



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

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



NÚMERO:

2024 - 022

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

" Red social Facebook y la imagen institucional de la
Municipalidad Distrital de Parcona."

Presentada por: **CASTAÑEDA CALDERÓN ANGELA CRISTHEL**, del nivel de Pre Grado de la **FACULTAD DE CCTYA**, Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación. El resultado obtenido es: **PORCENTAJE DE SIMILITUD 14 %** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 24 de Abril del 2024.

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

Dr. RAÚL F. CORDOVA TUPAYACHI
DIRECTOR (I)

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
ARQUEOLOGÍA**



INFORME FINAL DE TESIS

Red social Facebook y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona

AUTOR:

CASTAÑEDA CALDERÓN ANGELA CRISTHEL (ORCID.ORG/0009-0001-0312-8363)

ASESOR:

MG. BENDEZÚ HUAROTO JOSÉ JULIO (ORCID.ORG/ 0000-0003-0222-8028)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Sociedad, Desarrollo Sostenible, Políticas Públicas y Ambientales

**Ica – Perú
2024**

Dedicatoria

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, brindándome fortaleza en los momentos difíciles, momentos que me han ayudado a seguir escalando y valorar cada día aún más.

A mis padres Benito Castañeda y Marina Calderón, por ser mis más grandes pilares y mi gran ejemplo a seguir, quienes me han acompañado incesantemente durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, velando por mí en este arduo camino para convertirme en una profesional con ética.

A mis hermanas Corali y Leslie, quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar mi carrera profesional, compartiendo conmigo alegrías, frustraciones y retos.

A mis abuelos Donatila, Domingo, Bernita y Diomedes, quienes siempre están en mi corazón y sé que desde el cielo cuidan y guían mis pasos.

A mi asesor el Mg. José Julio Bendezú Huaroto, a quien agradezco por su tiempo, apoyo y sabiduría transmitida en el desarrollo de mi tesis.

Finalmente agradezco a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto

Agradecimiento

A Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por bríndame una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mi asesor Mg. Bendezú Huaroto José Julio. Sin usted y sus virtudes, su paciencia y constancia este trabajo no lo hubiese logrado fácilmente. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, cuando más las necesite; por estar allí cuando mis horas de trabajo se hacían confusas. Gracias por sus orientaciones.

A mis docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, por sus palabras sabias, sus conocimientos rigurosos y precisos, gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación perseverancia y tolerancia. Donde quiera que vaya, los llevaré conmigo en mí transitar profesional.

A la Municipalidad Distrital de Parcona, mi centro de labores en la actualidad, por brindarme la oportunidad de seguir aprendiendo profesionalmente y permitir realizar mi proyecto de investigación en la entidad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I	Introducción.....	06
II	Estrategia metodológica	09
III	Resultados	14
IV	Discusión	39
V	Conclusiones	42
VI	Recomendaciones.....	43
VII	Referencias bibliográficas	44
VIII	Anexos	46

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Formula alfa de Conbrach.....	10
Figura 2	Base de datos del software IBM SPSS	11
Figura 3	Análisis de confiabilidad.....	12
Figura 4	formula estadística.....	13
Figura 5 al 24	Resultados de la investigación	14- 33
Figura 25	Regresión y dispersión V1 y V2.....	35
Figura 26	Regresión y dispersión D1V1 –V2.....	36
Figura 27	Regresión y dispersión D2V1 – V2.....	37
Figura 28	Regresión y dispersión D3V1 – V2.....	38

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Procesamiento de casos.....	12
Tabla 2	Fiabilidad del instrumento.....	13
Tabla 3	Juicio de expertos.....	14
Tabla 4 al 21	Resultados de la investigación	15-33
Tabla 22	Prueba de normalidad.....	34
Tabla 23	Regresión y dispersión V1 y V2.....	35
Tabla 24	Regresión y dispersión D1V1 –V2.....	36
Tabla 25	Regresión y dispersión D2V1 – V2.....	37
Tabla 26	Regresión y dispersión D3V1 – V2	38

Resumen

El presente informe final de tesis aborda la temática de la red social Facebook y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona, tiene como objetivo identificar la relación de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

El presente estudio es de enfoque cuantitativo de tipo básica, con un nivel descriptivo, porque se caracterizan las variables de estudio en el contexto problemático planteado, describiendo el fenómeno de estudio, observando el comportamiento sin entrar en el terreno de la búsqueda de causas y consecuencias. Es además correlacional, porque trata de explicar la asociación de las variables de estudio, las causas que lo provocó y los efectos que pudieran causar el desarrollo del fenómeno (Hernández et al, 2014).

La presente investigación es no experimental, debido a que los estudios que se realizaron no manipulan deliberadamente las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández - Sampieri y Mendoza, 2018).

Entre los principales hallazgos se puede señalar que existe relación entre la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona. así lo reafirma el valor sigma de 0,000, además de haber obtenido un valor de relación de 0,203 que mostró una correlación baja entre ambas variables de estudio. Se concluye que, a pesar de los esfuerzos de la oficina de imagen institucional de usar las redes sociales en especial el Facebook, la población de Parcona muestra cierta resistencia a vincularse con la red social oficial de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Palabras Claves: Red social, Imagen institucional, Marketing de contenidos.

Abstract

This final thesis report addresses the subject of the social network Facebook and the institutional image of the District Municipality of Parcona, it aims to identify the relationship of the social network Facebook with the institutional image of the District Municipality of Parcona.

The present study has a basic quantitative approach with a descriptive level, because it characterizes the study variables in the problematic context posed, describing the phenomenon under study by observing the behavior without entering the field of the search for causes and consequences. It is also correlational, because it tries to explain the association of the study variables, the causes that provoked it and the effects that could cause the development of the phenomenon (Hernández et al, 2014).

The present research is non-experimental because the studies conducted do not deliberately manipulate variables and only observe the phenomena in their natural environment to analyze them (Hernández - Sampieri and Mendoza, 2018).

Among the main findings it can be noted that there is a relationship between the social network Facebook with the institutional image of the District Municipality of Parcona. this is reaffirmed by the sigma value of 0.000, in addition to having obtained a relationship value of 0.203 which showed a low correlation between both study variables. We conclude that despite the efforts of the institutional image office to use social networks, especially Facebook, the population of Parcona shows some resistance to linking with the official social network of the District Municipality of Parcona.

Keywords: Social Networking, Institutional Image, Content Marketing.

I. Introducción

La investigación se realizó dentro de un contexto social muy particular que es el crecimiento exponencial de las tecnologías de la comunicación. En la actualidad, las instituciones públicas no están exentas del avance de las tecnológicos en especial de las redes sociales. Es innegable que el poder de la tecnología de la información o de los medios de comunicación en las plataformas virtuales ha mejorado áreas esenciales de la vida de las personas. Este estudio buscó identificar la relación de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

La teoría sociológica de las redes sociales es un enfoque estructural que incluye un conjunto de actores finitos. Sus relaciones están formadas por lazos que se conectan a los sujetos con la sociedad, y también establece que las estructuras tienen un impacto en la conducta de los actores (González, 2014, como se cita en Zamora, 2019).

La teoría de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se refiere al conjunto de instrumentos utilizados para promover la propagación de la información, algo que ha sido posible en gran parte gracias a Internet, que ha acelerado el flujo de información. Estas tecnologías representan una transformación en las organizaciones, ya que proporcionan mejores resultados en las estructuras organizativas (Llamosas, 2015, como se cita en Zamora, 2019).

Las redes sociales institucionales y corporativas están siempre vinculadas a su público objetivo. El Parlamento Europeo tiene un perfil en Twitter, Facebook, YouTube y Flirck, mientras que el Banco Central Europeo tiene una cuenta en Twitter y un canal en YouTube. Casi todas las organizaciones políticas están presentes en las cuatro redes sociales mencionadas, y algunas incluso tienen sus propios canales de televisión online. Twitter es la red social más popular entre las instituciones europeas, ya que el 60% de estos organismos tienen un perfil en Twitter. A YouTube le siguen Facebook 50% y Flickr 30%. González. (s.f.).

Las redes sociales más populares tienen como objetivo comunicar, dirigir, informar, comercializar, educar e incluso reunir a grandes grupos de individuos. Debido a que toda la información que se publica en estas redes depende del tipo de cuenta y/o perfil que tenga el usuario, las redes sociales deben considerarse como herramientas de comunicación para las empresas.

El aumento del número de hogares con tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha aumentado exponencialmente en relación con el número de hogares que las utilizan. En el Perú, el 42,2% de los hogares tiene acceso a estos servicios, y la previsión para los próximos años indica que el porcentaje seguirá aumentando (INEI, 2019). Esto inevitablemente se traducirá en un aumento del número de usuarios, ya que el acceso a esta tecnología fomenta la utilización de las redes sociales virtuales.

Esta red social cuenta con más de 1.300.000 usuarios globales que se conectan al menos una vez al año, sin embargo, en el Perú existen aproximadamente 18 millones de usuarios activos, lo que ubica al país en el puesto 23 del ranking mundial, según Owloo (2016).

López García (2015) en su libro *Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio* señala que la revolución digital se caracteriza por la expansión de la tecnología digital y la rápida sustitución de las tecnologías mecánicas y eléctricas por las digitales. Una red social consiste en una estructura desarrollada entre un conjunto de actores finitos que se compone de una serie de relaciones entre los miembros, con dichas personas impactadas por su red de interacciones. (Saffer, 2015, como se cita en Zamora, 2019).

Según la teoría de la percepción, la imagen de una empresa es la visión que el público tiene de ella; por consiguiente, hay que gestionarla bien; si las percepciones transformadas en imágenes son favorables, suscitarán actitudes y acciones positivas, mientras que una mala imagen crea actitudes negativas. (Guarneros, 2014, como se cita en Zamora, 2019).

La imagen institucional es la opinión que el público tiene de la empresa en función de cómo se identifica a través de la marca, las relaciones públicas, los medios de comunicación y otras variables, con el objetivo de construir una imagen corporativa favorable. (Alhadid y Ahmmad, 2016, como se cita en Zamora, 2019).

La imagen institucional interna representa la visión de la empresa desde la perspectiva de sus trabajadores, incluyendo los valores de la empresa, el ambiente de trabajo y el trato a los trabajadores. Por otro lado, la imagen institucional externa se relaciona con la visión desde la perspectiva de los consumidores, que se compone de los esfuerzos publicitarios, de las campañas publicitarias, el marketing y las relaciones públicas; es la perspectiva del cliente, implican los lazos con el público (Solórzano, 2015).

Ibáñez (2002) En su libro *Relaciones Públicas en los negocios*, precisa

“La imagen es un efecto de causas diversas percepciones, sensaciones, que de un modo son asociadas entre sí y con el público. El público es el centro de la imagen mental. La imagen de una empresa es la imagen que está en la cabeza de la gente”. (p.3)

La imagen institucional como la imagen experimentada por su público, que, basándose en sus creencias, intereses y experiencias personales, sociales e históricas, evalúa los rasgos concretos e intangibles de la institución racional y emocionalmente. Una mala impresión de la calidad del servicio puede tener resultados perjudiciales para la imagen institucional. (León Monar, 2020).

En la región se puede advertir diferentes perspectivas de los usuarios respecto a los gobiernos locales situación que se agrava respecto a la percepción que tiene los usuarios respecto al servicio municipal

generándose la desacreditación de una institución. Identificar las causas y sus posibles impactos permitirá tomar medidas preventivas y correctivas para la correcta gestión de estos problemas.

Específicamente en la Municipalidad Distrital de Parcona, materia de investigación se puede advertir que la red social Facebook tiene un alcance de 32,000 seguidores, además de detectar un máximo de reacciones de 53 con una percepción negativa. Asimismo, los compartidos no superan los 10 y son realizados por los trabajadores de la comuna, esta data es recogida del Audience Insights que reemplaza al Facebook Analytics de la institución, por consecuencia creo importante estudiar esta temática a fin de esclarecer las razones de su aguda situación. En tal sentido en la visita a la página de facebook lo corrobora. Municipalidad Distrital de Parcona (s.f).

Por otro lado, al consultar a Zamora (2019) de la Universidad César Vallejo desarrollo la presente investigación “Redes sociales y su relación con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Los Olivos, Lima 2019”, cuyo propósito es determinar la conexión entre las redes sociales y la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Los Olivos, Lima 2019. El estudio se realizó utilizando una metodología hipotético-deductiva y una estrategia cuantitativa. La investigación fue descriptiva, correlacional y aplicada, utilizando una técnica hipotético-deductiva y una metodología cuantitativa. Con un diseño transversal no experimental utilizando una metodología correlacional. Ochenta residentes del distrito de Los Olivos conformaron la muestra del estudio a quienes se encuestó utilizando un cuestionario como herramienta de recolección de datos. Dado que existe una relación positiva y significativa entre las redes sociales y la imagen institucional, se ha identificado en relación al objetivo general del estudio que existe una asociación positiva y significativa entre las variables redes sociales e imagen institucional.

Esta tesis es importante por su relevancia en el ámbito de la comunicación, por la contribución que hace al conocimiento de la red social Facebook y la imagen institucional, así como por los resultados que obtiene, por los propios hallazgos. Además de eso, posibilita que otras investigaciones continúen con esta línea de investigación.

En la búsqueda de esclarecer el conocimiento se plantea la siguiente interrogante de investigación ¿Cómo se relaciona la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona?

La investigación se llevó a cabo de acuerdo con las directrices metodológicas establecidas por la comunidad científica; se han identificado dos variables, redes sociales e imagen institucional; la metodología es cuantitativa, con un enfoque hipotéticamente deductivo; el tipo de investigación es básica, no experimental, transaccional y correlacional; y el diseño es adaptable a otros estudios de naturaleza comparable.

II. Estrategia Metodológica

2.1 Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo básica con un nivel descriptiva, porque se caracterizaron las variables de estudio en el contexto problemático planteado, describiendo el fenómeno objeto de estudio observando el comportamiento sin entrar en el terreno de la búsqueda de causas y consecuencias. Es además correlacional, porque trató de explicar la asociación de las variables de estudio, las causas que lo provocó y los efectos que pudieran causar el desarrollo del fenómeno. (Hernández et al, 2014).

La investigación no experimental es referida en el libro Metodología de la Investigación las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas como:

“Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández - Sampieri y Mendoza, 2018).

Para representar la presente investigación se considera el diseño transversal correlacional. Estos diseños son muy útiles para vincular entre dos o más categorías, ideas o variables en un momento determinado; a veces simplemente en términos correlacionales, otras veces en términos de causa y efecto (Hernández - Sampieri y Mendoza, 2018).

2.2 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Como técnica de recolección de datos, se contó con el empleo de la encuesta, donde Hernández et al, (2014) señala que esta llega a representar a una serie de cuestionamientos que permiten obtener información acerca de un hecho evaluable.

Se utilizó el instrumento de recolección de datos de la encuesta, el mismo que ha sido recabo del trabajo de investigación “Redes sociales y su relación con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Los Olivos, Lima 2019” cuyo autor es Joel Fernando Zamora Acosta, (Zamora, 2019), el instrumento en mención ha sido validado por expertos, sin embargo, para efecto de la aplicación sufre un cambio en el lugar. Se empleó el cuestionario, el cual tuvo 20 preguntas a través de la escala ordinal tipo Likert.

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Para el análisis de la validez de los cuestionarios se utilizó una prueba piloto con 25 encuestas, realizando el coeficiente de consistencia interna, alfa de Conbrach utilizando la presente formula:

Figura 1

Formula Alfa de Conbrach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

DONDE:

K: El número de ítems

S_i^2 : Sumatoria de Varianzas de los Ítems

S_T^2 : Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Nota: Fórmula utilizada para validar los instrumentos

El desarrollo estadístico se realizó con la ayuda del software IBM SPSS y Excel tal como se detalla a continuación:

Confiabilidad del instrumento N 1

El instrumento de recolección de datos se denominó Cuestionario N°1, y consistió en las variables redes sociales con sus dimensiones marketing de contenido, comunidad virtual, comunicación on line, así como la variable imagen institucional con sus dimensiones relaciones públicas, servicio ofrecido, acceso a los servicios, personal de contacto.

Este instrumento consta de un total de 20 preguntas y asignó un valor a cada respuesta con base en la escala de Likert.

Establecida la base de datos en Excel se procedió a calcular la varianza de cada ítem y la varianza total de los ítems, esta información es muy útil para el uso de formula antes mencionada, luego se traslada los datos al Software IBM SPSS a fin de generar una hoja de cálculo con los datos de 25 encuestados independiente de la muestra los que se convirtieron en la prueba piloto.

Figura 2
Base de Datos en el software IBM SPSS

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	4	5	5	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	2
2	3	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	5	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	2
4	3	3	4	4	3	4	5	2	3	5	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
6	2	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2
7	5	4	2	4	1	2	3	3	1	3	1	3	4	3	4	2	4	3	1	2
8	4	4	1	4	1	1	3	2	2	3	2	3	2	5	3	1	2	2	2	1
9	5	5	1	5	3	4	4	3	2	3	1	3	5	5	5	3	3	3	3	3
10	5	5	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	3	5	5	3	3	4	3	3
11	5	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	5	5	5	4	3	3
12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
13	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	4	5	2	3	4	3	4
14	5	5	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	3
15	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
16	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
17	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
18	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
19	4	2	1	3	5	2	2	4	4	2	2	3	2	2	2	4	3	3	2	2
20	5	5	2	5	5	4	4	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
21	4	4	4	4	1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
22	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
23	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4
24	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4

Nota: 25 cuestionarios para la validación de los instrumentos.

Posteriormente con la ayuda del IBM SPSS se aplicó la respectiva formula arrojando un coeficiente de Cronbach de 0,930 el mismo que fue sometido a la tabla de valoración que desarrolla (Chaves-Barbosa, 2018a) en su artículo científico “Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje” lo que quiere decir que su nivel de confiabilidad es excelente.

Tabla 1*Procesamiento de los casos***Resumen del procesamiento de los casos**

	N	%
	25	100,0
Casos	0	,0
	25	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Nota: Resumen de los casos

Tabla 2*Fiabilidad del instrumento***Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	20

Nota: Estado de confiabilidad del instrumento 1

Figura 3*Cuadro de análisis de confiabilidad*

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7[Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Nota: Análisis de confiabilidad (Chaves-Barbosa, 2018b)

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

El instrumento de recolección de datos de la encuesta, se recabó del trabajo de investigación “Redes sociales y su relación con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Los Olivos, Lima 2019” cuyo autor es Joel Fernando Zamora Acosta, (Zamora, 2019), el instrumento en mención ha sido validado por expertos, sin embargo, para efecto de la aplicación sufre un cambio en el lugar.

El instrumento fue sometido a juicio de expertos de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo sede Lima Norte, quienes examinaron y evaluaron el contenido del cuestionario y posteriormente validaron.

Tabla 3

Juicio de expertos, que determinan validez de contenido

N°	Nombre y Apellido	Observación
1	Dr. Vásquez Espinoza Juan Manuel	Apto
2	Dr. Cárdenas Saavedra Abraham	Apto
3	Dr. Alva Arce Rosel Cesar	Apto

Nota: Certificado de validez (Zamora 2019)

Población: La población del estudio estuvo conformada por 54,747 pobladores adultos de 18 a 60 años de ambos sexos del distrito de Parcona (INEI, 2017)

Técnica muestral:

Para el cálculo de la muestra se utiliza la formula estadística siguiente:

Figura 4

Formula estadística

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96

P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0.5

Q = Probabilidad de fracaso = 1 – p

D = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) = 5%

N = Población

Aplicando la fórmula para la selección de la muestra de un total de 54,747 con los índices de confiabilidad del 95% y un 5% de margen de error, nos da como resultado la muestra de 381 participantes que fueron incluidos en el estudio.

Muestra: 381

2.2.1 Análisis e interpretación de los resultados

Para la visualización de datos utilizó las técnicas estadísticas y el software de Excel, con lo que se elaboraron los cuadros y gráficos, donde se registraron los datos recolectados en la investigación.

III Resultados

1. ¿Estás de acuerdo en que las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona son medios de información para el contribuyente?

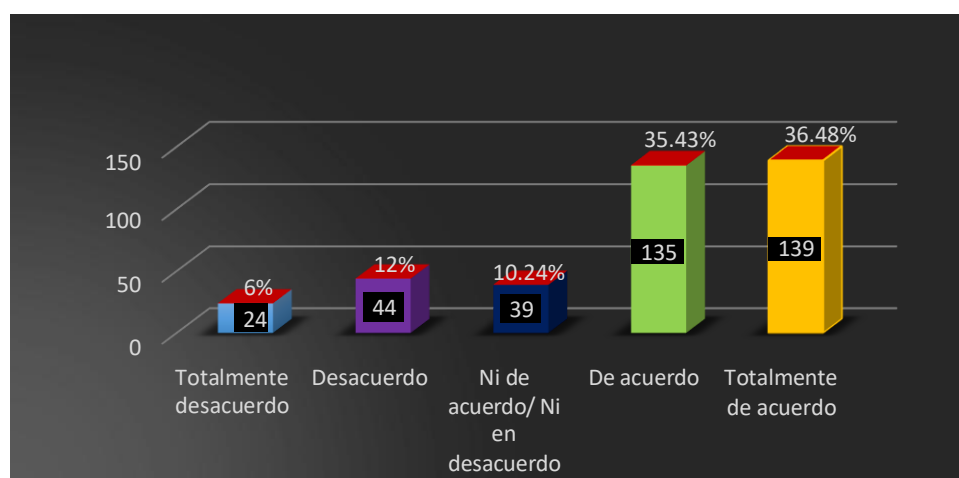
Tabla 4

Redes sociales como medios de información para el contribuyente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	24	6%
Desacuerdo	44	12%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	39	10.24%
De acuerdo	135	35.43%
Totalmente de acuerdo	139	36.48%
TOTAL	381	100%

Figura 5

Uso de redes sociales como medios de información para el contribuyente.



INTERPRETACIÓN

Respecto a la pregunta relacionada sobre las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona como medios de información para el contribuyente, se puede advertir que, del total de encuestados, 135 que equivale al 35.43% señala que las redes sociales son un medio informativo y otros 139 encuestados que equivalen al 36.48% están totalmente de acuerdo en lo dicho anteriormente. Mientras que un porcentaje de encuestados que equivale al 10.24% prefiere no opinar. Con los resultados mencionados podemos interpretar que existe aceptación por la mayoría de encuestados que piensan que el uso de redes sociales como medio informativo es eficiente (71.91%) y un pequeño porcentaje, pero no menos importante del 18% del total opina lo contrario. En consecuencia, este contenido es relevante.

2. ¿Las publicaciones compartidas por la Municipalidad Distrital de Parcona a través de sus redes sociales resulta útil, importante y de calidad?

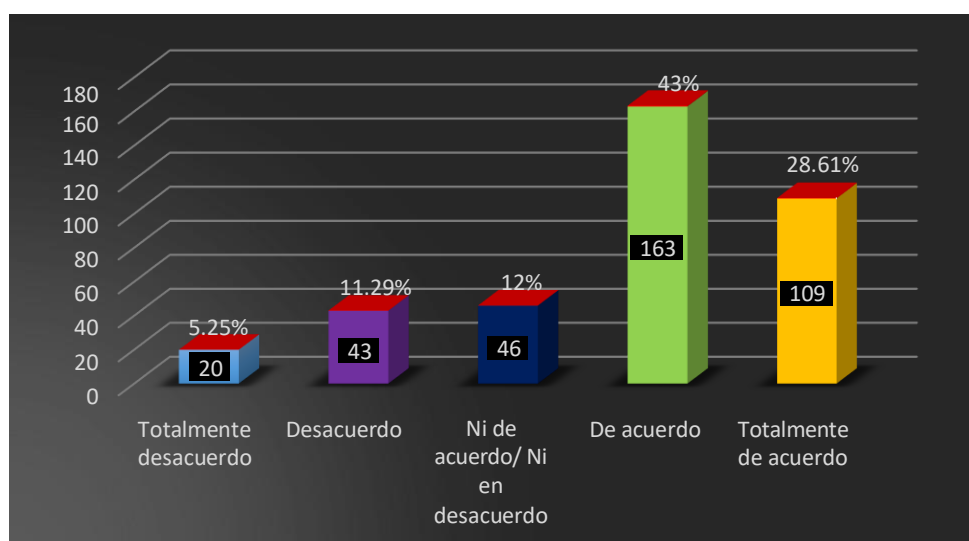
Tabla 3

Utilidad e importancia de la información compartida en redes sociales.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	20	5.25%
Desacuerdo	43	11.29%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	46	12%
De acuerdo	163	43%
Totalmente de acuerdo	109	28.61%
TOTAL	381	100.00%

Figura 6

Utilidad e importancia de la información compartida en redes sociales.



INTERPRETACIÓN

Respecto a la pregunta, si las publicaciones compartidas por la Municipalidad Distrital de Parcona a través de sus redes sociales resultan útil, importante y de calidad. Se puede advertir que, del total de encuestados, 163 que equivale al 43%, está de acuerdo con la información compartida en redes sociales. Un porcentaje del 28.61% (109 encuestados) está totalmente de acuerdo y un 12% (46 encuestados) prefiere no opinar sobre el tema. Por otro lado, pequeños porcentajes equivalentes al 11.29% está en desacuerdo y un 5.25% está totalmente en desacuerdo. Con los resultados, podemos decir que la mayoría que suma un promedio de 272 encuestados y que equivale al 71.61% del total, cree que la información emitida en redes sociales es útil, importante y de calidad. Mientras que un porcentaje del 16.54% opina lo contrario sobre la información compartida en redes. Por ende, este contenido es relevante.

3. ¿Crees que el contenido difundido por la Municipalidad Distrital de Parcona en redes sociales logra captar el interés del usuario?

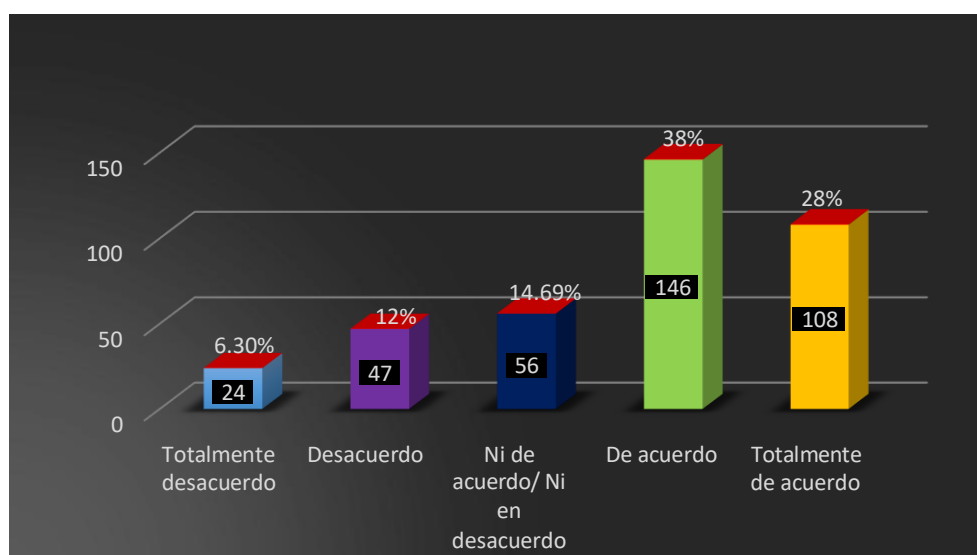
Tabla 4

Interés del público por la información en redes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	24	6.30%
Desacuerdo	47	12%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	56	14.69%
De acuerdo	146	38%
Totalmente de acuerdo	108	28%
TOTAL	381	100.00%

Figura 7

Interés del público por los contenidos difundidos en redes sociales.



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta, sobre el contenido difundido por la Municipalidad Distrital de Parcona en redes sociales y si este logra captar el interés del usuario, podemos advertir que, del total de encuestados, 146 que equivale al 38% del total, opina que está de acuerdo y 108 que equivale al 28%, está totalmente de acuerdo. Mientras que el 14.69% prefiere no comentar sobre el tema, el 12% en desacuerdo y el 6.30% está totalmente en desacuerdo. En consecuencia y en base a los resultados obtenidos, podemos decir que la mayoría siendo 254, equivalente al 66% considera que el contenido difundido por la Municipalidad Distrital de Parcona en sus redes sociales sí capta la atención del usuario.

4. ¿Está de acuerdo con que al ingresar a las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona se adquieren conocimientos acerca de los sucesos relacionados a la institución?

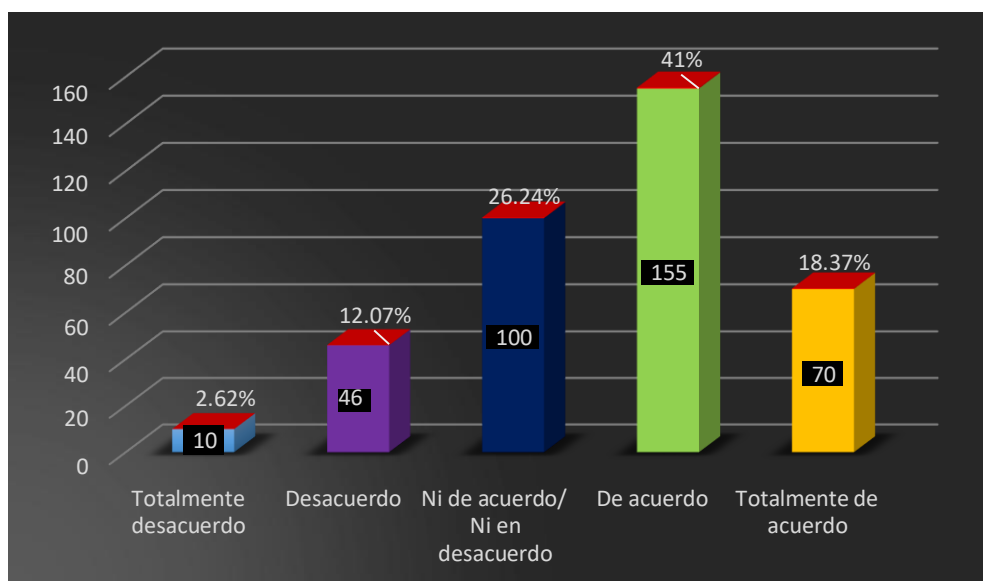
Tabla 5

Adquisición de conocimientos en las redes sociales.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	10	2.62%
Desacuerdo	46	12.07%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	100	26.24%
De acuerdo	155	41%
Totalmente de acuerdo	70	18.37%
TOTAL	381	100.00%

Figura 8

Adquisición de conocimientos al ingresar a las redes sociales



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta, si se está de acuerdo con que al ingresar a las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona se adquieren conocimientos acerca de los sucesos relacionados a la institución, se obtuvo que, del total de encuestados, 155 que equivale al 41% opina que si está de acuerdo y 70 que equivale al 18.37% está totalmente de acuerdo. Un porcentaje del 26.24% prefiere no opinar sobre el tema y un porcentaje bajo se encuentra en desacuerdo. En consecuencia, podemos decir que la mayoría de encuestados representados por el 59.37% del total, creen que, al ingresar a las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona, sí se obtienen conocimientos sobre la institución. Mientras que un 14.69% del total considera que no se obtienen conocimientos sobre la institución en redes sociales.

5. ¿Crees que las opiniones y comentarios de los usuarios contribuyentes en las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona proporcionan información relevante para resolver sus dudas?

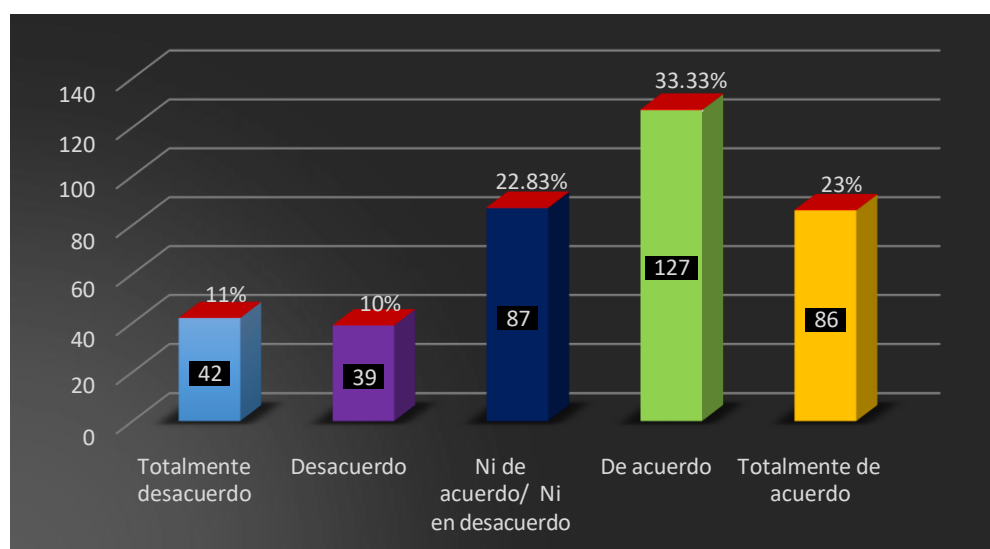
Tabla 6

Relevancia de información compartida por usuarios en las redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	42	11%
Desacuerdo	39	10%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	87	22.83%
De acuerdo	127	33.33%
Totalmente de acuerdo	86	23%
TOTAL	381	100%

Figura 9

Relevancia de información compartida por usuarios en las redes de la municipalidad.



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta, sobre si las opiniones y comentarios de los usuarios contribuyentes en las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona proporcionan información relevante para resolver sus dudas, se obtuvo que, del total, 127 que equivale al 33.33% están de acuerdo con la premisa y 86 que equivale al 23% están totalmente de acuerdo. Un 22.83% prefiere no comentar sobre el tema y un porcentaje menor del 21% no está de acuerdo. En consecuencia, se puede afirmar que una gran mayoría representada por 213 encuestados que equivalen al 56.33% del total, consideran que las opiniones y comentarios de usuarios contribuyentes pueden proporcionar información importante y útil. Mientras que un pequeño porcentaje considera que la información brindada en redes sociales por usuarios contribuyentes es inútil. En consecuencia, este contenido es importante.

6. ¿Considera usted que la Municipalidad Distrital de Parcona interactúa con los contribuyentes a través de sus redes sociales?

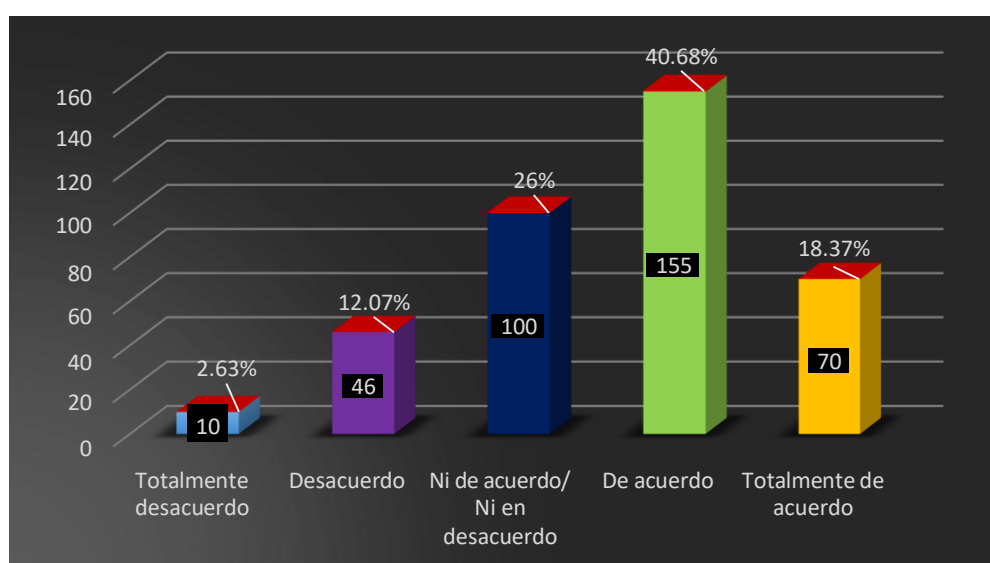
Tabla 7

Nivel de interacción entre contribuyentes y la Municipalidad Distrital de Parcona.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	10	2.63%
Desacuerdo	46	12.07%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	100	26%
De acuerdo	155	40.68%
Totalmente de acuerdo	70	18.37%
TOTAL	381	100.00%

Figura 10

Interacción entre el usuario y la Municipalidad Distrital de Parcona.



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta, sobre la interacción que se da entre la Municipalidad Distrital de Parcona y los contribuyentes mediante las redes sociales, se obtuvo que, del total de encuestados, 155 que equivale al 40.68% opina que está de acuerdo y 70 que equivale al 18.37% está totalmente de acuerdo. Un porcentaje considerable de 100 encuestados que equivalen al 26% del total, prefiere no opinar sobre el tema. Mientras que el 12.07% está en desacuerdo y el 2.63% está totalmente en desacuerdo. En consecuencia, podemos afirmar que la mayoría de encuestados considera que, sí existe una interacción entre la municipalidad distrital de Parcona y sus usuarios a través de las redes sociales, esta opinión la representan 225 encuestados que equivale al 59.05% del total. Sin embargo, también podemos interpretar que existe un desinterés y despreocupación de un porcentaje considerable de encuestados. Por otro lado, existe un porcentaje muy pequeño que piensa que no existe una buena interacción entre la Municipalidad y sus usuarios a través de sus redes sociales. En conclusión, este contenido es relevante.

7.- ¿Las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona proporcionan información sobre la organización de eventos públicos?

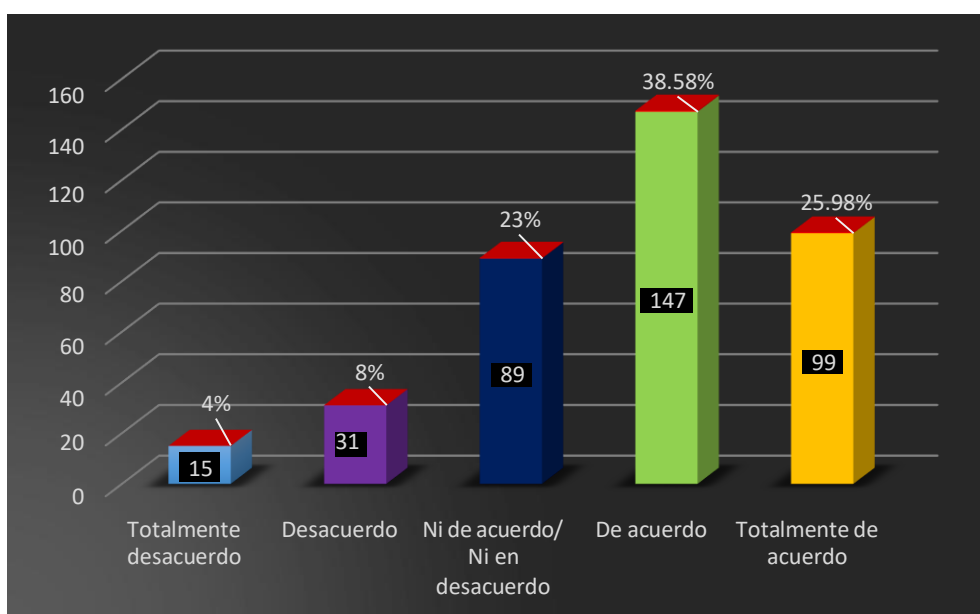
Tabla 8

Información compartida en redes sociales, sobre la organización y difusión de eventos públicos.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	15	4%
Desacuerdo	31	8%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	89	23%
De acuerdo	147	38.58%
Totalmente de acuerdo	99	25.98%
TOTAL	381	100%

Figura 11

Información compartida en redes sobre la organización y difusión de eventos públicos.



INTERPRETACIÓN

En relación a la pregunta anterior, sobre el nivel de difusión de eventos públicos difundidos en las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona, se obtuvo que, del total de encuestados, 147 que equivale al 38.58% está de acuerdo y 99 encuestados que equivale al 25.98% está totalmente de acuerdo. Existe un porcentaje del 23% del total que prefiere omitir la pregunta, un porcentaje del 8% que está en desacuerdo y un 4% que está totalmente en desacuerdo. En consecuencia, la mayoría representada por 246 encuestados que equivalen al 64.56% del total, consideran que la municipalidad distrital de Parcona si emite y difunde información sobre los eventos públicos en sus redes sociales. Mientras que un pequeño porcentaje del 12% representados por 46 encuestados del total, considera que la Municipalidad tiene que trabajar más en la gestión de sus redes sociales.

8.- ¿La Municipalidad Distrital de Parcona responde de forma rápida y clara a las consultas en línea de los contribuyentes?

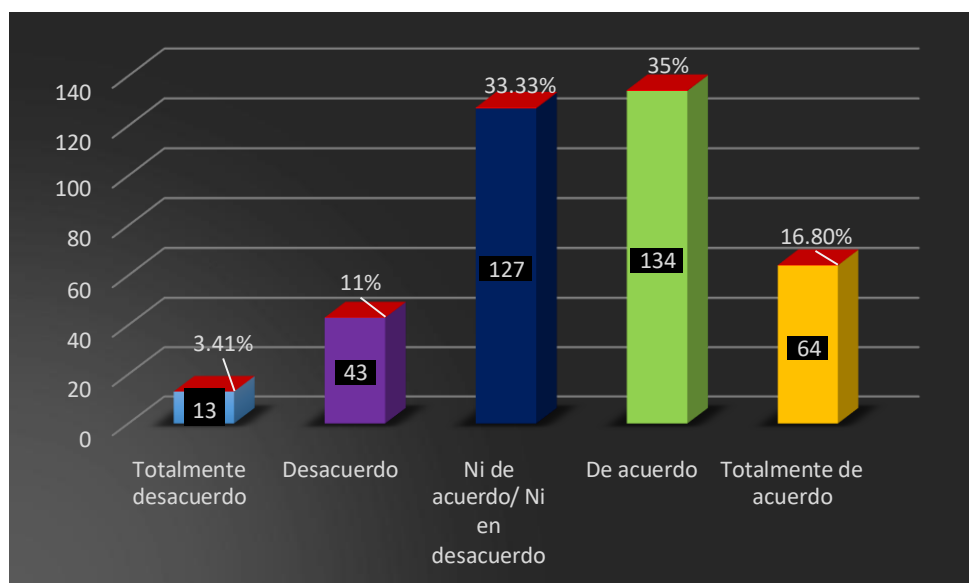
Tabla 9

Efectividad de las respuestas en línea de la municipalidad distrital de Parcona

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	13	3.41%
Desacuerdo	43	11%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	127	33.33%
De acuerdo	134	35%
Totalmente de acuerdo	64	16.80%
TOTAL	381	100.00%

Figura 12

Efectividad de las respuestas en línea de la municipalidad de Parcona.



INTERPRETACIÓN

Respecto a la pregunta anterior, si la municipalidad distrital de Parcona responde de forma rápida y clara a las consultas en línea de los contribuyentes, se obtiene que, del total de encuestados, 134 que equivale al 35% está de acuerdo y 64 que equivale al 16.80% opina que está totalmente de acuerdo. Por otro lado, 127 que equivale al 33.33% prefiere no responder a la pregunta, un 11% representado por 43 encuestados opina que está en desacuerdo y un 3.41% que representa a 13 encuestados del total está en total desacuerdo. En consecuencia, podemos afirmar que la mayoría de encuestados considera que sí se tienen respuestas rápidas en línea por parte de la municipalidad de Parcona, esta afirmación está representada por más de la mitad de encuestados (51.8%). Sin embargo, existe un porcentaje alto que evitó responder la pregunta y un pequeño porcentaje (14.41%), del cual se infiere, que consideran que existen percances o dificultades a la hora de comunicarse con la municipalidad distrital de Parcona mediante la web.

9.- ¿Considera que la Municipalidad Distrital de Parcona permite realizar trámites y pago de tributos en línea de manera suficiente?

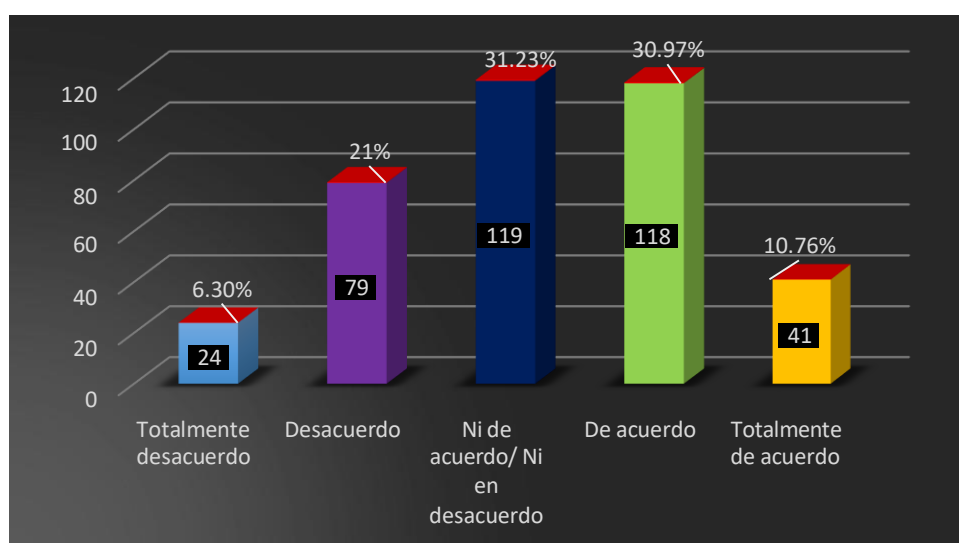
Tabla 10

Contenido referido a las facilidades que te brinda la municipalidad para hacer trámites y pagos.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	24	6.30%
Desacuerdo	79	21%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	119	31.23%
De acuerdo	118	30.97%
Totalmente de acuerdo	41	10.76%
TOTAL	381	100.00%

Figura 13

Contenidos referidos a las facilidades que te brinda la municipalidad para hacer trámites y pagos.



INTERPRETACIÓN

Respecto a la pregunta relacionada, si la municipalidad distrital de Parcona permite realizar trámites y pagos de tributos en línea de manera suficiente, se obtuvo que, del total, 118 que equivale al 30.97% del total está de acuerdo y 41 que equivale al 10.76% está totalmente de acuerdo. Mientras que 119 que equivale al 31.23% prefiere no opinar del tema. Un 21% representados por 79 encuestados no están de acuerdo y un 6.30% representados por 24 encuestados no están totalmente de acuerdo. En consecuencia, podemos afirmar que el 41.76% del total de encuestados, consideran que la municipalidad si te brinda facilidades para realizar trámites y pagos de tribunos en línea de manera eficiente. Mientras que el 27.30% considera que la municipalidad no ofrece facilidades para realizar estos tipos de tramites. Sin embargo, 119 que equivale al 31.23% prefiere no opinar, lo cual es un porcentaje considerable del total de encuestados, lo que podría indicarnos que no saben cómo realizar los procedimientos o que talvez no tienen acceso para hacerlo, entre otras posibles razones. Por lo tanto, este contenido es importante.

10.- ¿Consideras que el desempeño de la Municipalidad Distrital de Parcona a través de sus redes sociales es eficiente?

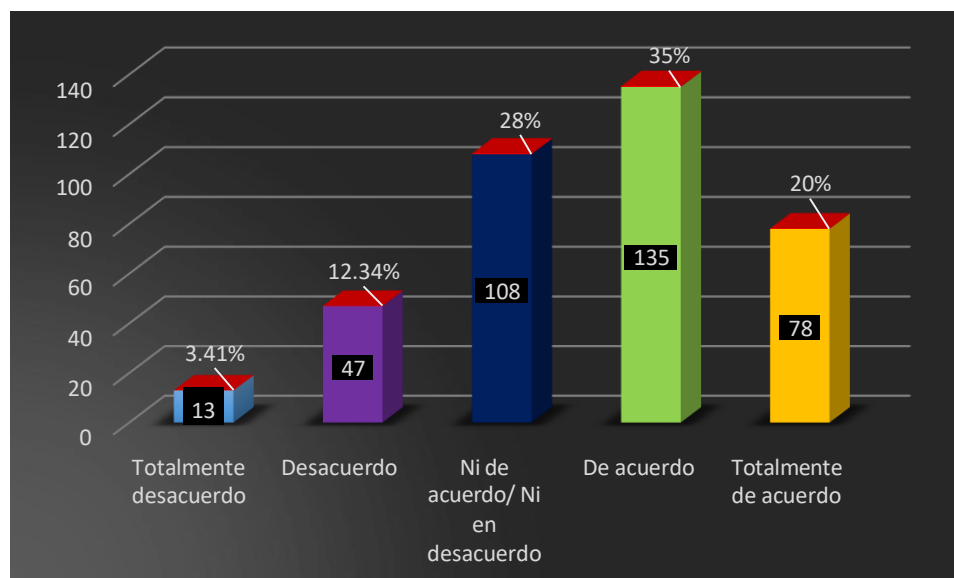
Tabla 11

Desempeño de la Municipalidad de Parcona a través de sus redes sociales.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	13	3.41%
Desacuerdo	47	12.34%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	108	28%
De acuerdo	135	35%
Totalmente de acuerdo	78	20%
TOTAL	381	100.00%

Figura 14

Desempeño de la municipalidad de Parcona a través de sus redes sociales.



INTERPRETACIÓN

Respecto a la pregunta relacionada, sobre el desempeño de la municipalidad distrital de Parcona a través de sus redes sociales y su efectividad, se puede advertir que, del total de encuestados, 135 que equivale al 35% está de acuerdo y 78 que equivale al 20% está totalmente de acuerdo. Un porcentaje del 28% que está representado por 108 encuestados señala que no puede comentar ni opinar sobre el tema en cuestión. Por otro lado, 47 que equivale al 12.34% está en desacuerdo y 13 que equivale al 3.41% está totalmente en desacuerdo. Con los resultados mencionados, podemos interpretar que existe hasta ahora una tendencia por evadir responder ciertas preguntas, en este caso, se dieron 108 encuestados que decidieron no opinar. Sin embargo, la mayoría del total que equivale al 55% de encuestados, opinan que el desempeño de la municipalidad a través de sus redes sociales es eficiente y útil.

11.- ¿Los asuntos de la Municipalidad Distrital de Parcona están abiertos al juicio del público?

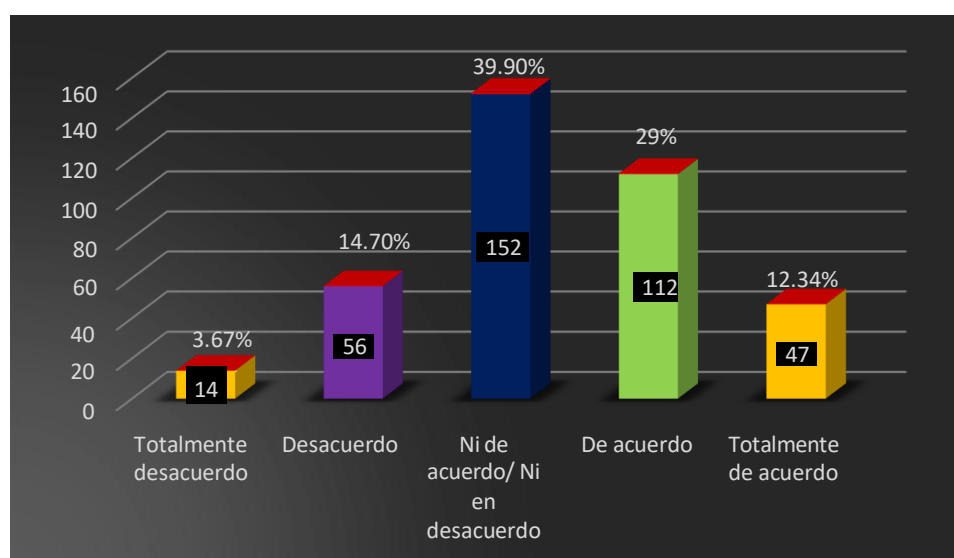
Tabla 12

Contenido referido a los asuntos de la Municipalidad y si estos están abiertos al público.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	14	3.67%
Desacuerdo	56	14.70%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	152	39.90%
De acuerdo	112	29%
Totalmente de acuerdo	47	12.34%
TOTAL	381	100.00%

Figura 15

Contenido referido a los asuntos de la municipalidad y si estos están abiertos al público.



INTERPRETACIÓN

Respecto a la pregunta anterior, sobre los asuntos de la municipalidad distrital de Parcona y si estos están a disposición del público, podemos advertir que, del total de encuestados, un gran porcentaje (39.90%) representados por 152 encuestados, prefieren no opinar o comentar sobre el tema. 112 que equivale al 29% está de acuerdo y el 12.34% está totalmente de acuerdo. Mientras que el 14.70% está en desacuerdo y el 3.67% está totalmente en desacuerdo. En base a lo mencionado, podemos afirmar que solo un porcentaje menor al 41.34% del total considera que los asuntos de la municipalidad están abiertos para el juicio del público, mientras que se infiere que el resto de encuestados piensa que hay ciertas restricciones o prefieren no comentar. En consecuencia, el contenido es relevante.

12.- ¿Consideras que la municipalidad distrital de Parcona mantiene un vínculo de confianza con la población para formar una ciudadanía responsable y participativa?

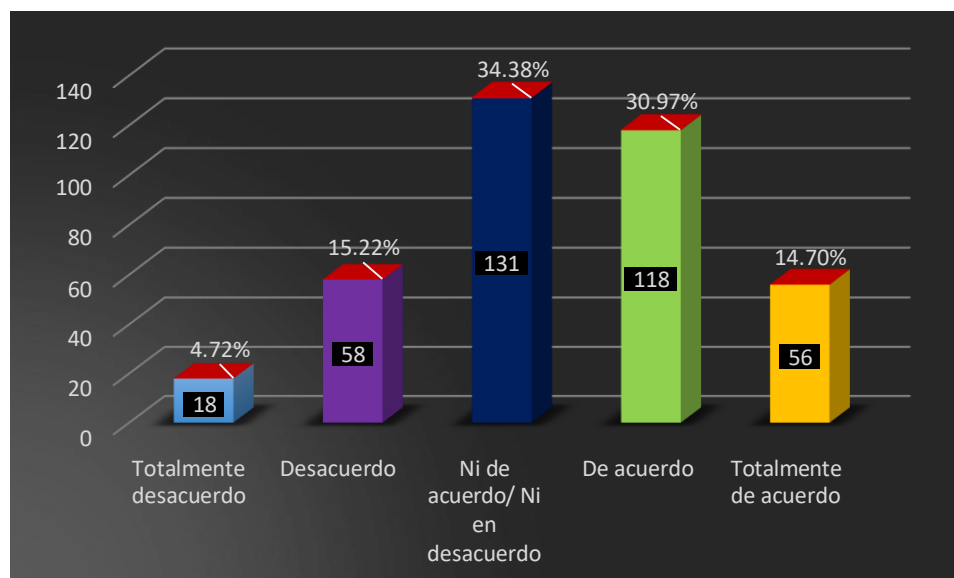
Tabla 13

Vínculo entre la municipalidad y la población para formar una ciudadanía responsable.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	18	4.72%
Desacuerdo	58	15.22%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	131	34.38%
De acuerdo	118	30.97%
Totalmente de acuerdo	56	14.70%
TOTAL	381	100.00%

Figura 16

Vínculo entre la municipalidad y la población para formar una ciudadanía responsable.



INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la pregunta, sobre si la municipalidad distrital de Parcona mantiene un vínculo de confianza con la población para formar una ciudadanía responsable y participativa, se puede advertir que, del total de encuestados, 131 que equivale al 34.38% prefiere no opinar, 118 que equivale al 30.97% está de acuerdo y 56 que equivale al 14.70% está totalmente de acuerdo. Mientras que el 15.22% está en desacuerdo y el 4.72% está en total desacuerdo. Entonces, en base a lo mencionado, podemos interpretar que la gran mayoría de los encuestados prefieren no opinar o comentar nada acerca del temay que solo el 45.67% piensa que existe un vínculo de confianza entre ambas entidades (municipalidad y pueblo) y que esto fomenta la participación ciudadana responsable. Mientras que un 19.94% opina que no existe dicho vínculo entre las autoridades y su pueblo. En consecuencia, el contenido es importante.

13.- ¿La municipalidad de Parcona contribuye activa y voluntariamente en programas de ayuda social?

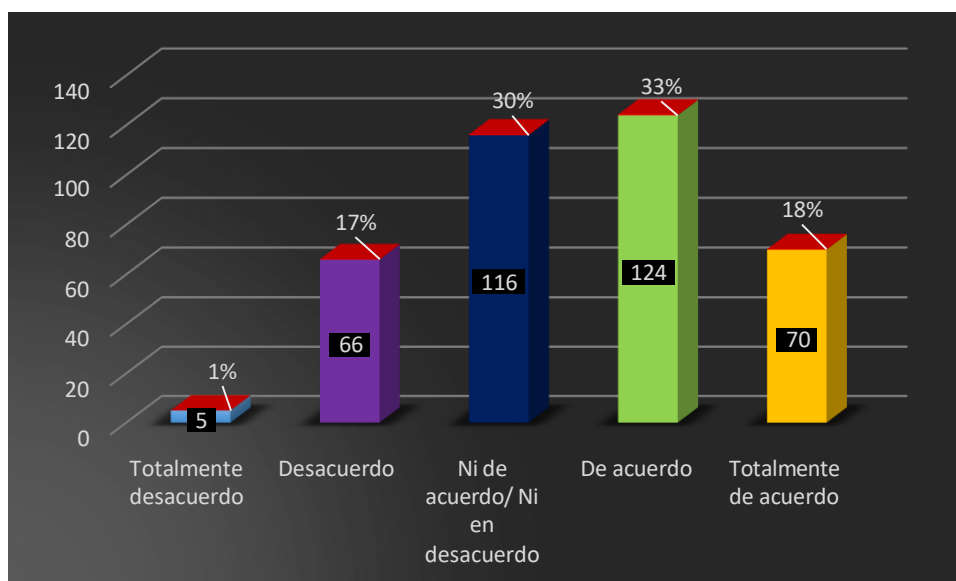
Tabla 14

Voluntariado en programas de ayuda social por parte de la Municipalidad de Parcona.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	5	1%
Desacuerdo	66	17%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	116	30%
De acuerdo	124	33%
Totalmente de acuerdo	70	18%
TOTAL	381	100%

Figura 17

Voluntariado en programas de ayuda socia por parte de la Municipalidad de Parcona.



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta relacionada, sobre si la municipalidad distrital de Parcona contribuye activa y voluntariamente en programas de ayuda social, se obtuvo que, del total de encuestados, 124 que equivale al 33% están de acuerdo, 70 que equivale al 18% están totalmente de acuerdo y 116 que equivale al 30% prefieren no comentar nada al respecto. Mientras que 66 que equivale al 17% están en desacuerdo y 5 que equivale al 1% están en total desacuerdo. En base a la información anterior, se puede afirmar que un porcentaje del 51% del total de encuestados, opina que la municipalidad sí contribuye en programas de ayuda social. Asimismo, un pequeño porcentaje del 18% del total considera que la municipalidad no interviene en eventos de proyección social o voluntariados que ayuden a la población. En consecuencia, el contenido es relevante

14.- ¿La municipalidad distrital de Parcona ejecuta y supervisa de manera eficiente las obras publicas para la mejora social?

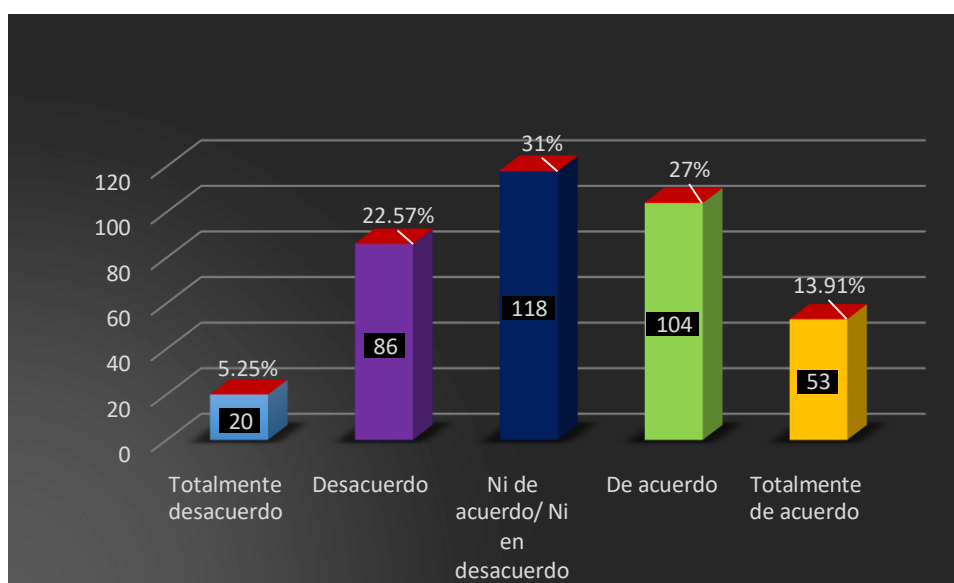
Tabla 15

Gestión y supervisión de la municipalidad con respecto a sus obras públicas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	20	5.25%
Desacuerdo	86	22.57%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	118	31%
De acuerdo	104	27%
Totalmente de acuerdo	53	13.91%
TOTAL	381	100.00%

Figura 18

Gestión y supervisión de la municipalidad con respecto a sus obras públicas.



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta anterior, si la municipalidad distrital de Parcona ejecuta y supervisa de manera eficiente las obras públicas para la mejora social, se obtuvo que, del total de encuestados, 104 que equivale al 27% está de acuerdo en la gestión y 53 que equivale al 13.91% está totalmente de acuerdo. Mientras que un porcentaje considerado del 31% del total, representado por 118 encuestados, prefiere no opinar ni comentar nada al respecto. Otro 22.57% representado por 86 encuestados opinan que están en desacuerdo y el 5.25% que representa a 20 encuestados dicen que están en total desacuerdo. Es por ello que se puede afirmar que un porcentaje de 40.91% del total considera que la municipalidad si ejecuta y supervisa sus obras publicas de manera exitosa, mientras que el 27.82% del total piensa que la municipalidad hace una mala gestión. En consecuencia, el contenido es importante.

15. ¿Considera usted que la municipalidad distrital de Parcona mantiene el control y supervisión de los servicios sociales como el orden público y limpieza del distrito?

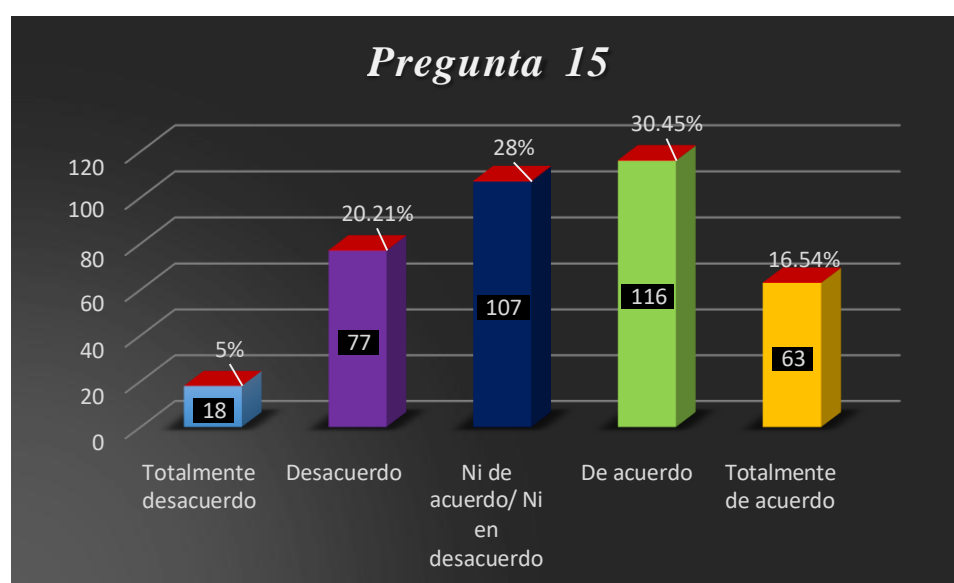
Tabla 16

Control y manejo de los servicios sociales por parte de la Municipalidad Distrital de Parcona.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	18	5%
Desacuerdo	77	20.21%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	107	28%
De acuerdo	116	30.45%
Totalmente de acuerdo	63	16.54%
TOTAL	381	100.00%

Figura 19

Control y manejo de los servicios sociales por parte de la Municipalidad Distrital de Parcona



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta anterior, sobre si la municipalidad distrital de Parcona mantiene el control y supervisión de los servicios sociales como el orden público y limpieza del distrito, se obtuvo que, del total de encuestados, 116 que equivale al 30.45% del total está de acuerdo en que la municipalidad mantiene un buen control y supervisión y 63 que equivale al 16.54% está más convencido aún de la gestión en servicios sociales. Un porcentaje del 28% del total prefiere no responder la pregunta, un 20.21% está en desacuerdo y un 5% está en total desacuerdo con la gestión. Entonces, en base a estas respuestas podemos inferir que 179 encuestados equivalentes al 46.99% del total, opinan que la municipalidad si tiene un manejo y control sobre los servicios sociales, manteniendo el orden y la limpieza del distrito. Mientras que los demás encuestados no opinan o piensan lo contrario.

16. ¿Considera usted que la municipalidad distrital de Parcona proporciona información precisa acerca de los servicios requeridos por el contribuyente?

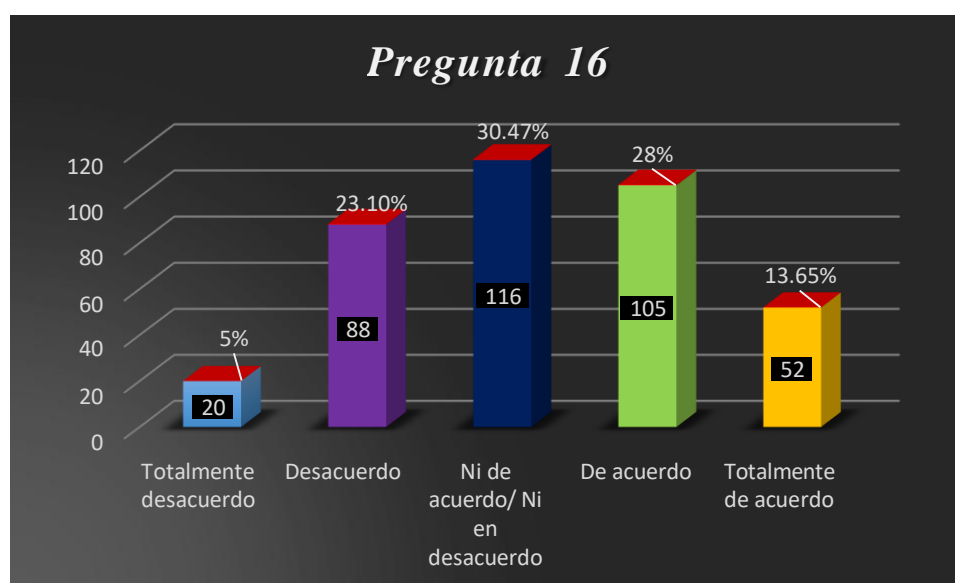
Tabla 17

Información sobre servicios al contribuyente por parte de la Municipalidad.

Alternativa	Frecuencia	Total
Totalmente desacuerdo	20	5%
Desacuerdo	88	23.10%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	116	30.47%
De acuerdo	105	28%
Totalmente de acuerdo	52	13.65%
TOTAL	381	100%

Figura 20

Información sobre servicios al contribuyente por parte de la Municipalidad



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta, si considera que la municipalidad distrital de Parcona proporciona información precisa acerca de los servicios requeridos por el contribuyente, se obtuvo que, del total de encuestados, 105 que equivale al 28% está de acuerdo y 52 que equivale al 13.65% está totalmente de acuerdo. Mientras que un porcentaje de 30.47% representado por 116 encuestados, prefiere evadir la pregunta. El 23.10% representado por 88 encuestados están en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo. Por ende y en base a los resultados obtenidos durante la encuesta, podemos afirmar que un porcentaje regular considera que la municipalidad si proporciona información sobre los servicios que puede requerir el usuario o el pueblo, esto último está representado por la aprobación de un porcentaje del 41.65% del total. Mientras que un pequeño porcentaje no opina o está en desacuerdo. En consecuencia, el contenido es relevante.

17. ¿La municipalidad distrital de Parcona facilita el acceso a la información sobre la administración tributaria?

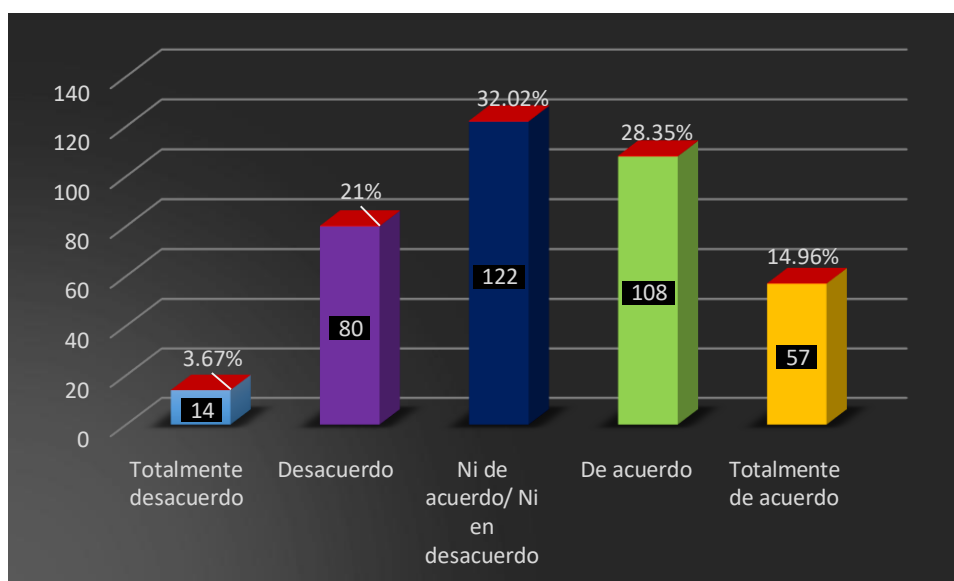
Tabla 18

Acceso a la información sobre la administración tributaria por parte de la Municipalidad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	14	3.67%
Desacuerdo	80	21%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	122	32.02%
De acuerdo	108	28.35%
Totalmente de acuerdo	57	14.96%
TOTAL	381	100.00%

Figura 21

Acceso a la información sobre la administración tributaria por parte de la municipalidad



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta, si la municipalidad distrital de Parcona facilita el acceso a la información sobre la administración tributaria, se obtuvo que, del total de encuestados, 108 que equivale al 28.35% están de acuerdo y 57 que equivale al 14.96% totalmente de acuerdo. Mientras que 122 que equivale al 32.02% del total de encuestados prefiere no responder a la interrogante, el 21% representado por 80 encuestados están en desacuerdo y el 3.67% representados por 14 encuestados están en total desacuerdo con lo dicho. En base a estos resultados, podemos afirmar que un porcentaje regular del 43.31% del total, opina que la municipalidad si brinda acceso a la información sobre la administración tributaria y un porcentaje del 24.67% piensa que la municipalidad no brinda dicho acceso para ver la administración tributaria pública. En consecuencia, el contenido es importante.

18. ¿La municipalidad distrital de Parcona ante una consulta o reclamo, proporciona una respuesta al contribuyente para solucionar su duda o inconveniente?

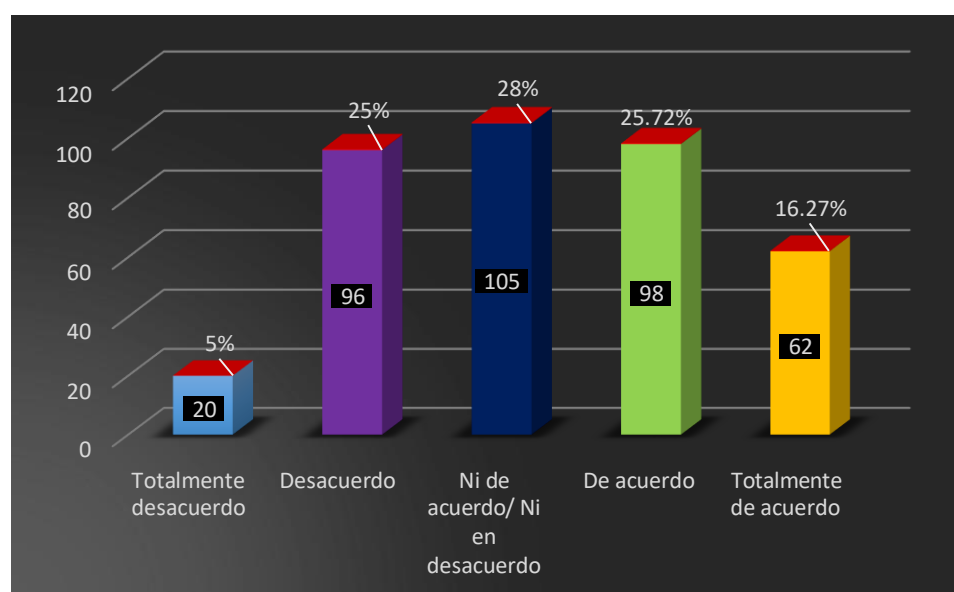
Tabla 19

Respuesta de la Municipalidad de Parcona ante dudas o inconvenientes del contribuyente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	20	5%
Desacuerdo	96	25%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	105	28%
De acuerdo	98	25.72%
Totalmente de acuerdo	62	16.27%
TOTAL	381	100.00%

Figura 22

Respuesta de la municipalidad de Parcona ante dudas o inconvenientes del contribuyente.



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta anterior, si la municipalidad distrital de Parcona ante una consulta o reclamo, proporciona una respuesta al contribuyente para solucionar su duda o inconveniente, se obtuvo que, del total, 98 que equivale al 25.72% está de acuerdo y 62 que equivale al 16.27% está totalmente de acuerdo. También existe un porcentaje del 28% que es representado por 105 encuestados, que prefirieron no comentar nada. Un 25% está en desacuerdo y un 5% en total desacuerdo. En consecuencia, podemos afirmar que un porcentaje regular del 42% considera que la municipalidad de Parcona responde inmediatamente ante dudas o reclamos del contribuyente. Sin embargo, entre quienes no aprueban la gestión y quienes prefieren no opinar, se llega a un porcentaje de 58%, siendo este mayor que quienes sí aprueban la gestión. En consecuencia, la información presentada es importante.

19. ¿El personal de atención de la municipalidad distrital de Parcona mantiene una buena actitud de servicio al contribuyente?

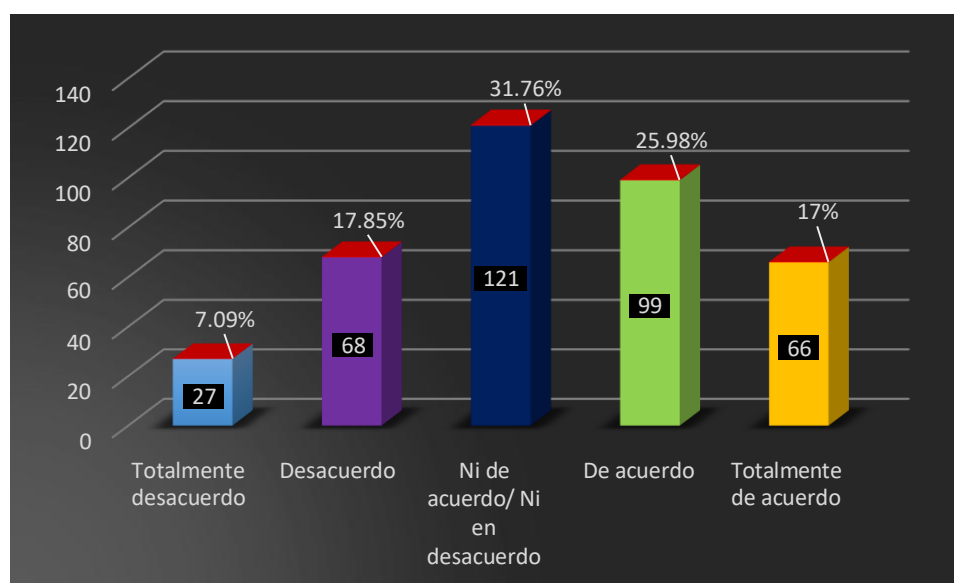
Tabla 20

Actitud del personal que labora con respecto a la atención al cliente.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	27	7.09%
Desacuerdo	68	17.85%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	121	31.76%
De acuerdo	99	25.98%
Totalmente de acuerdo	66	17%
TOTAL	381	100%

Figura 23

Actitud del personal que labora con respecto a la atención al cliente



INTERPRETACIÓN

Con respecto a la pregunta anterior, si el personal de atención de la municipalidad distrital de Parcona mantiene una buena actitud de servicio al contribuyente, se obtuvo que, del total de encuestados, 99 que equivale al 25.98% está de acuerdo y un 66 que equivale al 17% está en total acuerdo. Un porcentaje de 31.76% que representan a 121 encuestados prefieren no opinar. El 17.85% está en desacuerdo y el 7.09% está en total desacuerdo. Entonces, en base a los resultados presentados, podemos afirmar que el 42.98% del total opina que la atención de los trabajadores de la municipalidad de Parcona ofrece un servicio de atención al cliente o contribuyente respetuoso y amable, mientras que un 24.94% piensa que deben trabajar en la atención brindada. En consecuencia, esta información es relevante.

20. ¿Considera usted que el personal de atención al contribuyente de la municipalidad distrital de Parcona se encuentra capacitado para el servicio efectuado?

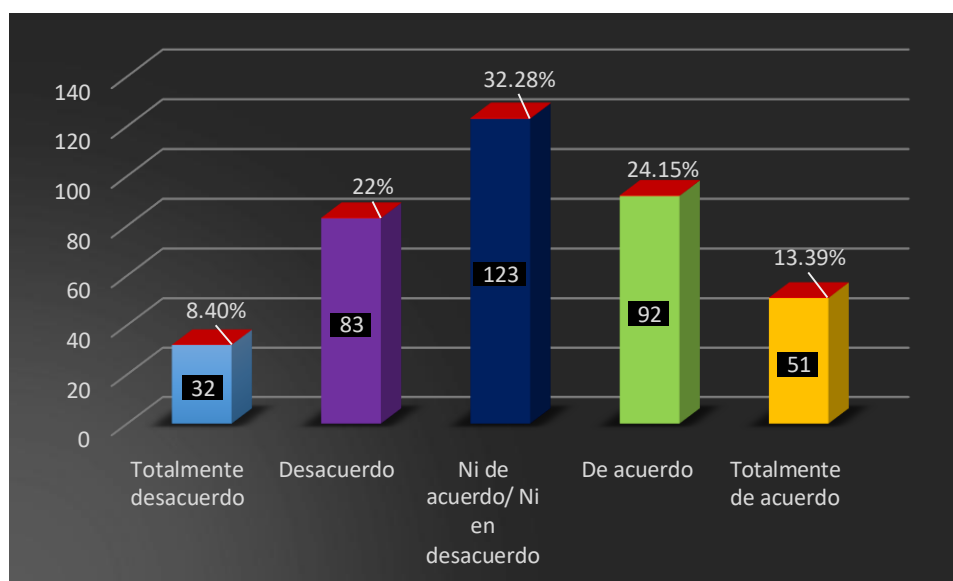
Tabla 21

Capacitación del personal de la Municipalidad de Parcona que brinda atención al contribuyente.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL
Totalmente desacuerdo	32	8.40%
Desacuerdo	83	22%
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	123	32.28%
De acuerdo	92	24.15%
Totalmente de acuerdo	51	13.39%
TOTAL	381	100.00%

Figura 24

Capacitación del personal de la Municipalidad de Parcona que brinda atención al contribuyente.



INTERPRETACIÓN

Con relación a la pregunta anterior, sobre si el personal de atención al contribuyente de la municipalidad distrital de Parcona se encuentra capacitado para el servicio efectuado, se puede obtener que 92 que equivale al 24.15% están de acuerdo en que la capacitación es adecuada y 51 que equivale al 13.39% está totalmente de acuerdo. Un porcentaje del 32.28% prefiere no comentar sobre el tema, el 22% representado por 83 encuestados están en desacuerdo y el 8.40% representados por el 32, están en total desacuerdo. En base a lo mencionado, podemos afirmar o inferir que el 37.54% del total considera que el personal recibe una capacitación correcta que demuestra en su atención al contribuyente, mientras que el 30.4% piensa que la atención no es muy buena. En consecuencia, esta información resulta de utilidad.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Luego de procesada la información recogida en el trabajo de campo, se desarrolló la estadística procedió a realizar la prueba de normalidad, utilizando el software IBM SPSS, se aplicó el cálculo a las variables de estudio, redes sociales e imagen institucional y cuyo nivel de significancia es de ,000, presentando la prueba de Kolmogorov-Smirnov^a significancia y mayor exactitud y en virtud a que la muestra es mayor a 50 se decidió por el estadístico antes mencionado y cuyo resultado es Valor de P =

0.000 = 00%, por tanto la lectura del P valor es igual a una probabilidad de error del 00% , por tanto se acepta que la Hipótesis 1 es verdadera, tomando la decisión que la distribución de variable aleatoria no es distinta a la distribución normal. En esa línea, se determinó una prueba no paramétrica, en este caso en particular se usa el análisis estadístico: Rho de Spearman

Tabla 22

Pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov^a

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Redes Sociales	,70	381	,000	,977	381	,000
Imagen institucional	,73	381	,000	,978	381	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Nota: Pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov^a

La característica más saltante del coeficiente de Spearman es su condición de no paramétrico, es decir, que no tenga una distribución de probabilidad, esto robustece este tipo estadística. Cuando no existe una distribución normal y las mediciones se realizan en una escala ordinal, es posible determinar la correlación o conexión entre las dos variables utilizando este método, aunque no exista una distribución normal. Se determina empleando un conjunto de rangos que se han definido, los supuestos son menos rigurosos, es capaz de aceptar la presencia de extraños, lo que significa que está abierto a aceptar ciertas desviaciones de la norma. La existencia de una correlación fuerte por sí sola no debe utilizarse como único criterio para determinar si existe o no una conexión entre una causa y un efecto, sino que también debe estar presente el conocimiento de la relación natural entre las variables. En comparación con el coeficiente de Pearson, tiene una menor sensibilidad a los valores que se desvían significativamente del rango esperado. Cuando se comparan dos enfoques diferentes para analizar el mismo fenómeno, el coeficiente de correlación no es la métrica adecuada. (Gorgas y Cardiel, 2011)

El coeficiente de correlación de Pearson es un índice cuyos valores absolutos oscilan entre 0 y 1, si tenemos dos variables X e Y, entonces definimos el coeficiente de correlación de Pearson entre estas dos variables. (Zhao et al., 2022)

Establecido el análisis estadístico: Rho de Spearman se procedió a realizar la correlación de las variables en mención formulándose para tal efecto la hipótesis nula y la hipótesis alternativa.

Hipótesis General

Ho No existe relación entre la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Ha Existe relación entre la red social Facebook se relaciona con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Tabla 23

Correlación de variable independiente y variable dependiente

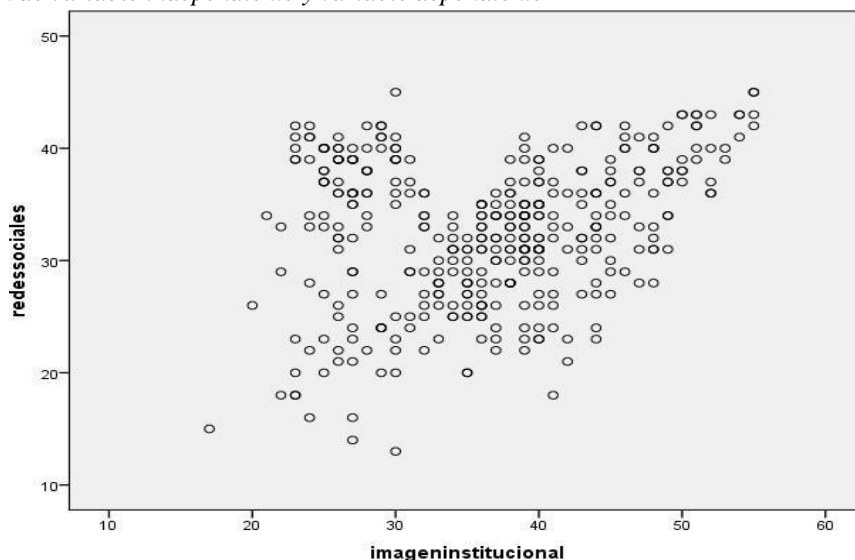
Correlaciones			
		V1	V2
		Coefficiente de correlación	1,000
Rho de Spearman	V1 Red Social	Sig. (bilateral)	,000
		N	381
		Coefficiente de correlación	,203**
	V2 Imagen institucional	Sig. (bilateral)	,000
		N	381

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Base de Datos en el software IBM SPSS

Figura 25

Correlación de variable independiente y variable dependiente



Nota: Grafico de dispersión de la correlación de Variable independiente y variable dependiente

En consecuencia, si existe correlación baja de 0,203 con alto nivel de significancia porque el p-valor es 0 y es menor a alfa que es 0,05 es decir $p\text{-valor} < \alpha$ por los tanto se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Especifica 1

Ho No existe relación entre el uso del marketing de contenidos de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Ha Existe relación entre el uso del marketing de contenidos de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Tabla 24

Correlación de dimensión 1 de la variable 1 con la variable 2

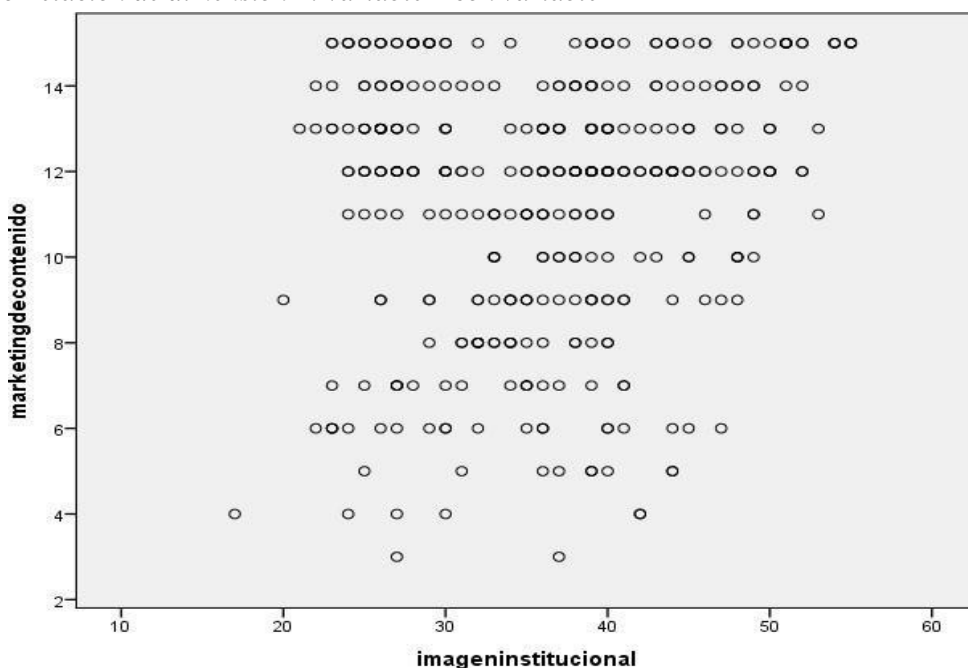
Correlaciones			D1 V1	V2
Rho de Spearman	D1 Marketing de contenido V1	Coefficiente de correlación	1,000	,127**
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	381	381
	V2 Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,127**	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	381	381

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Base de Datos en el software IBM SPSS

Figura 26

Correlación de dimensión 1: variable 1 con variable 2



Nota: Grafico de dispersión de la correlación de variable 1 con dimensión 1 de variable 2

En consecuencia, si existe correlación baja de 0,127 con alto nivel de significancia porque el p-valor es 0 y es menor a alfa que es 0,05 es decir $p\text{-valor} < \alpha$ que es 0,05 por los tanto se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Especifica 2

Ho No existe relación entre la comunidad virtual de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Ha Existe relación entre la comunidad virtual de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona

Tabla 25

Correlación de dimensión 2 de la variable 1 con la variable 2

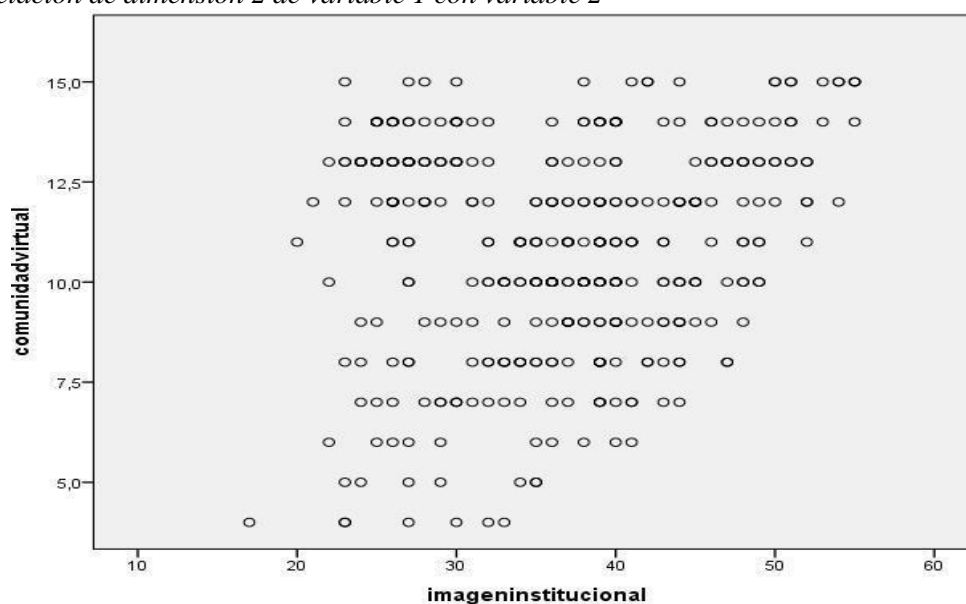
Correlaciones				
		D2 V1	V2	
Rho de Spearman	D2 Comunidad virtual	Coefficiente de correlación	1,000	,116**
		Sig. (bilateral)	.	,024
	V1	N	381	391
		Coefficiente de correlación	,116**	1,000
	V2 Imagen institucional	Sig. (bilateral)	,024	.
		N	381	381

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Base de Datos en el software IBM SPSS

Figura 27

Correlación de dimensión 2 de variable 1 con variable 2



Nota: Grafico de dispersión

En consecuencia, si existe correlación baja de 0,116 con alto nivel de significancia porque el p-valor es 0 y es menor a alfa que es 0,05 es decir $p\text{-valor} < \alpha$ por los tanto se rechaza la hipótesis nula

Hipótesis Especifica 3

Ho No existe relación entre la comunicación online de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona

Ha Existe relación entre la comunicación online de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona

Tabla 26

Correlación de dimensión 3 de variable 1 con variable 2

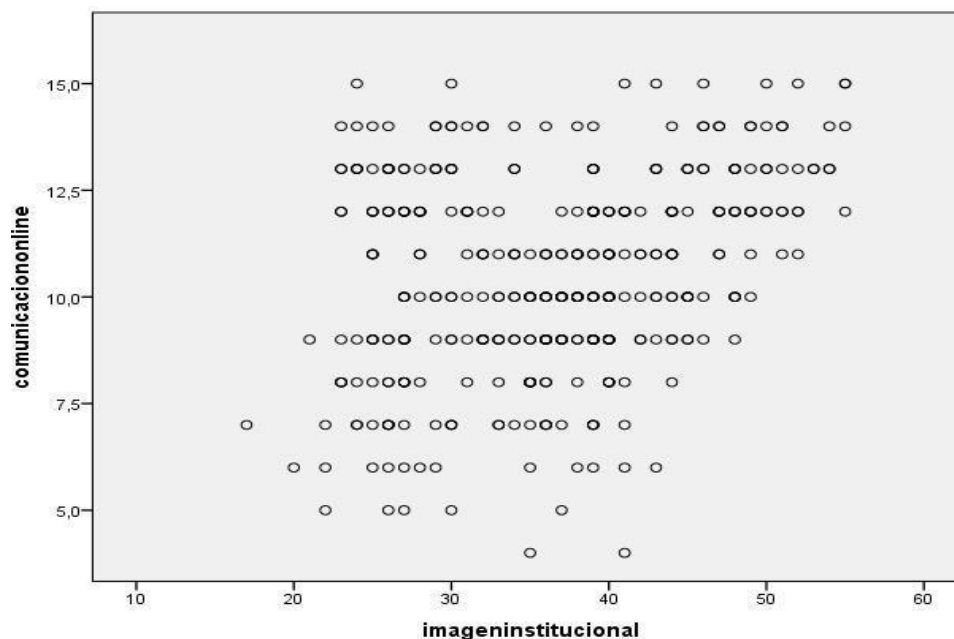
Correlaciones				
		V1	D3V2	
Rho de Spearman	D3 Comunicación online	Coefficiente de correlación	,282**	
		Sig. (bilateral)	,000	
	V1	N	381	
			381	
	V2 Imagen institucional	Coefficiente de correlación	,282**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N	381	381	

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Base de Datos en el software IBM SPSS

Figura 28

Correlación de dimensión 2 de variable 1 con variable 2



Nota: Grafico de dispersión

En consecuencia, si existe correlación baja de 0,282 según con alto nivel de significancia porque el p-valor es 0 y es menor a alfa que es 0,05 es decir $p\text{-valor} < \alpha$, 0,05 por los tanto se rechaza la hipótesis nula

IV Discusión

Respecto al objetivo general

Identificar la relación de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona, los resultados señalaron que con un valor sigma de 0,000 se demostró la presencia de una relación entre la red social y la imagen institucional, además de haber obtenido un valor de relación de 0,203 que mostró una correlación baja entre ambas variables.

Los resultados alcanzados se sostienen en la teoría de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que refiere al conjunto de instrumentos utilizados para promover la propagación de la información, Estas tecnologías representan una transformación en las organizaciones, ya que proporcionan mejores resultados en las estructuras organizativas (Llamosas, 2015, como se cita en Zamora, 2019).

La teoría sociológica de las redes sociales es un enfoque estructural que incluye un conjunto de actores finitos. Sus relaciones están formadas por lazos que se conectan a los sujetos con la sociedad, y también establece que las estructuras tienen un impacto en la conducta de los actores (González, 2014, como se cita en Zamora, 2019)

Reafirmando más aún los resultados podemos confrontarlos con el trabajo de investigación “Imagen institucional en las redes sociales campaña social” de Quijije (2019) quien determinó que las redes sociales no son utilizadas como debe ser para las actividades de la institución educativa, causando malestar y desconocimiento entre los miembros de la Unidad Educativa Universitaria Dr. Francisco Huerta Rendón y el público en general. A pesar de la existencia de Facebook y otras páginas digitales más actualizadas, la falta de tácticas de marketing educativo deja mucho que desear, nadie se preocupa de difundir la actividad académica ni siquiera la considera importante.

Por otro lado, Abarca (2018) en su tesis “Uso de las redes sociales y su repercusión en la imagen corporativa de la Clínica Valle sur, percibida por los pacientes, Arequipa 2018” señaló que existe una correlación entre el uso de Facebook y la imagen corporativa de la clínica. Sin embargo, cree que el uso de la red social Facebook de la clínica Valle sur es insuficiente, la mayoría de los pacientes no reciben actualizaciones continuas a través de esta red social. Este medio no transmite información constantemente.

En cuanto al objetivo específico 1

Identificar la relación del uso del marketing de contenidos de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona, los resultados señalaron que con un valor sigma de 0,013 se demostró la presencia de una relación entre el marketing de contenido con la

imagen institucional, además de haber obtenido un valor de relación de 0,127 que mostró una correlación baja entre ambas variables.

Para reafirmar nuestros resultados es necesario referirnos a la teoría de las hipermediaciones de Carlos Scolari que la define como el proceso para desarrollar de una estrategia que involucra al público objetivo en la creación de contenidos relevantes, valiosos y atractivos, generando así una percepción favorable en la mente de los usuarios. El autor define las hipermediaciones como "procesos de intercambio simbólico, producción y consumo que se producen en un entorno caracterizado por un gran número de sujetos, medios y lenguajes tecnológicamente reticulados entre sí." (Scolari, 2008). En esa línea Pulizzi, señala que el marketing de contenido es el proceso de crear y distribuir contenidos valiosos el mismo que debe ser útil, enfocado en aspectos de interés colectivo, claro, original y de alta calidad (Pulizzi, 2013, como se cita en Díaz y Gómez, 2021).

Coincide con nuestros hallazgos. (Vázquez, 2015, como se cita en Zamora 2019), quienes señala que el contenido informativo es el que proporciona detalles específicos sobre una marca, incluyendo la disponibilidad de productos o servicios, el horario de atención y cualquier información que describa las características de la empresa

Referente al objetivo específico 2

Identificar la relación entre la comunidad virtual de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona, los resultados señalaron que con un valor sigma de 0,024 se demostró la presencia de una relación entre la comunidad virtual e imagen institucional, además de haber obtenido un valor de relación de 0,116 que mostró una correlación baja entre ambas variables.

Existe teorías relacionadas a la comunidad virtual, por ende, a nuestra investigación y permiten reafirmar nuestros hallazgos, tal es el caso de (Durango, 2014, como se cita en Zamora, 2019) quienes señala que la comunidad virtual se desarrolla a través de las redes sociales y está formada por personas que comparten un conjunto de cualidades, preocupaciones o temas y construyen una conexión no presencial.

Por su parte Quintero (2023) señala que los nuevos entornos 2.0 ofrecen una forma de comunicación virtual usuario -personal -usuario; Sin embargo, los entornos virtuales Web 3.0 se basan en las sociedades virtuales, la realidad virtual, la web semántica y la búsqueda inteligente, entorno a eso el Facebook proporciona un espacio de difusión de contenidos textuales, visuales, audiovisuales y auditivos entre los miembros de la red que el usuario ha aceptado previamente como amigos con los que compartir dichos contenidos.

En referencia al objetivo específico 3

Identificar la relación entre la comunicación online de la red social Facebook con la imagen institucional de la municipalidad distrital de Parcona, los resultados señalaron que con un valor sigma de 0,000 se demostró la presencia de una relación entre la comunicación online y la imagen institucional además de haber obtenido un valor de relación de 0,282 que mostró una correlación baja.

Resultados que se aproximan al análisis que hacen. (Crespo y Mercadal, 2016, como se cita en Zamora, 2019). La comunicación online se refiere a la importancia de las redes sociales como herramienta de comunicación, ya que facilitan la comunicación bidireccional con los consumidores. Por su parte la Comunicación online es aquella que se lleva a cabo a través de los medios sociales y las diferentes plataformas que existen en Internet. Esta comunicación suele ser bidireccional, ya que permite que el emisor y el receptor puedan intercambiar opiniones sobre los mensajes que se ponen de manifiesto. (Peiró, s. f.)

Por su parte, Félix (2014) en su artículo científico La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica, señala que la comunicación en las organizaciones se ha adaptado con el paso del tiempo de acuerdo con la evolución de las perspectivas de la teoría organizacional. La aplicación moderna de las nuevas tecnologías de la información debe ser vista como una herramienta que promueve y genera la globalización de las acciones de la organización.

V Conclusiones

1. Si existe relación entre la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona. así lo reafirma el valor sigma de 0,000 que permite demostrarlo, además de haber obtenido un valor de relación de 0,203 que mostró una correlación baja entre ambas variables de estudio, el reflejo de estos resultados nos permite concluir que a pesar de los esfuerzos de la oficina de imagen institucional de usar las redes sociales en especial el Facebook, la población de Parcona muestra cierta resistencia a vincularse con la red social Facebook oficial de la Municipalidad Distrital de Parcona.
2. Si existe relación entre la dimensión uso del marketing de contenidos de la red social Facebook con la variable imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona., en tanto que, los resultados señalaron un valor sigma de 0,013 que, demuestra la presencia de una relación significativa entre marketing de contenido y la imagen institucional, además de haber obtenido un valor de relación de 0,127 que mostró una correlación baja entre ambas variables de estudio.
3. Si existe relación entre la dimensión comunidad virtual de la red social Facebook con la variable imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona, tal afirmación se sostiene en los resultados precisaron un valor sigma de 0,024, en consecuencia, aún exista una correlación baja de 0,116 según con alto nivel de significancia porque el p- valor es 0 y es menor a alfa que es 0,05 es decir $p\text{-valor} < \alpha$ 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula. y reafirma la hipótesis alterna
4. Si existe relación entre la comunicación online de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona , así lo demuestran los resultados obtenidos a lo larga de la investigación indicando un valor sigma de 0,000 demostrando la presencia de una relación significativa entre la comunicación asertiva y la participación ciudadana en el programa patrullaje juvenil, además de haber obtenido un valor de relación de 0,282 que mostró una correlación baja entre ambas variables, según con alto nivel de significancia porque el p- valor es 0 y es menor a alfa que es 0,05 es decir $p\text{-valor} < \alpha$ 0,05 por lo tanto se reafirma la hipótesis alterna

VI Recomendaciones

- 1.- Identificar las características del público objetivo al que están dirigidos los contenidos de las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona, con el propósito de tener un mejor enfoque de los contenidos.
- 2.- Identificar las debilidades relacionadas con el manejo de los contenidos de las redes sociales de la Municipalidad Distrital de Parcona, con la finalidad de ejecutar medidas correctivas.
- 3.- Diseñar, implementar y ejecutar planes de mejora continua en la oficina de imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona, con la finalidad de reafirmar el vínculo entre los ciudadanos del sector y la Municipalidad.
- 4.- Incrementar el tamaño del equipo de comunicación con el perfil profesional acorde la normativa vigente a fin fortalecer las estrategias comunicacionales de la institución.
- 5.- Capacitar en "Periodismo digital" y "Marketing digital" al equipo de comunicación, de la Municipal Distrital de Parcona, con el propósito de desarrollar de manera asertiva su capacidad de colaboración.

VII Referencias bibliográficas.

- Abarca Flores, M. A. (2018). Uso de las redes sociales y su repercusión en la imagen corporativa de la Clínica Valle sur, percibida por los pacientes, Arequipa 2018 [Universidad Nacional San Agustín]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7494>
- Chaves-Barbosa, E. (2018a). Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE). *Ensayos Pedagógicas*, 71-106.
- Díaz Vásquez, C. M., & Gómez Pérez, M. A. (2021). *Influencia del marketing de contenidos en Facebook de Fuerza Popular y Perú Libre en la decisión de voto de los jóvenes trujillanos, 2021* [Tesis Pre grado, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/8375>
- Hernández - Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (Primera)*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (Sexta)*. McGraw-Hill.
- Ibáñez, M. (2002). *Relaciones Publicas en los negocios*. San Marcos.
- Félix Mateus A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías - una visión histórica. *Historia y Comunicación Social*, 19, 195-210. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45021
- González, S. (s. f.). *Redes sociales institucionales y corporativas. Organismos e instituciones conectados*. [LinkedIn]. Recuperado 25 de noviembre de 2022, de <https://es.linkedin.com/pulse/redes-sociales-institucionales-y-corporativas-e-gonzalez-ruisanchez>
- Municipalidad Distrital de Parcona | Ica | Facebook. (s. f.). Recuperado 25 de noviembre de 2022, de <https://www.facebook.com/mdparcona>
- Scolari, C (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa Editorial. <https://comunicacion3unlz.com.ar/wpcontent/uploads/2014/07/Hipermediaciones-Carlos-Scolari-Cap1.pdf>

- Solórzano, J. (2015). *Administración y gestión de las comunicaciones en la dirección*. IC editorial.
- INEI. (2017). XII Censo de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas. Perú.
<http://censos2017.inei.gob.pe/redatam/>
- León Monar, P. de L. (2020). Calidad de servicio e imagen institucional: caso de estudio San Miguel de Bolívar. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 19(2), 72-83.
<https://doi.org/10.33789/enlace.19.2.75>
- López García, G. (2015). *Periodismo digital: Redes, audiencias y modelos de negocio*. Comunicación Social.
- Peiró, R. (s. f.). *Comunicación online*. Economipedia. Recuperado 25 de noviembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-online.html>
- Quijije Herrera, M. F. (2019). Imagen institucional en las redes sociales. [Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45184>
- Quintero-López, E. (2023). Comunidades Virtuales. *Con-Ciencia Boletín Científico De La Escuela Preparatoria No. 3*, 10(19), 60-61. Recuperado a partir de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa3/article/view/10451>
- Zamora Acosta, J. F. (2019). Redes sociales y su relación con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Los Olivos, Lima 2019 [Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43838>
- Zhao, G., Ding, W., Tian, J., Liu, J., Gu, Y., Shi, S., Wang, R., & Sun, N. (2022). Spearman rank correlations analysis of the elemental, mineral concentrations, and mechanical parameters of the Lower Cambrian Niutitang shale: A case study in the Fenggang block, Northeast Guizhou Province, South China. *Journal of Petroleum Science and Engineering*, 208, 109550. <https://doi.org/10.1016/j.petrol.2021.109550>

VIII Anexos

Anexo 1 Data en Software Excel de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

Encuestado	Item																							TOTAL						
	Variable 1											Variable 2											T. V1		T. V2					
	D1			D2			D3			T	D1				D2			D3			D4					T				
	1	2	3	T	4	5	6	T	7		8	9	T	#	#	12	13	T	14	15	16	T	17		#		T	19	20	T
PREGUNTAS																														
1	4	5	5	14	4	3	2	9	3	3	3	9	4	3	3	4	14	2	3	2	7	3	4	7	3	2	5	32	33	65
2	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	3	13	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	#	5	4	9	39	53	92
3	5	4	3	12	3	2	3	8	3	4	4	11	3	3	4	5	15	4	5	4	13	5	4	9	5	2	7	31	44	75
4	3	3	4	10	4	3	4	11	5	2	3	10	5	3	3	4	15	5	5	5	15	5	5	#	4	4	8	31	48	79
5	5	4	5	14	4	4	3	11	4	4	5	13	5	4	4	4	17	4	4	4	12	4	4	8	3	3	6	38	43	81
6	2	2	3	7	3	3	2	8	4	3	2	9	3	3	3	4	13	3	4	3	10	2	2	4	2	2	4	24	31	55
7	5	4	2	11	4	1	2	7	3	3	1	7	3	1	3	4	11	3	4	2	9	4	3	7	1	2	3	25	30	55
8	4	4	1	9	4	1	1	6	3	2	2	7	3	2	3	2	10	5	3	1	9	2	2	4	2	1	3	22	26	48
9	5	5	1	11	5	3	4	12	4	3	2	9	3	1	3	5	12	5	5	3	13	3	3	6	3	3	6	32	37	69
10	5	5	2	12	2	4	4	10	4	4	2	10	2	2	2	3	9	5	5	3	13	3	4	7	3	3	6	32	35	67
11	5	4	4	13	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	3	11	4	5	5	14	5	4	9	3	3	6	31	40	71
12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	5	4	5	5	19	5	4	4	13	4	4	8	5	5	10	43	50	93
13	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	5	2	4	4	15	4	5	2	11	3	4	7	3	4	7	38	40	78
14	5	5	4	14	4	3	3	10	4	3	2	9	3	3	4	3	13	3	4	3	10	2	4	6	4	3	7	33	36	69
15	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	4	14	3	3	3	9	3	3	6	3	4	7	35	36	71
16	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	7	3	4	7	33	41	74
17	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	5	9	4	4	8	41	46	87
18	5	5	5	15	5	3	5	13	5	5	5	15	5	4	5	4	18	4	5	5	14	5	5	#	5	5	10	43	52	95
19	4	2	1	7	3	5	2	10	2	4	4	10	2	2	3	2	9	2	2	4	8	3	3	6	2	2	4	27	27	54
20	5	5	2	12	5	5	4	14	4	2	2	8	3	4	3	4	14	3	4	4	11	4	4	8	4	3	7	34	40	74
21	4	4	4	12	4	1	3	8	4	3	4	11	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	3	7	4	4	8	31	42	73
22	4	5	4	13	5	4	4	13	4	3	3	10	4	4	3	3	14	3	4	4	11	3	3	6	3	3	6	36	37	73
23	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	4	3	17	3	4	4	11	4	5	9	4	4	8	38	45	83
24	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	#	5	5	10	41	54	95
25	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	5	17	4	5	4	13	5	4	9	5	4	9	40	48	88
26	4	2	1	7	3	5	4	12	2	2	2	6	3	3	3	4	13	3	4	3	10	3	3	6	3	3	6	25	35	60
27	5	4	1	10	3	5	4	12	3	3	3	9	3	5	3	5	16	5	5	5	15	5	4	9	4	4	8	31	48	79
28	5	4	2	11	3	5	4	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	4	4	4	12	3	3	6	3	3	6	32	36	68
29	5	4	1	10	2	4	5	11	1	2	2	5	2	2	5	4	13	1	3	5	9	4	3	7	4	4	8	26	37	63
30	5	4	5	14	4	4	5	13	4	4	2	10	4	3	4	2	13	4	3	4	11	3	4	7	4	3	7	37	38	75
31	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	2	12	5	5	5	3	18	3	3	4	10	3	3	6	4	4	8	40	42	82
32	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	3	12	4	3	4	4	15	3	4	4	11	3	3	6	3	4	7	39	39	78
33	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	2	9	3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	3	6	2	3	5	32	34	66
34	5	3	1	9	2	5	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16	2	4	4	10	4	3	7	3	3	6	32	39	71
35	2	2	4	8	2	5	4	11	4	4	4	12	4	4	4	3	15	3	3	3	9	4	4	8	4	4	8	31	40	71
36	4	4	2	10	5	5	5	15	5	3	3	11	3	4	4	3	14	4	3	4	11	3	4	7	5	5	10	36	42	78
37	5	5	5	15	5	5	4	14	3	3	4	10	4	4	4	3	15	3	4	4	11	3	4	7	3	4	7	39	40	79
38	1	1	4	6	4	2	3	9	4	4	4	12	3	4	4	4	15	4	3	3	10	4	5	9	5	5	10	27	44	71
39	3	3	3	9	5	5	5	15	4	3	3	10	4	4	3	2	13	2	3	4	9	4	4	8	4	4	8	34	38	72
40	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	5	4	18	4	4	4	12	4	5	9	4	5	9	40	48	88
41	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	4	3	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	42	44	86
42	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8	43	51	94
43	4	5	3	12	5	4	3	12	4	3	2	9	4	3	4	4	15	3	3	3	9	2	4	6	4	4	8	33	38	71
44	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	2	10	5	4	4	3	16	3	3	4	10	3	3	6	4	4	8	37	40	77
45	4	4	3	11	4	4	4	12	3	3	2	8	4	2	4	3	13	2	2	3	7	3	2	5	3	3	6	31	31	62
46	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	2	8	3	2	3	2	10	2	2	3	7	2	3	5	3	2	5	29	27	56

47	4	4	3	11	3	2	3	8	3	3	2	8	4	2	4	3	13	3	3	3	9	3	2	5	3	3	6	27	33	60
48	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	2	10	4	3	4	4	15	3	4	4	11	3	3	6	2	3	5	32	37	69
49	5	3	4	12	4	3	2	9	4	3	2	9	4	3	3	4	14	3	4	3	10	3	4	7	3	3	6	30	37	67
50	5	5	5	15	3	3	2	8	5	3	2	10	3	3	3	4	13	3	4	3	10	2	3	5	3	3	6	33	34	67
51	5	4	4	13	3	4	3	10	4	3	2	9	4	3	4	4	15	3	4	3	10	3	4	7	4	4	8	32	40	72
52	4	4	2	10	5	4	4	13	4	3	2	9	2	3	3	4	12	4	4	3	11	3	3	6	4	3	7	32	36	68
53	4	5	4	13	1	5	4	10	4	4	3	11	2	2	3	4	11	4	3	4	11	3	4	7	4	3	7	34	36	70
54	5	4	4	13	4	3	4	11	4	3	2	9	2	2	4	4	12	3	4	4	11	4	4	8	4	4	8	33	39	72
55	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	2	9	3	3	3	4	13	4	4	3	11	3	3	6	2	3	5	30	35	65
56	5	4	4	13	5	3	4	12	1	5	5	11	4	4	3	4	15	5	3	5	13	4	4	8	3	4	7	36	43	79
57	4	5	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	5	4	18	5	4	4	13	5	4	9	5	5	10	38	50	88
58	5	4	5	14	4	2	2	8	5	5	1	11	3	5	5	4	17	3	5	3	11	4	5	9	5	5	10	33	47	80
59	2	1	1	4	1	2	2	5	1	3	3	7	2	2	2	1	7	3	2	3	8	3	2	5	2	2	4	16	24	40
60	5	5	4	14	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	35	43	78
61	4	2	4	10	4	4	3	11	4	4	2	10	4	4	4	3	15	4	4	3	11	3	4	7	4	3	7	31	40	71
62	4	5	3	12	3	4	4	11	5	4	4	13	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	#	4	4	8	36	52	88
63	4	4	4	12	4	2	3	9	4	1	1	6	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	3	7	4	4	8	27	43	70
64	5	5	4	14	5	4	5	14	5	4	2	11	5	2	5	5	17	5	5	5	15	4	5	9	5	5	10	39	51	90
65	5	5	4	14	4	3	4	11	5	4	3	12	5	5	4	5	19	4	5	4	13	4	4	8	5	4	9	37	49	86
66	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	2	8	2	2	2	6	2	2	4	2	2	4	18	22	40
67	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	33	44	77
68	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	5	4	9	32	45	77
69	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	33	44	77
70	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	5	14	5	1	5	5	16	4	4	4	12	5	4	9	5	5	10	41	47	88
71	5	5	5	15	4	4	2	10	4	1	3	8	4	3	3	4	14	4	4	4	12	4	4	8	5	5	10	33	44	77
72	1	1	2	4	1	1	2	4	1	3	3	7	1	2	2	1	6	2	2	1	5	1	2	3	1	2	3	15	17	32
73	4	4	4	12	5	4	5	14	5	4	3	12	4	4	4	5	17	5	5	4	14	5	5	#	4	5	9	38	50	88
74	3	3	4	10	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	5	4	18	4	4	4	12	4	5	9	5	5	10	37	49	86
75	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	5	18	4	4	4	12	5	5	#	5	5	10	43	50	93
76	5	4	3	12	4	4	3	11	4	3	4	11	5	5	5	5	20	4	4	5	13	4	4	8	4	4	8	34	49	83
77	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	#	5	5	10	33	48	81
78	4	4	4	12	5	4	3	12	4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	5	4	13	5	5	#	5	5	10	37	50	87
79	5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	3	4	15	3	4	5	12	5	5	#	5	5	10	37	47	84
80	4	4	4	12	5	5	4	14	5	3	3	11	3	3	4	4	14	4	3	3	10	3	4	7	4	4	8	37	39	76
81	5	5	5	15	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	5	16	4	4	3	11	4	5	9	5	4	9	37	45	82
82	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	3	2	3	4	12	4	4	4	12	3	4	7	4	3	7	32	38	70
83	4	4	4	12	4	4	3	11	4	2	2	8	3	2	3	4	12	3	3	3	9	4	4	8	3	3	6	31	35	66
84	4	4	5	13	5	4	5	14	3	3	2	8	3	2	4	4	13	4	3	3	10	3	3	6	4	3	7	35	36	71
85	5	4	5	14	4	4	3	11	4	3	2	9	4	3	4	4	15	3	4	3	10	3	3	6	3	3	6	34	37	71
86	5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	3	12	5	4	5	5	19	4	5	5	14	4	4	8	4	3	7	41	48	89
87	4	4	4	12	5	5	4	14	4	3	2	9	4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	3	6	4	3	7	35	40	75
88	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	43	54	97
89	5	5	4	14	4	3	2	9	2	3	2	7	3	2	3	4	12	4	4	3	11	4	4	8	4	4	8	30	39	69
90	4	4	4	12	3	3	3	9	4	2	3	9	4	2	3	4	13	3	4	3	10	4	4	8	3	3	6	30	37	67
91	4	4	4	12	3	3	4	10	4	3	3	10	5	3	3	4	15	4	5	4	13	4	4	8	4	3	7	32	43	75
92	4	4	4	12	5	4	3	12	3	2	2	7	4	4	3	4	15	3	4	4	11	4	3	7	3	3	6	31	39	70
93	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	4	5	5	5	19	5	5	5	15	4	5	9	5	4	9	40	52	92
94	5	4	5	14	5	3	4	12	3	3	3	9	3	3	3	4	13	4	5	4	13	3	3	6	3	2	5	35	37	72
95	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	2	9	3	3	4	4	14	3	5	4	12	3	3	6	4	3	7	31	39	70
96	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	4	5	5	5	19	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	43	54	97
97	5	4	4	13	3	1	3	7	4	4	4	12	3	3	3	4	13	5	4	5	14	5	5	#	3	4	7	32	44	76
98	2	2	3	7	3	3	3	9	3	2	2	7	3	2	2	3	10	2	4	3	9	3	3	6	3	2	5	23	30	53
99	5	5	4	14	5	4	5	14	2	3	1	6	2	3	2	2	9	3	3	2	8	3	3	6	2	3	5	34	28	62

100	5	5	5	15	3	1	3	7	5	4	3	12	4	3	4	5	16	3	4	4	11	4	3	7	3	2	5	34	39	73
101	3	3	3	9	4	4	3	11	3	2	1	6	3	1	1	3	8	1	3	1	5	1	2	3	2	2	4	26	20	46
102	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	2	10	3	3	2	3	11	3	2	3	8	3	3	6	1	2	3	38	28	66
103	5	5	5	15	3	1	3	7	5	4	4	13	3	3	3	4	13	4	3	4	11	4	4	8	3	4	7	35	39	74
104	4	4	4	12	5	5	4	14	3	3	3	9	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	8	4	3	7	35	40	75
105	4	4	4	12	5	4	4	13	3	4	3	10	4	3	2	3	12	4	2	2	8	3	2	5	3	2	5	35	30	65
106	5	5	5	15	3	1	3	7	5	4	3	12	4	3	4	5	16	3	4	4	11	4	4	8	3	3	6	34	41	75
107	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	2	12	5	5	5	5	20	3	5	5	13	5	5	#	5	3	8	40	51	91
108	3	3	4	10	4	3	3	10	3	3	4	10	4	3	3	4	14	3	3	3	9	4	4	8	4	3	7	30	38	68
109	5	5	5	15	3	1	4	8	5	5	5	15	4	5	5	3	17	5	5	5	15	3	3	6	3	2	5	38	43	81
110	5	5	5	15	5	4	4	13	3	2	3	8	3	2	2	3	10	2	3	4	9	3	2	5	1	2	3	36	27	63
111	4	5	5	14	5	4	2	11	2	2	3	7	3	3	3	4	13	5	4	4	13	2	4	6	4	5	9	32	41	73
112	5	4	4	13	4	2	4	10	5	4	3	12	4	3	4	5	16	2	5	4	11	4	3	7	3	2	5	35	39	74
113	5	4	4	13	5	4	2	11	3	3	3	9	4	3	3	4	14	4	4	4	12	3	3	6	3	4	7	33	39	72
114	5	5	5	15	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	3	4	15	3	4	4	11	4	3	7	3	4	7	35	40	75
115	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	7	3	3	6	35	40	75
116	4	4	4	12	3	1	3	7	5	3	3	11	3	3	5	5	16	3	5	5	13	5	3	8	3	3	6	30	43	73
117	5	5	5	15	4	4	4	12	4	3	2	9	3	3	3	3	12	3	3	2	8	4	3	7	3	2	5	36	32	68
118	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	5	5	20	4	5	5	14	4	5	9	5	5	10	40	53	93
119	4	4	5	13	4	1	4	9	5	4	3	12	3	3	3	4	13	3	4	4	11	4	3	7	3	3	6	34	37	71
120	5	4	5	14	5	4	4	13	3	4	2	9	3	4	4	3	14	4	4	1	9	2	3	5	2	2	4	36	32	68
121	4	5	5	14	3	1	3	7	5	4	4	13	3	3	3	4	13	4	3	4	11	4	4	8	3	4	7	34	39	73
122	5	5	5	15	5	3	3	11	4	4	3	11	3	4	4	4	15	3	3	4	10	4	4	8	3	4	7	37	40	77
123	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	2	9	3	3	4	4	14	3	4	4	11	4	4	8	3	3	6	31	39	70
124	5	5	4	14	4	4	3	11	2	3	2	7	2	3	2	3	10	3	2	2	7	2	3	5	3	2	5	32	27	59
125	4	4	4	12	5	5	4	14	4	3	3	10	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	9	5	4	9	36	46	82
126	5	4	4	13	4	5	4	13	3	2	2	7	2	3	2	1	8	1	2	3	6	2	1	3	2	3	5	33	22	55
127	5	5	4	14	4	4	5	13	5	4	3	12	3	3	3	4	13	3	3	2	8	2	3	5	3	2	5	39	31	70
128	4	4	5	13	4	4	4	12	3	3	2	8	2	3	3	2	10	2	3	3	8	2	2	4	3	1	4	33	26	59
129	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	5	5	18	5	4	5	14	5	5	#	5	4	9	42	51	93
130	4	4	4	12	4	5	5	14	3	2	3	8	2	2	3	2	9	3	3	2	8	3	2	5	1	2	3	34	25	59
131	4	4	4	12	3	3	3	9	3	2	3	8	3	4	4	4	15	3	3	3	9	4	4	8	4	4	8	29	40	69
132	5	5	5	15	5	4	4	13	3	3	3	9	2	3	3	2	10	3	3	2	8	1	2	3	3	2	5	37	26	63
133	5	4	4	13	5	5	4	14	3	2	1	6	2	3	3	2	10	2	3	1	6	1	3	4	2	3	5	33	25	58
134	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	1	7	1	2	2	2	7	3	3	3	9	2	3	5	3	1	4	23	25	48
135	4	4	4	12	4	3	4	11	2	2	2	6	2	3	3	2	10	2	3	2	7	2	3	5	3	2	5	29	27	56
136	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	5	14	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	4	8	4	4	8	39	50	89
137	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	4	8	4	5	9	42	51	93
138	4	5	4	13	5	4	4	13	3	2	1	6	2	3	3	3	11	2	2	3	7	3	2	5	2	1	3	32	26	58
139	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	3	3	4	14	3	3	3	9	4	4	8	4	4	8	34	39	73
140	5	5	4	14	4	4	3	11	3	2	2	7	3	3	2	2	10	3	2	2	7	3	2	5	2	2	4	32	26	58
141	4	4	5	13	5	4	3	12	3	4	3	10	3	3	3	4	13	4	3	3	10	4	3	7	3	3	6	35	36	71
142	5	4	4	13	5	4	4	13	4	3	3	10	4	4	3	2	13	2	3	3	8	3	2	5	2	2	4	36	30	66
143	5	4	5	14	4	3	3	10	1	1	3	5	3	2	1	2	8	3	2	2	7	3	2	5	1	1	2	29	22	51
144	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	4	13	5	5	4	5	19	4	4	5	13	4	4	8	4	5	9	42	49	91
145	4	4	5	13	5	3	4	12	2	3	4	9	3	3	1	2	9	3	1	1	5	2	2	4	2	1	3	34	21	55
146	4	4	4	12	5	5	4	14	4	3	3	10	4	3	3	4	14	3	4	3	10	3	4	7	4	3	7	36	38	74
147	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	13	3	2	2	2	9	2	3	3	8	3	2	5	2	2	4	40	26	66
148	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	2	2	2	3	9	3	3	3	9	3	2	5	1	2	3	36	26	62
149	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	5	13	3	3	3	3	12	2	2	2	6	2	1	3	1	1	2	40	23	63
150	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12	5	3	2	2	12	2	2	2	6	3	3	6	3	3	6	39	30	69
151	5	5	5	15	4	4	5	13	4	4	5	13	4	3	3	2	12	2	3	3	8	3	3	6	2	1	3	41	29	70
152	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	3	2	3	3	11	2	3	2	7	3	2	5	3	2	5	38	28	66

153	5	5	4	14	4	4	5	13	5	4	4	13	3	3	3	2	11	2	2	3	7	2	1	3	2	2	4	40	25	65
154	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	3	12	2	2	3	3	10	2	2	3	7	2	2	4	2	2	4	37	25	62
155	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	13	4	3	3	3	13	3	3	2	8	2	2	4	1	1	2	39	27	66
156	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	5	13	5	3	2	2	12	2	2	2	6	2	3	5	3	3	6	42	29	71
157	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	3	13	3	3	2	8	2	2	4	3	3	6	36	31	67
158	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	4	12	4	3	3	3	13	2	1	1	4	2	3	5	3	2	5	39	27	66
159	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	4	3	3	3	13	3	2	2	7	2	2	4	2	2	4	40	28	68
160	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	4	13	4	3	3	3	13	2	1	1	4	2	3	5	3	2	5	39	27	66
161	5	5	5	15	5	4	4	13	5	4	4	13	4	3	3	3	13	2	2	1	5	1	2	3	2	1	3	41	24	65
162	4	4	5	13	5	4	4	13	5	4	4	13	4	3	2	3	12	2	1	2	5	2	2	4	3	2	5	39	26	65
163	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	4	3	3	3	13	3	3	3	9	2	2	4	1	1	2	42	28	70
164	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	3	3	3	13	3	2	1	6	1	2	3	2	2	4	39	26	65
165	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	4	3	3	2	12	2	1	1	4	2	3	5	2	1	3	42	24	66
166	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	13	4	3	3	2	12	2	3	3	8	1	1	2	2	2	4	39	26	65
167	5	5	4	14	4	4	5	13	5	5	4	14	4	3	2	3	12	2	3	2	7	3	2	5	3	3	6	41	30	71
168	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	13	4	3	3	3	13	3	3	3	9	2	2	4	2	2	4	39	30	69
169	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	4	14	4	3	3	3	13	3	3	2	8	2	2	4	2	2	4	42	29	71
170	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	5	3	3	2	13	2	3	3	8	2	2	4	3	2	5	40	30	70
171	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	4	13	4	3	3	3	13	2	2	2	6	2	2	4	3	3	6	40	29	69
172	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	3	3	3	13	3	2	2	7	2	2	4	1	1	2	39	26	65
173	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	5	14	4	3	2	2	11	2	2	2	6	3	3	6	2	1	3	41	26	67
174	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	4	14	4	3	3	3	13	3	2	2	7	2	2	4	3	3	6	40	30	70
175	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	3	2	14	3	3	3	9	2	2	4	1	2	3	45	30	75
176	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	13	4	3	3	3	13	3	3	3	9	3	2	5	2	1	3	39	30	69
177	5	5	5	15	5	4	4	13	5	4	4	13	3	2	1	2	8	3	3	3	9	3	2	5	1	1	2	41	24	65
178	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	2	11	2	2	2	6	2	2	4	3	3	6	36	27	63
179	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	5	13	3	3	3	2	11	2	2	2	6	3	2	5	1	1	2	39	24	63
180	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	4	14	2	2	2	3	9	3	3	2	8	1	1	2	2	2	4	41	23	64
181	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	3	3	3	3	12	3	2	2	7	2	2	4	1	1	2	40	25	65
182	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	4	13	3	3	2	2	10	2	2	2	6	3	2	5	1	1	2	39	23	62
182	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	3	2	3	3	11	3	2	2	7	2	3	5	3	3	6	41	29	70
184	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	2	11	2	3	2	7	3	2	5	3	2	5	36	28	64
185	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	3	2	2	2	9	3	3	3	9	3	2	5	2	2	4	40	27	67
186	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	3	3	3	3	12	2	2	2	6	3	3	6	2	1	3	39	27	66
187	4	5	4	13	5	5	4	14	4	5	3	12	2	2	3	3	10	2	1	2	5	3	2	5	1	2	3	39	23	62
188	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	3	11	3	2	2	2	9	3	3	3	9	2	2	4	2	1	3	40	25	65
189	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	3	12	3	2	2	7	2	2	4	3	2	5	36	28	64
190	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	3	3	2	2	10	3	3	2	8	1	2	3	3	2	5	40	26	66
191	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	2	2	10	3	3	2	8	2	1	3	2	2	4	38	25	63
192	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	3	3	12	2	2	2	6	2	2	4	2	1	3	40	25	65
193	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	3	11	3	3	2	2	10	2	3	3	8	2	2	4	2	1	3	37	25	62
194	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	2	2	10	3	3	2	8	2	2	4	3	3	6	38	28	66
195	4	4	5	13	5	4	4	13	5	4	3	12	2	2	3	3	10	2	2	2	6	3	3	6	2	1	3	38	25	63
196	5	4	5	14	5	4	4	13	4	3	2	9	2	3	2	2	9	1	2	3	6	3	3	6	2	3	5	36	26	62
197	4	4	4	12	4	5	4	13	4	3	3	10	3	3	2	2	10	2	3	3	8	2	2	4	3	2	5	35	27	62
198	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	3	12	2	3	3	3	11	2	2	1	5	2	2	4	2	1	3	42	23	65
199	4	4	4	12	4	4	3	11	3	2	3	8	3	2	3	3	11	3	2	2	7	3	2	5	1	2	3	31	26	57
200	5	5	4	14	4	5	4	13	3	3	2	8	3	3	2	3	11	2	3	2	7	3	3	6	2	1	3	35	27	62
201	4	4	5	13	4	4	5	13	4	3	3	10	4	3	3	3	13	2	2	3	7	3	2	5	1	1	2	36	27	63
202	5	4	5	14	4	5	4	13	3	3	3	9	3	3	2	3	11	3	2	3	8	2	1	3	2	3	5	36	27	63
203	4	4	4	12	5	4	4	13	3	3	3	9	2	2	3	3	10	3	2	2	7	2	1	3	2	2	4	34	24	58
204	4	5	5	14	5	5	4	14	4	3	2	9	3	1	3	4	11	3	3	2	8	1	2	3	2	1	3	37	25	62
205	4	4	4	12	5	5	4	14	5	3	3	11	5	3	3	3	14	3	4	2	9	1	2	3	3	2	5	37	31	68

206	5	5	5	15	5	4	4	13	4	3	2	9	4	2	3	3	12	3	4	2	9	3	1	4	2	3	5	37	30	67
207	5	4	3	12	3	4	5	12	5	2	2	9	3	3	3	4	13	4	3	3	10	3	3	6	4	3	7	33	36	69
208	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	45	55	100
209	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	4	13	4	4	3	11	3	3	6	3	3	6	31	36	67
210	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	2	8	4	3	3	5	15	2	5	4	11	3	3	6	3	3	6	28	38	66
211	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	2	8	4	3	3	4	14	4	5	4	13	3	4	7	3	3	6	30	40	70
212	5	4	5	14	5	4	3	12	4	3	2	9	4	3	4	5	16	4	5	4	13	4	4	8	4	4	8	35	45	80
213	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	4	4	5	5	18	5	5	5	15	5	5	#	4	4	8	43	51	94
214	4	4	3	11	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	5	#	5	5	10	38	49	87
215	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	4	4	15	3	4	3	10	4	3	7	3	3	6	31	38	69
216	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	36	44	80
217	3	3	3	9	3	4	3	10	4	2	2	8	4	3	3	4	14	3	4	3	10	3	3	6	3	3	6	27	36	63
218	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	1	9	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	3	3	6	33	42	75
219	3	4	4	11	3	3	4	10	4	3	3	10	3	4	3	4	14	3	4	3	10	3	3	6	3	3	6	31	36	67
220	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	43	55	98
221	5	5	3	13	2	3	4	9	5	4	2	11	4	1	3	3	11	3	3	2	8	2	2	4	2	3	5	33	28	61
222	3	3	3	9	3	4	3	10	3	4	3	10	4	3	4	3	14	3	4	3	10	4	3	7	4	4	8	29	39	68
223	3	3	3	9	4	4	4	12	4	3	3	10	3	4	3	3	13	3	4	3	10	3	3	6	3	3	6	31	35	66
224	2	2	2	6	2	2	3	7	3	2	2	7	3	2	3	3	11	3	2	3	8	3	3	6	3	2	5	20	30	50
225	3	2	2	7	2	3	2	7	2	3	3	8	3	3	2	2	10	3	2	2	7	2	3	5	3	3	6	22	28	50
226	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	3	8	3	3	3	3	12	3	2	2	7	2	2	4	2	2	4	21	27	48
227	2	2	2	6	2	3	3	8	3	3	3	9	3	2	2	2	9	2	2	2	6	2	2	4	2	2	4	23	23	46
228	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	4	7	4	4	8	29	41	70
229	4	5	5	14	5	3	3	11	3	5	3	11	4	3	3	3	13	3	3	3	9	4	4	8	4	4	8	36	38	74
230	5	5	4	14	3	4	5	12	5	3	3	11	5	5	5	5	20	5	4	4	13	4	5	9	5	5	10	37	52	89
231	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	5	8	5	5	10	39	45	84
232	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	9	3	4	4	4	15	4	3	4	11	4	4	8	3	3	6	31	40	71
233	4	4	4	12	3	3	4	10	5	5	5	15	5	3	3	3	14	5	4	3	12	4	3	7	4	4	8	37	41	78
234	4	5	4	13	4	4	3	11	3	3	4	10	4	3	3	3	13	4	4	4	12	3	3	6	3	3	6	34	37	71
235	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	4	3	14	4	3	4	11	3	4	7	3	4	7	31	39	70
236	2	2	3	7	3	2	3	8	3	3	3	9	3	2	2	2	9	2	3	2	7	3	2	5	3	3	6	24	27	51
237	3	3	4	10	4	3	4	11	3	3	4	10	3	4	3	3	13	4	3	4	11	3	3	6	3	4	7	31	37	68
238	5	3	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	4	17	5	4	3	12	4	4	8	4	4	8	37	45	82
239	5	4	5	14	3	3	3	9	4	4	4	12	4	3	4	3	14	3	3	3	9	4	4	8	4	3	7	35	38	73
240	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	3	3	15	3	4	5	12	4	3	7	3	4	7	40	41	81
241	4	5	3	12	3	3	4	10	4	3	4	11	4	3	4	3	14	3	3	4	10	3	3	6	4	4	8	33	38	71
242	4	4	3	11	2	3	4	9	4	3	4	11	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	3	7	3	3	6	31	40	71
243	5	5	5	15	3	3	4	10	5	5	4	14	3	3	4	4	14	4	4	3	11	3	3	6	3	4	7	39	38	77
244	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	34	44	78
245	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	45	55	100
246	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	2	9	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	31	43	74
247	5	5	5	15	4	4	4	12	5	3	1	9	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	36	44	80
248	5	5	4	14	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	4	18	5	5	4	14	4	4	8	4	4	8	40	48	88
249	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	36	44	80
250	5	5	5	15	5	5	5	15	5	2	5	12	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	42	55	97
251	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	1	6	3	2	3	3	11	2	4	3	9	2	2	4	2	3	5	24	29	53
252	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	1	4	4	13	4	4	4	12	4	3	7	3	3	6	34	38	72
253	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	5	18	4	5	5	14	4	4	8	3	3	6	42	46	88
254	3	3	3	9	3	4	3	10	3	2	2	7	3	3	3	4	13	3	4	3	10	3	2	5	3	2	5	26	33	59
255	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	2	9	4	3	4	4	15	4	4	3	11	3	3	6	3	3	6	31	38	69
256	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	13	5	3	4	5	17	4	4	3	11	4	3	7	4	4	8	42	43	85
257	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	3	14	4	3	4	11	3	4	7	3	4	7	34	39	73
258	2	2	2	6	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	2	2	10	3	2	2	7	3	2	5	3	2	5	23	27	50
259	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	4	14	4	3	4	11	3	4	7	4	3	7	32	39	71

260	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	3	15	4	3	4	11	3	4	7	3	3	6	41	39	80
261	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	3	14	4	3	4	11	3	4	7	3	4	7	35	39	74
262	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	28	44	72
263	4	3	3	10	3	3	3	9	4	5	4	13	5	4	5	4	18	5	4	3	12	2	3	5	4	4	8	32	43	75
264	2	4	5	11	3	3	4	10	3	4	3	10	4	3	3	4	14	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	31	49	80
265	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	5	9	4	4	8	28	48	76
266	4	4	4	12	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	2	8	2	2	2	6	2	3	5	3	2	5	28	24	52
267	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12	5	4	4	4	17	5	4	4	13	5	4	9	4	4	8	38	47	85
268	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	4	4	12	5	4	9	4	4	8	40	46	86
269	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	5	19	4	4	5	13	4	4	8	5	4	9	38	49	87
270	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	5	15	5	5	#	5	5	10	36	52	88
271	2	3	4	9	3	3	4	10	3	4	5	12	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	5	9	4	5	9	31	47	78
272	2	2	2	6	2	3	3	8	3	2	2	7	2	3	3	3	11	2	2	3	7	2	2	4	2	2	4	21	26	47
273	2	3	4	9	5	4	3	12	2	1	2	5	2	2	2	2	8	2	2	2	6	3	3	6	3	3	6	26	26	52
274	5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	8	5	5	10	38	47	85
275	2	2	2	6	2	2	3	7	2	3	2	7	3	3	3	3	12	2	3	2	7	3	2	5	3	2	5	20	29	49
276	3	3	4	10	3	4	3	10	4	5	3	12	4	3	3	4	14	5	5	5	15	5	5	#	5	4	9	32	48	80
277	3	3	4	10	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	3	3	12	4	5	5	14	5	5	#	5	4	9	30	45	75
278	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	#	4	4	8	40	46	86
279	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	10	4	3	4	5	16	4	5	4	13	4	4	8	4	4	8	29	45	74
280	4	3	4	11	3	3	3	9	2	3	4	9	3	3	3	4	13	5	5	5	15	4	5	9	5	4	9	29	46	75
281	2	2	2	6	3	3	2	8	4	5	5	14	4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	9	5	4	9	28	47	75
282	3	2	3	8	2	3	4	9	5	4	3	12	2	1	2	3	8	4	5	4	13	4	3	7	2	1	3	29	31	60
283	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	4	8	4	3	7	34	39	73
284	3	4	4	11	5	5	4	14	3	3	3	9	4	4	4	3	15	4	3	3	10	3	4	7	4	4	8	34	40	74
285	1	2	1	4	2	1	2	5	1	2	2	5	3	3	3	3	12	2	2	3	7	2	2	4	2	2	4	14	27	41
286	5	4	4	13	3	4	3	10	4	5	4	13	5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	4	8	4	4	8	36	48	84
287	1	2	2	5	2	2	2	6	2	3	4	9	3	2	2	3	10	2	2	3	7	2	2	4	2	2	4	20	25	45
288	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	3	5	17	3	4	3	10	3	4	7	5	5	10	42	44	86
289	5	5	4	14	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	3	6	3	3	6	40	39	79
290	2	2	2	6	2	3	3	8	2	3	3	8	3	3	2	2	10	2	2	2	6	2	2	4	2	2	4	22	24	46
291	3	3	3	9	4	3	4	11	5	4	5	14	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	5	9	4	4	8	34	46	80
292	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	3	13	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	36	41	77
293	2	1	1	4	2	1	1	4	2	1	2	5	3	3	3	2	11	3	2	2	7	3	3	6	3	3	6	13	30	43
294	1	2	2	5	3	2	3	8	2	3	4	9	4	3	4	3	14	4	3	3	10	4	4	8	4	3	7	22	39	61
295	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	4	16	3	3	2	8	2	2	4	2	2	4	34	32	66
296	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	4	15	3	4	5	12	4	5	9	4	5	9	34	45	79
297	4	4	4	12	3	3	4	10	3	4	5	12	4	5	4	5	18	4	4	4	12	4	5	9	5	5	10	34	49	83
298	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	3	3	15	4	4	4	12	4	3	7	3	3	6	39	40	79
299	2	2	2	6	2	2	3	7	3	3	3	9	2	2	2	3	9	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6	22	30	52
300	1	1	1	3	1	1	2	4	3	3	3	9	3	2	2	3	10	3	2	3	8	3	2	5	2	2	4	16	27	43
301	1	2	3	6	1	2	1	4	2	5	1	8	5	2	1	2	10	1	2	3	6	2	1	3	2	2	4	18	23	41
302	2	2	2	6	1	2	1	4	2	5	1	8	5	2	1	2	10	1	2	3	6	2	1	3	2	2	4	18	23	41
303	1	4	2	7	1	2	2	5	2	5	1	8	2	2	1	2	7	1	3	3	7	2	3	5	2	2	4	20	23	43
304	3	3	3	9	2	1	2	5	3	5	2	10	5	2	2	3	12	1	3	3	7	2	3	5	2	3	5	24	29	53
305	5	4	2	11	3	1	2	6	3	5	2	10	5	1	2	3	11	1	3	3	7	2	3	5	3	3	6	27	29	56
306	1	4	1	6	3	1	5	9	3	5	3	11	5	1	5	3	14	1	3	3	7	3	3	6	4	5	9	26	36	62
307	2	4	1	7	4	1	5	10	3	5	3	11	5	1	4	5	15	1	3	4	8	3	3	6	3	5	8	28	37	65
308	4	4	1	9	4	3	5	12	3	5	3	11	5	3	5	4	17	1	3	5	9	3	2	5	4	5	9	32	40	72
309	3	2	1	6	2	3	5	10	3	5	3	11	5	3	4	5	17	1	4	4	9	3	1	4	3	2	5	27	35	62
310	2	1	2	5	1	3	3	7	3	5	3	11	5	3	5	4	17	2	5	5	12	3	2	5	4	2	6	23	40	63
311	1	2	2	5	2	3	3	8	3	5	3	11	5	3	4	5	17	2	5	4	11	3	1	4	3	2	5	24	37	61
312	2	4	2	8	3	3	3	9	4	5	5	14	5	3	5	4	17	2	4	5	11	3	2	5	4	2	6	31	39	70

330	2	4	3	9	5	1	5	11	3	4	2	9	3	4	1	3	11	5	5	2	12	4	2	6	3	3	6	29	35	64
331	1	4	3	8	5	1	4	10	3	4	2	9	3	5	1	4	13	2	5	2	9	4	2	6	2	3	5	27	33	60
332	2	1	3	6	5	1	4	10	3	3	3	9	2	4	1	5	12	2	5	1	8	4	2	6	3	3	6	25	32	57
333	1	1	3	5	5	1	4	10	4	3	3	10	3	5	1	4	13	2	5	1	8	3	3	6	1	3	4	25	31	56
334	3	1	3	7	4	5	2	11	4	3	3	10	2	4	4	5	15	2	5	2	9	3	4	7	1	3	4	28	35	63
335	3	1	2	6	4	4	2	10	4	3	3	10	3	5	5	4	17	3	5	3	11	3	5	8	2	2	4	26	40	66
336	4	4	2	10	4	4	2	10	4	3	3	10	2	4	4	5	15	3	5	2	10	2	2	4	2	2	4	30	33	63
337	4	4	1	9	1	2	5	8	4	3	3	10	3	5	5	4	17	3	4	1	8	5	2	7	3	5	8	27	40	67
338	2	4	2	8	2	2	2	6	4	3	3	10	2	4	4	5	15	5	4	1	10	5	2	7	3	5	8	24	40	64
339	2	1	1	4	3	1	5	9	4	3	3	10	5	4	5	4	18	4	4	2	10	5	2	7	2	5	7	23	42	65
340	2	1	1	4	4	2	2	8	4	2	3	9	5	4	4	5	18	5	4	2	11	3	2	5	5	3	8	21	42	63
341	1	1	3	5	4	3	2	9	4	2	3	9	5	4	5	4	18	4	4	5	13	3	2	5	5	3	8	23	44	67
342	1	2	3	6	4	3	5	12	4	2	3	9	4	4	4	5	17	5	4	5	14	3	3	6	5	3	8	27	45	72
343	2	2	3	7	3	3	2	8	4	2	3	9	5	4	5	4	18	5	2	1	8	2	3	5	5	3	8	24	39	63
344	1	2	3	6	3	4	2	9	4	1	3	8	5	4	5	5	19	4	2	2	8	2	3	5	5	3	8	23	40	63
345	1	2	3	6	3	5	2	10	4	1	5	10	4	4	5	5	18	5	1	2	8	1	1	2	5	3	8	26	36	62
346	2	3	2	7	3	3	2	8	5	1	5	11	4	4	5	5	18	2	2	3	7	1	1	2	4	3	7	26	34	60
347	3	3	2	8	4	3	1	8	5	2	5	12	4	4	5	2	15	3	1	3	7	2	2	4	4	3	7	28	33	61
348	4	3	2	9	4	3	1	8	5	3	5	13	4	4	4	2	14	2	3	3	8	3	2	5	4	3	7	30	34	64
349	4	3	4	11	4	3	1	8	5	4	5	14	4	4	4	2	14	3	3	2	8	2	1	3	4	3	7	33	32	65
350	4	3	4	11	4	2	1	7	5	5	5	15	1	4	4	2	11	2	1	1	4	2	1	3	3	3	6	33	24	57
351	2	3	4	9	4	2	5	11	5	5	4	14	1	4	4	3	12	3	2	4	9	2	5	7	3	3	6	34	34	68
352	2	3	4	9	4	2	5	11	5	5	4	14	1	4	4	3	12	2	2	4	8	2	5	7	3	2	5	34	32	66
353	2	3	4	9	5	1	5	11	5	2	4	11	1	5	4	3	13	3	2	4	9	2	5	7	3	2	5	31	34	65
354	1	3	4	8	5	1	4	10	5	4	4	13	1	5	4	3	13	3	1	4	8	3	5	8	3	2	5	31	34	65
355	1	2	5	8	5	5	4	14	5	2	4	11	2	5	2	3	12	3	1	2	6	3	5	8	3	3	6	33	32	65
356	1	2	5	8	5	1	1	7	5	2	4	11	2	4	4	3	13	3	3	2	8	3	2	5	3	3	6	26	32	58
357	5	2	5	12	2	2	2	6	5	1	1	7	2	4	2	5	13	3	3	2	8	5	2	7	5	3	8	25	36	61
358	5	1	5	11	2	5	3	10	5	1	1	7	3	4	2	4	13	2	3	1	6	4	2	6	5	3	8	28	33	61
359	5	1	5	11	1	4	3	8	5	1	1	7	3	4	2	5	14	2	3	5	10	5	2	7	5	3	8	26	39	65
360	5	1	2	8	2	2	3	7	5	3	1	9	2	1	2	2	7	2	3	4	9	4	2	6	4	3	7	24	29	53
361	5	5	1	11	2	2	3	7	5	3	1	9	3	2	1	1	7	2	1	2	5	5	1	6	5	2	7	27	25	52
362	5	5	1	11	3	1	3	7	1	3	3	7	2	3	1	1	7	2	2	3	7	5	1	6	4	2	6	25	26	51
363	5	5	3	13	1	1	3	5	1	3	3	7	3	3	2	2	10	1	3	3	7	4	3	7	5	5	10	25	34	59
364	5	5	3	13	1	1	3	5	2	3	3	8	2	3	3	2	10	1	3	3	7	5	3	8	5	5	10	26	35	61
365	5	3	3	11	5	1	3	9	2	3	3	8	2	5	3	2	12	1	2	3	6	5	3	8	4	5	9	28	35	63
366	5	4	3	12	5	5	3	13	3	3	3	9	1	5	2	2	10	5	1	3	9	4	3	7	5	5	10	34	36	70
367	5	4	2	11	2	5	3	10	2	2	3	7	1	5	1	3	10	4	2	3	9	4	3	7	4	5	9	28	35	63
368	2	4	2	8	2	5	3	10	2	2	3	7	1	4	2	3	10	5	2	3	10	4	3	7	4	5	9	25	36	61
369	2	3	2	7	4	5	3	12	3	2	3	8	5	4	5	3	17	5	2	3	10	4	3	7	4	3	7	27	41	68
370	2	3	5	10	4	4	2	10	2	2	5	9	5	4	5	3	17	1	2	5	8	4	3	7	1	3	4	29	36	65
371	2	3	5	10	4	2	2	8	3	2	5	10	5	3	5	3	16	1	2	5	8	2	3	5	1	3	4	28	33	61
372	2	2	4	8	4	4	2	10	3	3	5	11	2	4	5	5	16	2	2	5	9	2	3	5	1	3	4	29	34	63
373	2	2	4	8	2	1	4	7	3	3	4	10	4	3	4	5	16	2	1	5	8	2	3	5	2	3	5	25	34	59
374	2	2	1	5	2	2	4	8	3	3	4	10	5	4	3	5	17	2	2	5	9	1	3	4	3	3	6	23	36	59
375	1	2	2	5	2	1	5	8	3	3	4	10	4	3	2	5	14	5	5	2	12	2	5	7	1	5	6	23	39	62
376	1	1	1	3	1	3	5	9	3	3	4	10	5	4	2	4	15	5	1	2	8	3	5	8	1	5	6	22	37	59
377	3	1	1	5	1	2	5	8	4	3	4	11	4	5	5	5	19	5	5	2	12	4	4	8	1	4	5	24	44	68
378	4	1	2	7	1	2	4	7	4	3	5	12	5	5	2	4	16	5	2	2	9	5	5	#	2	4	6	26	41	67
379	4	2	1	7	1	2	4	7	5	4	5	14	4	5	1	5	15	5	2	2	9	2	4	6	2	4	6	28	36	64
380	3	2	3	8	5	2	4	11	4	4	2	10	5	2	2	4	13	2	2	2	6	2	4	6	3	4	7	29	32	61
381	3	2	3	8	5	1	3	9	5	4	2	11	4	2	2	5	13	2	3	4	9	5	5	#	2	4	6	28	38	66

Anexo 2. Data estadística aplicada en Software IBM SPSS Estadísticos de fiabilidad Alfa de Conbrach de instrumento de recolección de datos

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	25	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
Total		25	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,930	,929	20

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
P1	4,40	,816	25
P2	4,28	,891	25
P3	3,60	1,354	25
P4	4,04	,790	25
P5	3,44	1,193	25
P6	3,48	1,122	25
P7	4,00	,816	25
P8	3,56	,917	25
P9	3,20	1,041	25
P10	3,80	1,041	25
P11	3,24	1,091	25
P12	3,64	,810	25
P13	3,92	,909	25
P14	3,76	,926	25
P15	4,20	,816	25
P16	3,60	1,080	25
P17	3,72	1,021	25
P18	3,84	,898	25
P19	3,52	1,122	25
P20	3,32	1,069	25

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P1	70,16	166,307	,172	,793	,934
P2	70,28	160,210	,425	,934	,930
P3	70,96	146,207	,689	,825	,925
P4	70,52	161,177	,438	,861	,929
P5	71,12	157,360	,394	,898	,932
P6	71,08	146,993	,821	,963	,922
P7	70,56	154,423	,764	,977	,924
P8	71,00	156,167	,593	,836	,927
P9	71,36	153,907	,604	,907	,927
P10	70,76	151,690	,695	,934	,925
P11	71,32	151,477	,667	,939	,925
P12	70,92	154,743	,753	,901	,924
P13	70,64	156,323	,591	,757	,927
P14	70,80	162,750	,296	,803	,932
P15	70,36	159,240	,518	,810	,928
P16	70,96	152,373	,639	,915	,926
P17	70,84	153,140	,649	,951	,926
P18	70,72	152,377	,785	,893	,923
P19	71,04	146,457	,842	,843	,921
P20	71,24	147,190	,858	,875	,921

Anexo 3. Data estadística aplicada en Software IBM SPSS Prueba de normalidad.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
redessociales	381	100,0%	0	0,0%	381	100,0%
imageninstitucional	381	100,0%	0	0,0%	381	100,0%

Descriptivos

		Estadístico	Error típ.	
redessociales	Media	32,61	,327	
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	31,97	
		Límite superior	33,25	
	Media recortada al 5%	32,83		
	Mediana	33,00		
	Varianza	40,675		
	Desv. típ.	6,378		
	Mínimo	13		
	Máximo	45		
	Rango	32		
	Amplitud intercuartil	10		
	Asimetría	-,444	,125	
	Curtosis	-,296	,249	
	imageninstitucional	Media	36,45	,425
Intervalo de confianza para la media al 95%		Límite inferior	35,61	
		Límite superior	37,28	
Media recortada al 5%		36,32		
Mediana		37,00		
Varianza		68,695		
Desv. típ.		8,288		
Mínimo		17		
Máximo		55		
Rango		38		
Amplitud intercuartil		13		
Asimetría		,133	,125	
Curtosis		-,769	,249	

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
redessociales	,070	381	,000	,977	381	,000
imageninstitucional	,073	381	,000	,978	381	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Anexo 4. Data estadística aplicada en Software IBM SPSS Correlación de Pearson

Correlaciones

		redessociales	imageninstitucional
redessociales	Correlación de Pearson	1	,264**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	381	381
imageninstitucional	Correlación de Pearson	,264**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	381	381

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

NONPAR CORR

/VARIABLES=redessociales imageninstitucional

/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlaciones no paramétricas

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\matia\OneDrive\Documentos\normalidad.sav

Correlaciones

			redessociales	imageninstitucional
Rho de Spearman	redessociales	Coefficiente de correlación	1,000	,203**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	381	381
	imageninstitucional	Coefficiente de correlación	,203**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	381	381

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Anexo 5. Instrumento de Recolección de información.

Cuestionario 1

El presente cuestionario es para la obtención del grado de licenciado en ciencias de la comunicación, que tiene como objetivo **Identificar la relación de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona**. Se garantiza el anonimato y confidencialidad de los participantes.

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y declaraciones, marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo/ Ni endesacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	PREGUNTAS	VALORACIÓN				
		TD	D	NA/ND	A	TA
1	¿Considera Ud. que las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona son medios de información para el contribuyente?					
2	¿Las publicaciones compartidas por la municipalidad distrital de Parcona a través de sus redes sociales resulta útil, importante y de calidad?					
3	¿El contenido difundido por la municipalidad distrital de Parcona en redes sociales logra captar el interés del usuario?					
4	¿Considera Ud. que al ingresar a las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona se adquieren conocimientos acerca de los sucesos relacionados a la institución?					
5	¿Las opiniones y comentarios de los usuarios contribuyentes en las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona proporcionan información relevante para resolver sus dudas?					
6	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona interactúa con los contribuyentes a través de las redes sociales?					
7	¿Las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona proporcionan información sobre la organización de eventos públicos?					
8	¿La municipalidad distrital de Parcona responde de forma rápida y clara a las consultas en línea de los contribuyentes?					
9	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona permite realizar trámites y pago de tributos en línea de manera eficiente?					
10	¿Considera Ud. que el desempeño de la municipalidad distrital de Parcona a través de sus redes sociales es eficiente?					
11	¿Los asuntos de la municipalidad distrital de Parcona están abiertos a juicio público?					
12	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona mantiene un vínculo de confianza con la población para formar una ciudadanía responsable y participativa?					
13	¿La municipalidad distrital de Parcona contribuye activa y voluntariamente en programas de ayuda social?					
14	¿La municipalidad distrital de Parcona ejecuta y supervisa de manera eficiente las obras públicas para la mejora social?					
15	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona mantiene el control y supervisión de los servicios sociales como el orden público y limpieza del distrito?					
16	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona proporciona información precisa acerca de los servicios requeridos por el contribuyente?					
17	¿La municipalidad distrital de Parcona facilita el acceso a la información sobre la administración tributaria?					
18	¿La municipalidad distrital de Parcona ante una consulta o reclamo proporciona una respuesta al contribuyente para solucionar su duda o inconveniente?					
19	¿El personal de atención de la municipalidad distrital de Parcona mantiene una buena actitud de servicio al contribuyente?					
20	¿Considera Ud. que el personal de atención al contribuyente de la municipalidad distrital de Parcona se encuentra capacitado para el servicio efectuado?					

Cuestionario I

El presente cuestionario es para la obtención del grado de licenciado en ciencias de la comunicación, garantizando el anónimo y confidencialidad tiene como objetivo **Identificar la relación de la red social Facebook con la imagen institucional de la municipalidad distrital de Parcona.**

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y declaraciones, marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	NI de acuerdo/ NI en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nº	PREGUNTAS	VALORACIÓN				
		TD	D	NA/ND	A	TA
1	¿Considera Ud. que las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona son medios de información para el contribuyente?				X	
2	¿Las publicaciones compartidas por la municipalidad distrital de Parcona a través de sus redes sociales resulta útil, importante y de calidad?					X
3	¿El contenido difundido por la municipalidad distrital de Parcona en redes sociales logra captar el interés del usuario?					X
4	¿Considera Ud. que al ingresar a las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona se adquieren conocimientos acerca de los sucesos relacionados a la institución?				X	
5	¿Las opiniones y comentarios de los usuarios contribuyentes en las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona proporcionan información relevante para resolver sus dudas?			X		
6	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona interactúa con los contribuyentes a través de las redes sociales?		X			
7	¿Las redes sociales de la municipalidad distrital de Parcona proporcionan información sobre la organización de eventos públicos?			X		
8	¿La municipalidad distrital de Parcona responde de forma rápida y clara a las consultas en línea de los contribuyentes?			X		
9	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona permite realizar trámites y pago de tributos en línea de manera eficiente?			X		
10	¿Considera Ud. que el desempeño de la municipalidad distrital de Parcona a través de sus redes sociales es eficiente?				X	
11	¿Los asuntos de la municipalidad distrital de Parcona están abiertos a juicio público?			X		
12	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona mantiene un vínculo de confianza con la población para formar una ciudadanía responsable y participativa?			X		
13	¿La municipalidad distrital de Parcona contribuye activa y voluntariamente en programas de ayuda social?				X	
14	¿La municipalidad distrital de Parcona ejecuta y supervisa de manera eficiente las obras públicas para la mejora social?		X			
15	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona mantiene el control y supervisión de los servicios sociales como el orden público y limpieza del distrito?			X		
16	¿Considera Ud. que la municipalidad distrital de Parcona proporciona información precisa acerca de los servicios requeridos por el contribuyente?		X			
17	¿La municipalidad distrital de Parcona facilita el acceso a la información sobre la administración tributaria?			X		
18	¿La municipalidad distrital de Parcona ante una consulta o reclamo proporciona una respuesta al contribuyente para solucionar su duda o inconveniente?				X	
19	¿El personal de atención de la municipalidad distrital de Parcona mantiene una buena actitud de servicio al contribuyente?			X		
20	¿Considera Ud. que el personal de atención al contribuyente de la municipalidad distrital de Parcona se encuentra capacitado para el servicio efectuado?		X			



Universidad Nacional San Luis Gonzaga
Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología
Unidad de Investigación

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El presente documento es elaborado en base al Código de ética para la investigación en seres humanos, animales y plantas de la Universidad Nacional "San Luis Gonzaga" aprobado con R.R N° 1302-R-UNICA-2020 del 08 de octubre del 2020

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por la Bachiller Angela Cristhel Castañeda Calderon, de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga. El propósito de este estudio es Identificar la relación de la red social Facebook con la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 60 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por la Escuela Académica Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga. He sido informado (a) que el objetivo de estudio es Identificar la relación de la red social Facebook con la Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 60 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Angela Cristhel Castañeda Calderon o al teléfono: 929530826

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al correo cctya.investigacion@unica.edu.pe

Participante

Firma del Participante

Fecha: 11/04/2023

Operacionalización de las variables

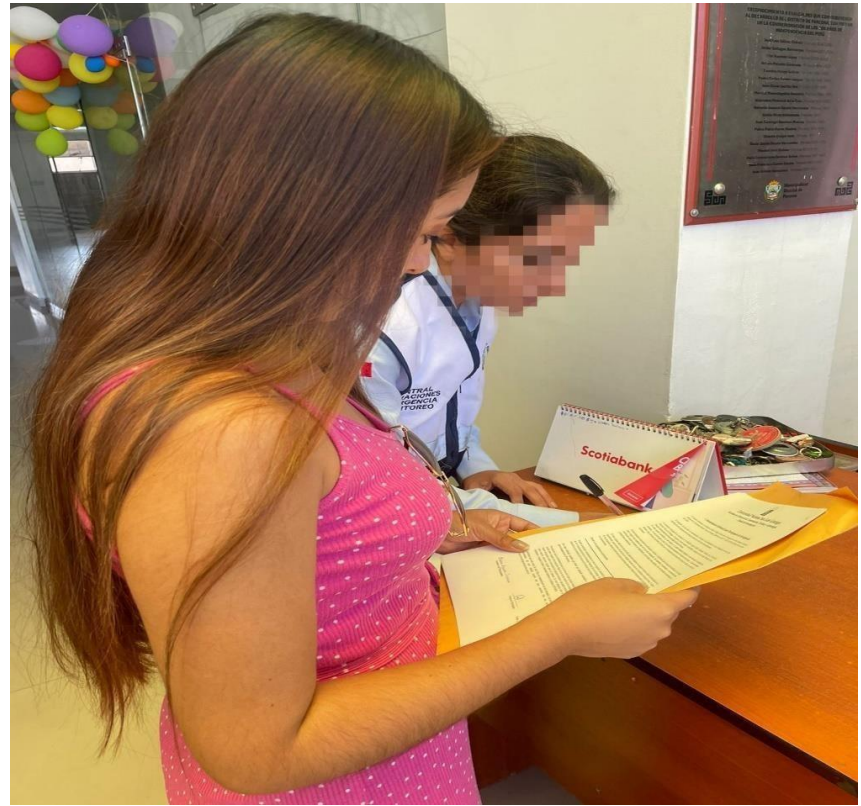
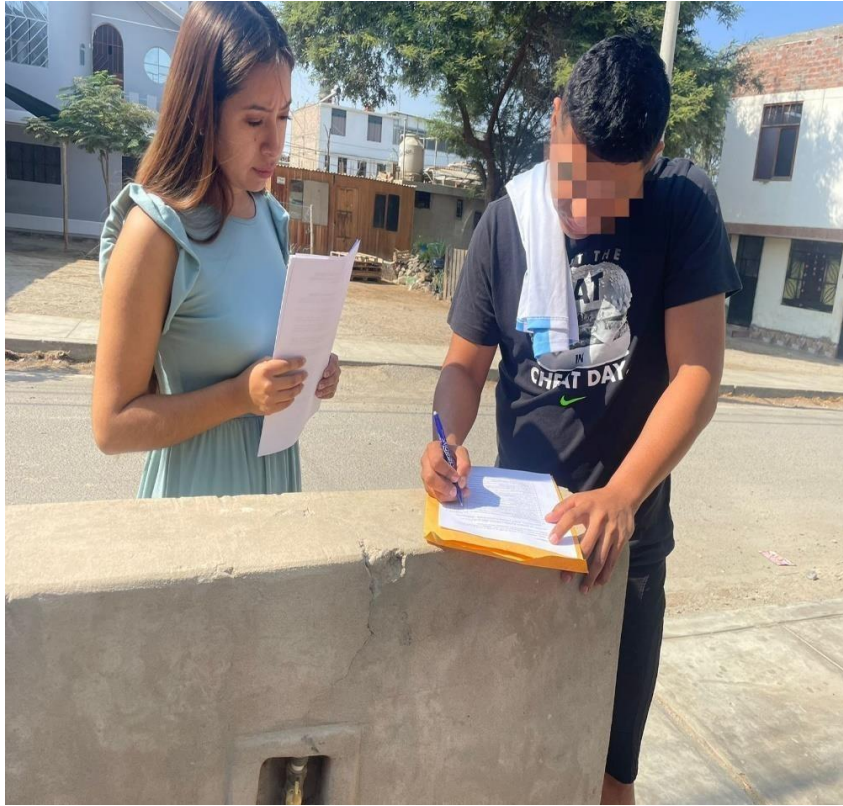
TEMA: RED SOCIAL FRACEBOOK Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PARCONA

VARIABLE	DIMENSION CONCEPTUAL	DIMENSION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	INTRUMENTOS	
VARIABLE INDEPENDIENTE	Redes sociales	Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. (<i>¿Qué son las Redes Sociales?</i> , s. f.)	La variable de estudio se centrará en evaluar el aporte de las redes sociales a la mejora de la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona, recolectando los datos por medio del cuestionario.	Marketing de contenido Comunidad virtual Comunicación online	Contenido informativo Contenido de valor Difusión de contenido Gestión de conocimiento Intercambio de opinión Interacción social Nivel de respuesta Operaciones online Retroalimentación	Ordinal (Likert)	Cuestionario
VARIABLE DEPENDIENTE	Imagen institucional	La imagen institucional es la percepción que se tiene de una organización. Es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización, como ser las marcas, logotipos, impresos, colores, uniformes, etc. (Quijije Herrera, 2019)	La variable de investigación evidenciará cuál es la percepción del poblador parconense respecto a la imagen de la Municipalidad de su distrito recolectando los datos por medio del cuestionario.	Relaciones Públicas Servicio ofrecido Acceso a los servicios Personal de contacto	Transparencia Compromiso con los ciudadanos Programas sociales Obras públicas Servicios sociales Atención al contribuyente Acceso a la información Formulación de quejas y reclamos Actitud de servicio Capacitación del personal	Ordinal (Likert)	Cuestionario

Anexo 8. Matriz de Consistencia

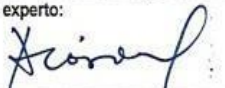
MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TEMA: RED SOCIAL FRACEBOOK Y LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PARCONA				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	
¿Cómo se relaciona la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona?	Identificar la relación de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.	La red social Facebook se relaciona con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.	VARIABLE INDEPENDENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
			Redes sociales	Imagen institucional
			DIMENSIONES	DIMENSIONES
			D.1 Marketing de contenido D.2 Comunidad virtual D.3 Comunicación online	D.1 Relaciones Públicas D.2 Servicio ofrecido D.2 Acceso a los servicios D.3 Personal de contacto
PROBLEMA ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	INDICADORES	INDICADORES
PE1	OE1	HE1	Contenido informativo Contenido de valor Gestión de contenidos Difusión de conocimiento Intercambio de opinión Interacción social Nivel de respuesta Operaciones online Retroalimentación	Transparencia Compromiso con los ciudadanos Programas sociales Obras públicas Servicios sociales Atención al contribuyente Acceso a la información Formulación de quejas y reclamos Actitud de servicio Capacitación del personal
¿Cómo se relaciona el uso del marketing de contenidos de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona?	Identificar la relación del uso del marketing de contenidos de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.	El uso del marketing de contenidos de la red social Facebook se relaciona con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.		
PE2	OE2	HE2	INDICES	INDICES
¿Cómo se relaciona la comunidad virtual de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona?	Identificar la relación entre la comunidad virtual de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.	la comunidad virtual de la red social Facebook se relaciona con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.	Pregunta 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	Pregunta 11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
			TECNICAS DE RECOLECCION	INSTRUMENTO DE RECOLECCION
			Encuesta	Cuestionario
			TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
			El tipo de investigación es básica Nivel descriptivo correlacional	No experimental
PE3	OE3	HE2	POBLACIÓN	MUESTRA
¿Cómo se relaciona la comunicación online de la red social Facebook con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona?	Identificar la relación entre la comunicación online de la red social Facebook con la imagen institucional de la municipalidad Distrital de Parcona.	la comunicación online de la red social Facebook se relaciona con la imagen institucional de la Municipalidad Distrital de Parcona.	Está constituida 54 747 pobladores adultos de 18 a 60 años de ambos sexos del distrito de Parcona.	381
			TECNICA MUESTRAL: El muestreo es probabilístico, aleatorio simple	






Anexo 10. Validación de los instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de Investigación: "Redes sociales y su relación con la Imagen Institucional de la Municipalidad distrital de Los Olivos, Lima 2019"								
Apellidos y nombres del Investigador: Zamora Acosta Joel Fernando								
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. CARDENAS JAAVEDRA ABRAHAM</u>								
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS	
VARIABLE INDEPENDIENTE	REDES SOCIALES	MARKETING DE CONTENIDO	CONTENIDO INFORMATIVO	¿Considera Ud. que las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos son medios de información para el contribuyente?	1. TOTALMENTE EN DESACUERDO 2. EN DESACUERDO 3. NI DEACUERDO NI DESACUERDO 4. DE ACUERDO 5. TOTALMENTE DE ACUERDO	<input checked="" type="checkbox"/>		
			CONTENIDO DE VALOR	¿Las publicaciones compartidas por la Municipalidad de Los Olivos a través de sus redes sociales resulta útil, importante y de calidad?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			DIFUSIÓN DE CONTENIDO	¿El contenido difundido por la Municipalidad de Los Olivos en redes sociales logra captar el interés del usuario?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	COMUNIDAD VIRTUAL	GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	¿Considera Ud. que al ingresar a las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos se adquieren conocimientos acerca de los sucesos relacionados a la institución?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		INTERCAMBIO DE OPINIÓN	¿Las opiniones y comentarios de los usuarios en las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos proporcionan información relevante para resolver sus dudas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		INTERACCIÓN SOCIAL	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos interactúa con los contribuyentes a través de las redes sociales?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	¿Las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos proporcionan información sobre la organización de eventos públicos?		<input checked="" type="checkbox"/>					
	COMUNICACIÓN ONLINE	NIVEL DE RESPUESTA	¿La Municipalidad de Los Olivos responde de forma rápida y clara a las consultas en línea de los contribuyentes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		OPERACIONES EN LÍNEA	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos permite realizar trámites y pago de tributos en línea de manera eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		RETROALIMENTACIÓN	¿Considera Ud. que el desempeño de la Municipalidad de Los Olivos a través de sus redes sociales es eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
VARIABLE DEPENDIENTE	IMAGEN INSTITUCIONAL	RELACIONES PÚBLICAS	TRANSPARENCIA	¿Los asuntos de la Municipalidad de Los Olivos están abiertos a juicio público?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			COMPROMISO CON LOS CIUDADANOS	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos mantiene un vínculo de confianza con la población para formar una ciudadanía responsable y participativa?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			PROGRAMAS SOCIALES	¿La Municipalidad de Los Olivos contribuye activa y voluntariamente en programas de ayuda social?	<input checked="" type="checkbox"/>			
	SERVICIO OFRECIDO	OBRAS PÚBLICAS	¿La Municipalidad de Los Olivos ejecuta y supervisa de manera eficiente las obras públicas para la mejora social?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		SERVICIOS SOCIALES	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos mantiene el control y supervisión de los servicios sociales como el orden público y limpieza del distrito?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos proporciona información precisa acerca de los servicios requeridos por el contribuyente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	ACCESO A LOS SERVICIOS	ACCESO A LA INFORMACIÓN	¿La Municipalidad de Los Olivos facilita el acceso a la información sobre la administración tributaria?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		FORMULACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS	¿La Municipalidad de Los Olivos ante una consulta o reclamo proporciona una respuesta al contribuyente para solucionar su duda o inconveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	PERSONAL DE CONTACTO	ACTITUD DE SERVICIO	¿El personal de atención de la Municipalidad de Los Olivos mantiene una buena actitud de servicio al contribuyente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	¿Considera Ud. que el personal de atención al contribuyente de la Municipalidad de los Olivos se encuentra capacitado para el servicio efectuado?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firmas del experto:			Fecha:					
			10/05/2019					


MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de Investigación: "Redes sociales y su relación con la Imagen Institucional de la Municipalidad distrital de Los Olivos, Lima 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador: Zamora Acosta Joel Fernando							
Apellidos y nombres del experto: DR. ROSEL CESAR ALVA ARCE							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
REDES SOCIALES	MARKETING DE CONTENIDO	CONTENIDO INFORMATIVO	¿Considera Ud. que las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos son medios de información para el contribuyente?	1. TOTALMENTE EN DESACUERDO 2. EN DESACUERDO 3. NI DEACUERDO NI DESACUERDO 4. DE ACUERDO 5. TOTALMENTE DE ACUERDO	/		
		CONTENIDO DE VALOR	¿Las publicaciones compartidas por la Municipalidad de Los Olivos a través de sus redes sociales resulta útil, importante y de calidad?		/		
		DIFUSIÓN DE CONTENIDO	¿El contenido difundido por la Municipalidad de Los Olivos en redes sociales logra captar el interés del usuario?		/		
	COMUNIDAD VIRTUAL	GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	¿Considera Ud. que al ingresar a las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos se adquieren conocimientos acerca de los sucesos relacionados a la institución?		/		
		INTERCAMBIO DE OPINIÓN	¿Las opiniones y comentarios de los usuarios en las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos proporcionan información relevante para resolver sus dudas?		/		
		INTERACCIÓN SOCIAL	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos interactúa con los contribuyentes a través de las redes sociales? ¿Las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos proporcionan información sobre la organización de eventos públicos?		/		
	COMUNICACIÓN ONLINE	NIVEL DE RESPUESTA	¿La Municipalidad de Los Olivos responde de forma rápida y clara a las consultas en línea de los contribuyentes?		/		
		OPERACIONES EN LÍNEA	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos permite realizar trámites y pago de tributos en línea de manera eficiente?		/		
		RETROALIMENTACIÓN	¿Considera Ud. que el desempeño de la Municipalidad de Los Olivos a través de sus redes sociales es eficiente?		/		
		RELACIONES PÚBLICAS	TRANSPARENCIA		¿Los asuntos de la Municipalidad de Los Olivos están abiertos a juicio público?	/	
COMPROMISO CON LOS CIUDADANOS	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos mantiene un vínculo de confianza con la población para formar una ciudadanía responsable y participativa?		/				
PROGRAMAS SOCIALES	¿La Municipalidad de Los Olivos contribuye activa y voluntariamente en programas de ayuda social?		/				
SERVICIO OFRECIDO	OBRA PÚBLICAS	¿La Municipalidad de Los Olivos ejecuta y supervisa de manera eficiente las obras públicas para la mejora social?	/				
	SERVICIOS SOCIALES	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos mantiene el control y supervisión de los servicios sociales como el orden público y limpieza del distrito?	/				
	ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos proporciona información precisa acerca de los servicios requeridos por el contribuyente?	/				
ACCESO A LOS SERVICIOS	ACCESO A LA INFORMACIÓN	¿La Municipalidad de Los Olivos facilita el acceso a la información sobre la administración tributaria?	/				
	FORMULACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS	¿La Municipalidad de Los Olivos ante una consulta o reclamo proporciona una respuesta al contribuyente para solucionar su duda o inconveniente?	/				
PERSONAL DE CONTACTO	ACTITUD DE SERVICIO	¿El personal de atención de la Municipalidad de Los Olivos mantiene una buena actitud de servicio al contribuyente?	/				
	CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	¿Considera Ud. que el personal de atención al contribuyente de la Municipalidad de los Olivos se encuentra capacitado para el servicio efectuado?	/				
Firmas del experto: 			Fecha: 10/05/19				

VARIABLE INDEPENDIENTE

VARIABLE DEPENDIENTE

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de Investigación: "Redes sociales y su relación con la Imagen Institucional de la Municipalidad distrital de Los Olivos, Lima 2019"							
Apellidos y nombres del Investigador: Zamora Acosta Joel Fernando							
Apellidos y nombres del experto: VÁSQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL							
ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/S UGERENCIAS
REDES SOCIALES	MARKETING DE CONTENIDO	CONTENIDO INFORMATIVO	¿Considera Ud. que las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos son medios de información para el contribuyente?	1. TOTALMENTE EN DESACUERDO 2. EN DESACUERDO 3. NI DEACUERDO NI DESACUERDO 4. DE ACUERDO 5. TOTALMENTE DE ACUERDO	/		
		CONTENIDO DE VALOR	¿Las publicaciones compartidas por la Municipalidad de Los Olivos a través de sus redes sociales resulta útil, importante y de calidad?		/		
		DIFUSIÓN DE CONTENIDO	¿El contenido difundido por la Municipalidad de Los Olivos en redes sociales logra captar el interés del usuario?		/		
	COMUNIDAD VIRTUAL	GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	¿Considera Ud. que al ingresar a las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos se adquieren conocimientos acerca de los sucesos relacionados a la institución?		/		
		INTERCAMBIO DE OPINIÓN	¿Las opiniones y comentarios de los usuarios en las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos proporcionan información relevante para resolver sus dudas?		/		
		INTERACCIÓN SOCIAL	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos interactúa con los contribuyentes a través de las redes sociales? ¿Las redes sociales de la Municipalidad de Los Olivos proporcionan información sobre la organización de eventos públicos?		/		
	COMUNICACIÓN ONLINE	NIVEL DE RESPUESTA	¿La Municipalidad de Los Olivos responde de forma rápida y clara a las consultas en línea de los contribuyentes?		/		
		OPERACIONES EN LÍNEA	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos permite realizar trámites y pago de tributos en línea de manera eficiente?		/		
		RETROALIMENTACIÓN	¿Considera Ud. que el desempeño de la Municipalidad de Los Olivos a través de sus redes sociales es eficiente?		/		
IMAGEN INSTITUCIONAL	RELACIONES PÚBLICAS	TRANSPARENCIA	¿Los asuntos de la Municipalidad de Los Olivos están abiertos a juicio público?	/			
		COMPROMISO CON LOS CIUDADANOS	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos mantiene un vínculo de confianza con la población para formar una ciudadanía responsable y participativa?	/			
		PROGRAMAS SOCIALES	¿La Municipalidad de Los Olivos contribuye activa y voluntariamente en programas de ayuda social?	/			
	SERVICIO OFRECIDO	OBRAS PÚBLICAS	¿La Municipalidad de Los Olivos ejecuta y supervisa de manera eficiente las obras públicas para la mejora social?	/			
		SERVICIOS SOCIALES	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos mantiene el control y supervisión de los servicios sociales como el orden público y limpieza del distrito?	/			
		ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE	¿Considera Ud. que la Municipalidad de Los Olivos proporciona información precisa acerca de los servicios requeridos por el contribuyente?	/			
	ACCESO A LOS SERVICIOS	ACCESO A LA INFORMACIÓN	¿La Municipalidad de Los Olivos facilita el acceso a la información sobre la administración tributaria?	/			
		FORMULACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS	¿La Municipalidad de Los Olivos ante una consulta o reclamo proporciona una respuesta al contribuyente para solucionar su duda o inconveniente?	/			
	PERSONAL DE CONTACTO	ACTITUD DE SERVICIO	¿El personal de atención de la Municipalidad de Los Olivos mantiene una buena actitud de servicio al contribuyente?	/			
		CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	¿Considera Ud. que el personal de atención al contribuyente de la Municipalidad de los Olivos se encuentra capacitado para el servicio efectuado?	/			
Firmas del experto: 			Fecha: 10/05/2019				

VARIABLE INDEPENDIENTE

VARIABLE DEPENDIENTE