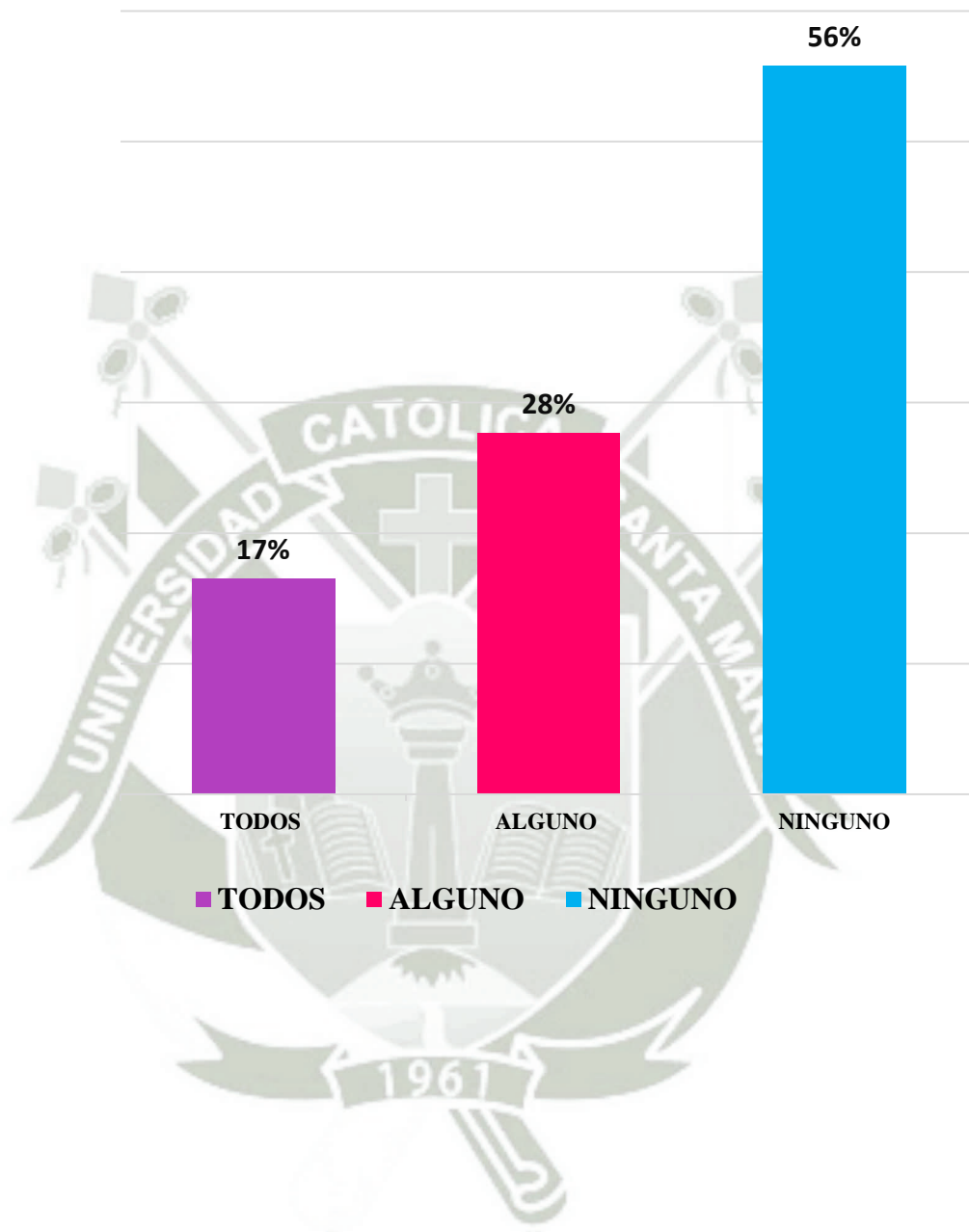
VALORACIÓN	f	%
TODOS	37	17%
ALGUNOS	62	28%
NINGUNO	125	56%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2018

En el cuadro, se observa que, en los seminarios y/o charlas de sensibilización del Proyecto Pacocha Verde, los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, respondieron que participaron en *Todos* los eventos un 17%, en *Algunos* el 28% y en *Ninguno* el 56%.

Logramos concluir, que más del 50% de los 224 pobladores no ha participado en *Ninguno* de los seminarios y/o charlas de sensibilización ambiental, deduciendo que el poblador no es consciente de la importancia de su participación para resolver la problemática ambiental.

GRÁFICO N°14



CUADRO N°15

¿PARTICIPÓ USTED DE LOS TALLERES Y/O EVENTOS DINÁMICOS DE ELABORACIÓN DE OBJETOS CON MATERIAL RECICLABLE QUE ORGANIZÓ LA MUNICIPALIDAD COMO PARTE DEL PROYECTO “PACOCCHA VERDE”?

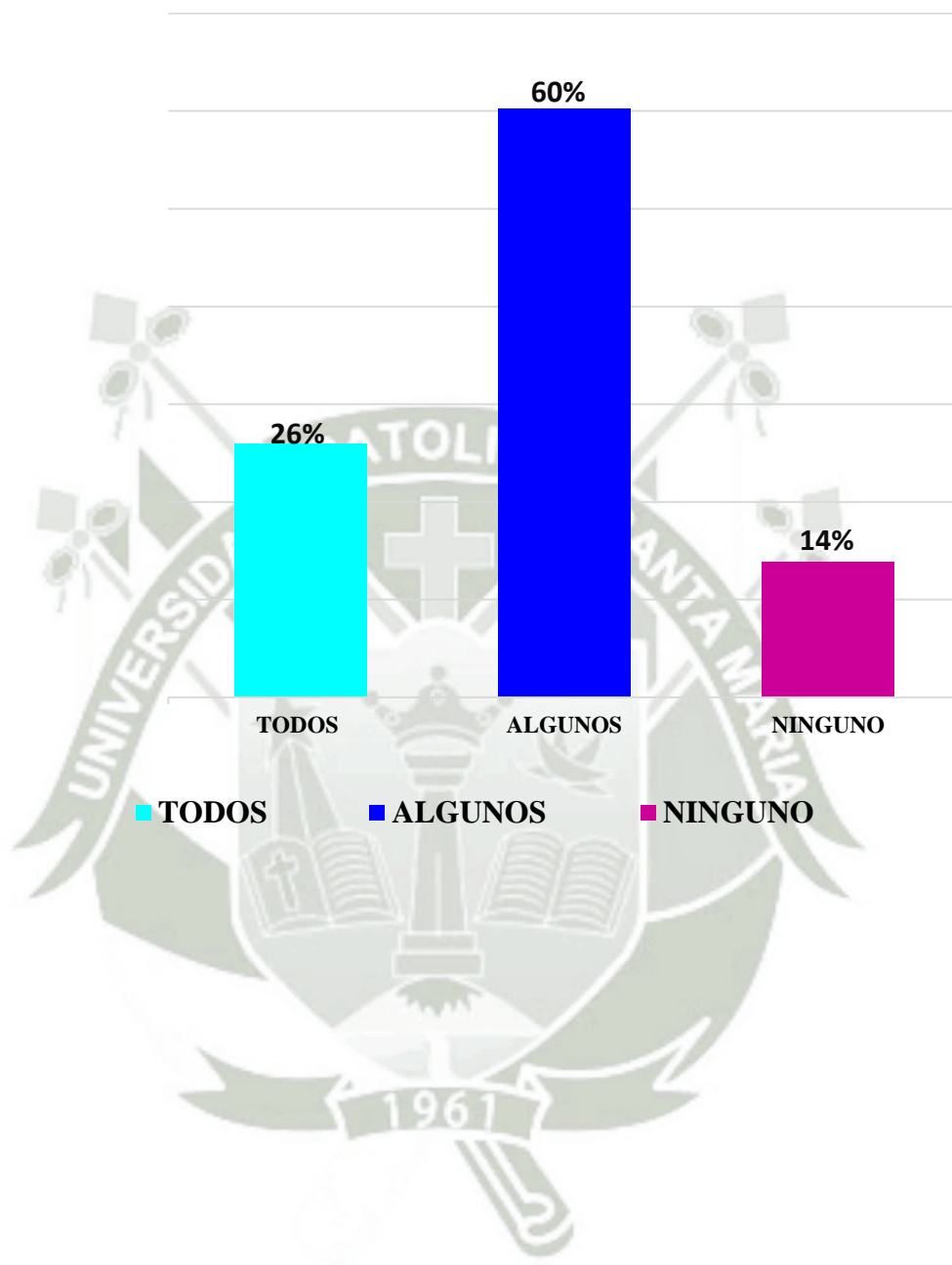
VALORACIÓN	f	%
TODOS	58	26%
ALGUNOS	135	60%
NINGUNO	31	14%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

Se observa en el cuadro que los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, respondieron que el 26%, participaron en *Todos* los talleres de elaboración de objetos con material reciclable que brinda el proyecto, en *Algunos* el 60% y en *Ninguno* el 14%.

La mayoría de los 224 encuestados constituida por el 86% indicó que, participó de *Todos* o de *Algunos* talleres o eventos dinámicos de elaboración de objetos con material reciclable, que organizó la municipalidad como parte del proyecto Pacocha Verde, infiriendo que en estos temas, sí se logró captar más la participación de los pobladores del distrito en comparación al cuadro anterior.

GRÁFICO N° 15



CUADRO N°16

¿CÓMO CONSIDERA O HA ESCUCHADO QUE OTRAS PERSONAS CONSIDERAN  
LAS VISITAS DE SENSIBILIZACIÓN DE LOS ENCARGADOS DE LA  
MUNICIPALIDAD A INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DURANTE EL  
DESARROLLO DEL PROYECTO “PACOCHA VERDE”?

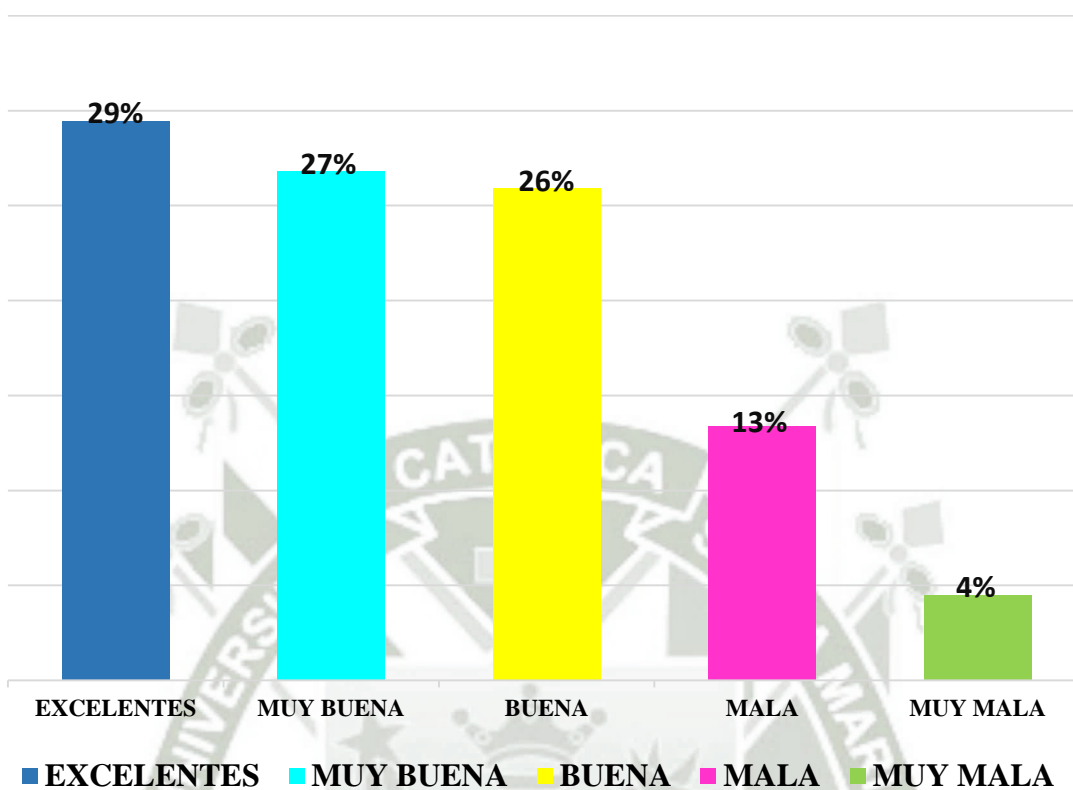
VALORACIÓN	f	%
EXCELENTE	66	29%
MUY BUENA	60	27%
BUENA	58	26%
MALA	30	13%
MUY MALA	10	4%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

En el cuadro se observa que, los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, consideran que la visita de sensibilización de los encargados de la Municipalidad a Instituciones Educativas, es *Excelente* para el 29%, *Muy Buena* es considerada por el 27%, como *Buena* el 26%, como *Mala* el 13% y como *Muy Mala* el 4%.

Deducimos que, el 82% de los 224 pobladores, califica, entre *Excelente*, *Muy Buena* y *Buena*, las visitas de sensibilización de los encargados de la municipalidad a instituciones educativas durante el desarrollo del Proyecto Pacocha Verde, por lo que se deduce que la técnica de información puerta a puerta es percibida de manera favorable.

GRÁFICO N°16



CUADRO N°17

DE ACUERDO A SU PERCEPCIÓN ¿CONSIDERA QUE EL PERSONAL RESPONSABLE Y LOS PROMOTORES DEL PROYECTO “PACOCCHA VERDE” ESTÁN CAPACITADOS ADECUADAMENTE?

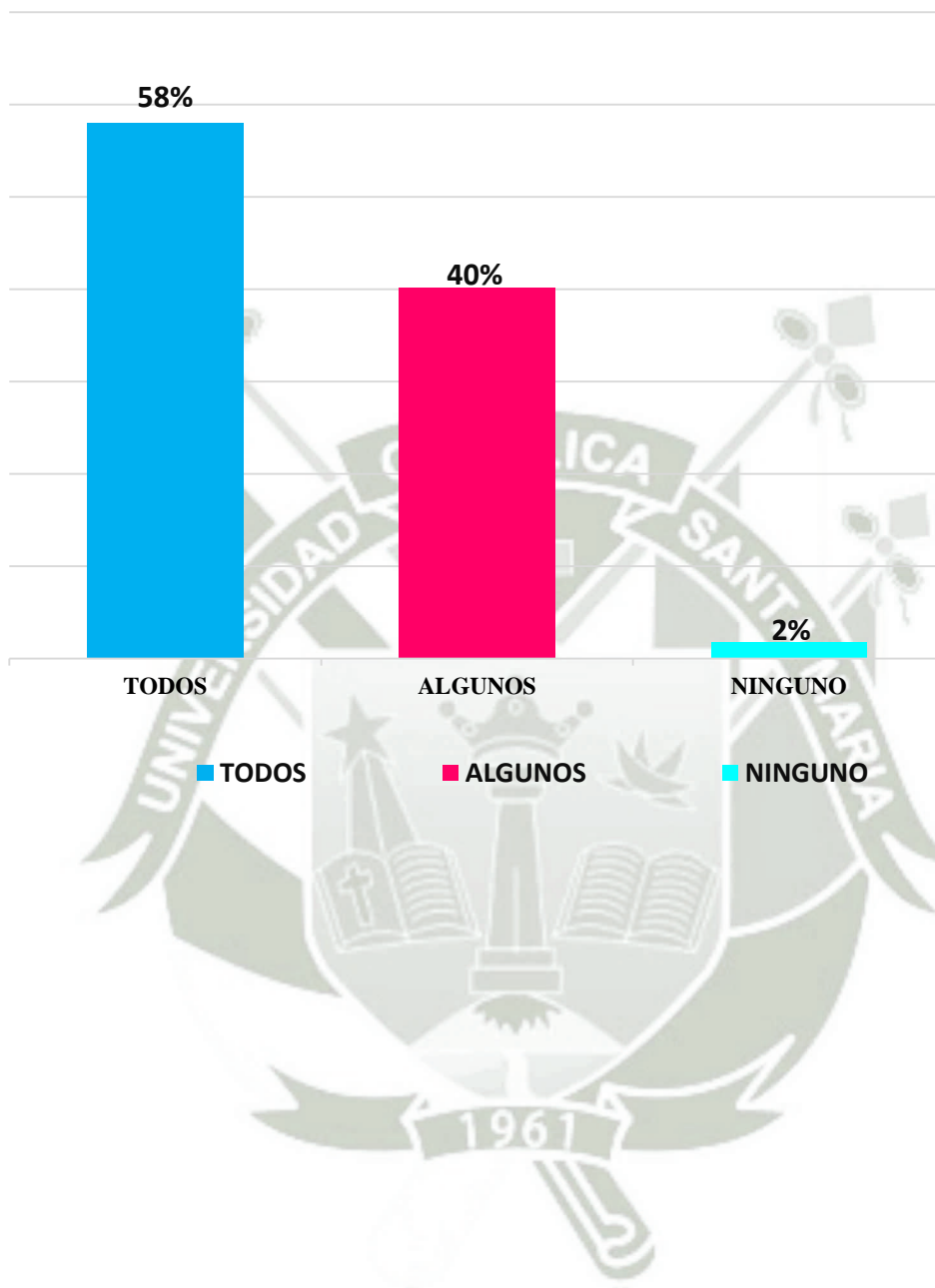
VALORACIÓN	f	%
TODOS	130	58%
ALGUNOS	90	40%
NINGUNO	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2018

En el cuadro se observa que un 58% de los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, considera, que *Todo* el personal responsable y promotores del Proyecto está adecuadamente capacitado, un 40% consideró que sólo *Algunos* y un 2% piensa que *Ninguno*.

Se infiere que la mayor parte de los 224 pobladores, equivalente al 98% percibe positivamente la capacitación del personal responsable y promotores del Proyecto en estudio, lo que constituye un aspecto positivo para el alcance de sus objetivos.

GRÁFICO N°17



## CUADRO N°18

**¿CÓMO PERCIBE EL COMPROMISO POR PARTE DE LA MUNICIPALIDAD EN LA COLOCACIÓN DE CONTENEDORES DEBIDAMENTE ROTULADOS EN LOS PARQUES PRINCIPALES Y ZONAS PÚBLICAS DEL DISTRITO?**

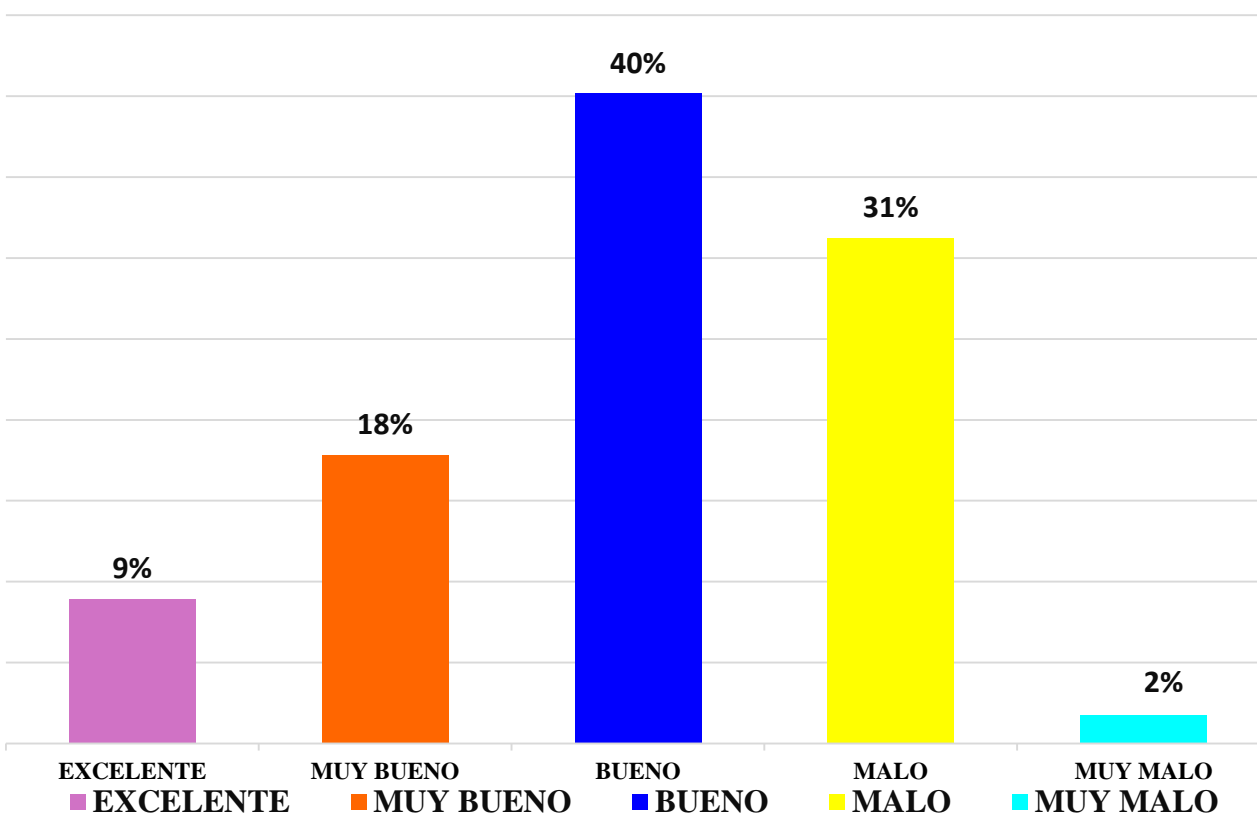
VALORACIÓN	f	%
EXCELENTE	20	9%
MUY BUENO	40	18%
<b>BUENO</b>	<b>90</b>	<b>40%</b>
MALO	70	31%
MUY MALO	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia, 2018

Se observa en el cuadro que, los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, perciben el compromiso por parte de la Municipalidad en la colocación de contenedores debidamente rotulados, como *Excelente* para un 9%; como *Muy Bueno*, para el 18%; como *Bueno*, para el 40%; como *Malo*, para el 31% y como *Muy Malo*, para el 2%.

Datos del cuadro argumentan que el 58% de los 224 pobladores califica positivamente el compromiso de la Municipalidad en la colocación de contenedores debidamente rotulados, en parques principales y zonas públicas del distrito. Así mismo es preocupante el 32% que lo percibe como *Malo* y *Muy Malo*, por ser un porcentaje bastante significativo.

GRÁFICO N°18



CUADRO N° 19

¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN FINAL SOBRE CUMPLIMIENTO Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO “PACOCAHA VERDE” POR PARTE DE LA MUNICIPALIDAD?

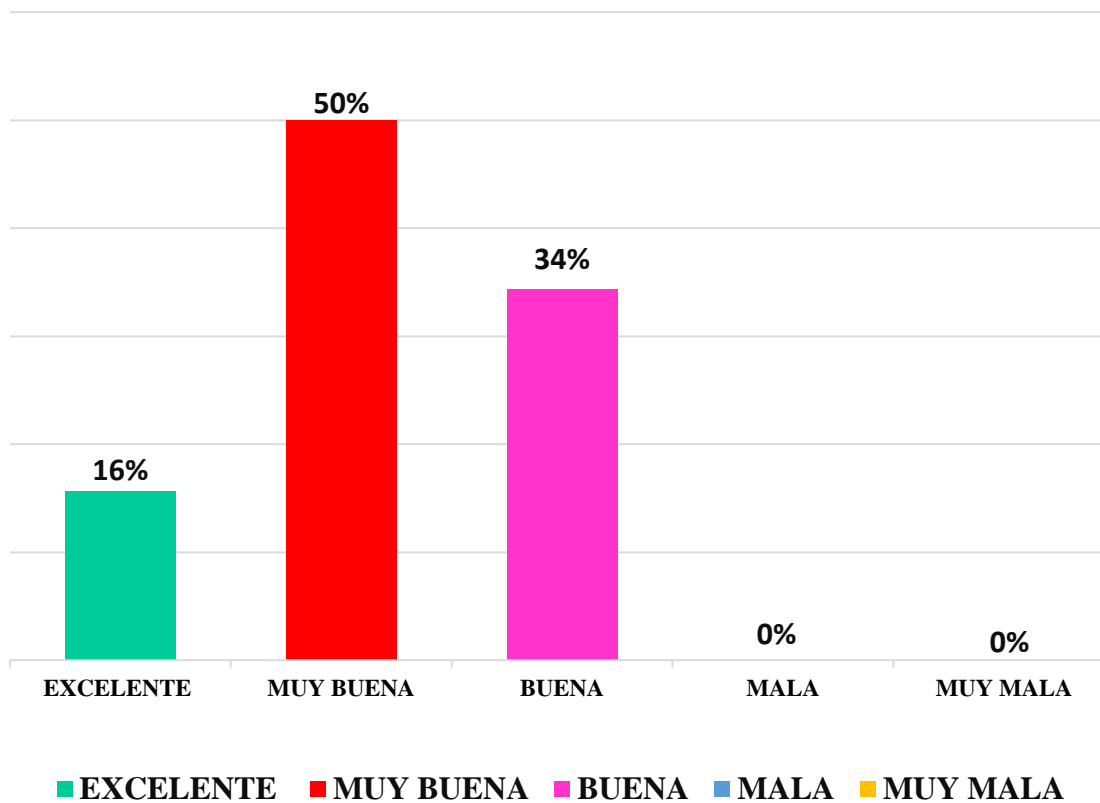
VALORACIÓN	f	%
EXCELENTE	35	16%
<b>MUY BUENA</b>	<b>112</b>	<b>50%</b>
BUENA	77	34%
MALA	0	0%
MUY MALA	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Se observa en el cuadro que los (224) pobladores encuestados, que si conocen el Proyecto Pacocha Verde, valoran el cumplimiento y seguimiento del proyecto Pacocha Verde por parte de la Municipalidad como, *Excelente* en un 16%, *Muy Bueno* en un 50% y *Bueno* en un 34%.

Se infiere de los datos que el 100% de los 224 pobladores, percibe de manera positiva el cumplimiento y seguimiento de Proyecto Pacocha Verde.

GRÁFICO N° 19



## CONCLUSIONES

- PRIMERA:** La población encuestada del Distrito de Pacocha muestra variedad en la opinión emitida sobre los ejes del proyecto, opinando favorablemente, tanto sobre la importancia del proyecto “Pacocha Verde” para mejorar las buenas prácticas ambientales, como sobre la implementación de sus programas de sensibilización de manejo de residuos sólidos, reciclaje y limpieza pública; lo que no es extensible al uso de agua y tenencia responsable de mascotas; sin embargo, no tienen participación activa en la ejecución de estos programas.
- SEGUNDA:** La población encuestada exhibe falta de conocimiento de los Seminarios de Sensibilización, Programas de Segregación, Formación de Recicladores, Limpieza Pública, Recolección de Residuos Separados, Campañas de Limpieza de Playas, Talleres de Elaboración de Objetos con Material Reciclable, implementadas por la Municipalidad dentro del proyecto Pacocha Verde, conllevando a emitir una opinión desfavorable sobre las acciones de difusión y sensibilidad ambiental realizadas por la institución edil.
- TERCERA:** La población distrital de Pacocha considera que la Municipalidad participa positivamente en el desarrollo del proyecto Pacocha Verde otorgando a este comportamiento una calificación que oscila entre excelente y muy buena.

## SUGERENCIAS

- PRIMERA:** La Municipalidad debe revisar la frecuencia con la que son difundidos los mensajes de sensibilización ambiental del proyecto Pacocha Verde, entre los pobladores del distrito y así conseguir la respuesta positiva que se pretende.
- SEGUNDA:** Dados los resultados, se propone considerar mejorar las estrategias en los Mecanismos de Difusión y Sensibilización Ambiental, para lograr que los vecinos del distrito se involucren más en los programas de sensibilización sobre reciclaje, uso adecuado del agua y tenencia responsable de mascotas; que brinda el proyecto Pacocha Verde.
- TERCERA:** Se percibe que hay falta de conocimiento por parte de la población, sobre las acciones de difusión y sensibilidad ambiental, por lo que sugerimos que se mejore el Plan de comunicación, para asegurarse así que la información sea más eficaz, y llegue a todos los pobladores del Distrito de Pacocha.
- CUARTA:** Los resultados de esta investigación, deberían ser revisados por los profesionales de comunicación social de la Municipalidad para sugerir y/o implementar estrategias y acciones comunicacionales, de tal modo que la población esté debidamente informada sobre los proyectos ambientales y las acciones que se desarrollan dentro de los mismos; lo que enriquecerá, de manera sustancial; la Gestión Ambiental Municipal.

## BIBLIO- HEMEROGRAFÍA

### BIBLIO- HEMEROGRAFÍA

- MARIO KAPLÚN. (2002). Una Pedagogía de la Comunicación: el comunicador popular.
- BEERLI PALACIO, A. Y MARTÍN SANTANA, J. D. (1998): “Metodología para medir la eficacia publicitaria: Aplicación a los medios impresos”.
- BILL BERNBACH, (1911-1982). La publicidad es fundamentalmente persuasión.
- RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, DE LA BALLINA Y SANTOS, (1997). “La Comunicación de la Imagen de la Empresa” Alta Dirección, mayo - junio, nº 181: 79-92.
- EDWARD BERNAYS, (2000) “Cristalizando la opinión pública”, Análisis y comprensión de la Opinión Pública.
- NEISSER, ULRIC, (Publicado por Trillas-2013) “Psicología Cognoscitiva”, observaciones empíricas y teóricas.
- JAMES JEROME GIBSON psicología de la percepción visual, percepción de la realidad.
- LUIS ANÍBAL GÓMEZ (1982) Libro “Opinión Pública y Medios de Difusión”
- KIMBALL YOUNG (2001) Libro “¿Qué Es La Opinión Pública?”.
- JOSE DANIEL BARQUERO CABRERO (2007) Manual de relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad (4ª ed.)
- WALTER LIPPMANN, La vigencia de Lippmann para el estudio de la Opinión Pública.
- JÜRGEN HABERMAS, (1981). Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública.

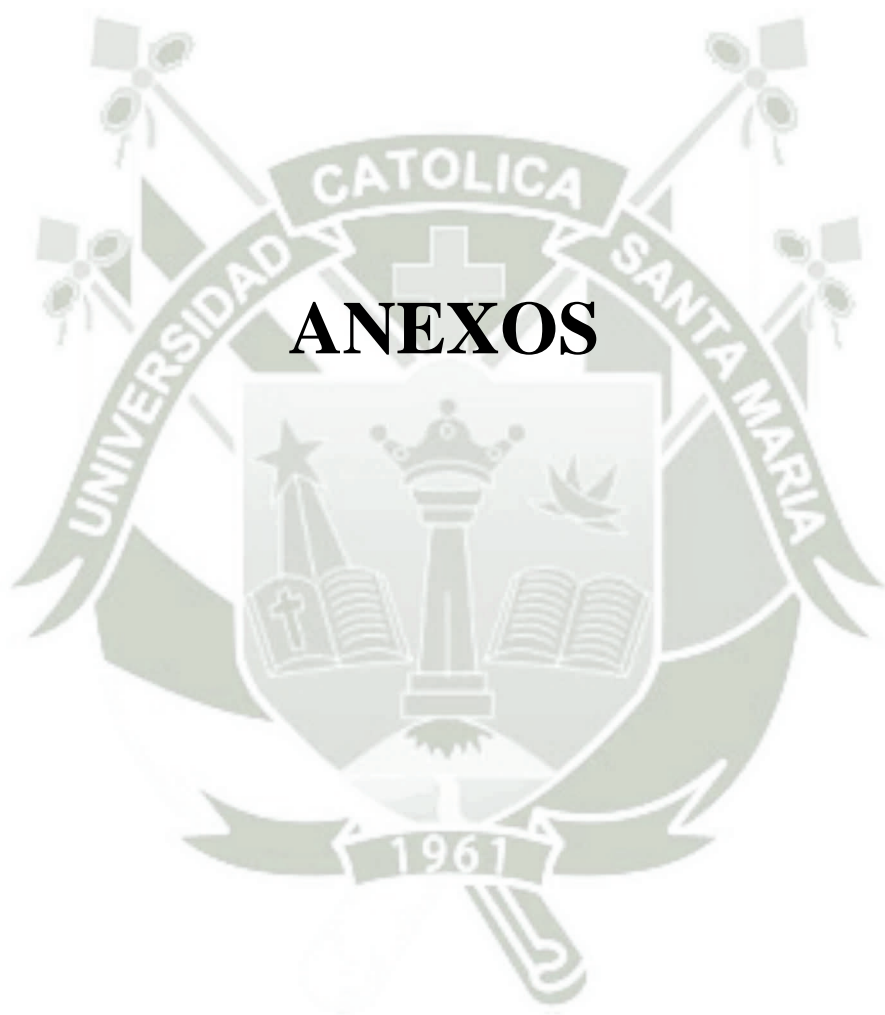
- OTTO BAUMHAUER, (1979). *Clima de Opinión. Opinión Pública, Control Social.* Prólogo a Rivadaneira, la opinión pública. México: Editorial Trillas.
- ELISABETH NOELLE-NEUMANN (1995). *La espiral del silencio.* Barcelona: Editorial Paidós.
- GIOVANNI SARTORI (2002) *Homo Videns, la sociedad teledirigida.* Madrid: Taurus.
- HABERMAS, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública.*
- GERTH, H., y WRIGHT MILLS, (1963) *Carácter y estructura social,* Paidos, Buenos Aires.
- R.E.PARK, 1999. *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana,* ediciones del Serbal, Barcelon.
- A. FLISFISCH (1980), “Algunos problemas conceptuales en el análisis de la participación, definiciones teóricas de participación.
- ARNSTEIN, S. (1969). "Ladder of Citizen Participation". *AIP Journal*, July: 216-224.
- Velásquez, F. 2003 Velázquez, F. (2003). *La educación ambiental en el siglo XXI.*
- Programa Ambiental Municipal “**Pacocha Verde**” De la Municipalidad Distrital de Pacocha- 2016.

## WEBGRAFÍA

- MARÍA ANTONIA TAVERAS. “Guía para la Gestión Ambiental Municipal” Segunda Edición República Dominicana enero de 2012. Recuperado de:  
[http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00JJ7D.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00JJ7D.pdf)

- SUB GERENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS Y GESTIÓN AMBIENTAL  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACOCHA. Recuperado de:  
<http://www.munipacocha.gob.pe/index.php?pagina=pagina&n=1>
  
- Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2008.  
Definición de relaciones públicas. Recuperado de:  
<https://definicion.de/relaciones-publicas>





## CUESTIONARIO

El presente estudio de investigación tiene como objetivo conocer la percepción del poblador del Distrito de Pacocha acerca del “Proyecto Pacocha Verde” desarrollado por la Municipalidad Distrital de Pacocha. Sus respuestas se mantendrán de manera anónima y confidencial y no serán utilizadas con ningún otro propósito.

**Tiempo de duración aproximada: 10 minutos.**

<b>EDAD:</b>	años	<b>SEXO:</b>	<input type="checkbox"/> <b>H</b>	<input type="checkbox"/> <b>M</b>
--------------	------	--------------	-----------------------------------	-----------------------------------

### I. PERCEPCIÓN DEL “PROYECTO PACOCHA VERDE”.

**1. CONOCE USTED EL “PROYECTO PACOCHA VERDE” DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACOCHA?( si su repuesta es no puede dar por terminado el cuestionario)**

**SÍ**       **NO**

**2. ¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN SOBRE EL “PROYECTO PACOCHA VERDE”?**

Excelente     Muy Buena     Buena     Mala     Muy Mala

### II. EJES DEL PROYECTO.

**3. ¿CONSIDERA QUE LOS PROGRAMAS DEL “PROYECTO PACOCHA VERDE” SON IMPORTANTES PARA MEJORAR LAS BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES DE LOS VECINOS DEL DISTRITO?**

Muy Importantes     Importantes     Regularmente Importantes     Poco Importantes     No Importan

**4.¿CONSIDERA BENEFICIOSOS LOS PROGRAMAS QUE BRINDA EL “PROYECTO PACOCHA VERDE” EN LOS SIGUIENTES TEMAS DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL?:**

	Total acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Total desacuerdo
<b>Manejo de Residuos Sólidos</b>					
<b>Reciclaje</b>					
<b>Limpieza Pública,</b>					

Uso del Agua					
Tenencia Responsable de Mascotas					

**5.¿CÓMO CALIFICA LA PARTICIPACIÓN Y APOYO DE LA POBLACIÓN EN LOS SIGUIENTES PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN DEL PROYECTO “PACCOCHA VERDE”**

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
RECICLAJE,					
USO DEL AGUA					
TENENCIA RESPONSABLE DE MASCOTAS					

**III.DIFUSIÓN Y SENSIBILIDAD AMBIENTAL**

**6. ¿CÓMO CALIFICA LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL QUE HA TOMADO LA MUNICIPALIDAD MEDIANTE EL PROYECTO PACCOCHA VERDE?**

Acciones	Alto Desempeño	Mediano Desempeño	Bajo Desempeño
Seminario de sensibilización			
Programa de segregación			
Formalización de recicladores			
Limpieza pública			
Recolección de residuos separados			
Campaña de limpieza de playas			
Talleres de elaboración de objetos con material reciclable			

**7.¿ESTÁ USTED DE ACUERDO QUE ES UNA VENTAJA PROMOVER LA IMPORTANCIA DEL RECICLAJE A TRAVÉS DE LOS MENSAJES DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO “PROYECTO PACCOCHA VERDE”?**

Total Acuerdo     De Acuerdo     Indeciso     Desacuerdo     Total Desacuerdo

**8. ¿CONSIDERA USTED QUE ES UNA DESVENTAJA, LA FALTA DE CONOCIMIENTO DE LA POBLACIÓN SOBRE TEMAS AMBIENTAL QUE DIFUNDEN LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN, DEL “PROYECTO PACCOCHA VERDE”?**

Total Acuerdo     De Acuerdo     Indeciso     Desacuerdo     Total Desacuerdo

**9. ¿CONSIDERA USTED QUE EL “PROYECTO PACCOCHA VERDE” SATISFACE LA URGENTE NECESIDAD DE CONCIENTIZAR E INVOLUCRAR A LA POBLACIÓN EN TAREAS DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL?**

Total Acuerdo     De Acuerdo     Indeciso     Desacuerdo     Total Desacuerdo

**10. ¿CREE USTED QUE LA DENOMINACIÓN “PACOKHA VERDE” ES FÁCIL DE IDENTIFICAR A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO?**

SÍ  NO

**11. EN EL PROYECTO “PACOKHA VERDE” ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS PERCIBE EN LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL?**

<input type="checkbox"/>	Precisos
<input type="checkbox"/>	Claros
<input type="checkbox"/>	De fácil comprensión
<input type="checkbox"/>	Actualizados
<input type="checkbox"/>	Oportunos

**12. ¿CON QUÉ FRECUENCIA USTED RECIBE MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO “PACOKHA VERDE”?**

Mucha Frecuencia  Regular Frecuencia  Ocasionalmente  Casi Nunca  Nunca

**13. ¿POR QUÉ MEDIO RECIBIÓ USTED LOS MENSAJES DE SENSIBILIZACIÓN DEL PROYECTO “PACOKHA VERDE”? (PUEDE MARCAR MÁS DE UNA OPCIÓN)**

<input type="checkbox"/>	Casa por casa
<input type="checkbox"/>	Instituciones educativas
<input type="checkbox"/>	Masivos. (Perifoneo)
<input type="checkbox"/>	De apoyo
<input type="checkbox"/>	Comunitarios

#### IV. PARTICIPACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD

**14. EN FORMA GENERAL ¿CÓMO CALIFICA LA PARTICIPACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO “PACOKHA VERDE”?**

Excelente  Muy Buena  Buena  Regular  Mala

**15. ¿PARTICIPÓ USTED DE LOS SEMINARIOS Y/O CHARLAS DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL QUE ORGANIZÓ LA MUNICIPALIDAD COMO PARTE DEL PROYECTO “PACOKHA VERDE”?**

TODOS  ALGUNOS  NINGUNO

**16. ¿PARTICIPÓ USTED DE LOS TALLERES Y/O EVENTOS DINÁMICOS DE ELABORACIÓN DE OBJETOS CON MATERIAL RECICLABLE LAS QUE ORGANIZÓ LA MUNICIPALIDAD COMO PARTE DEL PROYECTO “PACOCCHA VERDE”?**

TODOS       ALGUNOS       NINGUNO

**17. ¿CÓMO CONSIDERA O HA ESCUCHADO QUE OTRAS PERSONAS CONSIDERAN LAS VISITAS DE SENSIBILIZACIÓN DE LOS ENCARGADOS DE LA MUNICIPALIDAD A INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO DURANTE EL DESARROLLO DEL PROYECTO “PACOCCHA VERDE”?**

Excelentes  Muy Buenas  Buenas  Regulares  Malas

**18. DE ACUERDO A SU PERCEPCIÓN ¿CONSIDERA QUE EL PERSONAL RESPONSABLE Y LOS PROMOTORES DEL PROYECTO “PACOCCHA VERDE” ESTÁN CAPACITADOS ADECUADAMENTE?**

TODOS       ALGUNOS       NINGUNO

**19. ¿CÓMO PERCIBE EL COMPROMISO POR PARTE DE LA MUNICIPALIDAD EN LA COLOCACIÓN DE CONTENEDORES DEBIDAMENTE ROTULADOS EN LOS PARQUES PRINCIPALES Y ZONAS PÚBLICAS DEL DISTRITO?**

Excelente  Muy Bueno  Bueno  Regular  Malo

**20. ¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN FINAL SOBRE CUMPLIMIENTO Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO “PACOCCHA VERDE” POR PARTE DE LA MUNICIPALIDAD?**

Excelente  Muy Bueno  Bueno  Regular  Malo

Gracias.