



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

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 - 011

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:

“LA COMUNICACIÓN EXTERNA Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SALAS GUADALUPE, ICA - 2023.”

Presentada por: **LAURA LAURA LESLY VANESA** del nivel de Pre Grado de la **FACULTAD DE CCTYA**, Escuela Profesional de **Ciencias de la Comunicación**. El resultado obtenido es: **PORCENTAJE DE SIMILITUD 3 %** 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, 20 de Febrero 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

VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología



TESIS:

La comunicación externa y la satisfacción del usuario de la
municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica - 2023.

AUTORA:

LESLY VANESA LAURA LAURA (ORCID.ORG/0009-0001-5194-6643)

ASESOR:

Mg. ORTIZ ROJAS JULIO CESAR (ORCID.ORG/0000-0003-3319-2486)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

Ica – Perú
2024

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a mi madre Juana Laura, por su confianza y fe en mí.

A mi abuela Francisca Ramos, por el ejemplo de lucha y perseverancia que la caracterizan y que ha influenciado, inspirándome a salir adelante.

A mis hermanas, hermano y tías, por brindarme sus consejos, para hacer de mí una mejor persona y buena profesional.

A la universidad nacional San Luis Gonzaga, por permitirme lograr dar un paso más hacia el éxito. Por haberme brindado conocimientos y experiencias inolvidables, que han contribuido para el logro de mis objetivos.

ÍNDICE CONTENIDOS

I	Introducción	10
II	Estrategia metodológica.....	17
III	Resultados.....	20
IV	Discusión	62
V	Conclusiones.....	65
VI	Recomendaciones.....	66
VII	Referencias bibliograficas.....	67
VIII	Anexos.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Fiabilidad de la V1. Comunicación Externa.....	20
Tabla 2	Estadísticas de fiabilidad V1	21
Tabla 3	Fiabilidad de la V2. Satisfacción del usuario	21
Tabla 4	Estadísticas de fiabilidad V2	21
Tabla 5	Validación de juicio de expertos.....	22
Tabla 6	Presencia de la autoridad	22
Tabla 7	Atención de quejas	23
Tabla 8	Información y página institucional	24
Tabla 9	Medio de comunicación y público.	25
Tabla 10	Comunicados municipalidad y sinceridad.	26
Figura 11	Mensaje municipales y realidad.	27
Tabla 12	Participación en las mejoras de su localidad.	28
Tabla 13	Dialogo con las autoridades y la población.	29
Tabla 14	Involucramiento de la población	30
Tabla 15	Opinión de la población y problemáticas.	31
Tabla 16	Ejecución de actividad y plazos.....	32
Tabla 17	Credibilidad sobre la información difundida.	33
Tabla 18	Comunicación oportuna y ciudadanía.	34
Tabla 19	Interacción con plataformas digitales.	35
Tabla 20	Participación en las actividades municipales.....	36
Tabla 21	Participación social y nivel de convocatoria.....	37
Tabla 22	Beneficios gestionados por la municipalidad.	38
Tabla 23	Convenios y calidad de vida.	39
Tabla 24	Atención: Horario adecuado.....	40
Tabla 25	Atención: Tiempo necesario.....	41
Tabla 26	Atención: Tiempo de espera y trámite.....	42
Tabla 27	Atención y filas de espera.	43
Tabla 28	Atención y eficiencia.	44
Tabla 29	Costos de los servicios.	45
Tabla 30	Calidad del servicio.	46
Tabla 31	Percepción de mejora en los servicios ofertados	47
Tabla 32	Personal y atención.	48
Tabla 33	Personal y predisposición.	49
Tabla 34	Solución de reclamos.	50

Tabla 35 Reclamos recurrentes.	51
Tabla 36 Servicios y expectativas.	52
Tabla 37 Personal y satisfacción.	53
Tabla 38 Ampliación de servicios municipales.	54
Tabla 39 Información adecuada.	55
Tabla 40 Información pertinente.	56
Tabla 41 Medios e información.	57
Tabla 42 Información sobre la gestión.	58
Tabla 43 Información de la gestión municipal.	59
Tabla 44 Prueba de chi-cuadrado de Hipótesis General.	60
Tabla 45 Resumen de chi-cuadrado de hipótesis específicas.	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fórmula Alfa de Cronbach	20
Figura 2 Criterios George y Mallery.....	20
Figura 3 Presencia de la autoridad	22
Figura 4 Atención de quejas	23
Figura 5 Información y página institucional	24
Figura 6 Medio de comunicación y público.	25
Figura 7 Comunicados municipalidad y sinceridad.	26
Figura 8 Mensaje municipales y realidad.	27
Figura 9 Participación en las mejoras de su localidad.	28
Figura 10 Dialogo con las autoridades y la población.	29
Figura 11 Involucramiento de la población	30
Figura 12 Opinión de la población y problemáticas.	31
Figura 13 Ejecución de actividad y plazos.	32
Figura 14 Credibilidad sobre la información difundida.	33
Figura 15 Comunicación oportuna y ciudadanía.	34
Figura 16 Interacción con plataformas digitales.	35
Figura 17 Participación en las actividades municipales.....	36
Figura 18 Participación social y nivel de convocatoria.	37
Figura 19 Beneficios gestionados por la municipalidad.	38
Figura 20 Convenios y calidad de vida.	39
Figura 21 Atención: Horario adecuado.....	40
Figura 22 Atención: Tiempo necesario.....	41
Figura 23 Atención: Tiempo de espera y trámite.	42
Figura 24 Atención y filas de espera.	43
Figura 25 Atención y eficiencia.	44
Figura 26 Costos de los servicios.	45
Figura 27 Calidad del servicio.....	46
Figura 28 Percepción de mejora en los servicios ofertados	47
Figura 29 Personal y atención.	48
Figura 30 Personal y predisposición.	49
Figura 31 Solución de reclamos.	50
Figura 32 Reclamos recurrentes.	51
Figura 33 Servicios y expectativas.	52
Figura 34 Personal y satisfacción.	53
Figura 35 Ampliación de servicios municipales.	54

Figura 36 Información adecuada.	55
Figura 37 Información pertinente.	56
Figura 38 Medios e información.	57
Figura 39 Información sobre la gestión.	58
Figura 40 Información de la gestión municipal.	59

RESUMEN

Las gestiones municipales ofrecen diversos servicios hacia la comunidad, esto permite establecer una percepción de la satisfacción o insatisfacción de los usuarios. En ese sentido, el propósito se basa en determinar la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023. Como método se estableció que esta investigación es de tipo básica de nivel descriptivo, de diseño no experimental transeccional y con un enfoque cuantitativo. Asimismo, se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento. Se apreció a nivel de resultados que las diversas acciones de comunicación externa han permitido diseñar contenidos (mensaje, productos) para mantener una relación con los usuarios, brindando una imagen, que se vinculan con los servicios que se ofrecen. En el caso de la satisfacción del usuario esta se percibe como satisfactoria, vinculada con mejoras dentro de la experiencia de la atención. Se concluye que, se logra determinar la existencia de una comunicación externa significativa y una satisfacción del usuario positiva en la municipalidad distrital de Salas Guadalupe. En ese sentido, la municipalidad gestiona las diversas dimensiones vinculadas a la comunicación externa, como son la operatividad, la estratégica y la notoriedad frente a lo que se brinda a la población, principalmente a los usuarios. Asimismo, se pudo demostrar que las satisfacciones de los usuarios se vinculan con sus dimensiones, generando que esa satisfacción se refleje en las expectativas, las percepciones, la atención de quejas, la conformidad del servicio y la información que se brinde sobre las diversas demandas o tramites que se realizan.

Palabras Claves: Comunicación externa, satisfacción usuaria, municipalidad, expectativas, percepciones.

ABSTRACT

Municipal administrations offer various services to the community, this allows establishing a perception of the satisfaction or dissatisfaction of users. In that sense, the purpose is based on determining the external communication and user satisfaction of the district municipality of Salas Guadalupe, Ica - 2023. As a method, it was established that this research is of a basic descriptive level, with a non-experimental transectional design. and with a quantitative approach. Likewise, the survey technique and the questionnaire were used as an instrument. It was appreciated at the level of results that the various external communication actions have made it possible to design content (message, products) to maintain a relationship with users, providing an image that is linked to the services offered. In the case of user satisfaction, this is perceived as satisfactory, linked to improvements within the care experience. It is concluded that it is possible to determine the existence of significant external communication and positive user satisfaction in the district municipality of Salas Guadalupe. In this sense, the municipality manages the various dimensions linked to external communication, such as operation, strategy and notoriety regarding what is provided to the population, mainly to users. Likewise, it was possible to demonstrate that user satisfaction is linked to its dimensions, generating that satisfaction is reflected in expectations, perceptions, attention to complaints, conformity of the service and the information provided about the various demands or procedures that are carried out.

Keywords: External communication, user satisfaction, municipality, expectations, perceptions.

I. INTRODUCCIÓN.

En el contexto de los servicios que ofrece una municipalidad se debe establecerse una experiencia, que permita percibir como positiva, por ende, satisfactoria para los usuarios. Además, tomar en cuenta que la comunicación externa permite conocer y estar informados de las decisiones y acciones realizadas por la gestión gubernamental de turno, permitiendo generar un vínculo. En ese sentido fue necesario conocer el contexto problemático de las dos variables de investigación.

En el caso de la satisfacción del usuario a nivel internacional, Bollar (2016, citado por Ortiz, 2019) señala que en América Latina la banca y el comercio son industrias que pierden por la mala atención al cliente, por lo tanto, estas optan por mejorar y modernizar su atención. En el caso de Brasil frente a este problema se ha regulado respuestas frente a los reclamos bajo pena de multa. Asimismo, en el caso de México, es considerado el peor país de la región, siendo la razón fundamental para cambiar de proveedor, según el reporte de Accenture.

A nivel de Perú, según datos de la Encuesta Nacional de Satisfacción Ciudadana 2017 realizada a diversas entidades públicas, resalta datos como que el 40% de los usuarios de gobiernos locales no confían en el Estado. Asimismo, los gobiernos regionales necesitan 7 visitas para llevar a cabo una gestión, seguido de 4 en el caso de los gobiernos locales. Sumado a ello, al 47% durante un proceso para alcanzar la solicitud suele tomarse entre uno y 66 días. El 29% de los encuestados no se siente informado sobre la gestión que vino a realizar, asimismo, un 15% considera que son muy complejas las gestiones frente a la información que tiene sobre ella. Finalmente, 7 de cada 10 se encuentra satisfecho con su experiencia en la entidad pública a nivel general, en el caso de los gobiernos locales, este es 2 de cada 3 se encuentra satisfecho con su visita. Frente a este dato, los gobiernos locales se ubican en el puesto 5 de 6 entidades en el ranking de satisfacción (Presidencia del Consejo de Ministros y Ipsos Public Affairs, 2017).

Asimismo, se presenta el caso de la municipalidad de Huarochirí en Perú, indicando que se debe mejorar la atención en los procesos documentarios, así como la orientación, que muchas veces no es la adecuada. Por lo tanto, se evidencia la necesidad de mejorar la percepción para lograr una satisfacción positiva en los servicios ofertados por el municipio (Concha-Bendezú et al, 2022). Uno de los grandes retos de las organizaciones es la calidad de los servicios brindados, lo que se busca es que a través de las estrategias este sea óptimo e impacte en quienes haga uso de los diversos servicios ofrecidos (Flores y Delgado, 2020). De igual manera, muchos usuarios han puesto de manifiesto la mala atención en las instituciones públicas, indicando que el trato no es adecuado, siendo calificados como poco eficientes y una atención lenta. Estos datos perjudican la aprobación de las gestiones gubernamentales, siendo un problema latente para las autoridades (Chung *et al.*, 2017).

En el caso de la variable comunicación externa Carlos (2020 citado por Yagual-Orrala e Iza-Espinoza, 2022) desde la perspectiva de las Relaciones Públicas e Institucionales señala que se debe hacer la gestión con los grupos de interés, a través de estrategias comunicativas que aporten a fortalecer

y ampliar los vínculos con sus públicos. Asimismo, Cáceres y Raymundo (2019 Yagual-Orrala e Iza-Espinoza, 2022) sostienen que esto está vinculado con el entorno político, social, cultural y económico. Además, de conocer las tendencias sociales para responder a ellas y fortalecer sus estrategias para darse a conocer. Considerando lo anterior, se afirma que hay una necesidad por capacitarse para gestionar estrategias comunicativas que respondan a las demandas de la comunidad. Entonces, es necesario utilizar canales y medios de comunicación para la difusión de información, en este caso particular, permite el posicionamiento de la actividad económica (Yagual-Orrala e Iza-Espinoza, 2022).

En el caso de México, hubo reformas para una mayor autonomía política, económica y jurídica en sus gobiernos locales, con diversos actores políticos. En ese sentido, se han presentado retos y responsabilidades dentro del contexto democrático, comprometiendo a la rendición de cuentas, transparencia y consenso, un escenario que inicio a finales del siglo pasado, donde comunicar es parte de la estrategia de gobernar (Zavariz, 2014). Asimismo, Portilla (2014 citado por Montenegro, 2020) plantea que las organizaciones están en constante cambio, siendo la comunicación un aspecto necesario para el intercambio de mensajes, haciendo que se genere una fluidez a nivel interno y externo. Se debe resaltar que la comunicación externa aporta a la identidad, permitiendo conocer y reconocer el cumplimiento de los objetivos y su propia actualización.

A nivel nacional, Córdova (2022) afirma que hay una ineficiente comunicación entre los gobiernos locales y la población, esto puede pasar por desconocimiento y falta de capacidades comunicativas de las autoridades, lo que genera que las relaciones entre ambos no se concreten y se debilite. Además, Ticona (2017 citado por Córdova 2022) concluye que la comunicación permite optimizar la gestión edil, la comunicación está siendo usada de manera limitada o en algunos casos no se usa, por lo tanto, no genera el nexo entre autoridad y pueblo.

En el caso de los gobiernos locales, según la Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972 confiere potestades básicas a nivel territorial y la promoción de la participación vecinal en los asuntos públicos. En ese sentido, son órganos promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad, teniendo autonomía política, económica y administrativa bajo la competencia que se establece. Asimismo, tiene la finalidad de ofrecer la prestación de servicios públicos. Por lo cual, la municipalidad distrital de Salas Guadalupe ofrece a su población servicios, los cuales generan un vínculo con el municipio, percibiéndose una imagen mediana por la propia comunicación que se construye hacia los ciudadanos. Cabe indicar que la municipalidad desde el área de imagen institucional no cuenta con información que le permita conocer si la comunicación externa que está realizando permite cumplir las metas trazadas, considerando que cada cierto tiempo hay quejas por parte de los ciudadanos-usuarios respecto a lo brindado por algunas áreas de la municipalidad. Respecto a lo presentado, se plantea como problema general ¿Cómo es la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023?

Durante el proceso investigación se realizó la exploración bibliográfica relacionada a las variables de estudio, las cuales permitieron establecer los antecedentes de la investigación. A nivel local,

Soto (2018) en su tesis planteó como objetivo identificar la relación entre la calidad de la atención y la satisfacción del usuario del centro de salud de un distrito de Ica. Este estudio fue de enfoque cuantitativo, de tipo básico, de nivel descriptivo – correlacional y de diseño no experimental. Los participantes del estudio fueron los diversos pacientes que asistieron al centro de atención (usuarios), quedando representada la muestra con un total de 84, teniendo como muestreo el no probabilístico. Se hallaron que la calidad de atención es de nivel regular (70%) y la satisfacción es moderada (62%). Se concluye que hay una relación entre ambas variables, siendo directa y significativa.

De igual manera, Cuellar (2019) planteó como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Caja Municipal de Ica. A nivel metodológico, es de tipo básico, de nivel descriptivo y correlacional, con un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 384 usuarios y con un muestreo probabilístico. La fiabilidad del servicio se da a veces (57%), seguido de un 26%, que indican que no se da. En el caso de la capacidad de respuesta, logro alcanzar un 80%, es decir a veces se cumple esta categoría, seguido de si con un 10%. En el caso de las expectativas, el 71% indica que a veces se logra cubrir, seguido de un 28% que indica que no se cumple. Se concluye que, a mayor calidad del servicio mayor satisfacción del usuario, entonces incrementa la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía.

En el caso nacional, Concha-Bendezú et al. (2019) en su estudio propusieron determinar la relación entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Huarochirí. A nivel metodológico, este fue de tipo básico, enfoque cuantitativo, de nivel correlaciona, enfoque cuantitativo y de diseño no experimental. La muestra estuvo compuesta por 250 personas, usando un muestreo probabilístico. Como resultado se evidencia que la calidad de servicio es de forma regular (60.53%) y bueno (32.24) y en el caso de la satisfacción es medio (63.16%) y alto (28.95). Se concluye que, hay una existencia de relación entre ambas variables, siendo positivo alto, evidenciando que se deben mejorar los niveles de atención, permitiendo mejorar los procesos de los diversos servicios que se ofrecen, lo que se va reflejar en la mejorar de la percepción de la satisfacción del usuario.

Además, Ortiz (2019) propuso en su investigación demostrar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario dentro del área del área de rentas de la municipalidad de Santa María. Planteo una metodología con enfoque cuantitativo, de tipo básica, de diseño no experimental, correccional y transversal. Con una muestra conformada por 230 usuarios, con un muestreo probabilístico. Se evidenció que la calidad de servicio es principalmente regular (47%), seguida de deficiente (34%). En el caso de la segunda variable, se da de forma regular (42%), seguido de un 40 % que indica que es deficiente. En conclusión, existe una relación significativa entre ambas variables, siendo el grado de correlación positivo de nivel alto, es decir, que la calidad se mide en función de lo que el usuario percibe recibir dentro de la atención, haciéndola confiable creíble y cuidadoso.

Asimismo, Reyes y Silva (2020) plantearon como objetivo de su estudio determinar como la comunicación externa aporta a la mejora de la atención al cliente dentro de una clínica en Chiclayo. Este tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, de alcance explicativo y con un diseño pre experimental.

La muestra estuvo conformada por los usuarios, siendo 80 los participantes. Como resultado se evidencio que la capacidad de respuesta, es de nunca (59%), seguida de siempre con un 33%. A nivel de empatía, se evidencio que la comprensión se da en un 37% de siempre, seguido de nunca con 33%. Se concluye que se estaba generando una inadecuada atención por falta de comunicación externa, por la falta de estrategias, que al aplicarla aportaron a la mejora en la satisfacción.

A nivel internacional, Moreno (2017) en su investigación propusieron analizar las redes sociales como herramienta para la gestión de la comunicación externa. Su enfoque es mixto, de tipo básico, nivel descriptivo y diseño no experimental. La población son los habitantes del cantón de Riobamba, teniendo como muestra a 399 personas, con un muestreo probabilístico. Se halló que un 38% revisa información sobre el municipio en sus redes sociales, aunque un 51% considera que estas transmiten información a la ciudadanía. Este estudio concluye que la gestión gubernamental está utilizando diversas herramientas de comunicación externa, teniendo un importante espacio el Facebook, quedando en el nivel informativo, principalmente de los jóvenes. En ese sentido, falta plantear una estrategia de interacción con la ciudadanía y los diversos servicios que ofrece el municipio.

Asimismo, Cepeda (2017) planteó como objetivo determinar cuáles son las estrategias comunicativas para la gestión de la comunicación externa y la imagen corporativa. A nivel metodológico, tiene un enfoque mixto, de modalidad de campo y tipo descriptivo. La muestra estuvo conformada por 80 personas, siendo un muestreo probabilístico. Un 80% señalo que los actuales medios de información utilizados son los adecuados para el posicionamiento de la institución, lo que se concuerda con que, si debería darse importancia a estas variables, para reflejar en una mejora de la imagen de la empresa. En conclusión, es necesario manejar de forma profesional la comunicación, este debe ir de la mano de proyectos que aporten a posicionar y reconocer a la institución.

De igual manera, Flores (2018) se propuso como objetivo es determinar el nivel de satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de salud integral de la municipalidad El Alto. A nivel metodológico, está investigación es básica, de diseño descriptivo - transversal y enfoque cuantitativo. Como se resultado se evidencio que, un 50.5% indica que percepción del trato es regular, seguido de 36.4% que señala que si está bien. Asimismo, en el caso de la percepción del interés por parte del personal, alcanzo un 57.3% el nivel de bien, seguido de muy bien con un 38.6%. Se concluye que, hay insatisfacción del usuario en el servicio prestado, por lo tanto, hay aspectos que mejorar a nivel de las áreas administrativas y propias de la especialidad del servicio.

De igual manera se presentan las teorías vinculadas con la investigación. En primer lugar, se tiene a la Teoría de la Contingencia, está surge en los años 60, la cual plantea la identificación de variables contextuales y ambientales para un cambio en las estructuras y practicas propias de la organización. Por lo tanto, esta depende de los resultados reflejados en la institución (Fisher, 1993 citado por Félix, 2014). Pone a la comunicación como elemento esencial de la vida y la cultura organizacional. En ese sentido, plantea que la comunicación es el suministro de información, tanto hacia dentro como hacia fuera, permitiendo la adaptación, la resolución de problemas y la integración

(Kreps, 1990 citado por Félix, 2014). Por lo tanto, se comprende que esta teoría permite establecer que la comunicación gestiona la información y aporta al vínculo entre los diversos actores de la institución, tanto a nivel interno como externo.

En el caso de la segunda teoría, esta responde a la variable 2 del presente estudio, la cual se denomina Teoría de los dos factores sobre la satisfacción del cliente de Silvestro y Johnston (1990). Esta sostiene que las dimensiones de los productos o servicios están vinculadas con la satisfacción o la insatisfacción. Los autores plantean tres tipos de factores, en el caso de los factores higiénicos, son aquellos que esperan los clientes, un fallo crea la insatisfacción de la misma. A nivel de los factores de crecimiento, se vincula con la prestación, la cual puede dar como resultado la satisfacción y/o insatisfacción. Finalmente, se tiene los factores de doble umbral, la cual se relaciona con los factores esperados y la prestación dada a cierto nivel (Carmona y Leal, 1998). Por lo tanto, el usuario al solicitar un servicio tiene las dos opciones, puede dar como resultado la satisfacción o insatisfacción, depende de aquello que espera obtener y lo que recibe el cliente.

Para conocer los conceptos claves del estudio, se hizo necesario considerar los marcos conceptuales bases. En primer lugar, está la comunicación externa, la cual se considera como una serie de acciones que diseñan mensajes y productos que permiten crear, mantener y mejorar la relación con los públicos, esto aporta a la imagen positiva, por ende, favorece los servicios y/o productos que ofrece la empresa o institución (Morales, 2010 citado por Córdova, 2022). Asimismo, esta comunicación hace referencia a reconocer y posicionar a la organización en un determinado espacio sociodemográfico. Por lo tanto, este permite la identificación y la participación de los actores dentro del contexto sociocultural (Schuster, 2012 citado por Montenegro, 2020).

Además, la comunicación externa considera tres dimensiones, según Schuster (2012) está se refiere a la comunicación externa operativa, la comunicación externa estratégica y la comunicación externa de notoriedad. En el caso de la primera dimensión, esta forma parte del quehacer diario de la organización, por lo tanto, se da por el contacto entre el usuario y el representante de la administración de los servicios. Este tipo de comunicación es la que se ejecuta para el funcionamiento de la organización, buscando un logro específico en la atención al usuario en sus demandas y por medio de las diversos canales. Además, se debe considerar que las personas se crean una imagen con el primer contacto, esa percepción puede ser positiva o negativa (Montenegro, 2020).

En el caso de la comunicación externa estratégica, esta hace referencia a la planificación, organización, dirección y control de la organización en referencia a los objetivos trazados, lo que le permite tener un diagnóstico para plantear acciones de mejora (Montenegro, 2020). En esta dimensión según Schuster (2012) es la encargada de investigar, estudiar la evolución, conocer los cambios y la posición competitiva. Por lo tanto, la comunicación debe ser tomada como una gestión, que aporte al direccionamiento de la organización y su propio posicionamiento.

En el caso de la tercera dimensión, está planteada el posicionamiento de la imagen, mostrando una imagen positiva hacia el exterior, para lo cual, hace uso de medios, que deben ser constantes para lograr la efectividad (Schuster, 2012). En tal sentido, el objetivo al que apunta es evidenciar que la institucional informa, lo que significa que se conocen sus diversos servicios. Además, que se percibe mejorar en la imagen organizacional (Montenegro, 2020).

En el caso de la variable 2, hace referencia a la satisfacción del usuario, en tal sentido este se define como el estado anímico del usuario, vinculado a la percepción del servicio recibido durante el proceso de atención y el nivel de expectativa (Gerson, 2006 citado por Huamán, 2017). Asimismo, este es un indicador de excelencia, siendo una herramienta oportuna y pertinente para evaluar la prestación de los servicios (Guerra et al., 2015 citado por Suarez y Martínez, 2018). Además, Becerra *et al.* (2020) plantean que la satisfacción se vincula con el grado de cumplimiento por parte de la institución, que se relacionan con las expectativas y percepciones del usuario. Por lo tanto, los actores relevantes son tanto el usuario y los prestadores de servicios, siendo este último el que debe generar un clima de satisfacción frente a las demandas solicitadas por los usuarios.

La primera dimensión se relaciona a las expectativas, las cuales son creencias sobre el servicio a nivel estándar, permitiendo evaluar la experiencia que una persona tiene (Huamán, 2017 citado por Garivay, 2019). Asimismo, Cosacov (2007) citado por Sibrián (2017) señala que esta se refiere esta es una variable cognitiva, que pasa por diversos espacios de la persona, entre la propia anticipación y el análisis psicológico, vinculada a la dinámica social y el propio estado anímico, lo que permite explicar y predecir una variedad de comportamientos. En el caso de la segunda, define a las percepciones como el valor que tienen las personas frente a algo, en este caso al servicio. Por lo tanto, es una evaluación de la experiencia recibida en la atención dada por el representante de una organización (Huamán, 2017 citado por Garivay, 2019). En ese sentido, Freré *et al.* (2022) señalan que la percepción es un proceso cognitivo, donde se capta, procesa y da sentido a la información que llega a nuestros sentidos, para lo cual se organiza el pensamiento y el razonamiento que permite dar acción y formas mediante mensajes.

La tercera, trata acerca de la atención de quejas, esta recolecta información sobre la insatisfacción de los clientes, permitiendo identificar los problemas del servicio y plantear soluciones que ayuden a mejorar (Huamán, 2017 citado por Garivay, 2019). Asimismo, Culqui *et al.* (2021) consideran que este debe ser tomado como un sistema dentro de la empresa, permitiéndole conocer la calidad de los servicios prestados, aportando a la innovación y lograr servicios más óptimos y eficaces. Por lo tanto, ambos autores coinciden que la atención de las quejas y reclamos, permiten mejorar el servicio brindado, viendo a los problemas como una oportunidad de cambio y diferenciación.

En cuarto lugar, está la conformidad, esta se vincula con la calidad percibida por el usuario, que surge de la propia atención e información frente a lo que se esperaba obtener del servicio (Huamán, 2017 citado por Garivay, 2019). Asimismo, Bedoya (2018) propone que el análisis de la conformidad debe ser una herramienta de comprensión de la institución, que permite incentivar el aprendizaje y el gestionar el cambio. A esto se suma, que permite competir y replantear los sistemas de la organización.

Finalmente, en quinto lugar, está la información, la cual se refiere al propio acceso que se tiene de ella, la utilidad que le da el usuario y la funcionalidad, es decir, la información debe ser la que demande el usuario y satisfaga sus necesidades frente al servicio solicitado (Huamán, 2017 citado por Garivay, 2019).

Con respecto a este ítem, en el caso de las variables comunicación externa y satisfacción del usuario se busca determinar ambas variables, permitiendo describir la situación, considerando que no se hallaron estudios previos sobre la municipalidad distrital de Salas Guadalupe. Asimismo, cabe indicar que la justificación fue a nivel social, teórico, práctico y metodológico.

En el aspecto social, los resultados y las conclusiones favorecerán a la comuna distrital, permitiendo tener un diagnóstico sobre la comunicación externa y la satisfacción del usuario frente a la percepción de sus experiencias como usuarios y ciudadanos. En el caso de la primera, permitirá conocer los puntos de mejora y aciertos. En el caso de la segunda variable, cómo va la percepción sobre la atención al público, para tomar medidas que aporten a mejorar y generar un vínculo positivo entre la gestión edil y los ciudadanos. A nivel teórico, se aporta conocimientos e información para próximas investigaciones, considerando que la comunicación externa es un área de estudio de los profesionales de las Ciencias de la Comunicación, son ejecutadas generalmente por los relacionistas públicos y/o equipo a cargo de la imagen institucional.

En el aspecto metodológico, este estudio cuenta con instrumentos de recolección de datos, los cuales serán sometidos a validación y adaptados a la propia necesidad del estudio, teniendo un material para próximas investigaciones en contextos similares. Además, a nivel práctico, proporciona información sobre la actual gestión gubernamental, tanto del área imagen institucional y de los servicios ofrecidos, lo que permite establecer un diagnóstico para tomar acciones, los cuales deben ser en beneficio de la ciudadanía-usuario y de la propia gestión gubernamental de la municipalidad de Salas Guadalupe.

Entonces, el propósito general del presente estudio fue determinar la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023. Asimismo, como objetivos específicos se plantearon los siguientes: **O.E.1.** Determinar la comunicación externa operativa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023, **O.E.2.** Determinar la comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023 y **O. E. 3.** Determinar la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.

2.1. Tipo y diseño de la investigación.

Tipo: La investigación se basó en el tipo básica con un nivel descriptiva. En el caso del primera, Nicomedes (2018) plantea que este tipo de investigación pretende descubrir nuevos conocimientos sobre las características y dimensiones del fenómeno de estudio (Nicomedes, 2018). En este caso particular sobre las variables comunicación externa y satisfacción del usuario.

Nivel: Descriptivo, este estudio planteó este nivel, porque describe el fenómeno de estudio, por medio de los resultados obtenidos dentro del proceso de investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Diseño: La investigación a nivel de su diseño es no experimental, por lo cual, no hubo manipulación de las variables y la medición será en un determinado momento, por lo tanto, también es transeccional,

Enfoque: El enfoque estuvo basado en el cuantitativo, se pretendió estimar magnitudes y comprobar una hipótesis, mediante el análisis de los datos, por medio de métodos estadísticos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

2.2. Variable y operacionalización.

Variables:

Variable 1: Comunicación externa.

Dimensión conceptual: La comunicación externa es considerada como una serie de acciones que diseñan mensajes y productos que permiten crear, mantener y mejorar la relación con los públicos, esto aporta a la imagen positiva, por ende, favorece los servicios y/o productos que ofrece la empresa o institución (Morales, 2010 citado por Córdova, 2022). Asimismo, esta comunicación hace referencia a reconocer y posicionar a la organización en un determinado espacio sociodemográfico (Schuster, 2012 citado por Montenegro 2020).

Dimensión operacional: La variable será medida por el cuestionario de Comunicación Externa adaptada por Córdova (2022) y Montenegro (2020), tomando en cuenta los aportes de Schuster (2012) y Morales (2010). Asimismo, está compuesto por 3 dimensiones, tanto la dimensión de comunicación externa operativa, estratégica y de notoriedad tiene 6 ítems cada uno.

Indicadores. La primera dimensión denominada comunicación externa operativa tiene 3 indicadores, los cuales hacen referencia a la comunicación cotidiana, los canales de comunicación y los mensajes. En el caso de la segunda dimensión denominada comunicación externa estratégica, esta tiene 3 indicadores, los cuales son: la investigación, la planificación y la ejecución. Finalmente, la tercera dimensión se denomina comunicación externa de notoriedad, esta plantea 3 indicadores, lo cuales son: la publicidad, la promoción y los patrocinios.

Escala de medición: Esta será ordinal, se presenta bajo la escala de Likert con los siguientes puntajes: totalmente desacuerdo (1), desacuerdo (2), ni de acuerdo/ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5).

Variable 2: Satisfacción del usuario.

Dimensión conceptual: Se define como estado anímico del usuario, vinculado a la percepción del servicio recibido durante el proceso de atención y el nivel de expectativa (Gerson, 2006 citado por Huamán, 2017).

Dimensión operacional: La variable será medida por el cuestionario de Satisfacción del Usuario adaptada por Garibay (2022) y Huamán (2017), tomando en cuenta el aporte de Gerson (2006). Asimismo, está compuesto por 5 dimensiones, las cuales tienen sus indicadores: Expectativas (5), percepciones (3), atención y quejas (4), conformidad (3) e información (5).

Indicadores. La primera dimensión denominada expectativa contiene el indicador de servicios prestados sin errores. En el caso del segundo, es sobre las percepciones, este contiene la calidad y precios de los servicios. En el caso del tercero, está la atención y quejas, este se refiere a la disponibilidad del personal para solucionar reclamos. En el caso del cuarto, relacionado a la conformidad hace referencia al grado de confiabilidad con el servicio municipal. Finalmente, la quinta dimensión es la información, esta se refiere al conocimiento de precios y procesos de los servicios prestados.

Escala de medición: Esta será ordinal, se presenta bajo la escala de Likert con los siguientes puntajes: totalmente desacuerdo (1), desacuerdo (2), ni de acuerdo/ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5).

2.3. Población, muestra y muestreo.

Población: La población del estudio se conformó por 15,673 pobladores adultos de 18 a 65 años de ambos sexos del distrito de Salas Guadalupe (INEI, 2018). Para el cálculo de la muestra se utilizó la calculadora estadística QuestionPro, con una confiabilidad del 95% y un 5% de margen de error.

Muestra: La muestra considera al subgrupo que está conformada por 376 participantes.

Al ser una muestra grande, se plantea la participación de **100 usuarios**, utilizando como muestreo el probabilístico, en ese sentido, los usuarios que asistan durante el mes de marzo y abril serán parte del estudio. Por lo tanto, este tipo de muestreo permite que la población que conforma la muestra de estudio tenga la misma posibilidad de participar en la investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Además, se tomó en cuenta los criterios de inclusión y exclusión explicados a continuación:

Criterios de inclusión: Pobladores que habiten en los últimos 6 meses en el distrito, ser peruanos, asistan a la atención presencial de algún servicio municipal y que sean mayores de edad.

Criterios de exclusión: Los extranjeros, los menores de edad, los que tengan menos de 6 meses viviendo en el distrito y que no tengan experiencia en la atención de algún servicio municipal.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Técnica: La recolección de datos para el estudio fue por medio de la encuesta, así mismo esta es tomada como el procedimiento de obtención de información respecto a la variable de estudio (Hernández *et al*, 2014).

Instrumento: Se utilizó el instrumento denominado cuestionario, el cual se define como el conjunto de interrogantes que guarda relación con las variables de estudio (Hernández *et al*, 2014). Para el caso de la presente investigación, se utilizó el cuestionario de Comunicación Externa (18 preguntas) y el cuestionario de Satisfacción del Usuario (20 preguntas), cada uno contienen ítems por cada dimensión, estará medición será por medio de la Escala Likert. Asimismo, previo a la aplicación de los instrumentos, estos pasaran por la validación de juicios de expertos, un piloto y finalmente, la ejecución del instrumento a la muestra planteada.

2.5. Procedimiento.

El primer paso fue la identificación del problema de investigación, lo que dio pase a la revisión de fuentes científicas vinculadas a las variables y sus dimensiones, permitiendo plantear el diseño de la investigación (tipo, nivel, diseño y enfoque), asimismo, la técnica y el instrumento. Además, se seleccionó la muestra considerando criterios de inclusión y exclusión. Para el caso de la investigación se consideró dos instrumentos, los cuales fueron validados por juicio de expertos, lo que permitió aplicar el piloto y realizar la prueba de fiabilidad de ambos cuestionarios. Una pasado el proceso anterior, siendo favorable, se aplicó al total de la muestra, se construyó la base de datos y se realizó el uso del SPSS para la prueba de hipótesis. Una vez realizado el procesamiento de los datos, se hizo el análisis, interpretación y presentación de los resultados por medio de figuras y tablas. Finalmente, se hizo la discusión de resultados, las conclusiones y recomendaciones.

2.6. Método de análisis de datos.

En relación con las técnicas de procesamiento de la información, se empleó la estadística descriptiva, utilizando el SPSS, permitiendo caracterizar las cualidades de las variables de estudio, las dimensiones e indicadores. La información será presentada en porcentajes y números, por medio de tablas y gráficos, utilizando la hoja de cálculo de Microsoft Excel.

2.7. Aspectos éticos.

En el caso de los aspectos éticos de la investigación, este es un estudio original, la autoría le pertenece a la tesista. En el caso de la redacción, citación y referenciación se hizo bajo las normas del estilo APA de la edición 7. La población que participó del estudio fue de forma anónima y previamente se les mostro el consentimiento informado, quedando a disposición de los encuestados participar del estudio de forma voluntaria. Finalmente, se muestran los resultados que se recolectaron en el trabajo de campo, sin manipular los datos y se hizo el procesamiento por medio de programas estadísticos.

III. RESULTADOS.

Se realizó la confiabilidad de los instrumentos. 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 Cronbach utilizando la presente formula:

Figura 1.
Fórmula Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i}{S_t} \right)$$

K: número de ítems
S_i: varianza de cada ítem
S_t: varianza de la suma de todos los ítems

Nota: Fórmula utilizada para validar los instrumentos por medio del SPSS V7.

El instrumento de la V1 consta de un total de 18 preguntas y se le asignó un valor a cada respuesta con base en la escala de Likert. Una vez establecida la base de datos en Excel y luego en el programa de SPSS se hicieron los cálculos de fiabilidad de los 20 encuestados independiente de la muestra, los cuales formaron parte de la prueba piloto.

Figura 2.
Criterios George y Mallery.

Coefficiente alfa >0,9	Excelente
Coefficiente alfa >0,8	Bueno
Coefficiente alfa >0,7	Aceptable
Coefficiente alfa >0,6	Cuestionable
Coefficiente alfa >0,5	Inaceptable

Fuente: Gliem JA, Gliem RR. Calculating, interpreting, and reporting Cronbach’s alpha reliability coefficient for Likert-type scales. Midwest Research-to-Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education. (citado por Castillo-Sierra, 2018).

Tabla 1.
Fiabilidad de la V1. Comunicación Externa

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2.
Estadísticas de fiabilidad V1.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	18

Una vez aplicada el coeficiente de Cronbach dio como resultado para la V1. De 0,944 el mismo que fue sometido a la tabla de valoración desarrollada por George y Mallery dando como resultado una fiabilidad excelente ($>0,9$).

Tabla 3.			
Fiabilidad de la V2. Satisfacción del usuario			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0
Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Tabla 4.	
Estadísticas de fiabilidad V2.	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,966	20

Asimismo, se aplicó el procedimiento para la confiabilidad del instrumento de la V2. como resultado 0,966, el mismo que fue sometido a la tabla de valoración desarrollada por George y Mallery dando como resultado una fiabilidad excelente ($>0,9$).

En el caso de la validez, para la recolección de datos de ambas variables se hizo por medio de la encuesta. En el caso de la variable comunicación externa fue medida por el cuestionario de Comunicación Externa adaptada por Córdova (2022) y Montenegro (2020), tomando en cuenta los aportes de Schuster (2012) y Morales (2010). Asimismo, está compuesto por 3 dimensiones, tanto la dimensión de comunicación externa operativa, estratégica y de notoriedad. En el caso de la segunda variable satisfacción del usuario fue medida por el cuestionario de Satisfacción del Usuario adaptada por Garibay (2022) y Huamán (2017), tomando en cuenta el aporte de Gerson (2006). Asimismo, está compuesto por 5 dimensiones, las cuales tienen sus dimensiones: Expectativas (5), percepciones (3), atención y quejas (4), conformidad (3) e información (5).

La validación se hizo por juicio de expertos, considerando los comentarios y sugerencias.

Tabla 5.

Validación de juicio de expertos.

N°	Apellidos y Nombres	Observación
1	Mg. Angélica María Quispe Avalos	Apto
2	Mg. María del Carmen Fernández Trujillo	Apto
3	Mg. Alex Raúl Bendezú Huaroto	Apto

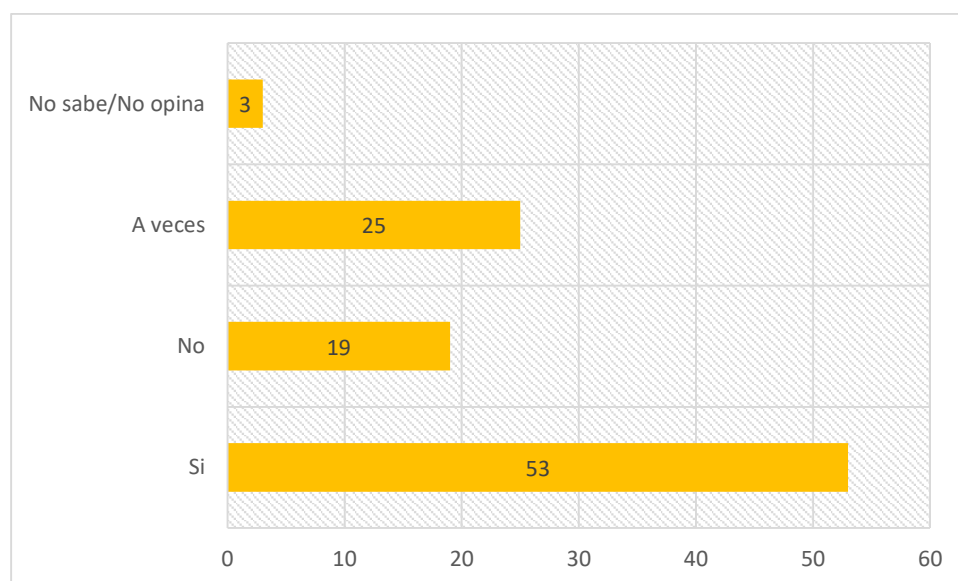
Nota: Elaboración propia.

En el caso de los resultados del cuestionario se muestran por medio de tablas y figuras. Asimismo, se considera la interpretación de cada pregunta.

1. ¿Ha notado usted la presencia de las autoridades de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe en su sector?

Tabla 6*Presencia de la autoridad*

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
53	53	19	19	25	25	3	3	100	100

Nota: Elaboración propia.**Figura 3***Presencia de la autoridad**Nota:* Elaboración propia.

Interpretación:

En la **Figura 3** se aprecia que un 53% si ha notado la presencia de las diversas autoridades locales del distrito de Salas Guadalupe. Seguido de 25% que señala que a veces suele suceder la presencia de las autoridades. Finalmente, el 19% señala que no noto ninguna presencia y un 3% no sabe ni opina sobre el tema.

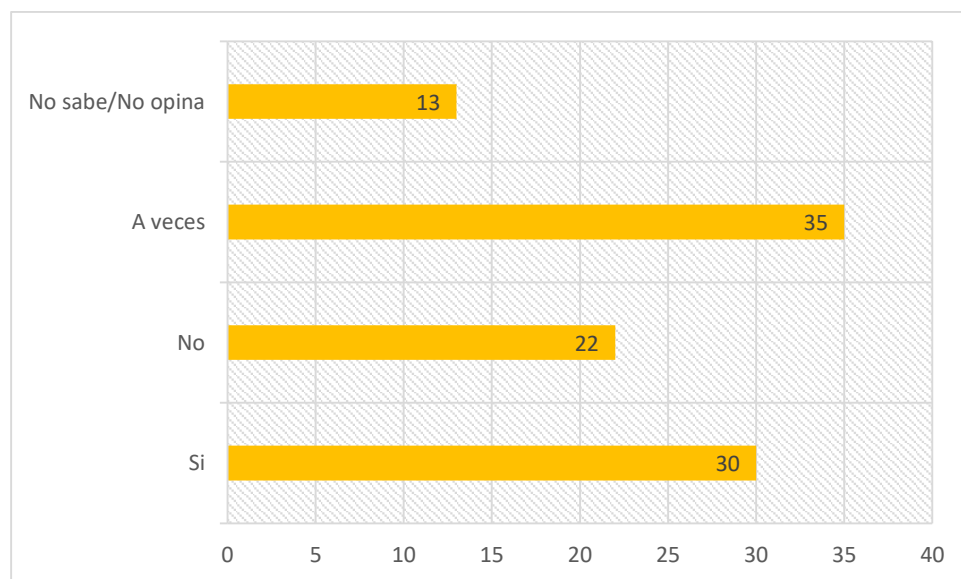
2. ¿Son atendidas sus quejas o problemas cuando acude a la solicitar apoyo a la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?

Tabla 7
Atención de quejas

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
30	30	22	22	35	35	13	13	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 4
Atención de quejas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la **Figura 4** se observa que el 35% considera que a veces sus quejas o problemas son atendidos al solicitar apoyo a la municipalidad de Salas. Además, el 30% indica que si lograr la atención de sus quejas. Seguido de un 22% que indican que no lograr ningún apoyo frente a su solicitud. Finalmente, el 13% no opina ni sabe frente a la interrogante realizada.

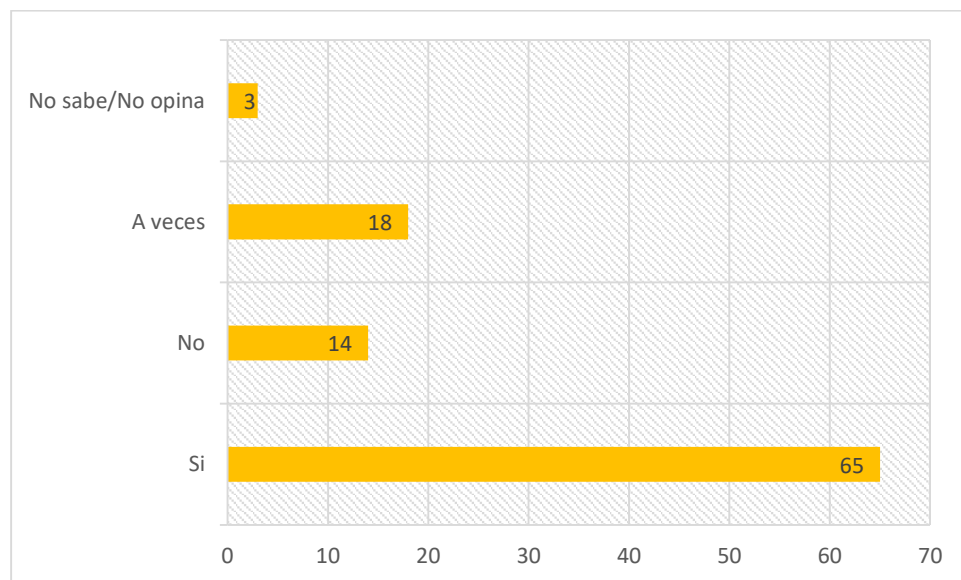
3. ¿Ha visto alguna información en la página institucional de Facebook de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?

Tabla 8
Información y página institucional

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
65	65	14	14	18	18	3	3	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 5
Información y página institucional



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 5 se aprecia que el 65% señala que han visto alguna información de la página institucional de Facebook de la municipalidad de Saldas. Asimismo, el 18% indican que a veces han logrado ver algún contenido de la red Facebook de la municipalidad. Finalmente, el 14% coinciden que no han visto ningún dato en esa plataforma, seguido de un 3% que no sabe ni opina sobre el tema.

4. ¿Conoce algún otro medio de comunicación que utilice la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe para informar a su público?

Tabla 9

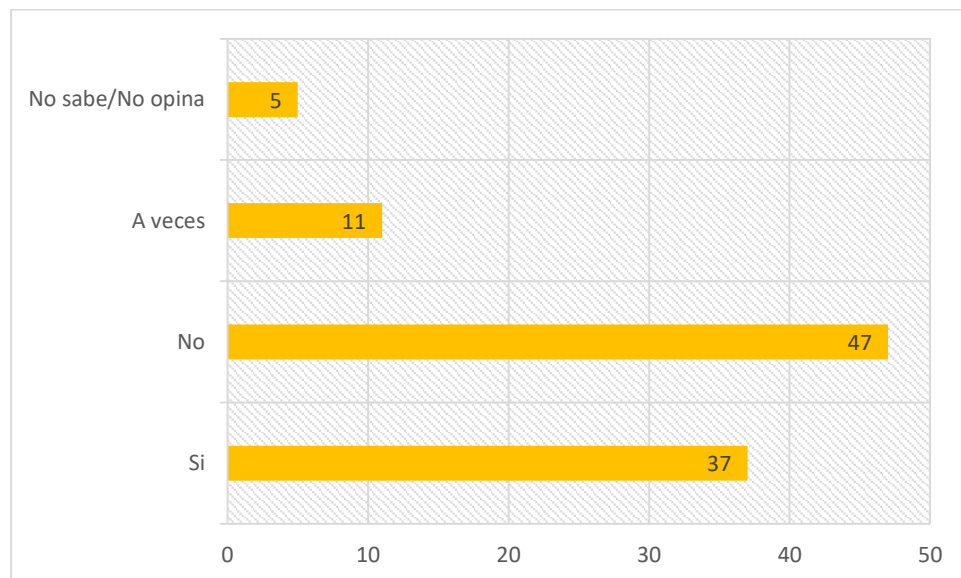
Medio de comunicación y público.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
37	37	47	47	11	11	5	5	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 6

Medio de comunicación y público.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 6 se observa que el 47% de los entrevistados señalaron que no conocen otro medio de comunicación que utiliza la municipalidad de Salas Guadalupe para relacionarse con la ciudadanía. Frente a un 37% que si conoce otros medios de comunicación utilizados por la municipalidad. Finalmente, 11% indica que tiene dudas sobre esta pregunta, ya que no recuerda si tiene o no.

5. ¿Cree usted que los avisos o comunicados de la municipalidad brindan un mensaje sincero?

Tabla 10

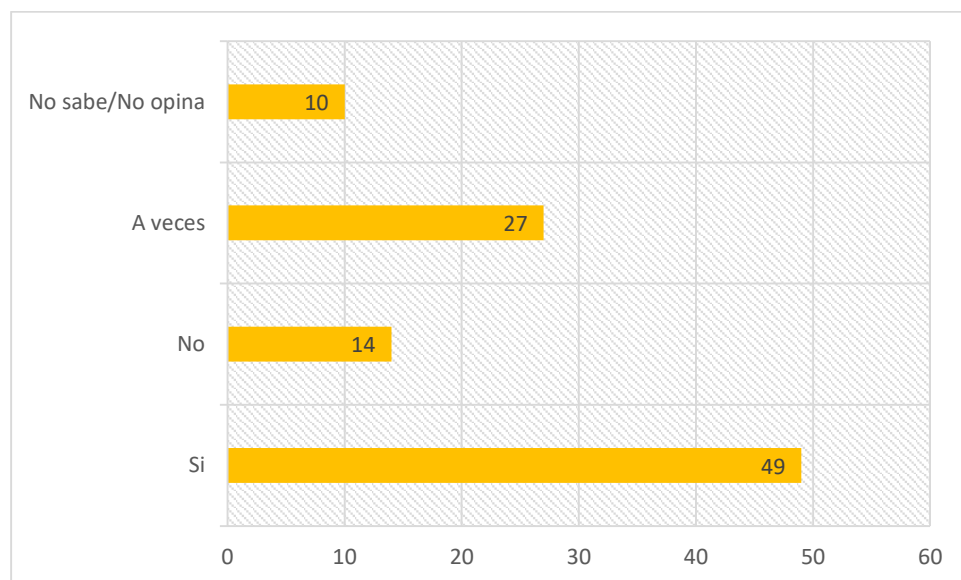
Comunicados municipalidad y sinceridad.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
49	49	14	14	27	27	10	10	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 7

Comunicados municipalidad y sinceridad.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 7 se observa que el 49% de los entrevistados consideran que los mensajes institucionales son sinceros en sus contenidos. Asimismo, el 27% indican que a veces consideran que estos mensajes tienen un grado de sinceridad. Frente a un 14% que señalan que no confían en la sinceridad de los avisos y comunicados municipales.

6. ¿Cree usted que estos mensajes por parte de la municipalidad reflejan la realidad del distrito?

Tabla 11

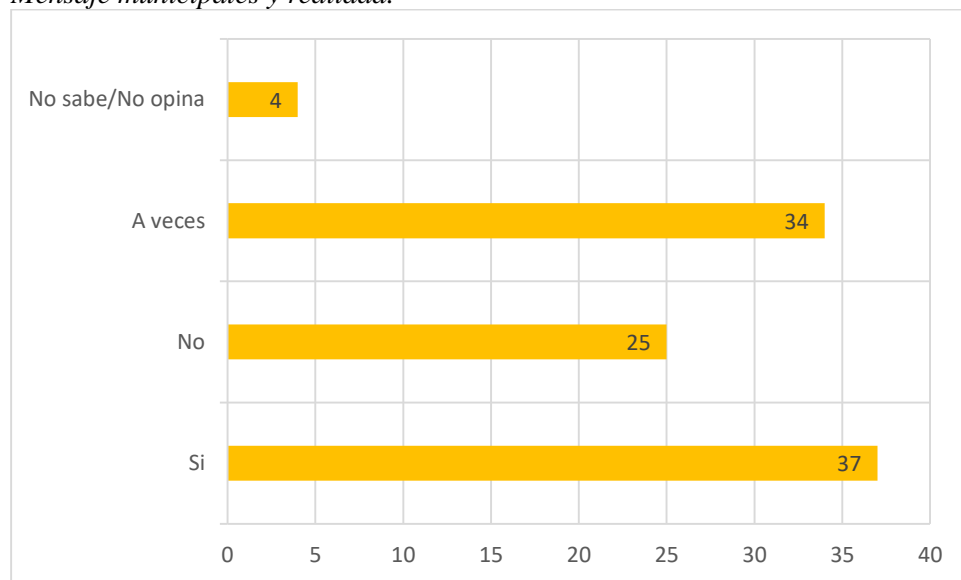
Mensaje municipales y realidad.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
37	37	25	25	34	34	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 8

Mensaje municipales y realidad.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 8 se aprecia que un 37% de los encuestados consideran que los mensajes municipales si reflejan la realidad distrital. Asimismo, un 34% indican que a veces considera que estos contenidos tienen una concordancia con la realidad local. Frente a un 25% que considera que los mensajes no guardan relación con los acontecimientos del distrito.

7. ¿Ha sido usted consultado por la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe sobre las mejoras que su sector necesita?

Tabla 12.

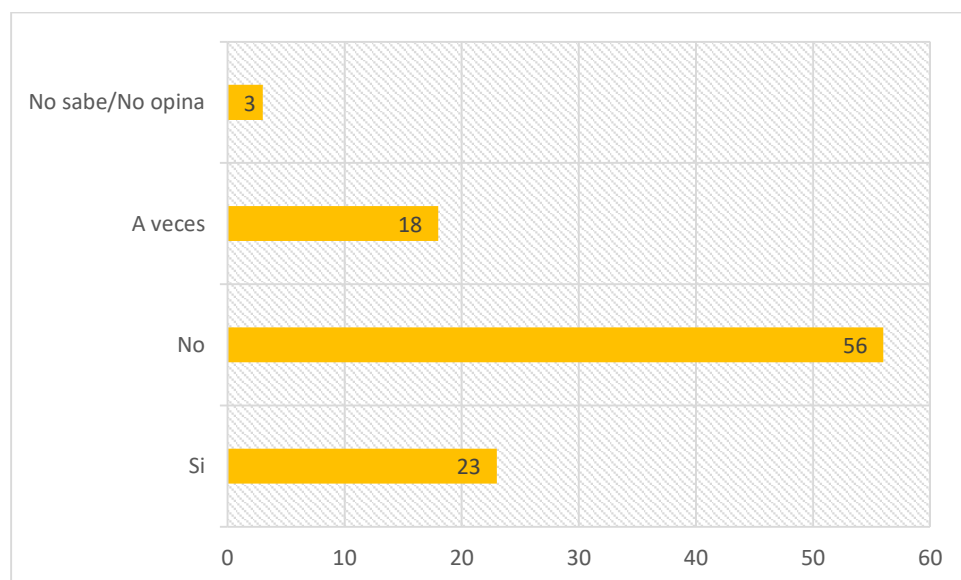
Participación en las mejoras de su localidad.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
23	23	56	56	18	18	3	3	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 9.

Participación en las mejoras de su localidad.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 9 se aprecia que el 56% no han sido consultados sobre que mejoras que deben dar en su sector. Frente a un 23% que señalan que si han podido dar su punto de vista para hacer conocer las demandas de su sector. Finalmente, un 18% consideran que a veces se dan estos espacios para escuchar las necesidades de su localidad.

8. ¿El alcalde o regidores de la municipalidad han realizado alguna reunión es este sector para dialogar sobre alguna obra o proyecto?

Tabla 13.

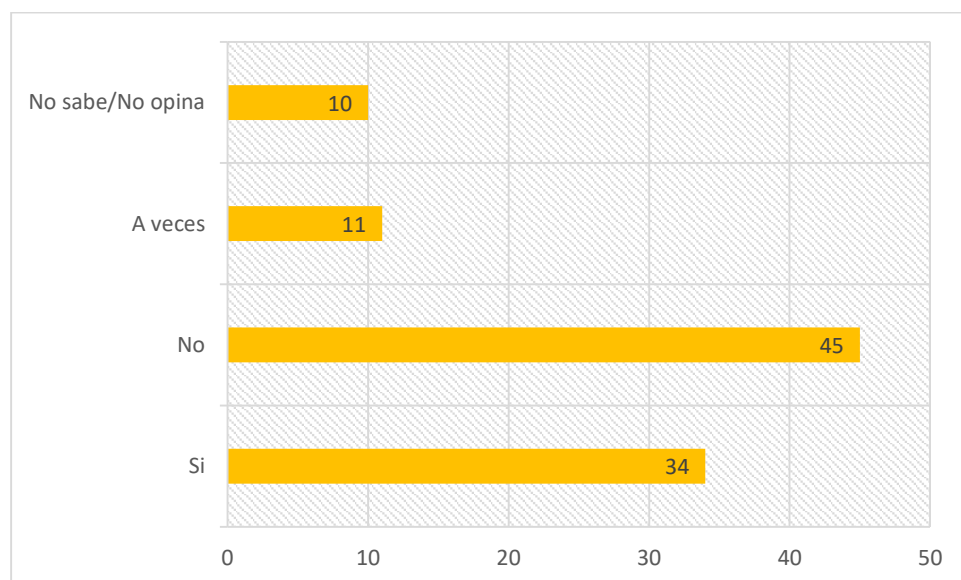
Diálogo con las autoridades y la población.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
34	34	45	45	11	11	10	10	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 10.

Diálogo con las autoridades y la población.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 10 se observa que el 45% consideran que sus autoridades locales electas no han realizado ninguna reunión con la población. Frente a un 34% que indican que si han llevado a cabo reuniones las autoridades con la ciudadanía para dialogar sobre algún proyecto para su sector. Finalmente, un 1% indican que a veces se hacen estas reuniones, para el planteamiento de alguna obra.

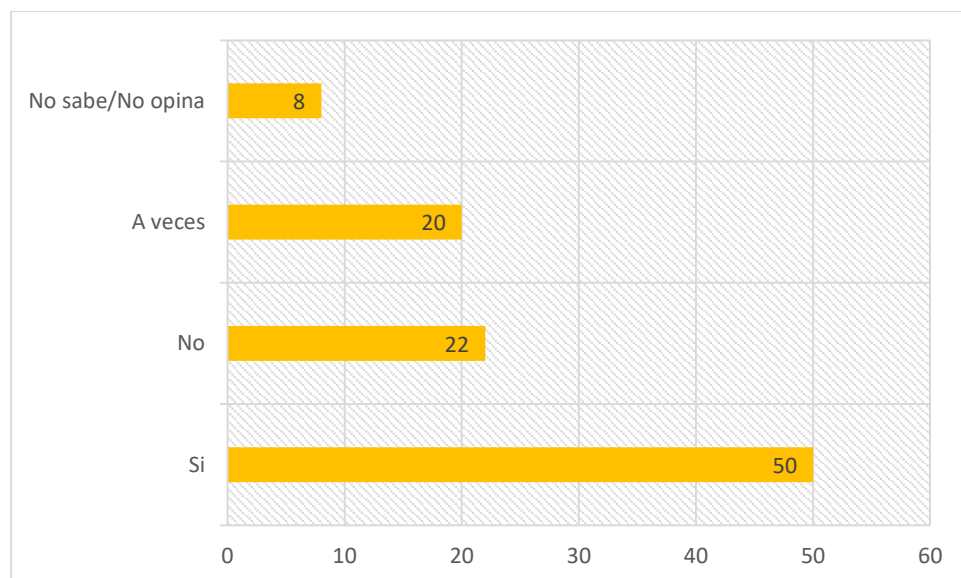
9. ¿La municipalidad coordina o involucra a los pobladores en sus actividades de comunicación (proyectos, actividades, programas, iniciativas, entre otros)?

Tabla 14
Involucramiento de la población

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
50	50	22	22	20	20	8	8	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 11
Involucramiento de la población



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 11 se observa que el 50% de los encuestados coinciden en que la municipalidad si coordina el involucramiento de la población en las actividades realizadas. Este dato es contrario al 22%, los cuales indican que no se realiza el fomento de ese vínculo con la ciudadana de Salas Guadalupe. Finalmente, el 20% señalaron que a veces se suele llevar a cabo el involucramiento entre gobernantes y gobernados.

10. ¿La municipalidad toma en cuenta las opiniones de los habitantes de este sector para resolver alguna problemática?

Tabla 15.

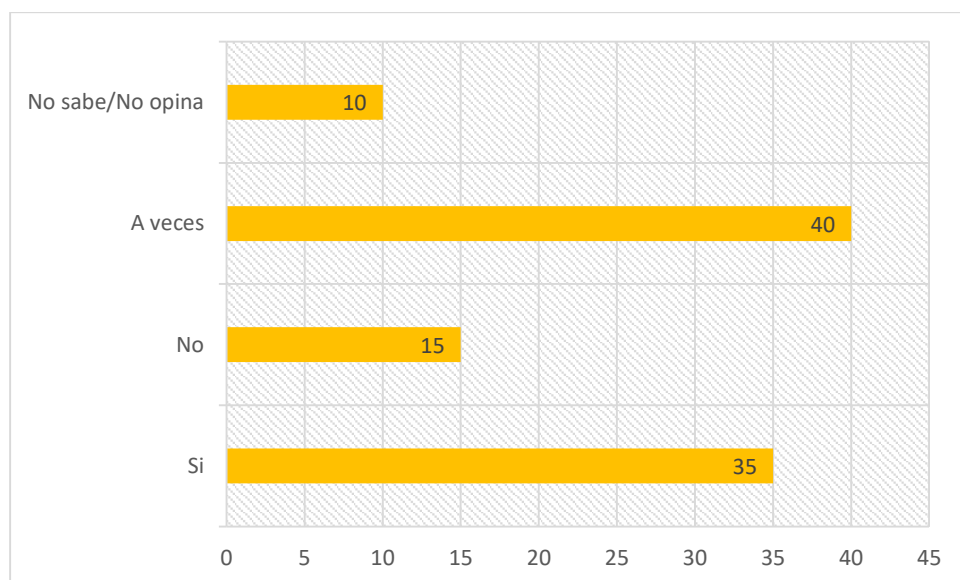
Opinión de la población y problemáticas.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
35	35	15	15	40	40	10	10	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 12.

Opinión de la población y problemáticas.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 12 se observa que el 40% coinciden que a veces la municipalidad de Salas toma en cuenta las opiniones de los habitantes frente a los problemas del distrito. Frente a un 35% que indican que si consideran sus opiniones. Le sigue un 15% que indican que para nada son tomados en cuenta.

11. ¿Cree usted que la municipalidad ejecuta sus actividades en los plazos establecidos?

Tabla 16.

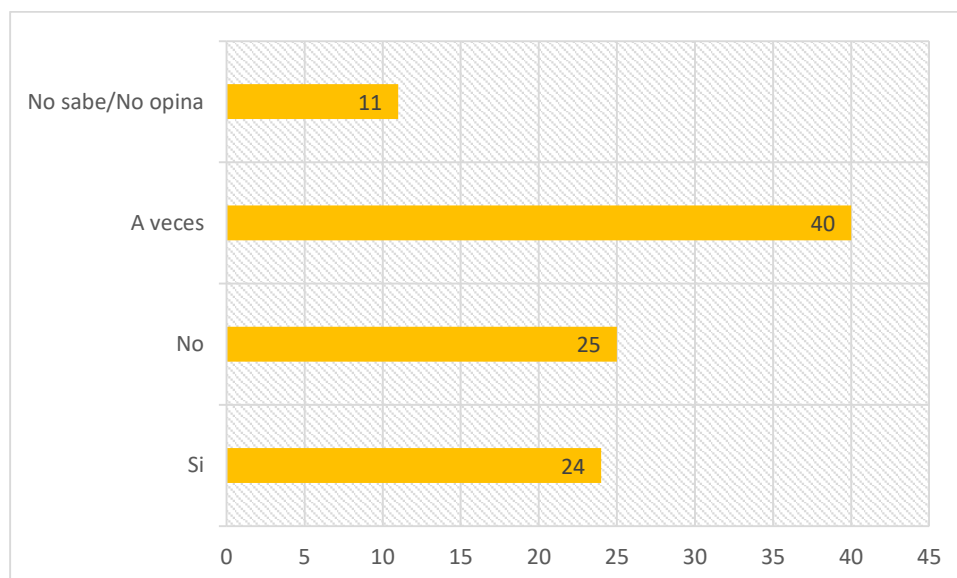
Ejecución de actividad y plazos.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
24	24	25	25	40	40	11	11	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 13.

Ejecución de actividad y plazos.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 13 se observa que el 40% coincidió que la municipalidad de Salas a veces ejecuta las actividades en los plazos que establece. Frente al 25% que indicaron que no se cumple los plazos y un 24% señalaron que si la municipalidad si cumple las fechas que se programa.

12. ¿cree usted que lo informado por la municipalidad mediante sus medios de información se cumple totalmente?

Tabla 17.

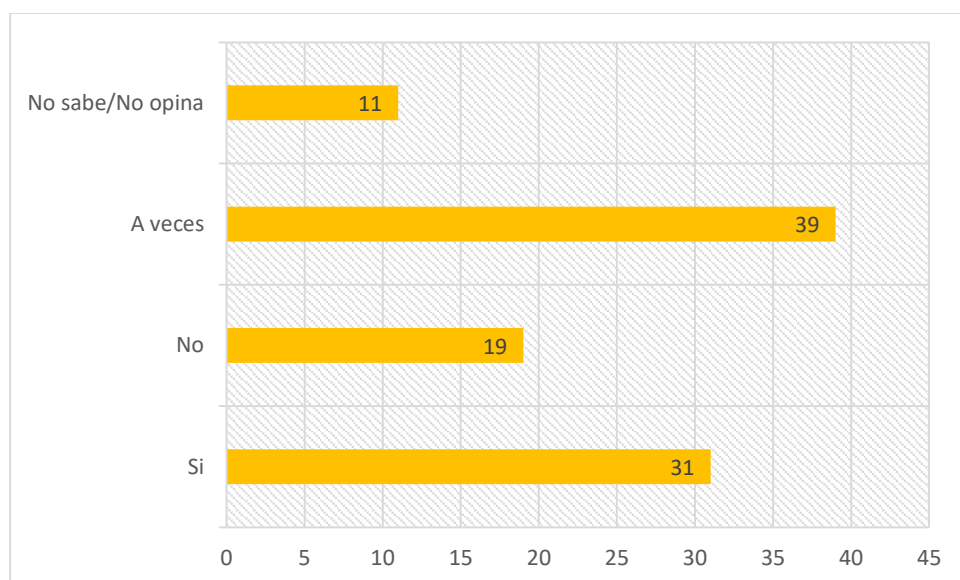
Credibilidad sobre la información difundida.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
31	31	19	19	39	39	11	11	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 14.

Credibilidad sobre la información difundida.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 14 se aprecia que un 39% de los entrevistados coinciden en que a veces se concuerda con la información presentada en los medios de comunicación utilizados por la municipalidad de Salas. Un 36% indicaron que, si se cumple lo que señala la municipalidad, frente a un 19% que puntualizaron que no se cumple.

13. ¿La Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe comunica oportunamente a su público todas sus actividades?

Tabla 18.

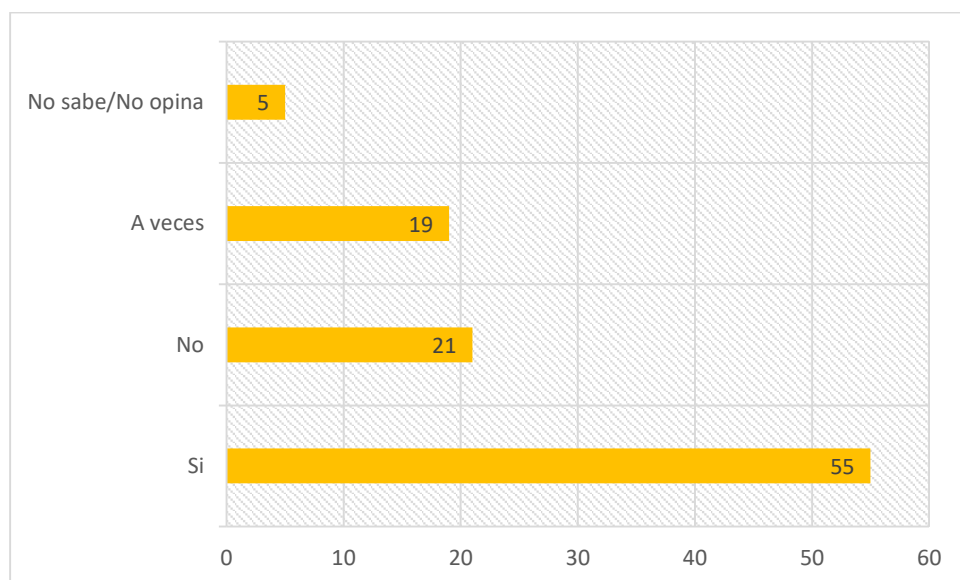
Comunicación oportuna y ciudadanía.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
55	55	21	21	19	19	5	5	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 15.

Comunicación oportuna y ciudadanía.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 15 se observa que un 55% de los entrevistados señalaron que la municipalidad comunica de forma oportuna a sus diversos públicos sobre sus acciones. Frente a un 21% que indicaron que la municipalidad no comunica oportunamente. Finalmente, un 19% indicaron que a veces logra comunicar de forma oportuna.

14. ¿Visita la página de Facebook o el portal de transparencia de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?

Tabla 19.

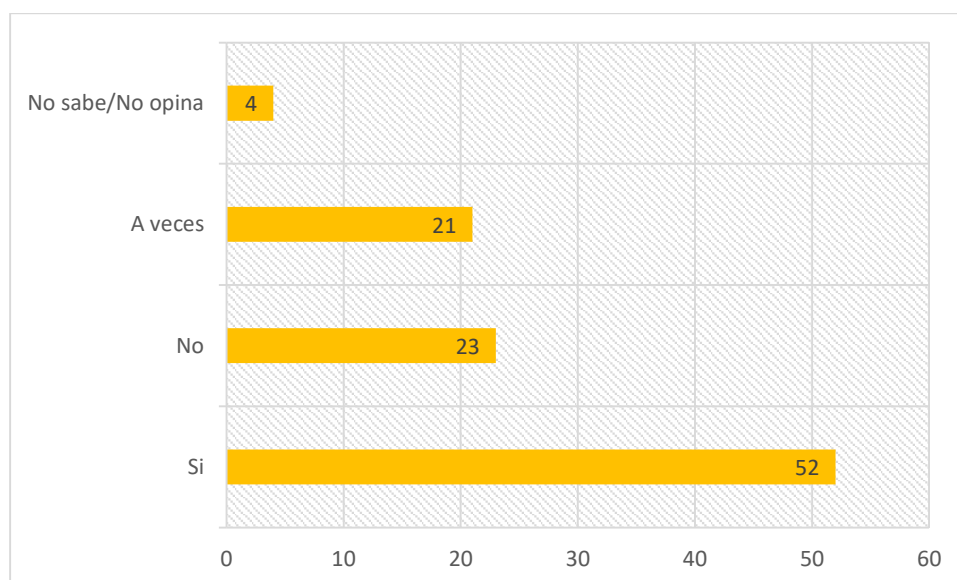
Interacción con plataformas digitales.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
52	52	23	23	21	21	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 16.

Interacción con plataformas digitales.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 16 se aprecia que un 52% coincidieron en que si han visitado la página de Facebook de la municipalidad de Salas Guadalupe o su portal de transparencia. Frente a un 23% que indicaron que nunca han visitado estas páginas digitales. Finalmente, el 21% indica que alguna vez lo han realizado.

15. ¿Participo en las actividades oficiales de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?

Tabla 20.

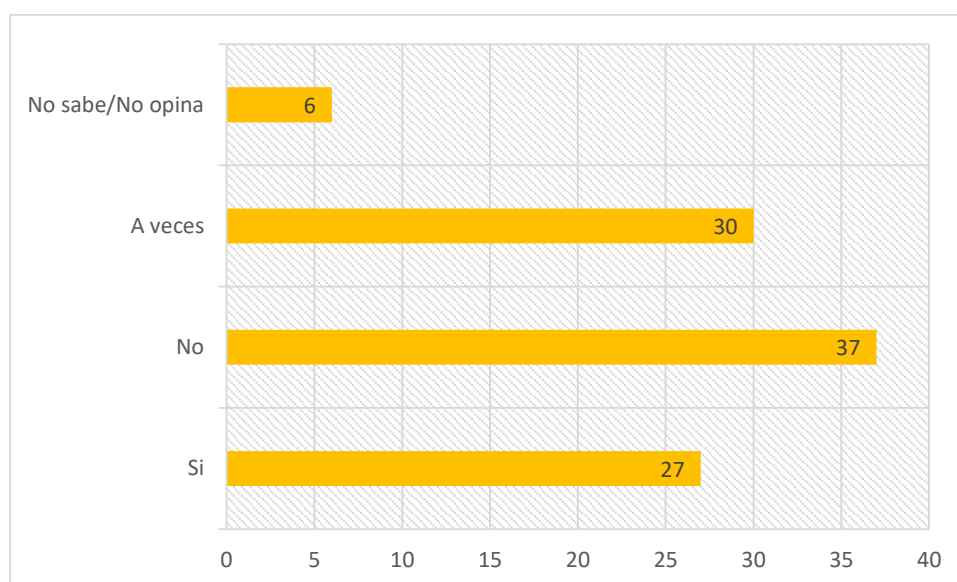
Participación en las actividades municipales.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
27	27	37	37	30	30	6	6	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 17.

Participación en las actividades municipales.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 17 se aprecia que un 37% de los encuestados coincidieron en que no han participado de las diversas actividades realizadas por la municipalidad. Asimismo, un 30% indicaron que a veces participan de ciertas actividades oficiales de la municipalidad. Finalmente, un 27% indica que si participa de las actividades que fomenta la municipalidad de Salas.

16. ¿Participo de los talleres, charlas o concursos de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?

Tabla 21.

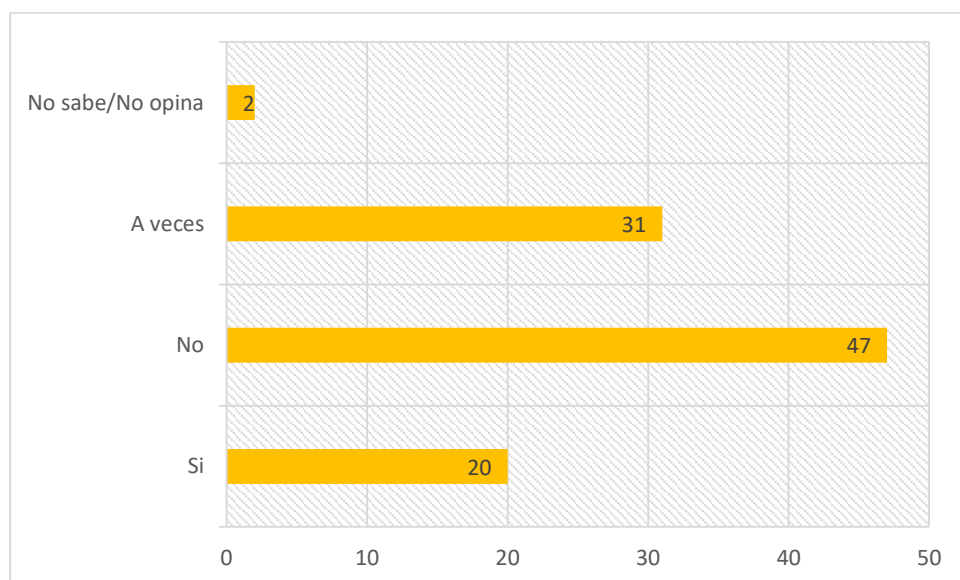
Participación social y nivel de convocatoria.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
20	20	47	47	31	31	2	2	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 18.

Participación social y nivel de convocatoria.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 18 se observa que el 47% no participaron de los talleres, charlas o concursos lanzados por la gestión gubernamental de Salas Guadalupe. Asimismo, un 31% señalaron que a veces han logrado asistir alguna de las convocatorias realizadas. Finalmente, el 20% indicaron que si han participado de los diversos eventos convocados por la municipalidad.

17. ¿Se beneficia usted con algún proyecto de otras instituciones que tienen convenio con la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?

Tabla 22.

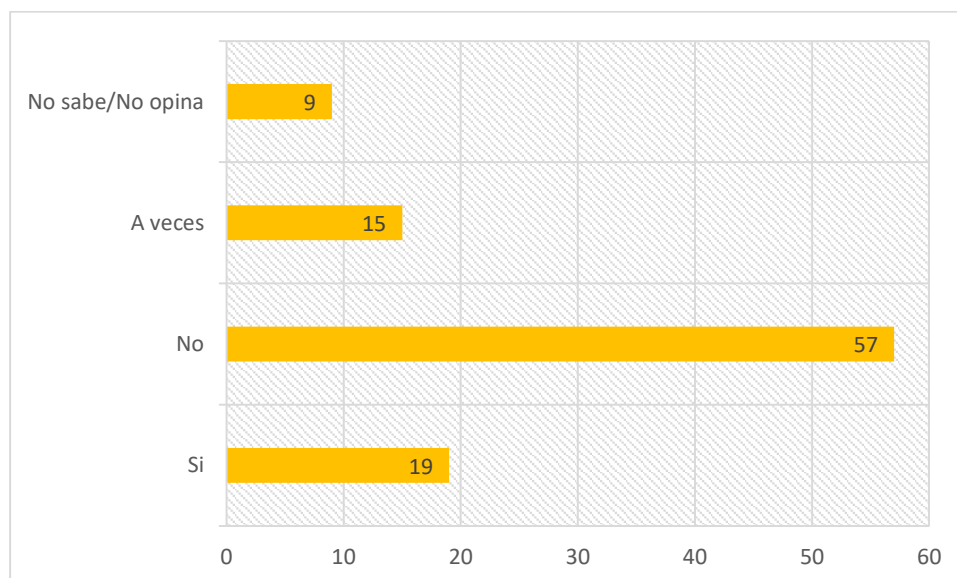
Beneficios gestionados por la municipalidad.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
19	19	57	57	15	15	9	9	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 19.

Beneficios gestionados por la municipalidad.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 19 se aprecia que el 57% no se han beneficiado de convenios realizados por la municipalidad de Salas Guadalupe. Asimismo, el 19% indicaron que si han logrado obtener los beneficios de los convenios institucionales firmados por la municipalidad. Finalmente, el 15% afirmaron que a veces han logrado ese beneficio.

18. ¿Cree usted que la municipalidad debe firmar convenios con otras entidades para mejorar la calidad de vida de sus pobladores?

Tabla 23.

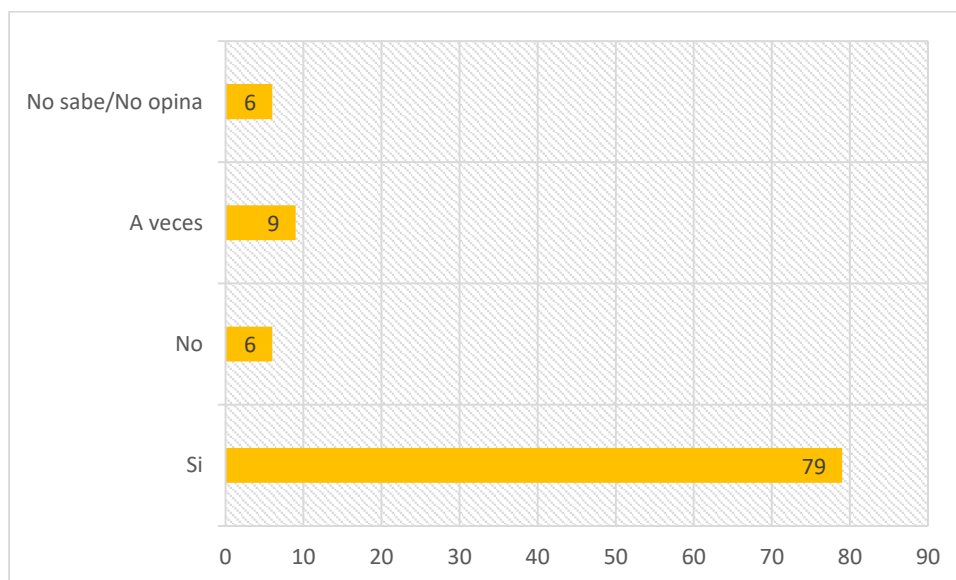
Convenios y calidad de vida.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
79	79	6	6	9	9	6	6	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 20.

Convenios y calidad de vida.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 20 se observa que un 79% coincidieron que la municipalidad debe formar convenios con otras organizaciones y que eso permitirá la mejorar de calidad de vida de los pobladores de Salas Guadalupe. Además, se aprecia que un 9% está de acuerdo parcialmente con la firma de convenios interinstitucionales. Finalmente, un 6% indica que no concuerda con la posibilidad de firmar convenios.

1. El horario de atención es el adecuado.

Tabla 24.

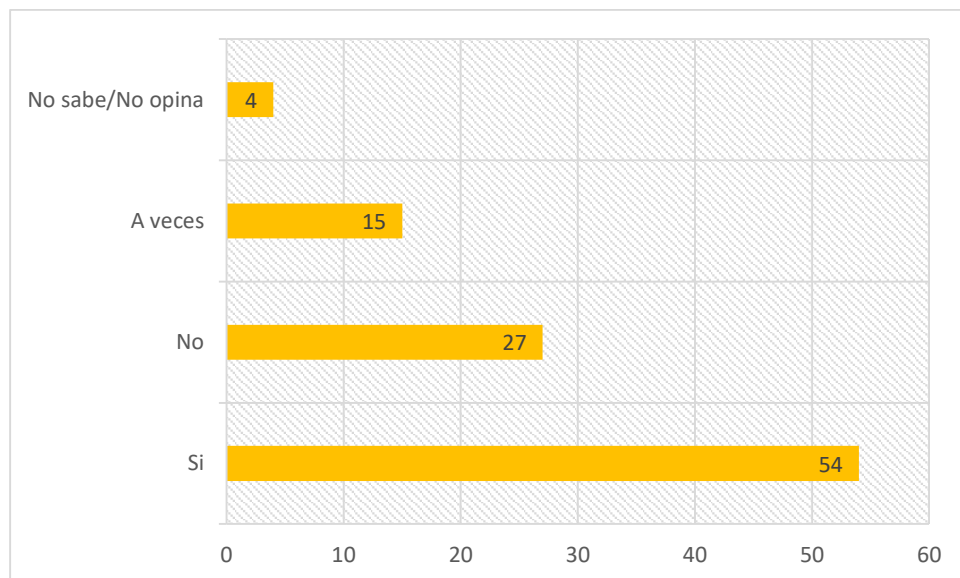
Atención: Horario adecuado.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
54	54	27	27	15	15	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 21.

Atención: Horario adecuado.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 21 se observa que el 54% coincidieron en que el horario de la municipalidad es el adecuado para la atención de los diversos servicios que ofrecen. Seguido de un 27% que indican que no tiene un horario adecuado para la atención a la ciudadanía. Asimismo, un 15% indicaron que a parcialmente es un horario que se ajuste a las necesidades de la población.

2. El horario se ajusta a su tiempo.

Tabla 25.

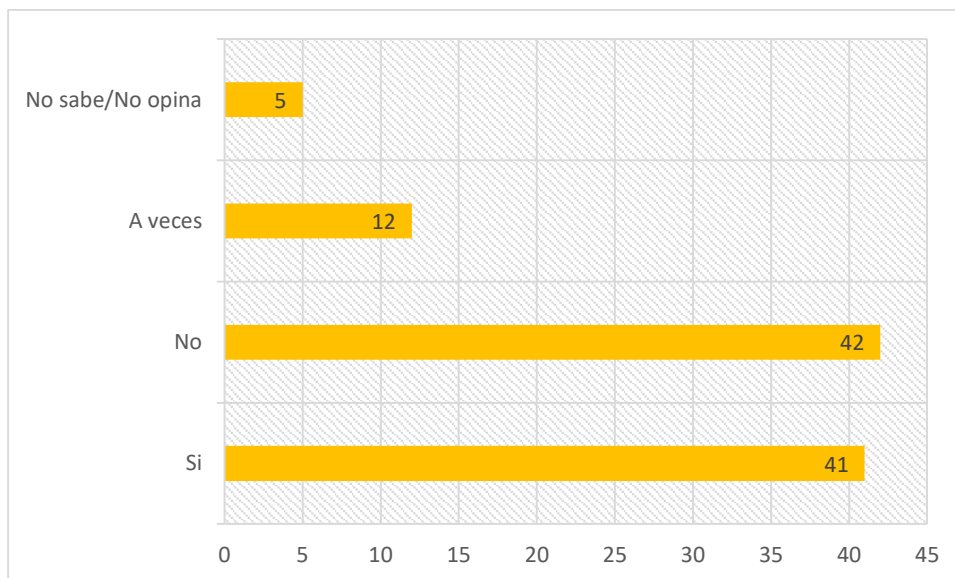
Atención: Tiempo necesario.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
41	41	42	42	12	12	5	5	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 22.

Atención: Tiempo necesario.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 22 se aprecia que el 42% de los entrevistados señalaron que el horario municipal no se ajusta al tiempo de los usuarios de Salas Guadalupe. Cabe señalar que el 41% coincidieron en que sí es un horario apropiado para el ciudadano. Finalmente, un 12% indican que parcialmente es un buen horario.

3. Considera que el tiempo de espera por todo el trámite del servicio es el adecuado.

Tabla 26.

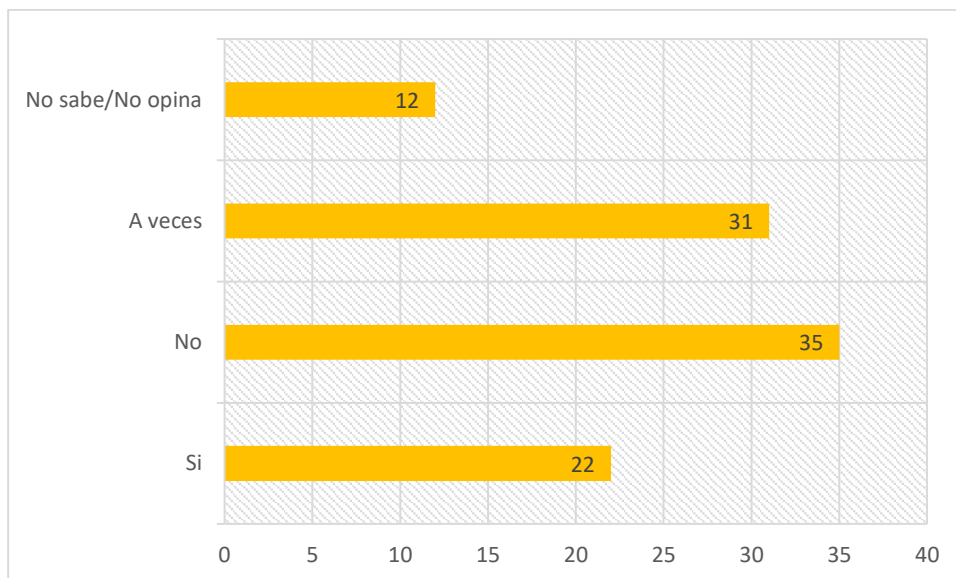
Atención: Tiempo de espera y trámite.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
22	22	35	35	31	31	12	12	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 23.

Atención: Tiempo de espera y trámite.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 23 se aprecia que el 35% de los encuestados afirmaron que el tiempo de espera no es el adecuado. A esto se suma, que el 31% considera que es un horario parcialmente adecuado cuando tienen que esperar para realizar algún trámite. Finalmente, el 22% señalaron si estar a favor del tiempo de espera por los trámites realizados en la municipalidad de Salas Guadalupe.

4. La atención en las oficinas implica hacer colas.

Tabla 27.

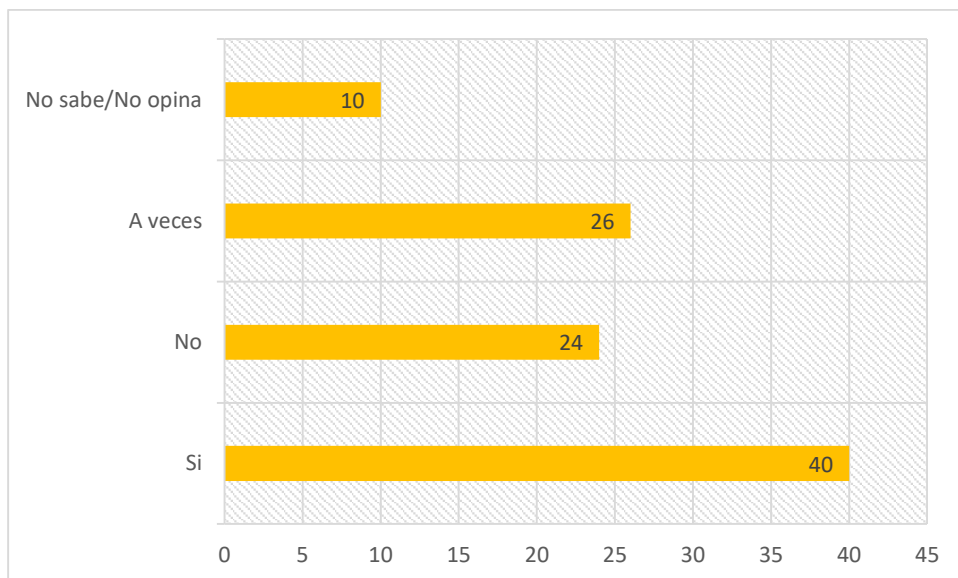
Atención y filas de espera.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
40	40	24	24	26	26	10	10	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 24.

Atención y filas de espera.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 24 se observa que el 40% coincidieron en que la atención en la municipalidad para los usuarios está relacionada con realizar colas, por lo tanto, implica esperar determinado tiempo. Asimismo, parcialmente los encuestados indicaron que a veces se hacen colas (26%). Finalmente, el 24% indicaron que no hacen filas para recibir la atención.

5. La atención en las oficinas es rápida.

Tabla 28.

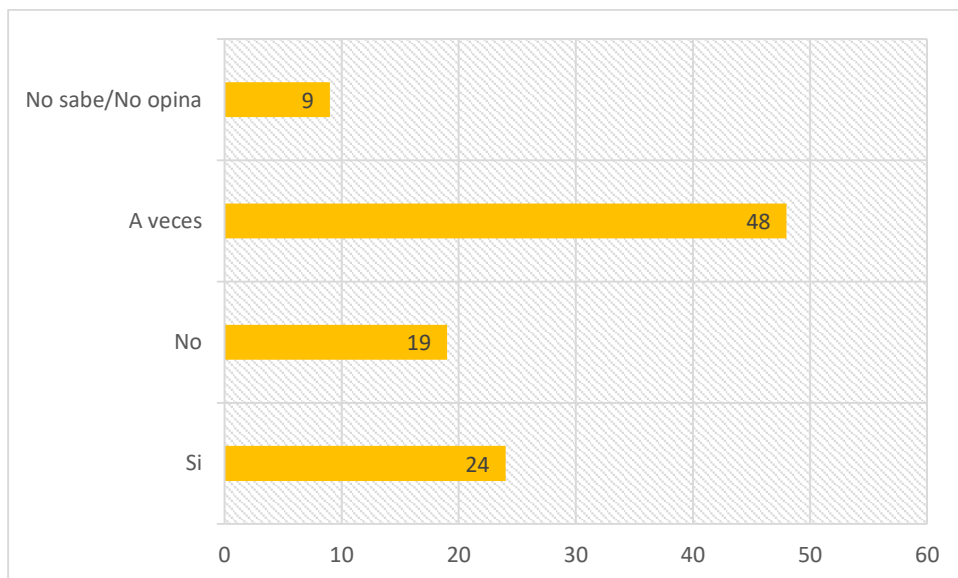
Atención y eficiencia.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
24	24	19	19	48	48	9	9	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 25.

Atención y eficiencia.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 25 se aprecia que el 43% indican que parcialmente consideran que la atención es rápida frente a los requerimientos que solicitan a la municipalidad. Asimismo, el 24% indicaron que la atención está acorde con el tiempo necesario. Finalmente, un 19% señalaron que la atención es lenta, por lo que se prolonga el tiempo de espera en la municipalidad de Salas Guadalupe.

6. El costo de los servicios es razonable.

Tabla 29.

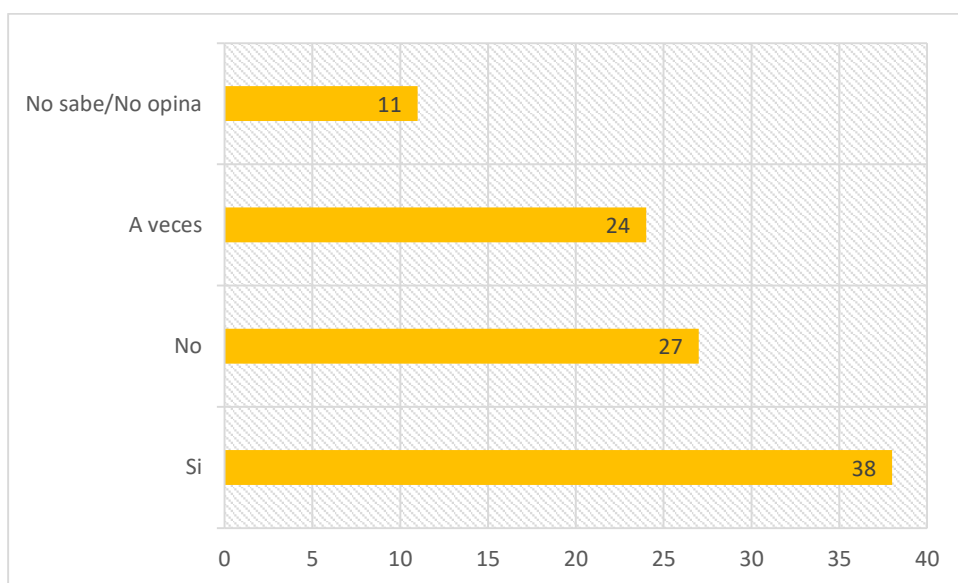
Costos de los servicios.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
38	38	27	27	24	24	11	11	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 26.

Costos de los servicios.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 26 se observa que el 38% consideraron que los costos son los adecuados frente a los tramites o servicios que solicitan. Frente a un 27% que coincidieron en que no hay relación entre los precios y los tramite. Asimismo, parcialmente coincidieron estar a favor de esta relación de costo y servicios realizados por la municipalidad de Salas Guadalupe.

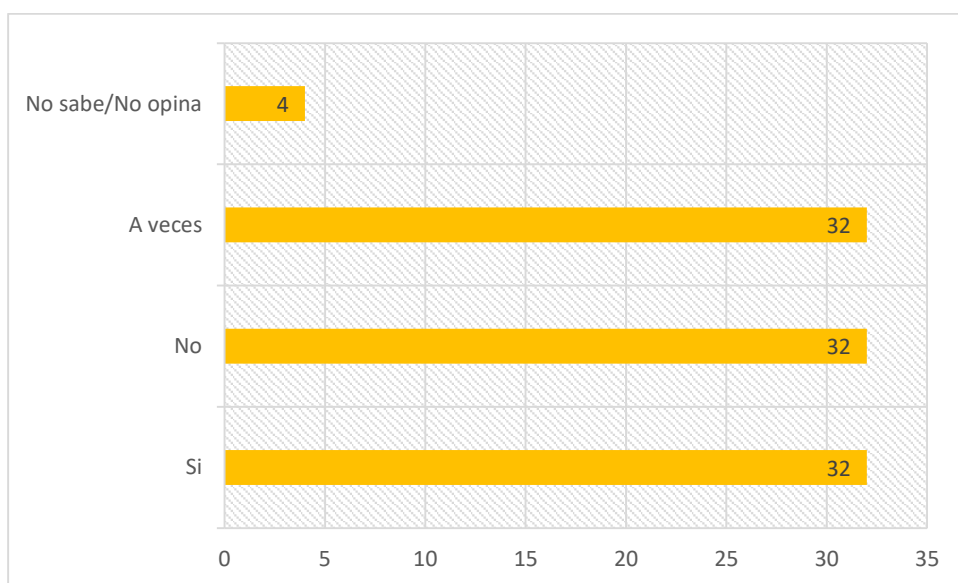
7. Recibe un servicio de calidad.

Tabla 30.
Calidad del servicio.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
32	32	32	32	32	32	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 27.
Calidad del servicio.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 27 se aprecia que hay un triple empate frente a la calidad del servicio que brinda la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, es decir, con un 32% los pobladores encuestados indican que hay calidad, que no y que parcialmente existe calidad en la atención que brindan.

8. Considera que cada vez mejoran los servicios.

Tabla 31.

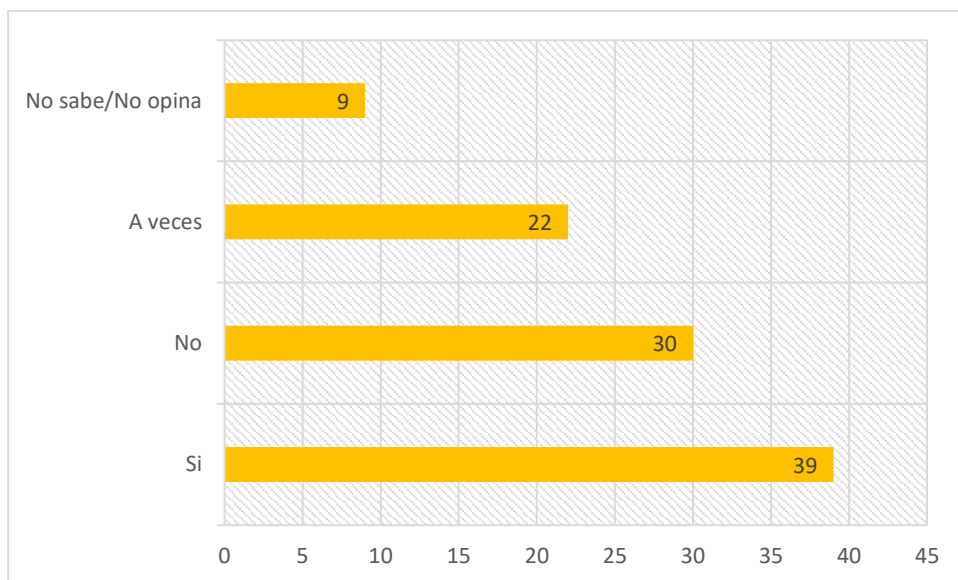
Percepción de mejora en los servicios ofertados.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
39	39	30	30	22	22	9	9	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 28.

Percepción de mejora en los servicios ofertados.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 28 frente a la percepción de mejora de los servicios ofertados por la municipalidad de Salas Guadalupe el 39% indicaron que, si hay mejoras, frente a un 30% que señalaron que no hay ninguna mejora. Asimismo, el 22% señalaron que las mejoras se han dado de forma parcial.

9. El personal está predispuesto a atender quejas.

Tabla 32.

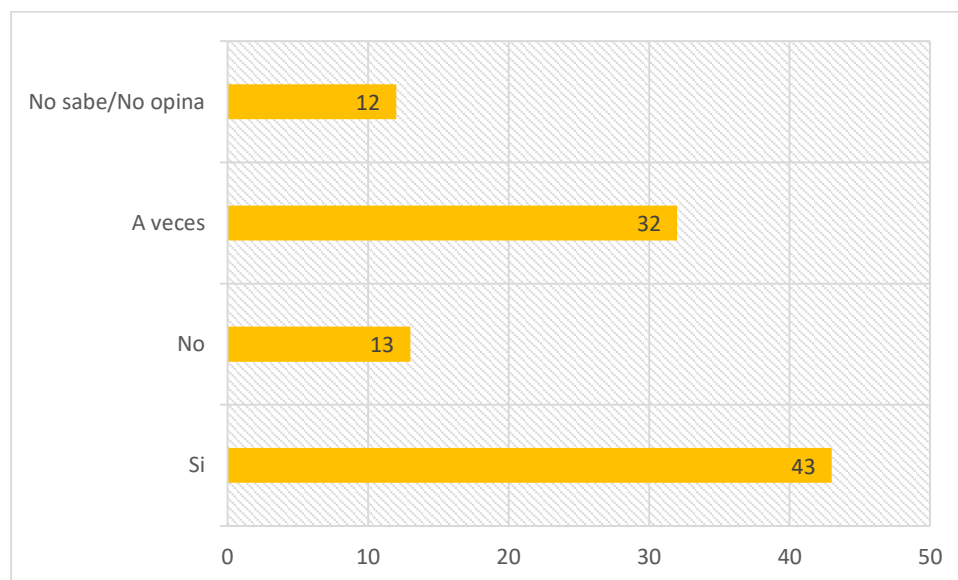
Personal y atención.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
43	43	13	13	32	32	12	12	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 29.

Personal y atención.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 29 se aprecia que el 43% de los encuestados coincidieron en que el personal de la municipalidad de Salas Guadalupe si está con la disposición para atender los reclamos de los usuarios. Asimismo, se observa que el 32% afirmaron que parcialmente los colaboradores están predispuestos a ayudar con las dudas de los usuarios. Finalmente, el 13% indicaron que no hay ninguna voluntad por parte del personal municipal en la atención de las necesidad y demandas de los usuarios.

10. El personal está predispuesto a atender sus solicitudes.

Tabla 33.

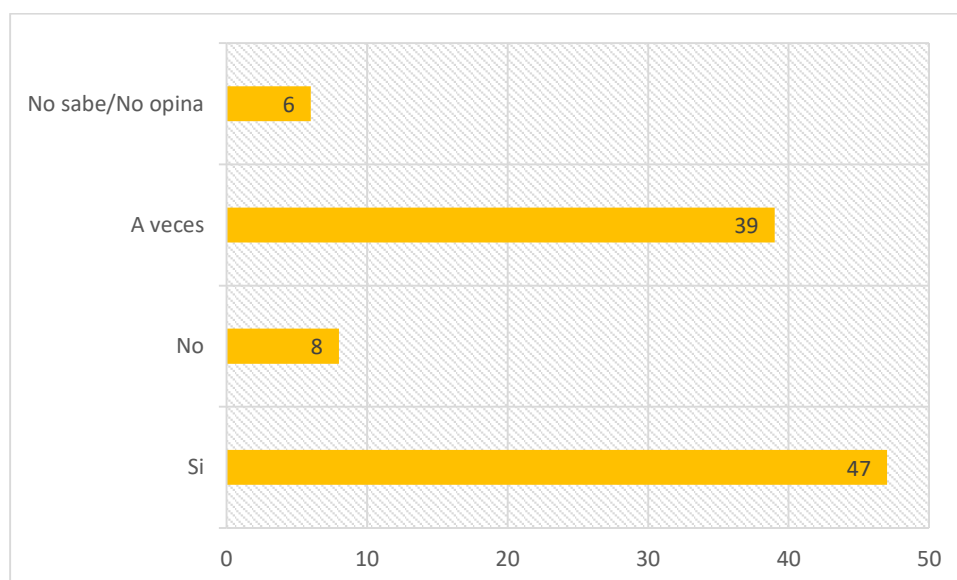
Personal y predisposición.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
47	47	8	8	39	39	6	6	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 30.

Personal y predisposición.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 30 se aprecia que el 47% consideran que el personal si está dispuesto a atender las solicitudes de los usuarios de la municipalidad de Salas Guadalupe. Asimismo, de forma parcial con un 39% afirmaron que a veces perciben esa disposición. Finalmente, un 8% indicaron que no han visto la disposición del personal municipal.

11. Se solucionan rápidamente sus reclamos.

Tabla 34.

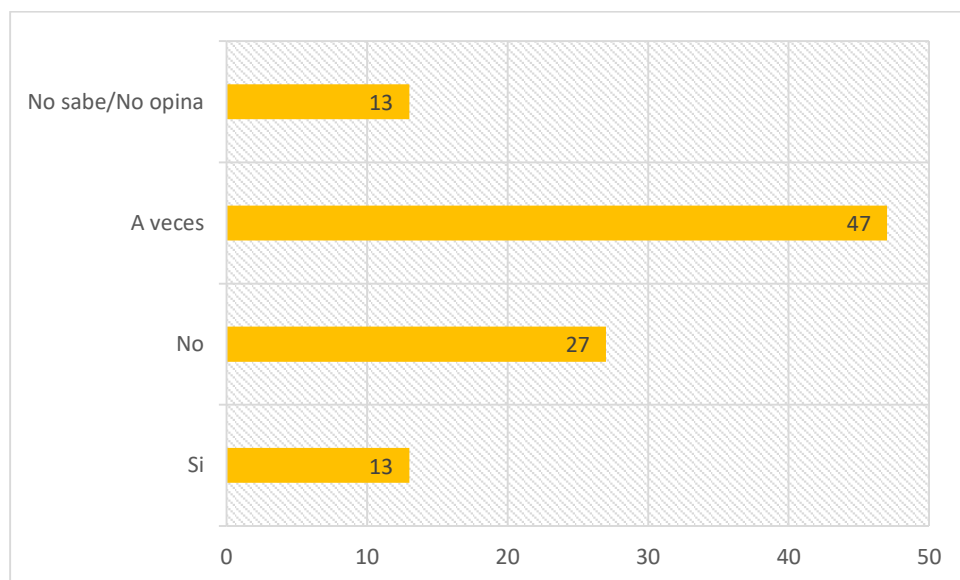
Solución de reclamos.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
13	13	27	27	47	47	13	13	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 31.

Solución de reclamos.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 31 se aprecia que el 45% indicaron que la solución a los reclamos es de forma lenta. Seguido de un 27% que indicaron que no se solucionan las quejas realizadas a la municipalidad de Salas Guadalupe. Finalmente, un 13% indicaron que si han encontrado tener respuestas rápidas a sus quejas.

12. Se repiten las acciones que ocasionan las quejas y reclamos.

Tabla 35

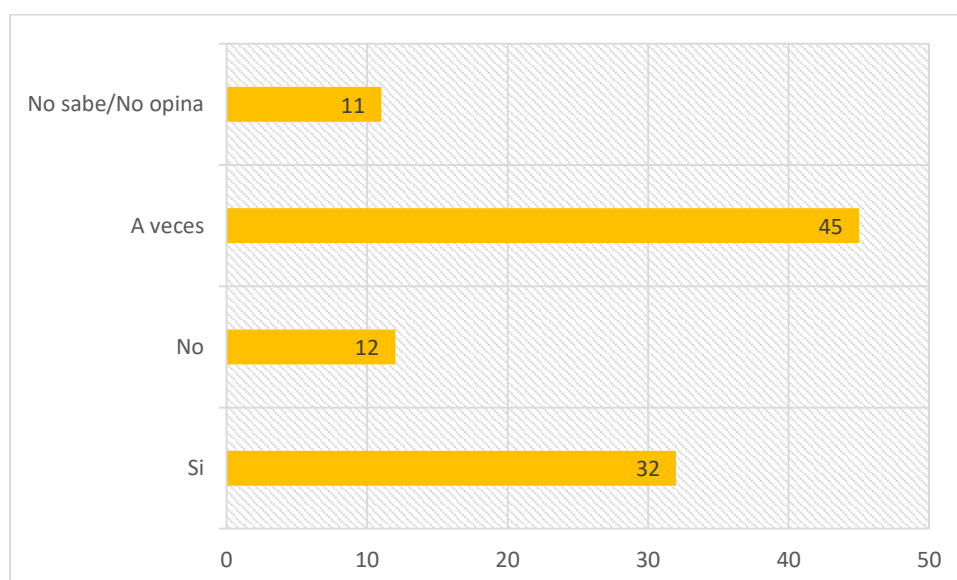
Reclamos recurrentes.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
32	32	12	12	45	45	11	11	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 32.

Reclamos recurrentes.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 32 se observa que un 45% indicaron que las situaciones que ocasionaron sus reclamos a veces suelen volver a pasar. Asimismo, un 32% consideraron que si o si vuelven a pasar por la misma situación que si dieron sus anteriores reclamos. Finalmente, un 12% consideraron que no pasar por la situación de reclamo anterior.

13. Los servicios prestados por la municipalidad cumplen sus expectativas.

Tabla 36.

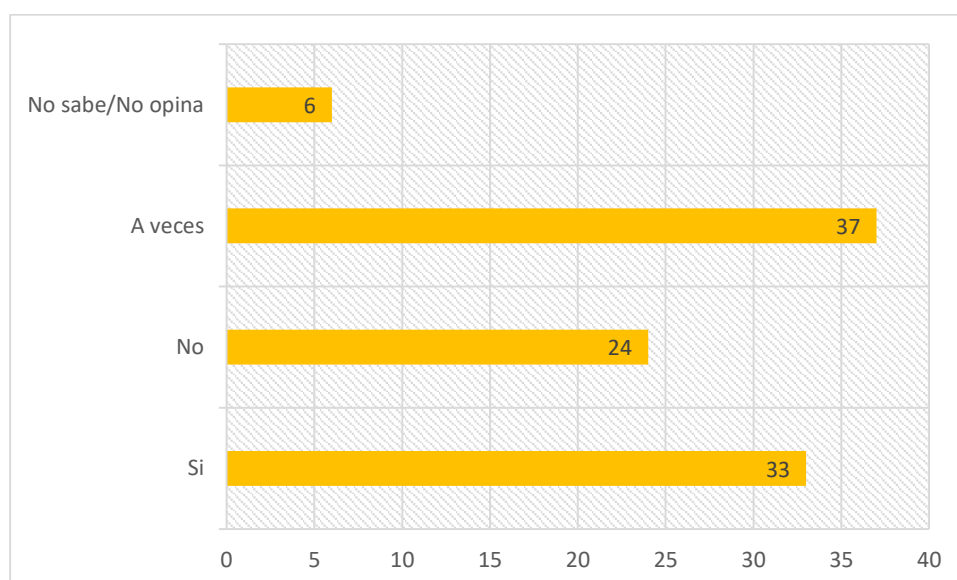
Servicios y expectativas.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
33	33	24	24	37	37	6	6	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 33.

Servicios y expectativas.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 33 se aprecia que un 37% consideraron que los diversos servicios ofertados por la municipalidad de Salas Guadalupe cumplen parcialmente sus expectativas. Asimismo, un 33% indicaron que los servicios si cumplen las expectativas de los usuarios. Finalmente, un 24% indicaron que no cumplen para nada las perspectivas que tenían de la municipalidad.

14. Usted se encuentra conforme con el personal de la municipalidad.

Tabla 37.

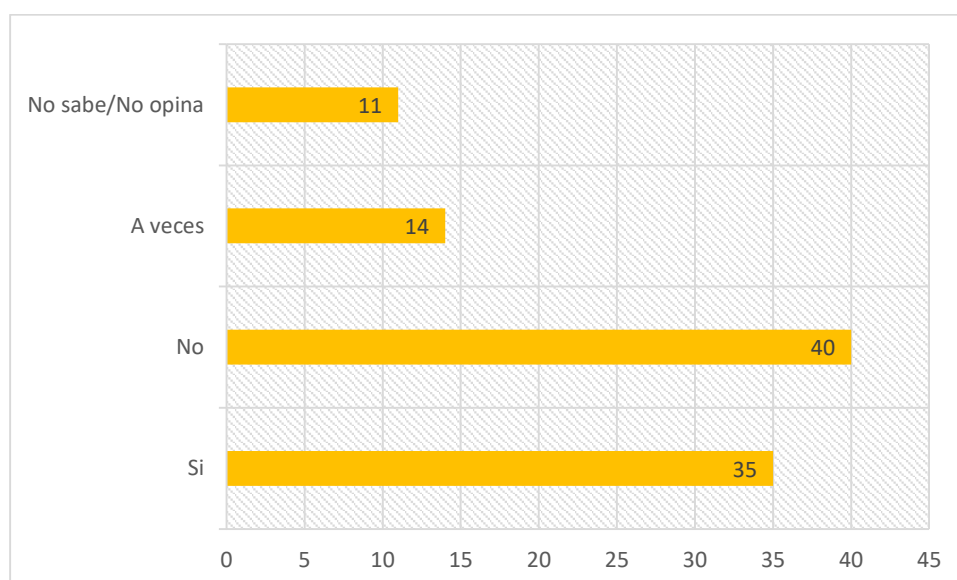
Personal y satisfacción.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
35	35	40	40	14	14	11	11	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 34.

Personal y satisfacción.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 34 un 40% de los entrevistados coincidieron en no estar de acuerdo con el personal que labora en la municipalidad distrital de Salas Guadalupe. Asimismo, un 35% si consideraron estar de acuerdo con los colaboradores municipales actuales. Finalmente, se aprecia de forma parcial que si concuerdan con la conformidad del personal municipal.

15. Es necesario implementar más servicios en la municipalidad.

Tabla 38.

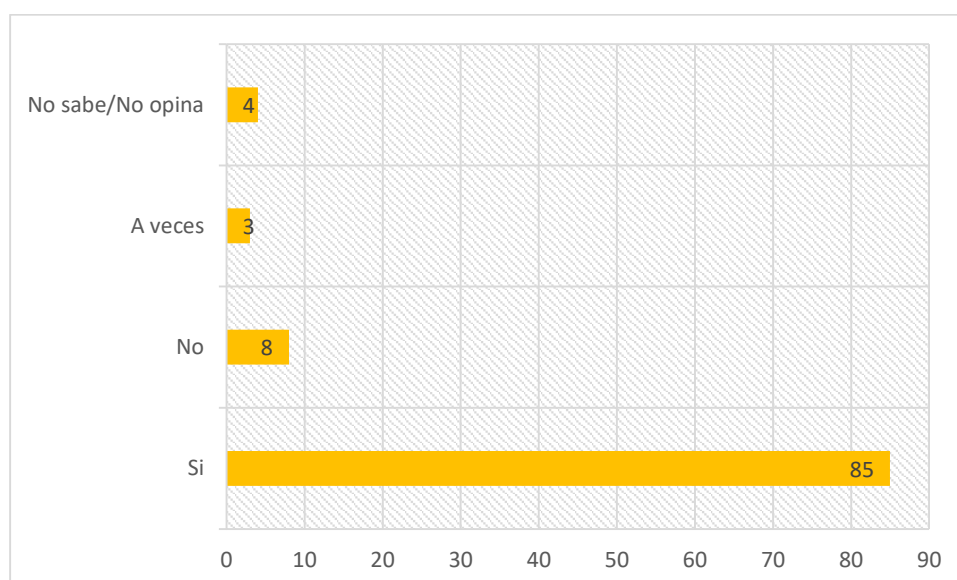
Ampliación de servicios municipales.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
85	85	8	8	3	3	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 35.

Ampliación de servicios municipales.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 35 se observa que el 85% coincidieron en que la municipalidad de Salas Guadalupe debe implementar nuevos servicios municipales. Seguido de que no debería realizarse con un 8%. Finalmente, de forma parcial se debería dar la implementación de más servicios, con un 3%.

16. La información que brinda la municipalidad es adecuada.

Tabla 39.

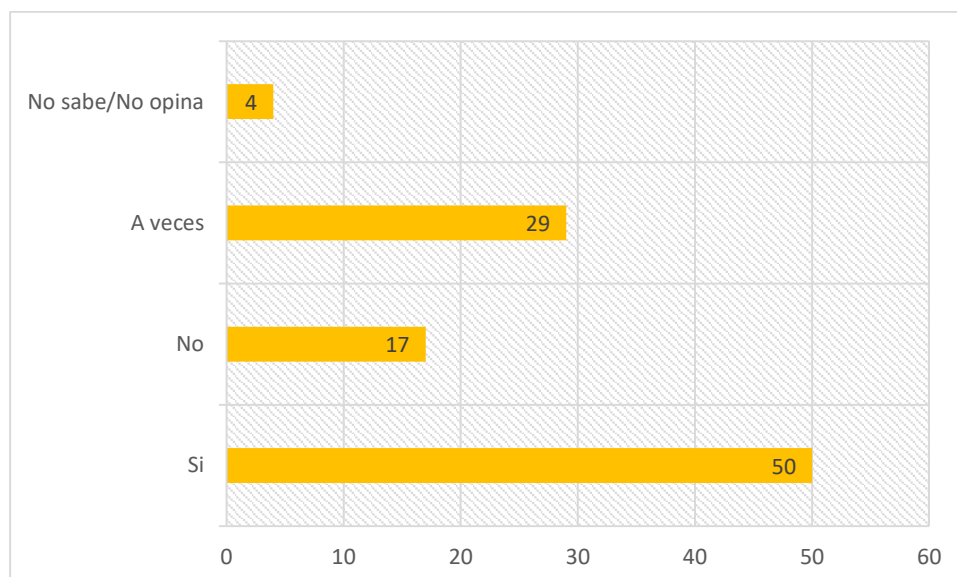
Información adecuada.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
50	50	17	17	29	29	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 36.

Información adecuada.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 36 se aprecia que el 50% coincidieron en que la información que brinda la municipalidad de Salas Guadalupe si es la adecuada. Asimismo, un 29% consideraron que a veces la información brindada es la adecuada. Finalmente, un 17% señalaron que no concuerdan con los datos difundidos por la municipalidad

17. La información que brinda la municipalidad es permanente.

Tabla 40.

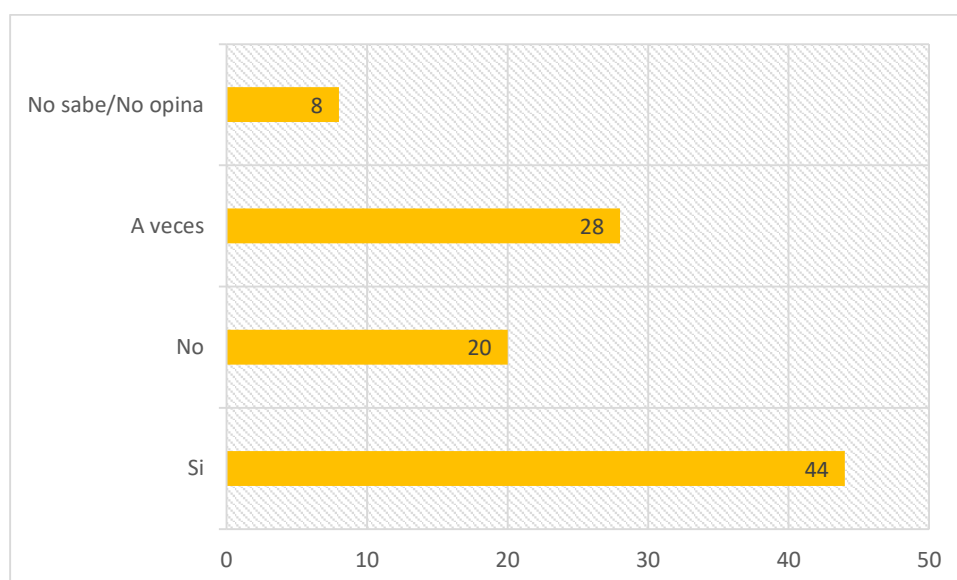
Información pertinente.

1		2		3		4		TOTAL	%
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		
44	44	20	20	28	28	8	8	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 37.

Información pertinente.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 37 se aprecia que un 44% si considera que la información institucional de la municipalidad de Salas se da de forma permanente. Asimismo, un 28% indicaron que a veces la municipalidad brinda información de forma constante. Finalmente, un 20% afirmaron que no se da información de forma recurrente, es de forma extemporánea.

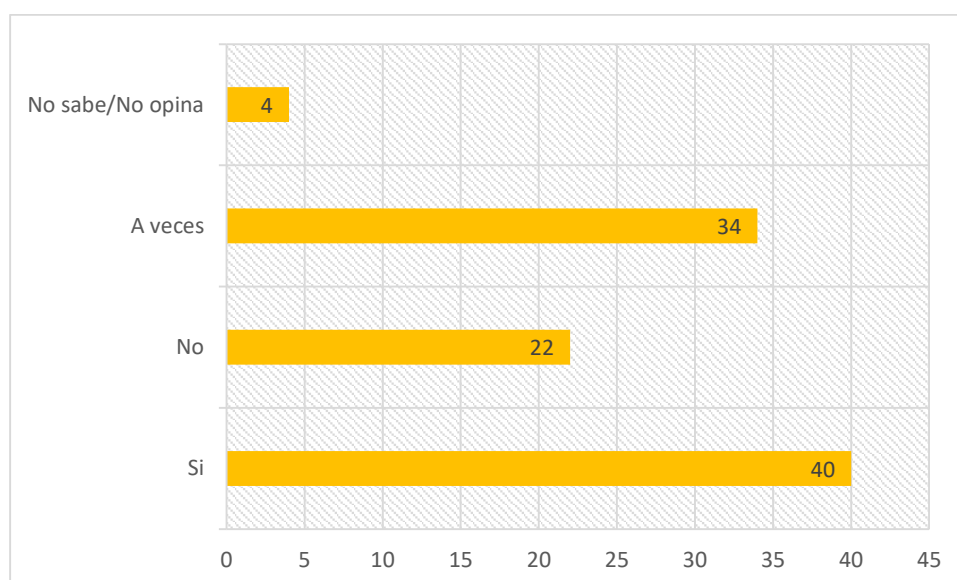
18. Se emplean los medios adecuados para informar a la población.

Tabla 41.
Medios e información.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
40	40	22	22	34	34	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 38.
Medios e información.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 38 los entrevistados señalaron que si se emplean los medios adecuados para información a la población de Salas Guadalupe (40%). Asimismo, un 34% señalaron que es de forma parcial la elección de los medios de comunicación para informar sobre las acciones de la gestión municipal. Finalmente, un 22% señalaron que no consideran que sean los actuales medios utilizados por la municipalidad los adecuados para informar a la población.

19. La municipalidad brinda información a la población sobre sus gestiones.

Tabla 42.

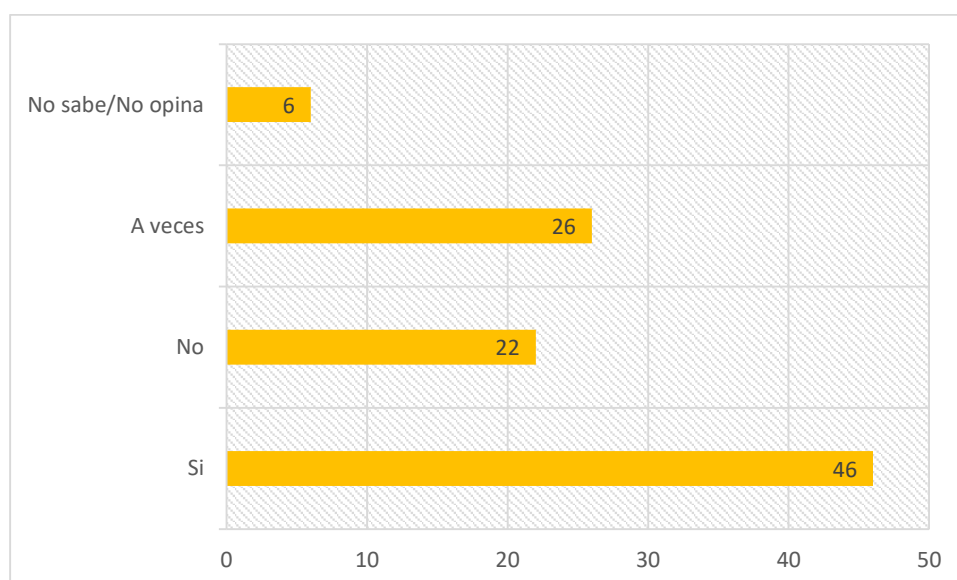
Información sobre la gestión.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
46	46	22	22	26	26	6	6	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 39.

Información sobre la gestión.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 39 se aprecia que el 46% consideran que si informa sobre la gestión que realiza la municipalidad de Salas. Asimismo, un 26% afirmaron que la información sobre las decisiones gubernamentales se da de forma parcial. Finalmente, un 22% indicaron que no se brinda ninguna información sobre sus acciones.

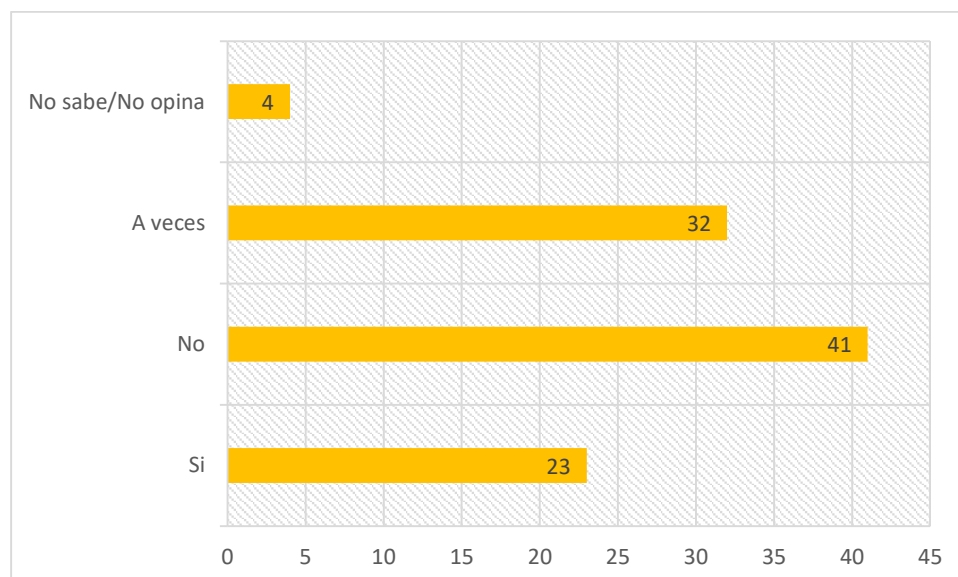
20. Usted está bien informado de todo lo que sucede en la municipalidad.

Tabla 43.
Información de la gestión municipal.

1		2		3		4		TOTAL	
Si	%	No	%	A veces	%	No sabe/No opina	%		%
23	23	41	41	32	32	4	4	100	100

Nota: Elaboración propia.

Figura 40.
Información de la gestión municipal.



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Figura 40 se observa que un 41% coincidieron en que no están bien informados de todo lo que sucede en la actual gestión municipal de Salas Guadalupe. Seguido de un 32% que consideran que de forma parcial algo conocen. Finalmente, un 23% indicaron que si conocen todo lo que sucede en la gestión gubernamental.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Una vez realizada el procesamiento de la información del trabajo de campo, se desarrolló la estadística utilizando el software IBM SPSS. Se aplicó el cálculo a las variables de estudio a nivel de la prueba de normalidad, en este caso al ser una muestra mayor a 50 se utilizó los datos de Kolmogorov-Smirnov para las variables de estudio: Comunicación externa y satisfacción del usuario; obteniéndose como nivel de significancia ,000 (Anexo 07) en las dos variables, entonces, en ambos casos es menor a 0.05, por lo tanto, los datos no son normales, para lo cual se utilizó la prueba no paramétrica de Chi Cuadrado, ya que esta nos va permitir analizar el vínculo entre ambas variables de estudio.

En el presente trabajo se tuvo la hipótesis general:

H₁. Existe vinculación entre la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

H₀. No existe una vinculación entre la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

Al realizar la prueba e Chi-cuadrado se aprecia que tiene como resultado ,001 considerando el resultado y tomando en cuenta que el dato es menor a 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto, si existe vinculación entre la comunicación externa y satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

Tabla 44.

Prueba de chi-cuadrado de Hipótesis General.

	Valor	gl	Significaci ^o n asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	108,271 ^a	16	<,001
Razón de verosimilitud	85,115	16	<,001
Asociación lineal por lineal	60,373	1	<,001
N de casos válidos	100		
a. 18 casillas (72,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.			

En el caso de las hipótesis específicas se puede apreciar las tablas donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica de ambas variables por dimensiones de la variable 1 vinculadas con la variable 2. Entonces, al realizar la prueba e Chi-cuadrado se aprecia que tiene como resultado ,001 considerando el resultado y tomando en cuenta que los datos son menores a 0,05 se rechaza las tres hipótesis nulas y se acepta las tres hipótesis alternativas. Por lo tanto, si existe vinculación entre las

dimensiones de la comunicación externa y la variable de satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

Para la comprensión de la misma se plantean las hipótesis específicas nulas y alternas, se evidencia el resultado presentado por medio de la Tabla 45.

H₁. Existe vinculación entre la comunicación externa operativa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

H₀. No existe una vinculación entre la comunicación externa operativa y satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

H₁. Existe vinculación entre la comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

H₀. No existe una vinculación entre la comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

H₁. Existe vinculación entre la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

H₀. No existe una vinculación entre la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.

Tabla 45.
Resumen de chi-cuadrado de hipótesis específicas

	Hipótesis	gl	Sig. ^a .b
1	C.E. OPERATIVA – SATISFACCIÓN DEL USUARIO	16	<,00 1
2	C.E. ESTRATÉGICA – SATISFACCIÓN DEL USUARIO	16	<,00 1
3	C.E. DE NOTORIEDAD – SATISFACCIÓN DEL USUARIO	16	<,00 1

IV. DISCUSIÓN.

En relación al objetivo general:

Determinar la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023, los resultados señalaron que con un valor de significancia de ,001 se evidenció una vinculación entre la comunicación externa y la satisfacción del usuario.

Los resultados alcanzados se respaldan en la Teoría de la Contingencia, la cual plantea la identificación de variables contextuales y ambientales para un cambio en las estructuras y prácticas propias de la organización. Pone a la comunicación como elemento esencial de la vida y la cultura organizacional. En ese sentido, plantea que la comunicación es el suministro de información, tanto hacia dentro como hacia fuera, permitiendo la adaptación, la resolución de problemas y la integración (Kreps, 1990 citado por Félix, 2014).

Asimismo, la Teoría de los dos factores sobre la satisfacción del cliente de Silvestro y Johnston (1990). Esta sostiene que las dimensiones de los productos o servicios están vinculadas con la satisfacción o la insatisfacción. Por lo tanto, los factores pueden tener un fallo y crear la insatisfacción de la misma; asimismo, con la prestación pueden dar como resultado la satisfacción y/o insatisfacción. Finalmente, ambos factores pueden relacionarse dando cierto nivel positivo o negativo (Carmona y Leal, 1998).

En el caso de la municipalidad de Salas Guadalupe se apreció que las diversas acciones de comunicación externa han permitido diseñar contenidos (mensaje, productos) para mantener una relación con los usuarios, brindando una imagen, que se vinculan con los servicios que se ofrecen. Por lo tanto, se aprecia una comunicación externa operativa, estratégica y de notoriedad de forma significativa. En el caso de la satisfacción del usuario esta se percibe como satisfactoria, vinculada con mejoras dentro de la experiencia de la atención. Es decir, los usuarios necesitan mejorar su nivel de expectativa, de información, de conformidad y la atención de quejas.

Reafirmando los resultados se puede indicar algunos trabajos de investigación que han coincidido sobre las variables estudiadas. En el caso de la comunicación externa, Reyes y Silva (2020) determinaron como la comunicación externa aporta a la mejora de la atención al cliente dentro de una clínica en Chiclayo. Asimismo, Cepeda (2017) identificó que las estrategias comunicativas para la gestión de la comunicación externa aportan a la imagen corporativa. En el caso de la variable satisfacción del usuario, Flores (2018) determinó el nivel de satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de salud integral de la municipalidad El Alto. Finalmente, Concha-Bendezú et al. (2019) en su estudio hallaron la relación entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Huarochirí.

En cuanto al objetivo específico 1:

Determinar la comunicación externa operativa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023, los resultados señalaron que con un valor de significancia de ,001 se evidencio la vinculación entre la dimensión 1 denominada comunicación externa operativa y la variable 2 satisfacción del usuario.

En el caso de la municipalidad de Salas Guadalupe se percibe que la comunicación externa operativa forma parte de las actividades constantes que realizan, lo que evidencia que un 53% de los usuarios coincide en que hay presencia de sus autoridades. Además, que un 65% revise información en las plataformas digitales de la institución edil. Asimismo, que los comunicados sean tomados como sinceros con un 49%. Entonces, se evidencia una percepción positiva de forma significativa para los usuarios en la atención que reciben respecto a información y sus propias demandas. En el caso de las dimensiones de satisfacción del usuario se apreció a nivel de las expectativas que el 54% considera que el horario si es el adecuado y que 48% afirmó que a veces la atención es rápida. En el caso de la segunda dimensión denominada percepciones, consideraron que los costos son razonables (38%), un 39% señalaron que la atención a mejorado y con un 64% la atención en promedio es buena.

Los resultados se aproximan al análisis que hace Moreno (2017), identificando que un 38% revisa información sobre el municipio en sus redes sociales, aunque un 51% considera que estas transmiten información a la ciudadanía. Asimismo, Soto (2018) determinó que la calidad de atención es de nivel regular (70%) y la satisfacción es moderada (62%). Se concluye que hay una relación entre ambas variables, siendo directa y significativa. Finalmente, Cuellar (2019) hallo que, en el caso de las expectativas, el 71% indica que a veces se logra cubrir.

En cuanto al objetivo específico 2:

Determinar la comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023, los resultados señalaron que con un valor de significancia de ,001 se evidencio la vinculación entre la dimensión 2 denominada comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario.

La Municipalidad de Salas Guadalupe a nivel de la dimensión de comunicación externa estratégica se aprecia que en promedio está cumpliendo con los objetivos trazados por la institución, permitiendo un posicionamiento positivo frente a los usuarios/ciudadanos. Es decir que, un 50% si ha logrado involucrarse con las acciones promovidas por la municipalidad. Asimismo, a veces se toman en cuenta las opiniones de los ciudadanos (40%), a veces se cumple los plazos (40%) y a veces se percibe como creíble la información que trasmite la gestión edil. En el caso de la tercera dimensión de la segunda variable, denominada atención y quejas se aprecia que un 43% coincide en que si hay una disposición

para atender las quejas y brindar soluciones (47%). Asimismo, un 47% considera que a veces se dan solución a los reclamos y que esas situaciones de reclamo a veces se repiten (45).

Estos resultados se coinciden con algunos estudios, como el Reyes y Silva (2020), los cuales hallaron que la capacidad de respuesta tuvo como resultado un 33%. A nivel de empatía, se evidencio que la comprensión se da 37% (siempre). Asimismo, con respecto a la tercera dimensión de la V2, Ortiz (2019) en su estudio logra hallar que la calidad del servicio se da de forma regular (42%), seguido de un 40 % que indica que es deficiente. En ese mismo sentido, Concha-Bendezú et al. (2019) identificaron que se evidencia que la calidad de servicio es de forma regular (60.53%) y bueno (32.24) y en el caso de la satisfacción es medio (63.16%) y alto (28.95).

En cuanto al objetivo específico 3:

Determinar la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023, los resultados señalaron que con un valor de significancia de ,001 se evidencio la vinculación entre la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario.

La municipalidad de Salas Guadalupe en el caso de la dimensión de comunicación externa de notoriedad se aprecia una notoriedad significativa por las diversas formas de comunicación que está utilizando. En ese sentido, se aprecia que un 55% considera que, si es oportuna la comunicación, seguida de que si visita las plataformas digitales que contienen información de la gestión (52%), principalmente Facebook. Asimismo, un 37% ha logrado participar en alguna actividad convocada por la gestión gubernamental. En el caso de la cuarta dimensión de la V2, se tuvo como resultados que, 37% a veces se cumple las expectativas que tienen los usuarios, que es necesario implementar nuevos servicios municipales (85%) y que si sería necesario mejorar las competencias del personal municipal (40%). Finalmente, en la dimensión de información de la V2, se hallaron que, 50% si considera que la información es adecuada, a nivel de su pertinencia coincidieron con un 44%. Además, respecto a los medios que se están utilizando se indicó que si son los óptimos (40%).

También, se aprecian otros estudios que coinciden respecto a los resultados. En el caso de Cepeda (2017) identifica con un 80% que los actuales medios de información utilizados son los adecuados para el posicionamiento de la institución, lo que se concuerda con que, si debería darse importancia a estas variables, para resultar en una mejora de la imagen de la institución. En el caso de la segunda variable, Flores (2018) evidencio que, un 50.5% indica que percepción del trato es regular, seguido de 36.4% que señala que si está bien. Finalmente, Moreno (2017) halló que un 38% revisa información sobre el municipio en sus redes sociales (medio) y que 51% considera que estas transmiten información a la población.

V. Conclusiones.

En relación al objetivo general de la investigación, se logró determinar la existencia de una comunicación externa vinculante con la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Salas Guadalupe. En ese sentido, la municipalidad gestiona las diversas dimensiones vinculadas a la comunicación externa, como son la operatividad, la estratégica y la notoriedad frente a lo que se brinda a la población, principalmente a los usuarios. Asimismo, se pudo demostrar que las satisfacciones de los usuarios se vinculan con sus dimensiones, generando que esa satisfacción se refleje en las expectativas, las percepciones, la atención de quejas, la conformidad del servicio y la información que se brinde sobre las diversas demandas o tramites que se realizan.

En cuanto al objetivo específico 1, se logró determinar que la comunicación externa operativa es vinculante con la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Salas Guadalupe. Asimismo, se evidenció que la municipalidad suele tener presencia y relación con los ciudadanos, lo que genera un interés por parte de la población para revisar las plataformas digitales de la institución. Además, que se evaluó como favorable el horario de atención, el promedio de efectividad y el costo razonable, es decir, que se percibe que el servicio y la atención está mejorando a favor del usuario y los ciudadanos.

Respecto al objetivo específico 2, se logró determinar que la comunicación externa estratégica es vinculante con la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Salas Guadalupe. De igual manera, este tipo de comunicación permite identificar que se está trabajando y logrando los objetivos que se traza la organización con relación al usuario, es decir, que lograr generar la participación ciudadana, el que se escuche sus opiniones para mejorar las demandas de la comunidad. Asimismo, se percibe la disposición por parte de las autoridades y los trabajadores de la municipalidad para atención y plantear soluciones a los problemas que se presenten con respecto a los diversos servicios que ofrece la municipalidad.

En relación al objetivo específico 3, se logró determinar que la comunicación externa de notoriedad es vinculante con la satisfacción del usuario en la municipalidad distrital de Salas Guadalupe. Por lo tanto, se evidencia el uso principalmente de medios digitales para informar sobre sus actividades y gestiones, además, éstas suelen ser de forma oportuna y generando la participación de los pobladores. Asimismo, hay un grado de conformidad positiva de los servicios que se ofrecen, lo que se vincula con la información adecuada, la propia pertinencia de lo que se comunica y de los medios que se usan.

VI. Recomendaciones.

Establecida la conclusión general de este estudio se recomienda seguir gestionando las dimensiones de la comunicación externa y las dimensiones de la satisfacción de los usuarios del distrito de Salas Guadalupe. Asimismo, es necesario que se mida los resultados de las diversas estrategias de comunicación que se apliquen desde el área de imagen institucional o relaciones públicas, para reconocer los avances y los aciertos, permitiendo una cultura organizacional que aporte a la satisfacción de los usuarios. Además, se debe tomar como un elemento de base este estudio, permitiendo un acercamiento sobre lo que percibe la población.

En el caso de objetivo específico 1 se recomienda seguir gestionando la comunicación externa operativa, ya que genera una mejor relación entre los gobernantes y los gobernados, y entre los trabajadores y los usuarios. Además, es necesario considerar la atención de quejas y que se siga mejorando el vínculo con la ciudadanía, es decir, lo que se comunique e informe se debe vincular con la realidad y las demandas sociales. Entonces, esto es una tarea por parte del equipo de comunicación y de las autoridades, para trabajar en una mayor presencia y relación con la población. Asimismo, se debe realizar el servicio tomando en cuenta los puntos de mejora y la experiencia del usuario para lograr una atención de calidad y con calidez.

En el caso de objetivo específico 2 se recomienda seguir gestionando la comunicación externa estratégica, lo que va seguir permitiendo plantear acciones y logros de objetivos. Cabe recalcar que, es necesario trabajar en la sostenibilidad de la mejora del servicio, ya que se repiten los reclamos, haciendo falta un trabajo coordinado con aquellos que están en la atención de los diversos servicios municipales, lo que significa trabajar las habilidades suaves, como la comunicación asertiva, la resolución de conflictos, entre otros. Por lo que se deben implementar talleres y charlas desde el área de recursos humanos y de comunicación de la municipalidad.

En el caso de objetivo específico 3 se recomienda seguir gestionando la comunicación externa operativa, para seguir avanzando a un posicionamiento positivo. Además, es necesario trabajar en los beneficios y avances que se tienen sobre diversas áreas y temas vinculados a la gestión gubernamental. Asimismo, no solo se debe comunicar e informar, se debe medir si esa información cubre las necesidades sobre lo que desea saber el usuario y ciudadano de Salas Guadalupe. Por lo tanto, se deben hacer estudios, mediciones, encuestas, entrevistas, entre otros; con el objetivo de mejorar la forma y el fondo de lo que se difunde por parte de la municipalidad, esto debería estar liderado por el área de comunicaciones y las áreas que trabajan con atención al usuario.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Bedoya, N. (2018). Analizando la Conformidad de los Productos y Servicios (Escuela Europea de Excelencia). <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2018/04/analisis-de-la-conformidad-productos-servicios/>
- Becerra, B., Pecho, L. y Gómez, M. (2020). Satisfacción del usuario externo en un establecimiento de atención primaria, durante la pandemia COVID-19. *Revista Médica Panacea*, 9(3) 165-170. <https://doi.org/10.35563/rmp.v9i3.369>
- Borda, M. y Victoria, M. (2021). Comunicación externa y adaptabilidad: una mirada a dos empresas de Economía Colaborativa, durante el confinamiento por la pandemia del Covid-19. [Tesis de grado, de la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/54645/TG-Borda%20Pen%cc%83a%2c%20Maria%20Jose%20%3b%20Victoria%20Perdomo%2c%20Manuela%20%281%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Castillo-Sierra, Diana M., González-Consuegra, Renata V., & Olaya-Sánchez, Alejandro. (2018). Validez y confiabilidad del cuestionario Florida versión en español. *Revista Colombiana de Cardiología*, 25(2), 131-137. <https://doi.org/10.1016/j.rccar.2017.12.018>
- Carmona, A. y Leal, A. (1998). La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4 (1), 53-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=187754>
- Cepeda, D. (2017). La comunicación externa y la imagen corporativa de la marca Imprensa en el sector Parque Industrial de la ciudad de Ambato [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25333/1/FJCS-CS-445.pdf>
- Chung, E., García, V., Rupaila, C. y Seminario, E. (2017). Factores claves para mejorar la calidad del servicio al cliente en las municipalidades de Lima Metropolitana [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621965>
- Concha-Bendezú, C., Farfán-Pimentel, J., Bernaldes-Mendoza, M., Morales-Ayarza, J. y Farfán-Pimentel, D. (2019). Calidad de atención y satisfacción de los usuarios en la municipalidad de Huarochirí, Perú. *Revista Multidisciplinaria Ciencia Latina*, 6 (5), 1911-1931. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3218
- Córdova, J. (2022). Percepción sobre la comunicación externa de la municipalidad distrital de Sapillica en los ciudadanos de la zona urbana, 2022 [Tesis de grado, Universidad Nacional de Piura]. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3881>
- Cuellar, M. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Caja Municipal S.A. Ica, primer semestre, año 2018 [Tesis de grado, Universidad Alas Peruanas]. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/8973>

- Culqui, M., Cieza, M., Puican, M. H. y Callao, D. (2021). La calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de las instituciones públicas del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 12842-12858. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1287
- Félix, 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
- Freré, J., Véliz, J., Sarco, E. y Campoverde, K. (2022). La percepción, la cognición y la interactividad. *RECIMUNDO*, 6(2), 151-159. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(2\).abr.2022.151-159](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(2).abr.2022.151-159)
- Flores, M. (2018). Nivel de satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de odontología del Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes” del municipio de El Alto en el cuarto trimestre de la gestión 2017 [Tesis de maestría, Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia]. <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/21083/TM-1410.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Flores, C. y Delgado, J. (2020). Gestión por resultados para mejorar la calidad de atención en las entidades públicas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1226-1240. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.150
- Garivay, F. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la municipalidad distrital de Santa María – 2017 [Tesis de maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/2845/Jaime%20Ulises%20Ortiz%20Borchani.pdf?sequence=1>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6° edición). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Huamán, R. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo, 2015 [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11990/huaman_br.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018). Ica, resultados definitivos. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1545/11TOMO_01.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas (20 de febrero del 2023). Ley Orgánica de Municipalidades. Ley N° 27972.

https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/capacita/programacion_formulacion_presupue stal2012/Anexos/ley27972.pdf

- Montenegro, M. (2020). La comunicación externa y la reputación corporativa de la ONG ‘Enseña Perú’ en los alumnos de la Institución Educativa ‘Fe y Alegría 29’, marzo-diciembre 2019 [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte, Perú]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26365/Montenegro%20Garc%c3%ada%2c%20Madison%20Milagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moreno, K. (2017). Las redes sociales como herramientas de gestión en la comunicación externa del GAD Municipal de Riobamba en el periodo julio- diciembre de 2016 [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4353>
- Nicomedes, E. (2018). Tipos de investigación. <http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Ortiz, J. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del usuario en la Sub Gerencia de Administración Tributaria y Rentas de la municipalidad distrital de Santa María – 2017 [Tesis de maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/2845/Jaime%20Ulises%20Ortiz%20Borchani.pdf?sequence=1>
- Presidencia del Consejo de Ministros e Ipsos Public Affairs. (2017). Encuesta Nacional de Satisfacción Ciudadana 2017. https://sgp.pcm.gob.pe/wpcontent/uploads/2018/03/Encuesta_Nacional_Satisfacci%c3%b3n_Web_20180308.pdf
- Reyes, J. y Silva, T. (2020). Comunicación Externa para mejorar la calidad de atención al cliente según el Modelo Servqual de la Clínica Oncorad S.A.C – Chiclayo [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51335/Reyes_EJL_Silva_PLT-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sibrián, L. (2017). Expectativas de la formación universitaria desde la perspectiva de los estudiantes. *Diá-Logos*, (19), 25–37. <https://doi.org/10.5377/dialogos.v0i19.5481>
- Soto, D. (2018). Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio de obstetricia en el centro de salud los Aquijes Ica, junio 2018 [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29980>
- Suárez, L., Rodríguez, S. y Martínez, J. (2018). Satisfacción de los usuarios con la atención en los consultorios médicos. Colón 2015-2016. *Revista Médica Electrónica*, 40(4), 1002-1010. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242018000400008&lng=es&tlng=es.

Zavariz, A. (2014). La comunicación gubernamental en la gestión pública municipal.
<https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT3-Armando-Zavariz-Vida%C3%B1a.pdf>

VIII. ANEXOS.

Anexo 1

Cuestionario 1- Comunicación externa.

El presente cuestionario es para la obtención del grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación, que tiene como objetivo es determinar la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023. Se garantiza el anonimato y confidencialidad de todos 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 en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN EXTERNA OPERATIVA						
1	¿Ha notado usted la presencia de las autoridades de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe en su sector?					
2	¿Son atendidas sus quejas o problemas cuando acude a la solicitar apoyo a la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?					
3	¿Ha visto alguna información en la página institucional de Facebook de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?					
4	¿Conoce algún otro medio de comunicación que utilice la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe para informar a su público?					
5	¿Cree usted que los avisos o comunicados de la municipalidad brindan un mensaje sincero?					
6	¿Cree usted que estos mensajes por parte de la municipalidad reflejan la realidad del distrito?					
DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN EXTERNA ESTRATEGICA						
7	¿Ha sido usted consultado por la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe sobre las mejoras que su sector necesita?					
8	¿El alcalde o regidores de la municipalidad han realizado alguna reunión es este sector para dialogar sobre alguna obra o proyecto?					
9	¿La municipalidad coordina o involucra a los pobladores en sus actividades de comunicación?					
10	¿La municipalidad toma en cuenta las opiniones de los habitantes de este sector para resolver alguna problemática?					
11	¿Cree usted que la municipalidad ejecuta sus actividades en los plazos establecidos?					
12	¿Cree usted que lo informado por la municipalidad mediante sus medios de información se cumple totalmente?					
DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN EXTERNA DE NOTORIEDAD						
13	¿La Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe comunica oportunamente a su público todas sus actividades?					
14	¿Visita la página de Facebook o el portal de transparencia de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?					

15	¿Participo en las actividades oficiales de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?					
16	¿Participo de los talleres, charlas o concursos de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?					
17	¿Se beneficia usted con algún proyecto de otras instituciones que tienen convenio con la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?					
18	¿Cree usted que la municipalidad debe firmar convenios con otras entidades para mejorar la calidad de vida de sus pobladores?					

Anexo 2

Cuestionario 2 - Satisfacción del usuario.

El presente cuestionario es para la obtención del grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación, que tiene como objetivo es determinar la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023. Se garantiza el anonimato y confidencialidad de todos 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 en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: EXPECTATIVAS						
1	El horario es el adecuado.					
2	El horario se ajusta a su tiempo.					
3	Considera que el tiempo de espera por todo el trámite del servicio es el adecuado.					
4	La atención en las oficinas no implica hacer colas.					
5	La atención en las oficinas es rápida.					
DIMENSIÓN: PERCEPCIONES						
6	El costo de los servicios es razonable.					
7	Recibe un servicio de calidad.					
8	Considera que cada vez mejoran los servicios.					
DIMENSIÓN: ATENCIÓN DE QUEJAS						
9	El personal está predispuesto a atender quejas.					
10	El personal está predispuesto a atender sus solicitudes.					
11	Se solucionan rápidamente sus reclamos.					
12	Se repiten las acciones que ocasionan las quejas y reclamos.					
DIMENSIÓN: CONFORMIDAD						

13	Los servicios prestados por la municipalidad cumplen sus expectativas.					
14	Usted se encuentra conforme con el personal de la municipalidad.					
15	Es necesario implementar más servicios en la municipalidad.					
DIMENSIÓN: INFORMACIÓN						
16	La información que brinda la municipalidad es oportuna y permanente.					
17	La información que brinda la municipalidad es permanente.					
18	Se emplean los medios adecuados para informar a la población.					
19	La municipalidad brinda información a la población sobre sus gestiones.					
20	Usted está bien informado de todo lo que sucede en la municipalidad					

Muchas gracias por su participación.

Anexo 3.

Matriz de operacionalización de las variables y matriz de consistencia.

Operacionalización de las variables

TEMA: LA COMUNICACIÓN EXTERNA Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SALAS GUADALUPE, ICA - 2023.

VARIABLE	DIMENSION CONCEPTUAL	DIMENSION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	INTRUMENTOS
Comunicación externa	La comunicación externa es considerada como una serie de acciones que diseñan mensajes y productos que permiten crear, mantener y mejorar la relación con los públicos, esto aporta a la imagen positiva, por ende, favorece los servicios y/o productos que ofrece la empresa o institución (Morales, 2010 citado por Córdova, 2022). Asimismo, esta comunicación hace referencia a reconocer y posicionar a la organización en un determinado espacio sociodemográfico (Schuster, 2012 citado por Montenegro 2020).	La variable será medida por el cuestionario de Comunicación Externa adaptada por Córdova (2022) y Montenegro (2020), tomando en cuenta los aportes de Schuster (2012) y Morales (2010). Asimismo, está compuesto por 3 dimensiones, tanto la dimensión de comunicación externa operativa, estratégica y de notoriedad tiene 6 ítems cada uno.	Comunicación externa operativa Comunicación externa estratégica Comunicación externa de notoriedad	- Comunicación cotidiana - Canales de comunicación - Mensajes - Investigación - Planificación - Ejecución - Publicidad - Promoción - Patrocinios	Ordinal (Likert)	Cuestionario
Satisfacción del usuario	Se define como estado anímico del usuario, vinculado a la percepción del servicio recibido durante el proceso de atención y el nivel de expectativa (Gerson, 2006 citado por Huamán, 2017).	La variable será medida por el cuestionario de Satisfacción del Usuario adaptada por Garibay (2022) y Huamán (2017), tomando en cuenta el aporte de Gerson (2006). Asimismo, está compuesto por 5 dimensiones, las cuales tienen sus indicadores: Expectativas (5), percepciones (3), atención y quejas (4), conformidad (3) e información (5).	Expectativas Percepciones Atención y quejas Conformidad Información	- Servicios prestados sin errores - Calidad y precio de los servicios - Disponibilidad del personal para solucionar reclamos - Grado de confiabilidad con el servicio municipal - Conocimiento de precios y procesos de los servicios prestados	Ordinal (Likert)	Cuestionario

Anexo 4.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA: La comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica - 2023.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	
			VARIABLE 1	VARIABLE 2
¿Cómo es la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023?	Determinar la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023	Existe vinculación entre la comunicación externa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023	Comunicación Externa	Satisfacción del Usuario
			DIMENSIONES	
			D.1. Comunicación externa operativa D.2. Comunicación externa estratégica D.3. Comunicación externa de notoriedad	D.1. Expectativas D.2. Percepciones D.2. Atención y quejas D.3. Conformidad D.5. Información
PROBLEMA ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	INDICADORES	
PE1	OE1	HE1		
¿Cómo es la comunicación externa operativa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023?	Determinar la comunicación externa operativa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023	Existe vinculación entre la comunicación externa operativa y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023	- Comunicación cotidiana - Canales de comunicación - Mensajes - Investigación - Planificación - Ejecución - Publicidad - Promoción - Patrocinios	- Servicios prestados sin errores - Calidad y precio de los servicios - Disponibilidad del personal para solucionar reclamos - Grado de confiabilidad con el servicio municipal - Conocimiento de precios y procesos de los servicios prestados
PE2	OE2	HE2		
¿Cómo es la comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023?	Determinar la comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023	Existe vinculación entre la comunicación externa estratégica y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.	INDICES Pregunta 1 al 18	INDICES Pregunta 1 al 20
			TECNICAS DE RECOLECCIÓN Encuesta	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN Cuestionario
			TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN El tipo de investigación es básica Nivel descriptivo, transeccional	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN No experiencial
PE3	OE3	HE2		
¿Cómo es la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023?	Determinar la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023	Existe vinculación entre la comunicación externa de notoriedad y la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de Salas Guadalupe, Ica – 2023.	POBLACIÓN Está constituida 15,673 pobladores adultos de 18 a 65 años del distrito de Salas Guadalupe.	MUESTRA Considerando el resultado de la calculadora estadística QuestionPro sale 376, al ser un número alto, se optó realizar a 100 personas el cuestionario, tomando en cuenta los criterios de inclusión y de exclusión.
			TECNICA MUESTRAL: El muestreo es probabilístico.	

Anexo 5.

Validación de instrumentos de investigación V1 y V2.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: COMUNICACIÓN EXTERNA OPERATIVA								
1	¿Ha notado usted la presencia de las autoridades de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe en su sector?	X		X		X		
2	¿Son atendidas sus quejas o problemas cuando acude a la solicitar apoyo a la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		
3	¿Ha visto alguna información en la página institucional de Facebook de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		
4	¿Conoce algún otro medio de comunicación que utilice la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe para informar a su público?	X		X		X		
5	¿Cree usted que los avisos o comunicados de la municipalidad brindan un mensaje sincero?	X		X		X		
6	¿Cree usted que estos mensajes por parte de la municipalidad reflejan la realidad del distrito?	X		X		X		
Dimensión 2: COMUNICACIÓN EXTERNA ESTRATEGICA								
7	¿Ha sido usted consultado por la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe sobre sobre las mejoras que su sector necesita?	X		X		X		
8	¿El alcalde o regidores de la municipalidad han realizado alguna reunión es este sector para dialogar sobre alguna obra o proyecto?	X		X		X		
9	¿La municipalidad coordina o involucra a los pobladores en sus actividades de comunicación?	X		X		X		
10	¿La municipalidad toma en cuenta las opiniones de los habitantes de este sector para resolver alguna problemática?	X		X		X		
11	¿Cree usted que la municipalidad ejecuta sus actividades en los plazos establecidos?	X		X		X		
12	¿Cree usted que lo informado por la municipalidad mediante sus medios de información se cumple totalmente?	X		X		X		
Dimensión 3: COMUNICACIÓN EXTERNA DE NOTORIEDAD								
13	¿La Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe comunica oportunamente a su público todas sus actividades?	X		X		X		
14	¿Visita la página de Facebook o el portal de transparencia de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		

Activar Win
Ir a Configuraci

15	¿Participo en las actividades oficiales de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
16	¿Participo de los talleres, charlas o concursos de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
17	¿Se beneficia usted con algún proyecto de otras instituciones que tienen convenio con la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
18	¿Cree usted que la municipalidad debe firmar convenios con otras entidades para mejorar la calidad de vida de sus pobladores?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Angélica María Quispe Avalos

DNI: 70467304

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación – Gestión Pública

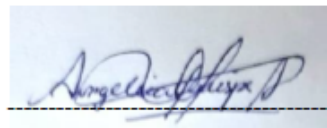
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 03 de julio. del 2023



Firma del Experto Informante.

Activar Win
Ir a Configuraci

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1:								
1	El horario es el adecuado.	X		X		X		
2	El horario se ajusta a su tiempo.	X		X		X		
3	Considera que el tiempo de espera por todo el trámite del servicio es el adecuado.	X		X		X		
4	La atención en las oficinas no implica hacer colas.	X		X		X		
5	La atención en las oficinas es rápida.	X		X		X		
Dimensión 2:		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6	El costo de los servicios es razonable.	X		X		X		
7	Recibe un servicio de calidad.	X		X		X		
8	Considera que cada vez mejoran los servicios.	X		X		X		
Dimensión 3:		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
9	El personal está predispuesto a atender quejas.	X		X		X		
10	El personal está predispuesto a atender sus solicitudes.	X		X		X		
11	Se solucionan rápidamente sus reclamos.	X		X		X		
12	Se repiten las acciones que ocasionan las quejas y reclamos.	X		X		X		
Dimensión 4:		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
13	Los servicios prestados por la municipalidad cumplen sus expectativas.	X		X		X		
14	Usted se encuentra conforme con el personal de la municipalidad.	X		X		X		
15	Es necesario implementar más servicios en la municipalidad.	X		X		X		
Dimensión 5:		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
16	La información que brinda la municipalidad es oportuna y permanente.	X		X		X		
17	La información que brinda la municipalidad es permanente.	X		X		X		

18	Se emplean los medios adecuados para informar a la población.	X		X		X	
19	La municipalidad brinda información a la población sobre sus gestiones.	X		X		X	
20	Usted está bien informado de todo lo que sucede en la municipalidad	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Angélica María Quispe Avalos

DNI: 70467304

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación – Gestión Pública

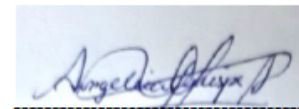
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 03 de julio. del 2023



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: COMUNICACIÓN EXTERNA OPERATIVA								
1	¿Ha notado usted la presencia de las autoridades de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe en su sector?	X		X		X		
2	¿Son atendidas sus quejas o problemas cuando acude a la solicitar apoyo a la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		
3	¿Ha visto alguna información en la página institucional de Facebook de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		
4	¿Conoce algún otro medio de comunicación que utilice la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe para informar a su público?	X		X		X		
5	¿Cree usted que los avisos o comunicados de la municipalidad brindan un mensaje sincero?	X		X		X		
6	¿Cree usted que estos mensajes por parte de la municipalidad reflejan la realidad del distrito?	X		X		X		
Dimensión 2: COMUNICACIÓN EXTERNA ESTRATEGICA								
7	¿Ha sido usted consultado por la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe sobre sobre las mejoras que su sector necesita?	X		X		X		
8	¿El alcalde o regidores de la municipalidad han realizado alguna reunión es este sector para dialogar sobre alguna obra o proyecto?	X		X		X		
9	¿La municipalidad coordina o involucra a los pobladores en sus actividades de comunicación?	X		X		X		
10	¿La municipalidad toma en cuenta las opiniones de los habitantes de este sector para resolver alguna problemática?	X		X		X		
11	¿Cree usted que la municipalidad ejecuta sus actividades en los plazos establecidos?	X		X		X		
12	¿Cree usted que lo informado por la municipalidad mediante sus medios de información se cumple totalmente?	X		X		X		
Dimensión 3: COMUNICACIÓN EXTERNA DE NOTORIEDAD								
13	¿La Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe comunica oportunamente a su público todas sus actividades?	X		X		X		
14	¿Visita la página de Facebook o el portal de transparencia de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		

Activar Win
Ir a Configuraci

15	¿Participo en las actividades oficiales de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
16	¿Participo de los talleres, charlas o concursos de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
17	¿Se beneficia usted con algún proyecto de otras instituciones que tienen convenio con la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
18	¿Cree usted que la municipalidad debe firmar convenios con otras entidades para mejorar la calidad de vida de sus pobladores?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mgtr: María del Carmen Fernández Trujillo

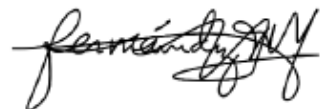
DNI: 10720058

Especialidad del validador: Comunicación Audiovisual

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 03 de Julio de 2023



Firma del Experto Informante.

Activar Win
Ir a Configuraci

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1:							
1	El horario es el adecuado.	x		x		x		
2	El horario se ajusta a su tiempo.	x		x		x		
3	Considera que el tiempo de espera por todo el trámite del servicio es el adecuado.	x		x		x		
4	La atención en las oficinas no implica hacer colas.	x		x		x		
5	La atención en las oficinas es rápida.	x		x		x		
	Dimensión 2:							
6	El costo de los servicios es razonable.	x		x		x		
7	Recibe un servicio de calidad.	x		x		x		
8	Considera que cada vez mejoran los servicios.	x		x		x		
	Dimensión 3:							
9	El personal está predispuesto a atender quejas.	x		x		x		
10	El personal está predispuesto a atender sus solicitudes.	x		x		x		
11	Se solucionan rápidamente sus reclamos.	x		x		x		
12	Se repiten las acciones que ocasionan las quejas y reclamos.	x		x		x		
	Dimensión 4:							
13	Los servicios prestados por la municipalidad cumplen sus expectativas.	x		x		x		
14	Usted se encuentra conforme con el personal de la municipalidad.	x		x		x		
15	Es necesario implementar más servicios en la municipalidad.	x		x		x		
	Dimensión 5:							
16	La información que brinda la municipalidad es oportuna y permanente.	x		x		x		
17	La información que brinda la municipalidad es permanente.	x		x		x		

18	Se emplean los medios adecuados para informar a la población.	x		x		x	
19	La municipalidad brinda información a la población sobre sus gestiones.	x		x		x	
20	Usted está bien informado de todo lo que sucede en la municipalidad	x		x		x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mgr: **María del Carmen Fernández Trujillo**

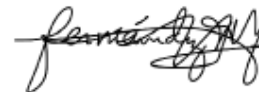
DNI: 10720058

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 03 de julio de 2023



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: COMUNICACIÓN EXTERNA OPERATIVA								
1	¿Ha notado usted la presencia de las autoridades de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe en su sector?	X		X		X		
2	¿Son atendidas sus quejas o problemas cuando acude a la solicitar apoyo a la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		
3	¿Ha visto alguna información en la página institucional de Facebook de la municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		
4	¿Conoce algún otro medio de comunicación que utilice la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe para informar a su público?	X		X		X		
5	¿Cree usted que los avisos o comunicados de la municipalidad brindan un mensaje sincero?	X		X		X		
6	¿Cree usted que estos mensajes por parte de la municipalidad reflejan la realidad del distrito?	X		X		X		
Dimensión 2: COMUNICACIÓN EXTERNA ESTRATEGICA								
7	¿Ha sido usted consultado por la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe sobre sobre las mejoras que su sector necesita?	X		X		X		
8	¿El alcalde o regidores de la municipalidad han realizado alguna reunión es este sector para dialogar sobre alguna obra o proyecto?	X		X		X		
9	¿La municipalidad coordina o involucra a los pobladores en sus actividades de comunicación?	X		X		X		
10	¿La municipalidad toma en cuenta las opiniones de los habitantes de este sector para resolver alguna problemática?	X		X		X		
11	¿Cree usted que la municipalidad ejecuta sus actividades en los plazos establecidos?	X		X		X		
12	¿Cree usted que lo informado por la municipalidad mediante sus medios de información se cumple totalmente?	X		X		X		
Dimensión 3: COMUNICACIÓN EXTERNA DE NOTORIEDAD								
13	¿La Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe comunica oportunamente a su público todas sus actividades?	X		X		X		
14	¿Visita la página de Facebook o el portal de transparencia de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X		

Activar Windows
Ir a Configuración

15	¿Participo en las actividades oficiales de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
16	¿Participo de los talleres, charlas o concursos de la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
17	¿Se beneficia usted con algún proyecto de otras instituciones que tienen convenio con la Municipalidad Distrital de Salas Guadalupe?	X		X		X	
18	¿Cree usted que la municipalidad debe firmar convenios con otras entidades para mejorar la calidad de vida de sus pobladores?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Mg. ALEX RAÚL BENDEZÚ HUAROTO DNI: 71819567

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación – Docencia Universitaria.

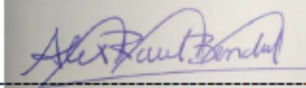
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 04 de julio del 2023



Firma del Experto Informante.

Activar Windo
Ir a Configuración

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1:							
1	El horario es el adecuado.	X		X		X		
2	El horario se ajusta a su tiempo.	X		X		X		
3	Considera que el tiempo de espera por todo el trámite del servicio es el adecuado.	X		X		X		
4	La atención en las oficinas no implica hacer colas.	X		X		X		
5	La atención en las oficinas es rápida.	X		X		X		
	Dimensión 2:	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6	El costo de los servicios es razonable.	X		X		X		
7	Recibe un servicio de calidad.	X		X		X		
8	Considera que cada vez mejoran los servicios.	X		X		X		
	Dimensión 3:	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
9	El personal está predispuesto a atender quejas.	X		X		X		
10	El personal está predispuesto a atender sus solicitudes.	X		X		X		
11	Se solucionan rápidamente sus reclamos.	X		X		X		
12	Se repiten las acciones que ocasionan las quejas y reclamos.	X		X		X		
	Dimensión 4:	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
13	Los servicios prestados por la municipalidad cumplen sus expectativas.	X		X		X		
14	Usted se encuentra conforme con el personal de la municipalidad.	X		X		X		
15	Es necesario implementar más servicios en la municipalidad.	X		X		X		
	Dimensión 5:	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
16	La información que brinda la municipalidad es oportuna y permanente.	X		X		X		
17	La información que brinda la municipalidad es permanente.	X		X		X		

18	Se emplean los medios adecuados para informar a la población.	X		X		X	
19	La municipalidad brinda información a la población sobre sus gestiones.	X		X		X	
20	Usted está bien informado de todo lo que sucede en la municipalidad	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

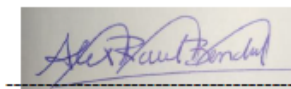
Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Mg. ALEX RAÚL BENDEZÚ HUAROTO DNI: 71819567

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación – Docencia Universitaria.

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ica, 04 de julio del 2023



Firma del Experto Informante.

Anexo 6.
Base de datos.

PERSONAS/ITEM	D1P1	D1P2	D1P3	D1P4	D1P5	D2P1	D2P2	D2P3	D3P1	D3P2	D3P3	D3P4	D4P1	D4P2	D4P3	D5P1	D5P2	D5P3	D5P4	D5P5
1	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	2	1	3	1	1	1	3
2	1	1	2	2	1	1	3	2	3	3	2	1	3	1	2	4	3	3	3	3
3	1	1	1	1	2	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
4	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	3	2
5	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	1	1	3	3	3	1
6	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	3
7	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3
8	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
9	3	3	3	3	3	1	2	2	2	3	3	1	2	2	1	2	3	2	2	2
10	1	3	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	4	2
11	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2
12	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	3	1
13	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	4	1	3	1	1	1	2	3	2	3
14	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1	3	4	1	2	3	2	4	4
15	2	2	4	2	2	2	2	2	4	3	3	1	4	4	1	3	3	2	3	1
16	4	4	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	2	2	1	3	4	3	4	2
17	2	2	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2
18	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2
19	2	2	2	3	2	4	3	2	4	3	4	3	2	3	1	2	3	2	3	2
20	2	2	2	1	3	3	3	4	3	3	3	1	3	2	1	3	1	3	1	3
21	2	1	4	2	4	2	4	1	4	2	3	2	4	2	1	4	1	3	1	4
22	1	1	3	1	3	4	3	3	1	1	3	3	3	2	1	1	1	2	4	2
23	1	1	3	1	3	4	2	3	2	1	3	3	3	2	1	3	1	3	1	2
24	1	2	2	1	3	1	2	3	1	1	3	1	3	1	1	1	1	3	1	2
25	3	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	2	2
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	4	2	2	2
27	1	2	2	1	2	3	3	2	1	1	3	3	2	2	1	3	1	2	3	3
28	3	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2
29	3	1	3	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	3	1	1
30	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	3	3	3
31	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	3	2	1	1	2	1	1	3	1	1
32	3	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
33	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	4	3	1	1	3	1	4	3	1	1	1	3	3	3	3
36	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	3
37	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	1	1
38	3	2	3	4	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2
39	2	2	2	2	1	2	2	2	4	1	4	4	2	1	1	1	1	3	1	2
40	2	2	4	1	2	4	2	4	1	1	2	1	2	4	1	1	1	1	3	2
41	2	2	1	2	1	2	3	3	1	1	4	4	1	1	1	1	4	1	1	2
42	1	1	1	2	1	1	3	1	1	3	1	2	1	3	1	1	1	3	1	1
43	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	1	1	3	3	1	1
44	1	3	3	3	3	1	2	3	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3
46	2	1	4	4	4	4	1	3	3	1	4	4	1	3	1	3	2	2	2	3
47	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	1	2	1	2	3	2
48	2	1	2	2	3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2
49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	1

51	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2
52	1	3	2	4	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	1	3	1	1	1	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	1	3	1	1	1	3
54	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1
55	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	2	3	2
56	2	2	3	1	1	2	1	2	3	3	3	3	3	2	1	2	3	2	3	2
57	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3
58	2	2	4	4	4	2	3	2	3	1	3	3	4	2	1	3	1	3	2	2
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	1	2	1	3	3	
60	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	3	3
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3
62	1	1	3	1	3	4	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1
63	1	2	2	3	3	3	1	3	1	1	3	3	3	3	1	1	3	3	3	1
64	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3
65	1	1	3	1	2	1	2	3	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	1	3
66	1	1	3	1	3	3	3	4	1	1	3	2	3	1	1	3	4	3	1	2
67	1	3	3	3	1	3	1	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1
68	1	2	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	4	4	1	3	2	1	1	2
69	1	1	2	3	4	2	3	2	1	1	4	4	4	4	1	4	3	4	3	3
70	3	2	2	1	3	2	1	4	4	3	4	3	3	3	1	1	3	4	4	2
71	2	2	2	1	2	1	1	1	2	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1
72	1	1	4	2	3	1	1	1	4	4	4	4	1	4	1	3	3	3	4	3
73	1	3	4	4	1	3	2	3	4	4	4	3	3	4	1	3	4	4	2	2
74	1	3	3	4	4	1	3	3	4	4	3	3	3	3	1	1	3	1	2	3
75	1	2	2	1	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2
76	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1
77	1	1	3	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	4	1	1	1	1	2	1
78	1	2	3	2	2	1	1	1	3	2	3	3	3	2	1	2	2	4	3	2
79	2	4	2	3	3	2	3	2	2	1	2	3	2	1	1	3	4	1	1	3
80	3	3	1	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	4	3
81	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1
82	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4
83	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3	1	1	3
84	2	2	1	4	2	4	3	3	1	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4	1
85	3	4	1	3	1	2	1	1	4	4	2	1	3	2	3	3	3	2	2	1
86	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4
87	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	2	4	4	5	4	4	5	4	5
90	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
96	2	2	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	4	4	5	5	5	5	5	5
97	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3
98	4	3	1	2	2	5	2	2	2	2	2	3	4	2	2	4	4	4	4	4
99	4	2	3	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	3	5	4	4	3	4	4
100	2	2	2	4	2	2	2	4	3	3	2	1	2	3	4	4	4	4	2	2

Anexo 7.
Resultados estadísticos con SPSS.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMUNICACIÓN EXTERNA	,329	100	,000	,823	100	,000
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	,335	100	,000	,823	100	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla cruzada COMUNICACIÓN EXTERNA*SATISFACCIÓN DEL USUARIO

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO					Total	
		Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
COMUNICACIÓN EXTERNA	Totalmente desacuerdo	Recuento	6	8	0	0	0	14
		% del total	6,0%	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,0%
	Desacuerdo	Recuento	5	43	9	0	0	57
		% del total	5,0%	43,0%	9,0%	0,0%	0,0%	57,0%
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	Recuento	0	6	11	3	0	20
		% del total	0,0%	6,0%	11,0%	3,0%	0,0%	20,0%
	De acuerdo	Recuento	0	0	0	6	1	7
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%	1,0%	7,0%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	0	1	1	2
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%	2,0%

Total	Recuento	11	57	20	10	2	100
	% del total	11,0%	57,0%	20,0%	10,0%	2,0%	100,0%

Tabla cruzada C.E. OPERATIVA*SATISFACCIÓN DEL USUARIO

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
		Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni deacuerdo/Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total	
C.E. OPERATIVA	Totalmente desacuerdo	Recuento	7	10	0	0	0	17
		% del total	7,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	17,0%
	Desacuerdo	Recuento	4	41	10	0	0	55
		% del total	4,0%	41,0%	10,0%	0,0%	0,0%	55,0%
	Ni deacuerdo/Ni en desacuerdo	Recuento	0	6	7	2	0	15
		% del total	0,0%	6,0%	7,0%	2,0%	0,0%	15,0%
	De acuerdo	Recuento	0	0	3	7	1	11
		% del total	0,0%	0,0%	3,0%	7,0%	1,0%	11,0%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	0	1	1	2
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%	2,0%
	Total	Recuento	11	57	20	10	2	100
		% del total	11,0%	57,0%	20,0%	10,0%	2,0%	100,0%

Tabla cruzada C.E. ESTRATÉGICA*SATISFACCIÓN DEL USUARIO

			SATISFACCIÓN DEL USUARIO					
			Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni deacuerdo/Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
C.E. ESTRATÉGICA	Totalmente desacuerdo	Recuento	7	7	0	0	0	14
		% del total	7,0%	7,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,0%
	Desacuerdo	Recuento	4	33	8	0	0	45
		% del total	4,0%	33,0%	8,0%	0,0%	0,0%	45,0%
	Ni deacuerdo/Ni en desacuerdo	Recuento	0	16	12	2	0	30
		% del total	0,0%	16,0%	12,0%	2,0%	0,0%	30,0%
	De acuerdo	Recuento	0	1	0	7	1	9
		% del total	0,0%	1,0%	0,0%	7,0%	1,0%	9,0%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	0	1	1	2
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%	2,0%
	Total	Recuento	11	57	20	10	2	100
		% del total	11,0%	57,0%	20,0%	10,0%	2,0%	100,0%

Tabla cruzada C.E. DE NOTORIEDAD *Satisfacción del Usuario

		Satisfacción del Usuario					Total	
		Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo		
C.E. DE NOTORIEDAD	Totalmente desacuerdo	Recuento	2	7	0	0	0	9
		% del total	2,0%	7,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,0%
	Desacuerdo	Recuento	9	40	11	0	0	60
		% del total	9,0%	40,0%	11,0%	0,0%	0,0%	60,0%
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	Recuento	0	10	7	3	0	20
		% del total	0,0%	10,0%	7,0%	3,0%	0,0%	20,0%
	De acuerdo	Recuento	0	0	2	6	0	8
		% del total	0,0%	0,0%	2,0%	6,0%	0,0%	8,0%
Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	0	1	2	3	
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	2,0%	3,0%	
Total	Recuento	11	57	20	10	2	100	
	% del total	11,0%	57,0%	20,0%	10,0%	2,0%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	108,271 ^a	16	,001
Razón de verosimilitud	85,115	16	,001
Asociación lineal por lineal	60,373	1	,001
N de casos válidos	100		

a. 18 casillas (72,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	121,257 ^a	16	,001
Razón de verosimilitud	83,824	16	,001
Asociación lineal por lineal	52,917	1	,001
N de casos válidos	100		

a. 19 casillas (76,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	125,754 ^a	16	,001
Razón de verosimilitud	72,517	16	,001
Asociación lineal por lineal	50,870	1	,001
N de casos válidos	100		

a. 19 casillas (76,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.