



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
UNIDAD DE POSGRADO**

**LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA E IMAGEN INSTITUCIONAL  
EN UN MINISTERIO DEL ESTADO PERUANO, 2021-2022**

**PRESENTADA POR**

**NIEVES BECZABETH TABOADA SUAREZ**

**ASESOR**

**JAIME GABRIEL CASTILLA BARRAZA**

**TESIS**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN RELACIONES  
PÚBLICAS**

**LIMA – PERÚ**

**2023**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
UNIDAD DE POSGRADO**

**LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA E IMAGEN INSTITUCIONAL EN  
UN MINISTERIO DEL ESTADO PERUANO, 2021- 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN RELACIONES  
PÚBLICAS**

**PRESENTADA POR:  
NIEVES BECZABETH TABOADA SUAREZ**

**ASESOR:  
DR. JAIME GABRIEL CASTILLA BARRAZA**

**LIMA, PERÚ  
2023**

## RESUMEN

Esta investigación nació con el objetivo de determinar la relación entre la comunicación estratégica y la imagen institucional en un ministerio del Estado peruano. Describe los elementos y factores de la misma, anticipando que los comunicadores, como actores y ejecutores de las estrategias, forman parte de dichos factores. Debido a la complejidad del tema estudiado la investigación parte de lo cuantitativo para luego aplicar una triangulación concurrente con incidencia en lo cualitativo, siendo una investigación aplicada, que utiliza el método inductivo-deductivo y un diseño descriptivo-correlacional.

La población estudiada son los comunicadores de un ministerio del Estado peruano, cuya labor, realizada en el nivel regional y local, se vincula con el cumplimiento de los objetivos nacionales. Por el enfoque, la investigación tiene muestras para cada técnica de recolección de datos. La cualitativa es de cuatro (04) expertos que trabajan o están relacionados con el Estado, no incluidos en la muestra cuantitativa. La cuantitativa es de 67 comunicadores, responsables y/o ejecutores de la comunicación regional y/o local de una entidad estatal. Se aplicaron entrevista y encuesta, respectivamente.

La conclusión determina la relación entre comunicación estratégica e imagen institucional en una organización, en la cual intervienen múltiples elementos, pero el factor humano es un eslabón de significancia en la misma.

**Palabras clave:** Comunicación, estrategia, imagen, públicos, comunicadores

## **ABSTRACT**

This research was born with the objective of determining the relationship between strategic communication and institutional image in a Peruvian state ministry. It describes the elements and factors involved, anticipating that communicators, as actors and executors of strategies, are part of these factors. Due to the complexity of the subject studied, the research starts from the quantitative and then applies a concurrent triangulation with an impact on the qualitative, being an applied research, which uses the inductive-deductive method and a descriptive-correlational design.

The population studied are the communicators of a Peruvian state ministry, whose work, carried out at the regional and local level, is linked to the fulfilment of national objectives. Because of the approach, the research has samples for each data collection technique. The qualitative sample is of four (04) experts who work or are related to the State, not included in the quantitative sample. The quantitative sample consists of 67 communicators, responsible for and/or executors of regional and/or local communication in a state entity. They were interviewed and surveyed, respectively.

The conclusion determines the relationship between strategic communication and institutional image in an organization, in which multiple elements intervene, but the human factor is a significant link in it.

Keywords: Communication, strategy, image, public, communication, publics.

# REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**REPORTE - TESIS - NIEVES BECZABETH  
TABOADA SUAREZ**

AUTOR

**NIEVES BECZABETH TABOADA SUAREZ**

RECuento DE PALABRAS

**16728 Words**

RECuento DE CARACTERES

**93736 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**100 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**1.4MB**

FECHA DE ENTREGA

**Oct 12, 2023 2:48 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Oct 12, 2023 2:50 PM GMT-5**

## ● 6% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 5% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

## ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado

Resumen