

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



**Comunicación interna y la calidad de servicio en la municipalidad
distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023**

Para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación

Autor

Bach. Kelvin Steven, Peralta Suarez

0009-0005-9957-2328

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



Comunicación interna y la calidad de servicio en la municipalidad
distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Hidalgo Sandoval Cristhiam Jacob (presidente)

Dr. Barrientos Farías Wilfredo (secretario)

Mg. Arbulú Castañeda Mario Fernando (Vocal)

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



COMUNICACIÓN INTERNA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JUAN DE LA VIRGEN, TUMBES, 2023

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido
y forma.**

Bach. Peralta Suarez, Kelvin Steven (Autor)

Código ORCID 0009-0005-9957-2328

Dr. Mena Farfán, Karl Vladimir, (Asesor)

Código ORCID 0000-0002-0995- 5300

Dr. Mejía Benavides, Aníbal, (Coasesor)

Código ORCID 0000 0003 2190 2647

Tumbes, 2023

Copia del acta de sustentación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los 6 días del mes marzo de dos mil veinticuatro, siendo las 10:00 horas en forma presencial en el auditorio de la FACSO, se reunió el jurado calificador, designado mediante RESOLUCIÓN N° 125-2022/UNTUMBES-FACSO-D. el 20 de junio de 2022 y procedieron a la evaluación de la sustentación de la Tesis "COMUNICACIÓN INTERNA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JUAN DE LA VIRGEN, TUMBES, 2023", presentado por KELVIN STEVEN, PERALTA SUAREZ para optar el título Profesional Licenciado de Ciencias de la Comunicación. Concluida la sustentación y absueltas las preguntas de parte del sustentante y luego de la deliberación, el jurado, según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a KELVIN STEVEN, PERALTA SUAREZ, aprobado, con calificativo de Dieciocho (18)

En consecuencia, queda apto para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 10:50 a.m. del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 6 de marzo del 2024.

Mg. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval DNI. N° 44752528 Código Orcid: 0000-0003-4806-9907 Presidente	Dr. Wilfredo Barrientos Farias DNI. N° 06698660 Código Orcid: 0000-0001-71559408 Secretario
 Mg. Mario Fernando Arbulu Castañeda DNI. N° 16127481 Código Orcid: 0000-0002-0995-5300 Vocal	

CC.
Jurados (03)
Asesor - Coasesor
Interesado - Archivo (Decanato)

Informe de similitud mediante el software Turnitin

Comunicación interna y la calidad de servicio en la
municipalidad distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes,
2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	4%
3	www.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%



Dr. Mena Farfán, Karl Vladimir
DNI:16727481
Código ORCID 0000 - 0002 - 0995- 5300

9	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1 %
10	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
11	repositorio.unasam.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	www.grafiati.com Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
15	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	de.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
17	www.radiofabulosa.com Fuente de Internet	<1 %
18	dokumen.pub Fuente de Internet	<1 %
19	fr.scribd.com Fuente de Internet	<1 %



Dr. Mena Farfán, Karl Vladimir
DNI:16727481
Código ORCID 0000 - 0002 - 0995- 5300

20	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
21	rus.ucf.edu.cu Fuente de Internet	<1 %
22	transparencia.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
24	www.ebiguatemala.org Fuente de Internet	<1 %
25	www.oi.com.ar Fuente de Internet	<1 %
26	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
27	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
28	blog.luz.vc Fuente de Internet	<1 %
29	d.documentop.com Fuente de Internet	<1 %
30	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
31	mail.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1 %



Dr. Mena Farfán, Karl Vladimir
DNI:16727481
Código ORCID 0000 - 0002 - 0995- 5300

32	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	transportesynegocios.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
36	upcommons.upc.edu Fuente de Internet	<1 %
37	www.gestion.unican.es Fuente de Internet	<1 %
38	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	<1 %
39	www.hjg.com.ar Fuente de Internet	<1 %
40	www.turhoreca.com Fuente de Internet	<1 %
41	SUCAPUCA SANTOS ESTHER ANA. "Plan de Recuperación del Área Degradada por Residuos Sólidos del Botadero Viscachapampa, Distrito San Pedro de Pillao, Provincia Daniel Alcides Carrión, Departamento de Pasco-IGA0013744", R.G.M. N° 326-2020-GM-MPSAC-YHCA, 2021	<1 %

Publicación

Excluir citas Activo Excluir coincidencias Apagado
Excluir bibliografía Activo



Dr. Mena Farfán, Karl Vladimir
DNI:16727481
Código ORCID 0000 - 0002 - 0995- 5300

DEDICATORIA:

Dedico esta investigación a mis progenitores, Elsi y Helar, quienes me ha apoyado en este durante proceso académico, que implica su compromiso y apoyo para mi desarrollo personal y profesional. Espero que este sea el inicio de éxitos mayores para nuestra familia y que dios permita que sigan conmigo para que puedan presenciarlos. Gracias por todo.

Kelvin steven

AGRADECIMIENTO:

Expreso mi agradecimiento al Dr. Karl Vladimir Mena Farfán y al Dr. Aníbal Mejía Benavides por saber guiar el rumbo de mi estudio y su constante acompañamiento como asesores; que sirvió para ampliar mis conocimientos como investigador y poder desarrollar de la presente investigación. Deseo que siguan formando profesionales en ciencias de la comunicación.

Del mismo modo, expreso mi gratitud a todos los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de nuestra Universidad. Por aportar sus conocimientos y sabiduría durante mi etapa profesional, deseando que siguán formando profesionales de calidad.

Finalmente, agradezco a personal y a los usuarios de la Municipalidad distrital de San Juan de la Virgen por su disposición en responder el instrumento de investigación. Espero que sigan apoyando a futuras investigaciones.

El autor

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Carátula y primera página	i
Carátula firmada por el jurado	ii
Carátula de originalidad	iii
Copia de acta de sustentación	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de general	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Índice de anexos	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	13
II. Revisión literaria	17
III. Métodos y materiales	33
IV. Resultados y discusión	41
V. Conclusiones	49
VI. Recomendaciones	50
VII. Referencias bibliográficas	51
Anexos	59

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Operacionalización de las variables.	34
Tabla 2: Distribución de la población de usuarios internos y externos de la Municipalidad distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.	37
Tabla 3: Distribución de la Muestra de estudio la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.	37
Tabla 4: Nivel de relación entre las variables comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.	41
Tabla 5: Resultados del nivel de relación entre la dimensión flujos de comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.	42
Tabla 6: Resultados del nivel de relación entre la dimensión canales de comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.	43
Tabla 7: Resultados del nivel de relación entre la dimensión tipos de comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.	44
Tabla 8: Correlación de las variables comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023, según prueba de hipótesis.	45

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Distribución porcentual de la relación entre las variables comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023	41
Figura 2: Distribución porcentual de la relación entre la dimensión flujos de comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.	42
Figura 3: Distribución porcentual de la relación entre la dimensión canales de comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.	43
Figura 4: Distribución porcentual de la relación entre la dimensión tipos de comunicación interna y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023	44

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio de investigación comunicación interna y calidad de servicio.	57
Anexo 2: Instrumento aplicado a los funcionarios y usuarios de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen	59
Anexo 3: Constancia de validación del instrumento de investigación.	63
Anexo 4: Escala de confiabilidad – Alfa de Cronbach.	66
Anexo 5: Prueba de Normalidad de los resultados de las variables.	67
Anexo 6: Prueba de hipótesis según la prueba estadística Rho Spearman.	68
Anexo 7: Informe de similitud mediante el software Turnitin.	69
Anexo 8: Evidencias del recojo de información.	71
Anexo 9: Solicitud de consentimiento a la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen para la ejecución del cuestionario en funcionarios y usuarios.	73
Anexo 10: Estructura orgánica de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.	74

RESUMEN

La investigación intitulada: “Comunicación interna y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023”. actualmente, la calidad de servicio se ha visto deteriorada por la precaria comunicación interna entre los usuarios motivo del estudio de estas variables. Se planteó como objetivo: “Determinar el nivel de relación entre las variables Comunicación interna y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen”. La metodología de la investigación se caracteriza por ser de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, diseño No experimental, transversal, prospectivo; se aplicó un cuestionario a 62 usuarios de la entidad. Asimismo, la unidad de análisis se obtuvo a través de la fórmula estadística muestral, se aplicó el muestreo no probabilístico aleatorio simple. Además, para la elección de la prueba de hipótesis se utilizó la inferencia estadística de normalidad, determinándose la elección de una prueba no paramétrica “Rho Spearman”. Los resultados revelaron que el 56% de la unidad de análisis perciben un nivel relación “Bueno” entre ambas variables; y el 16% como “Excelente”. El coeficiente de correlación es positiva moderada (0,610), el valor de significancia bilateral es 0,000, menor al valor de 0.005 de significancia de la investigación. por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación H_1 : existe relación directa entre comunicación interna y la calidad de servicio, se rechaza la hipótesis nula H_0 .

Palabras claves: Comunicación interna, calidad de servicio, flujos de comunicación, canales de comunicación, tipos de comunicación.

ABSTRACT

The research entitled: "Internal communication and service quality of the District Municipality of San Juan de la Virgen 2023". Currently, the quality of service has been deteriorated due to the precarious internal communication between users, which is the reason for the study of these variables. The objective was set: "To determine the level of relationship between the internal communication variables and the quality of service of the District Municipality of San Juan de la Virgen." The research methodology is characterized by having a quantitative approach, correlational type, non-experimental, transversal, prospective design; A questionnaire was applied to 62 users of the entity. Likewise, the unit of analysis was obtained through the statistical sampling formula, simple random non-probabilistic sampling was applied. Furthermore, to choose the hypothesis test, the statistical inference of normality was used, determining the choice of a non-parametric "Rho Spearman" test. The results revealed that 56% of the analysis unit perceive a "Good" relationship level between both variables; and 16% as "Excellent". The correlation coefficient is moderately positive (0.610), the bilateral significance value is 0.000, lower than the research significance value of 0.005. Therefore, the research hypothesis H_1 is accepted: there is a direct relationship between internal communication and service quality, the null hypothesis H_0 is rejected.

Keywords: Internal communication, quality of service, communication flows, communication channels, types of communication.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente la comunicación interna busca optimizar las interacciones y su repercusión en los trabajadores de una organización, lo que genera el perfeccionamiento en las funciones que desarrollan, así como la mejoría en los servicios ofrecidos con respecto a su calidad hacia sus usuarios. De este modo, se busca encontrar la relación y comportamiento de las ambas variables a través de distintos escenarios.

Para Business School - EAE (2021) una escuela de negocios entiende como pieza esencial a la comunicación interna dentro de las empresas de España; asimismo, es considerada como un negocio que guía y forma a las organizaciones; además, una buena comunicación interna produce una mejora significativa en los servicios que se ofrecen, teniendo una calidad mejorada en un 40%, la cual produce rentabilidad creciente en un 30%; no obstante, Hernández , describe que en México el 65% de problemas en las empresas son consecuencia del mal uso de comunicación interna ante una toma de decisiones y liderazgo de los negocios, por lo que las empresa tienen establecido un solo flujo de comunicación, es decir que carecen de cultura organizacional, esta misma es el fuerte de la conexión de la misión y propósito de la empresa.

Asimismo, Zendesk (2020) empresa diseñadora de software que brinda asistencia con el objetivo de mejorar los vínculos con los clientes; señala, que la comunicación necesita de estrategias que le permitan formar trabajadores que gocen de una organización productiva y permanente; no obstante, si se encuentra la falta de una buena comunicación interna se encontrarán errores, frustraciones y deficiencia en los servicios que la empresa o institución ofrece.

Además, Ruiz (2020) señala que el desenvolvimiento de los empleados en sus áreas de trabajo, es un indicador fundamental para las instituciones públicas; a pesar de ello, estas no invierten los recursos suficientes para mejorarla, lo que provoca la observación de deficiencias en la atención primaria de los usuarios. Por tal motivo, se considera a la comunicación interna como un elemento fundamental en cualquier institución estatal, ya que motiva a un mejor manejo de las relaciones entre ellas y el público objetivo al cual estas ofrecen sus servicios.

De este modo, Diario Gestión (2019) indica que la adquisición de productos por parte de la población limeña depende en un 60% del tipo de calidad percibida en el proceso de compra, especialmente en el servicio al cliente. En la misma línea, JL Consultores estima que el 71% de los clientes de un servicio deciden por no volver a adquirirlo en la misma entidad a causa de una experiencia de usuario desfavorable. A este dato se suma la inclinación de los usuarios de revisar reseñas y comentarios en las redes sociales sobre las experiencias de otras personas que ya han consumido el servicio, encontrando que un 36% reconoce poner en práctica esta estrategia.

Asimismo, en el contexto local, Defensoría del Pueblo (2021) marca el antecedente de su denuncia contra la Municipalidad Distrital de Pampas de Hospital debido a que dispuso una ordenanza de ordenar al establecimiento en cuarentena para optimizar el trabajo en el contexto de la COVID-19, así como la decretar un toque de queda, todas estas facultades que no corresponden a sus funciones como entidad estatal distrital. Se evidenció que este mal ejercicio de funciones a causa de fallas en la comunicación interna, especialmente en el asesoramiento de los funcionarios.

Por otro lado, se puede observar que en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen existe una deficiente atención al usuario, dado que esta investigación surge desde la observación donde se puede evidenciar esta mala práctica institucional en las gestiones y trámites que no son realizadas a tiempo, encontrando una mala relación de trabajo con respecto a la comunicación interna entre funcionarios, además la institución presenta un organigrama desactualizado y el área de comunicaciones no cuenta con un comunicador encargado de la imagen interna y externa de la entidad.

Considerando lo mencionado, desde distintos contextos, fue relevante llevar a cabo una investigación sobre la conducta de las variables, con el propósito de determinar razones y efectos que dan lugar a la práctica de la comunicación interna. En efecto, se identificaron múltiples factores que pueden afectar la percepción que los usuarios tienen respecto las organizaciones.

En contexto, el propósito de la investigación es determinar la correlación entre dos variables: la comunicación interna y la calidad del servicio. Esto se hizo con la intención de contrastar estas variables con la literatura existente y abordar el problema que afecta a las instituciones en cuanto a la comunicación social. Por consiguiente, es esencial que los resultados se compartan con la municipalidad para mejorar la comunicación interna.

Por lo tanto, partiendo del planteamiento de la situación problemática que pone de manifiesto diversas circunstancias que influyen en las variables, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre la comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023?

El presente estudio tiene bases teóricas debido a los aportes de conceptos novedosos sobre los temas presentados, comunicación interna y calidad de servicio, siendo de suma importancia identificar cuáles son las clasificaciones de la primera variable que benefician a los consumidores; asimismo, indagará sobre las teorías que permanecen en la actualidad y refieren a la problemática encontrada, conociéndolas y encontrando relevancia con el aporte propio del estudio, generando nuevo conocimiento validado científicamente. Asimismo, con la reunión de la bibliografía disponible se consolidará los postulados teóricos sobre la comunicación interna y la calidad de servicio, beneficiando a estudios futuros.

Asimismo, tiene justificación práctica debido a los objetivos que se han establecido en el estudio, debido a que estos han sido formulados con la finalidad de determinar la relación entre ambas variables. De esta forma, los datos obtenidos y las conclusiones a establecer se presentarán a las instituciones pertinentes, promoviendo la buena práctica de técnicas comunicacionales; por otro lado, a la comunidad científica para su uso en estudios que traten sobre la realidad problemática y su extensión según las variables propuestas.

Del mismo modo, tiene una justificación metodológica puesto que dará validación científica a la técnica e instrumento de recolección de datos utilizados en el presente estudio de investigación, reforzando el uso del cuestionario como herramienta aprobada y conveniente para su uso en la recolección de

información confiable, segura y precisa, la cual ayudará en la posterior tabulación interpretación y análisis.

Finalmente, tiene una justificación social gracias al beneficio que conlleva su realización para la comunidad organizada y científica, sentando la bases para un mejor ejercicio de la comunicación institucional que de satisfacción a los usuarios.

Una vez expuesta la realidad problemática de las variables estudio y establecida la justificación del presente trabajo, se trazaron los objetivos de la investigación, los cuales reflejan las metas que se busca alcanzar con este estudio. De igual manera, estos objetivos jugaron un rol importante en la obtención de resultados precisos.

Se diseñó tal objetivo general: “Determinar el nivel de relación de las variables comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023”; asimismo , se plantearon tres objetivos específicos: “Establecer el nivel de relación de los flujos de comunicación interna y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen , 2023; “Determinar el nivel de relación entre los canales de comunicación y la calidad de servicio en Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023” y “Establecer el nivel de relación entre los tipos de comunicación interna y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023” y determinar el nivel de correlación de las variables comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023, según prueba de hipótesis.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

Los antecedentes de investigación revelan varias teorías relacionadas con la comunicación interna y la calidad del servicio, que son las variables de estudio. Los estudios planeados son descritos desde una perspectiva global, nacional y local.

En el ámbito global, Moyón (2019) en tesis intitulada: “Gestión de la comunicación interna en la unidad educativa estero salado “fe y alegría” y su incidencia en el clima laboral de la institución”, [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Tuvo el objetivo de analizar la comunicación que se daba dentro de una institución aplicando un cuestionario a 21 individuos; fue un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y diseño no experimental; se concluyó que, existe una comunicación positiva de acuerdo a la relación que mantienen los altos mandos y los empleados, esto gracias a los consejos realizados con la finalidad de promover tal interacción y socialización que mejora el clima organizacional prevaleciendo la transparencia. De este modo, la motivación existente entre los trabajadores de las unidades educativas es fuertemente influenciada por la comunicación que se maneje dentro de los lugares de trabajo, siendo de suma importancia la conexión entre la autoridad principal, autoridades secundarias y el cuerpo de trabajadores.

En la misma línea, Rodríguez (2018) en su trabajo intitulado: “Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil”, [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Se aplicó un cuestionario a 213 trabajadores, fue una investigación con enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y diseño no experimental; se concluye que, los trabajadores utilizan tanto canales formales como informales de comunicación, lo que conduce a una comunicación e intercambio de información efectivo de forma vertical descendente en la institución. Sin embargo, se presentan errores en la comunicación horizontal entre colaboradores. Además, la mayoría de los trabajadores se identifica con la organización, lo que fomenta una buena relación. No obstante, la falta de valores culturales adecuados limita el fortalecimiento del trabajo entre empleados. Por ende, se pueden observar deficiencias pertenecientes a la comunicación de tipo horizontal, así como una

carencia de caracteres propios de valores que contribuyan a la relación entre los empleados.

Igualmente, Mora (2017) en su estudio: “La comunicación interna en las organizaciones y su relación con el ambiente laboral”, [Tesis de pregrado, Universidad Piloto de Colombia]. Tuvo el objetivo de identificar el nivel de relación entre el ambiente laboral y la comunicación interna utilizando el cuestionario aplicado a 30 instituciones, fue una investigación con enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y diseño no experimental; concluye que, Una de las principales dificultades de las organizaciones es la carencia de canales adecuados para la comunicación interna, lo que conduce a una falta de compromiso de los empleados hacia los resultados. Asimismo, las técnicas de comunicación empleadas a menudo son inadecuadas, lo que puede provocar una distorsión del mensaje transmitido. Por lo tanto, la ausencia de comunicación interna entre los compañeros de trabajo suele crear un ambiente laboral desfavorable.

En el ámbito nacional, Aguirre (2020) en su trabajo de investigación intitulado: “La comunicación interna y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de una universidad privada, 2019”. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión], se planteó el objetivo de identificar la relación existente entre el clima laboral de una universidad y la comunicación que hay en sus dinámicas de trabajo, aplicando un cuestionario a 100 personas que estudian en la institución, siendo una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y diseño no experimental. Se llega a la conclusión que, existe una relación mínima pero positiva entre las variables consignadas. Además, la comunicación interna no está relacionada con la productividad. Por lo tanto, la comunicación interna guarda una leve relación positiva con la calidad del servicio, lo que sugiere que su impacto al momento de decidir puede resultar limitado

Por otro lado, Melendez y Vargas (2018) en su trabajo intitulado: “Influencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral en una empresa consultora”, [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Se planteó el objetivo de analizar la comunicación interna con relación a su influencia en el ambiente laboral de la consultora elegida aplicando el cuestionario a 60 empleados institucionales, fue una investigación de enfoque cuantitativa, de tipo correlacional y diseño no experimental. Se concluyó que, se ha encontrado una relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral, y se ha identificado que esta se da en distintas maneras, la cuales pueden ser a grandes rasgos de manera formal, así como de manera informal, encontrando una comunicación negativa en los trabajadores. Por lo tanto, el ejercicio de la comunicación interna en las empresas e instituciones que toman en cuenta los aspectos formales e informales de esta, si se usa correctamente, establece una correcta comunicación.

De igual manera, Charry (2018) en su artículo intitulado: : “La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público”, se planteó el objetivo de averiguar cómo es la comunicación que se da en el sector público de manera interna en relación a las características que presenta el clima institucional de la misma, aplicando el cuestionario a 200 personas, siendo una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y diseño no experimental; se concluye que, se ha encontrado una correlación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional, lo que indica que los empleados están experimentando un clima laboral negativo. Además, se han identificado pequeños focos de clima laboral dañinos o no beneficiosos para el desenvolvimiento de los trabajadores y la consolidación de la empresa. En tal sentido, el desempeño que se muestra por parte de los trabajadores de una institución o empresa, está estrechamente relacionado a las cualidades que maneja la comunicación dentro de las dinámicas productivas e interactivas institucionales.

En el ámbito local, el trabajo de Sandoval (2020) intitulado: “Comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de Aguas Verdes, Zarumilla, Tumbes, 2020”, [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Tumbes], se planteó el objetivo de hallar la relación entre las variables consignadas aplicando un cuestionario a 42 trabajadores del área administrativa, siendo un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y diseño no experimental. Se llega a la conclusión que, hay una relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral que afecta a los trabajadores de la organización. Los diferentes tipos de dimensiones de comunicación y la variable de desempeño laboral están estrechamente relacionados, lo que a su vez está influenciado por los canales de comunicación utilizados. Además, la dimensión de resultados indica que el buen nivel de comunicación interna lleva a un excelente desempeño por parte de los trabajadores. por lo tanto, el uso adecuado de la comunicación interna en las instituciones construye un buen ambiente laboral, mismo que genera un óptimo desempeño en las funciones de trabajadores y satisfaciendo las necesidades de los ciudadanos.

Es esencial que este estudio tenga como soporte teorías relacionadas con las variables de esta investigación; puesto que, se basa en descubrimientos de otros autores y de esta manera busca establecer conexiones con la literatura existente para la comprensión y comportamiento de las variables.

Comunicación. Gómez (2016) indica que la comunicación es la herramienta que hace posible el flujo de datos al momento de la interacción entre los emisores y los receptores, con la finalidad de hacer llegar un mensaje. Del mismo modo, se identifica la necesidad de usar un tipo de código conveniente al transmitir estos datos mediante un canal, siendo posible el descifrado del mensaje; En la misma línea, encontramos la definición de Thompson (2019) quien postula que la comunicación es eminentemente un proceso dado en la relación que surge dentro de la interacción de más de un sujeto, sugiriendo una asimilación de conocimientos entendidos entre ambos participantes.

De este modo, podemos identificar a la comunicación como todo tipo de transmisión propia de mensajes en una acción, donde se tiene que tener en cuenta aspectos como el común código que manejen los agentes comunicativos que se encuentran participando de la relación, los cuales son identificados como emisores y receptores.

Tipos de comunicación. La página digital Comunicólogos (2021) los describe como:

Comunicación interna. Es el medio de gestión que produce transformaciones simbólicas en una organización, originadas por su público interno. Este público no se limita únicamente al personal, sino que incluye a la red de stakeholders, proveedores y miembros de la entidad."

Comunicación externa. Se refiere a la habilidad para establecer relaciones e interacciones sostenibles que contribuyen a la reputación de las organizaciones con su público externo, incluyendo clientes y stakeholders. Estas relaciones estratégicas se caracterizan por su continuidad y frecuencia, implicando una conexión duradera con los consumidores

Comunicación interna. Encontramos la definición de Brandolin y González (2008) quienes señalan que es un elemento fundamental de organización que tiene como fin determinar la manera de comprender la información transmitida entre los trabajadores o personajes internos, quienes al ejercer su labor generan un ambiente de trabajo determinado.

Asimismo, para Raffino (2020) este concepto refiere a la finalidad de generación de redes de datos dentro de una institución, incluyendo a todo el cuerpo organizacional, desde los altos mandos hasta los empleados. De este modo, se entiende como un segmento propio de la integración general de la comunicación, la cual fija sus características y acciones en dirección a la prestación de enfoque en los empleados de la empresa en cuestión. Peiró (2021) define que, la comunicación interna se centra en establecer y mantener una comunicación efectiva con los empleados de la organización.

Conforme a la definición de los autores la comunicación interna induce a la búsqueda del bienestar de organizaciones o empresas mejorando su clima laboral en el transcurso del avance de los ejercicios productivos, exhibiendo la adecuada imagen externa. Así podemos encontrar dentro de ella conceptos como el trabajo de equipo y las relaciones laborales, los cuales se manejan usando plataformas que permiten la integración tales como las intranets.

Elementos dentro de la comunicación interna. Espinosa (2020) considera al emisor como punto de inicio, envía el mensaje al receptor que recibe ello, opta por un código que son las señales y signos, a través de un canal que es el medio de transmisión; asimismo, convergen el ruido y la retroalimentación como factores trascendentales del proceso.

Abendaño, M., & Sánchez, L. (2020). refiere cuatro funciones que se adecuan a las organizaciones y así cumplir sus objetivos planteados:

Control. Es el funcionamiento de cada organización, desarrollando una evaluación que permite a calcular el clima laboral y alerta ante posibles situaciones de caos. De este modo, se identifica cómo es el desempeño objetivo de una institución para posteriormente compararse con las líneas consignadas en el desarrollo y cumplimiento de sus objetivos.

Motivación. Mejora la productividad en los trabajadores, promueve la comprensión entre los diferentes ambientes y ayuda a mejorar la forma en cómo hacer las cosas, a la vez crea cultura corporativa, diseña y propone estrategias. Se identifican todos los factores que llegan a animar a los partícipes de las actividades laborales, los cuales son quienes delimitan el rumbo de productividad que tiene la empresa.

Expresión emocional. El público externo de la organización es el pilar principal con el que se interactúa, por tanto, es el entorno habitual a satisfacer sus necesidades sociales. Aquí entran a tallar todas las manifestaciones que se dan de diversas maneras, las cuales son fundamentales en la producción de percepciones favorables, inclinadas al recibimiento de la afectividad empresarial, tanto en los colaboradores como con los usuarios que ejercen el derecho de satisfacer sus necesidades.

Información. Comparten información entre todos los trabajadores y grupos, para evaluar posibles alternativas en la toma de decisiones. Aquí se detallan, con la ayuda de diversos instrumentos, todos los datos necesarios para garantizar que los trabajadores se mantengan informados del por qué se toman las decisiones, siendo ellos capaces de participar de la interacción entre los jefes de áreas, gerentes y empleados.

Ventajas y desventajas de la comunicación interna

Ventajas. Siurana (2018) señala como ventajas en la comunicación interna: permite la identidad organizacional en el personal, facilitando desarrollo de sus actividades que logran un ágil proceso interno, mejorando el clima laboral y conservando lazos saludables con los trabajadores y altos mandos en una institución, así como la adecuada distribución de la información para el desenvolvimiento óptimo de la empresa, garantizando que todos los trabajadores correspondientes tengan acceso rápido y práctico a la información. Esto proporciona una práctica preparada ante amenazas y fortalecedora de debilidades en diferentes medios, adaptándose ante imprevistos y aumentando la producción actividades, lo que impulsa a los miembros en tener claro los objetivos y metas de la empresa sabiendo qué hacer para alcanzarlos.

Desventajas. Vazquez (2016) indica las siguientes desventajas cuando existe un mal uso de esta: déficit al momento de decidir sobre las estrategias y acciones en el corto y mediano plazo, falta de capacidad en la observación de debilidades institucionales, relación de trabajo inestable entre los altos mandos corporativos y los grupos de empleados, carencia de motivación en el logro de cumplimiento de indicadores para la productividad, incremento de incomprensiones y mala recepción de la información por parte del equipo entre las diferentes áreas.

Dimensiones de: comunicación interna. Según los autores consultados, se consideran las dimensiones:

Flujos de comunicación interna. Según Raffino (2020) manifiesta sobre esta dimensión que es aquella hacedora de un correcto intercambio de información de manera interna, siendo resaltante tres sectores esenciales.

Descendentes. Viene a ser el flujo que se da entre el alto mando y el trabajador, donde encontramos la transmisión de normativas propias de cargos superiores. Asimismo, facilita los datos que comprenden las acciones ejecutadas, reconociendo y asimilando la misión y visión de la institución.

Ascendente. Es la retroalimentación que genera desde el empleado hacia el líder, dando inicio a un proceso de opiniones acerca de la gestión o los planes de la organización. Este flujo no suele estar ausente debido a la jerarquía presente en su estructura. Su propósito es abordar, resolver problemas y conflictos de la organización.

Horizontal. Es la interacción entre miembros que comparten el mismo nivel jerárquico o entre jefes que pertenecen a la misma área. En este contexto, no hay una relación jerárquica inapreciable, ya que se establece de manera igualitaria, principalmente con el propósito de intercambiar información.

Canales de comunicación interna. Abolafio (2019) refiere que los canales son:

Comunicación Formal. Es el medio institucionalizado encargado designaciones oficiales en la organización, donde circula información relevante en relación al trabajo entre múltiples poblaciones de la organización para mantener alineadas las actividades a de la empresa través de los canales más usuales como los, memorandos e informes.

Documentos. En las palabras de Westreiche (2020) viene a ser una redacción física o virtual relevante, que tiene como idea transmitir un mensaje dejando evidencia real del suceso.

Memorandos. Según lo expuesto por Raffino (2021) refiere que es un instrumento de transmisión de mensajes físico, el cual es puesto en práctica de manera interna en una institución representando información de carácter oficial.

Informes. Del concepto de Coll (2020) se entiende que es una herramienta de recolección y recopilación de datos puestos a ser registrados, así como emitidos en un proceso de verificación y análisis, con el fin de promover la solución de problemas internos de una institución.

Comunicación Informal. Abolafio (2019) refiere que es un medio no institucionalizado, es decir, abarca todas las interacciones y transmisiones de mensajes donde los participantes son los trabajadores de la institución, omitiendo normativas o procedimientos formales.

Rumores. Sánchez (2018) refiere que es la información carente de credibilidad y sujeta a dudas, comúnmente difundida entre la población. En ocasiones, son los medios de comunicación quienes la propagan, condicionando el comportamiento de las personas con algún propósito específico.

Reuniones sociales. Westreicher (2020) refiere que son eventos planificados con antelación para disfrutar de acontecimientos, ya sean sociales o corporativos, que resultan fundamentales para mejorar la relación y la comunicación entre la organización y sus miembros.

Tipos de comunicación. Para Lugo (2021) señala su definición como maneras de llegar a transmitir un mensaje o modo de comunicarnos. Según los servicios que se oferten, los tipos de comunicación varían de forma considerable, siendo importante entender el rubro donde se desenvuelve la empresa u organización y el público objetivo a quien sirve. Para su identificación, encontramos los siguientes indicadores:

Verbal. Consiste en la transferencia de información entre un emisor y un receptor a través de un canal. Puede generarse de manera oral mediante la transmisión de palabras habladas, mientras que la comunicación escrita se lleva a cabo a través de palabras escritas. Además, en ocasiones, se complementa con la comunicación no verbal para reforzar el mensaje y proporcionar una representación más clara de la expresión deseada.

Comunicación oral. Esta forma de comunicación, se emplean palabras verbales o se transmiten sonidos de manera oral. La entonación y vocalización desempeñan un papel importante, ya que permiten que los mensajes sean efectivos y comprendidos por el receptor; lo cual permite un flujo de trabajo ágil, donde se genera una interacción y reciprocidad entre los agentes participantes.

Comunicación escrita. Se emplea mediante códigos escritos y se distingue de la comunicación oral por su durabilidad. Esta característica contribuye a que la interacción entre emisor y receptor no se promueva de manera inmediata. Además, ya sea de manera física o virtual, al realizarse el proceso de comunicación siempre quedará una constancia que pruebe la existencia de esta en intervenciones futuras.

No verbal: Es una forma de comunicación que se expresa a través de posturas, gestos y movimientos del cuerpo, prescindiendo del uso de palabras. Ocurre de manera inconsciente, ya que no se puede controlar completamente lo que se transmite. En ocasiones, los mensajes no son interpretados de manera precisa por el receptor.

Calidad. Nueva-iso (2016) refiere que la se define como el nivel de cumplimiento que se logra a un costo justo y acorde a las necesidades del cliente. Además, se reconoce que alcanzar un mejor resultado implica hacer una gran cantidad de preguntas.

Servicio. Según lo expuesto por Sánchez (2016) se entiende como el conjunto de acciones orientadas a lograr la satisfacción de indicadores específicos propios de una persona con alguna necesidad, siendo esta acción realizada a cambio de una transacción que, por lo general, es económica.

Calidad de servicio. Revisamos a Aguirre (2020) quien indica que viene a ser la meta a lograr propia de cualquier institución que preste un servicio orientado a la satisfacción de necesidades, teniendo en cuenta la experiencia de usuario que se crea.

Del mismo modo, Fuentes (2019) indica su identificación como la percepción del cliente al momento de revisar y experimentar el servicio prestado por la institución competente, siendo esencial el esfuerzo por parte de este y su coordinación en el manejo de resolución de problemas.

Finalmente, el grupo Efiempresa (2018) ubica este concepto como netamente la relación de esfuerzos por parte de la empresa para satisfacer únicamente las necesidades presentadas por los clientes que acuden a sus servicios.

Acorde con la bibliografía revisada y los conceptos validados de forma científica existentes, entendemos a la calidad de servicio como la capacidad que tiene las empresas e instituciones para satisfacer puntualmente una necesidad, la cual debe gozar de una correcta ejecución para garantizar una experiencia de usuario óptima, cuidando lo que los clientes pueden percibir.

Factores de calidad de servicio. Cardozo (2021) manifiesta cinco factores importantes para ofrecer una óptima calidad de servicio:

Monitoreo. Es importante conocer las acciones de la organización, esto permitirá que preste una adecuada asistencia al cliente, así que dará satisfecho una vez cumplida su necesidad, es importante que los miembros identifiquen feedbacks positivos y negativos, que servirá para identificar errores y aprovechar necesidades.

Innovación. La organización debe conocer a su público y debe mostrarse en el mercado competitivo siempre actualizada, estar pendiente de las nuevas tendencias del cliente.

Tecnología. Es el complemento que está acompañado de la innovación y cada vez es esencial para las empresas siendo un pilar importante para generar interacción inteligente y personalizada que ayuden a acercarnos al consumidor.

Abordaje. Un factor determinante en la calidad de servicio que permite la interacción y escucha de lo que el cliente nos quiere decir ya se dé impacto positivo o negativo.

Entrenamiento del equipo. Es una pieza clave que los gerentes y funcionario tengan definido cada servicio que aplica la empresa, esto genera confianza en la atención al cliente generando así una oportuna calidad de servicio.

Importancia de la calidad de servicio. Cardozo (2021) refiere que la calidad de servicios demuestra impactos positivos, ya que llega hacer le medio que agiliza el proceso de fortalecimiento empresarial, lo que permite un periodo rentable y eficiente.

Estrategias de la calidad servicio. Andrea. (2019). Señala que se requieren las siguientes estrategias para ofrecer una adecuada calidad de servicio: El autoservicio, estar siempre en los momentos necesarios, hacer seguimiento a los clientes y asegurarse de brindar un óptimo servicio, respuestas automáticas, ser dinámico es esencial, ser empático lo es todo, estar preparado en todo momento, ten en mente a diario que cada día hay algo nuevo.

Impacto de la calidad servicio. Taylor (2018) sostiene que toda empresa sueña con conquistar y transformar para poder crecer, en lo refiere a:

Beneficios de un excelente servicio al cliente. Un usuario siempre debe tener un valor importante al momento de efectuar una compra, que garantiza estabilidad según los siguientes beneficios:

Aumento de ingresos. Ofrecer un servicio a un cliente de alta calidad está relacionado con el aumento de ingresos generando ventas extras. Cuando el servicio satisface o supera las expectativas del cliente éstos pueden confiar en las habilidades de la empresa.

Mejor reputación. Las empresas son reconocidas por el servicio brindado, los clientes cuando tiene una mala o buena experiencia con una empresa, lo comentan a cualquier persona o la comunican en blogs, páginas web y redes

sociales, brindar un buen servicio al cliente puede generar una buena reputación para la empresa.

Mejor satisfacción del cliente. se logra cuando se satisfacen las necesidades del cliente; asimismo, Brindar una atención de alta calidad significa que la empresa está cumpliendo o incluso superando sus expectativas.

Lealtad de los clientes. se genera lealtad en los clientes si una organización cumple y supera sus perspectivas, estos pueden dudar en utilizar los servicios de la competencia, incluso si ésta ofrece precios más bajos. La fidelidad a la compañía se fortalece cuando los clientes depositan su confianza en este servicio.

Empleados involucrados. significa que los trabajadores están invirtiendo tiempo y habilidades que mejoren el negocio. En lugar de lidiar siempre el mismo problema una y otra vez, los empleados toman medidas para satisfacer al cliente y prevenir futuros problemas.

Consecuencias de un mal servicio al cliente. Quijano (2021) menciona que la insatisfacción de los usuarios puede ocasionar pérdidas en la empresa. A continuación, se presentan las posibles causas de un servicio deficiente:

Pérdida de clientes. Cuando los clientes experimentan inconvenientes con un producto o servicio, surgen críticas que pueden afectar la imagen de la empresa.

Dificultad para ganar nuevos clientes. La prestación de un servicio deficiente conduce a que el cliente no recomiende la empresa debido a su mala experiencia, y es poco probable que vuelva a hacer negocios con ella.

Mal ambiente de trabajo. Si los problemas en la empresa son consistentemente abordados solo por los empleados con mejor desempeño, esto puede generar malestar y llevar a la eventual renuncia de los trabajadores

Daños en la reputación. La disminución de ganancias se atribuirá a la baja calidad del servicio y la reputación, lo cual conlleva a la reducción de costos e inversiones.

Dimensiones de la calidad de servicio. Desde la bibliografía disponible, se considera a Espinosa (2012), quien señala la necesidad de dar realce a consideraciones como el tipo de perspectiva y condiciones que puede tener la variable. De este modo, encontramos las dimensiones:

Fiabilidad. Se considera fundamental que el servicio ofrecido sea de calidad, y para lograrlo, es necesario cumplir con lo que se ha prometido al usuario por parte de la empresa. Este es un factor fundamental en la prestación de un servicio de alta calidad.

Atención al cliente. Da Silva (2020) sostiene que se trata de una herramienta de marketing convencional cuyo objetivo es establecer puntos de contacto con los clientes a través de diversos canales, con el fin de crear interacciones favorables en el proceso de satisfacción.

Promesa al cliente. Según Van DerLee (2014) describe cómo es de fundamental el trato único y trascendental al momento de motivar las compras y la fidelización en las marcas, considerando como principal herramienta la honestidad y compromiso.

Sensibilidad. La capacidad de brindar soporte al cliente y un trato ágil es esencial para garantizar un servicio rápido y eficiente. Esto implica ofrecer atención inmediata y responder a interrogantes de los consumidores de manera oportuna, encontrando soluciones a sus quejas.

Según, CEDEC (2017) refiere que:

Amabilidad. Es la actitud que los miembros de una organización deben adoptar hacia los clientes, caracterizada por la paciencia y el respeto. Asimismo, es importante escuchar las necesidades de los usuarios y brindarles una atención adecuada.

Rapidez. Es dar prioridad a la atención al cliente y utilizando todos los canales de comunicación disponibles, ya sea a través de llamadas telefónicas o mediante plataformas en línea.

Seguridad. Viene a ser una dimensión fundamental en la oferta de un producto con excelentes prestaciones, ya que logra transmitirle al cliente seguridad y confianza. Por lo general, esto se consigue a través de experiencias previas.

Confianza. El portal web Elcomercial (2021) Indica que la seguridad es el beneficio que los usuarios adquieren con respecto a una marca, producto o servicio. Este nivel de confianza se construye en cada interacción o uso del producto, fundamentándose en la credibilidad, imagen y experiencias asociadas.

Comportamiento. El blog Tools4Success (2021) refiere las conductas exhibidas por los seres humanos dentro de las organizaciones, las cuales impactan en las relaciones a nivel individual, grupal e interactivas entre los miembros de la institución.

Empatía. Es una habilidad fundamental que deben tener las empresas al atender a sus clientes. Se logra mediante el intercambio efectivo y una relación comunicacional entre las clases trabajadoras y los clientes, encontrándose necesaria en la comprensión de necesidades y satisfacerlas de manera efectiva.

Atención individual. Donís (2019) refiere al contacto directo y personal entre un empleado y un usuario, donde se tienen en cuenta las necesidades, gustos y preferencias del mismo.

Compresión de necesidades del cliente. Alet (2013) refiere la capacidad de entender y satisfacer las necesidades del usuario. Para lograrlo, el trabajador debe estar bien informado acerca de las necesidades específicas del usuario y ser preciso en la identificación de sus deseos.

Elementos tangibles. Hacen referencia a las apariencias físicas, el equipo, el personal y la publicidad, así como a las características físicas buscadas por los clientes al momento de identificar las posibles prestaciones de experiencia que ofrecen.

Entorno físico. Para el portal web Ceupe (2021) señala que el entorno desempeña un papel fundamental en la presencia y progreso de la organización, ya que facilita la identificación del sistema de calidad. Además, se establece como la clave para la creación de estrategias cuyo objetivo es reconocer los factores que contribuyen al desempeño de los miembros.

Merchandising. El sitio web Dipe (2019) refiere al conjunto de artículos publicitarios utilizados para promocionar productos, servicios o una marca. Estos artículos pueden ser ofrecidos de forma gratuita, aunque en ocasiones se venden con el objetivo de satisfacer a los usuarios más fieles.

Importancia de la comunicación interna y la calidad de servicio en las organizaciones. Cardozo (2021) indica que la comunicación interna se ha desarrollado como herramienta estratégica en las organizaciones; puesto que, a por medio del buen uso de información corporativa se podrá transferir de manera correcta a los trabajadores valores y objetivos que promuevan la institución; asimismo, generar cultura, comprometiéndose y fidelizándose, sintiéndose parte de la organización, motivados por su talento humano y tener claros los principios y retos de la institución.

A partir de las diferentes teorías expuestas en el marco teórico, se pudo constatar que la comunicación interna tiene significativa relación con la calidad del servicio, ya que la atención al usuario se genera a través la buena comunicación interna de trabajadores; como resultado de su comportamiento y conocimientos de los servicios ofrecidos.

No obstante, resulta importante que la gestión de la comunicación interna se realice de manera efectiva tanto en instituciones públicas como privadas. Puesto que; tiene como objetivo reflejar una adecuada imagen ante los diferentes usuarios de la organización. Como resultado, la percepción de una adecuada calidad de servicio beneficia a las entidades, distinguiéndose de otras organizaciones y cultivando confianza en sus usuarios.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. MÉTODOS

3.1.1. Hipótesis de investigación

Hi: Existe relación entre las variables comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023.

Ho: No existe relación entre las variables comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023

3.1.2. Definición y operacionalización de las variables

Definición conceptual

Variable 1: Comunicación interna. Martín (2022) define que la comunicación interna como protagonista que ayudar en la estructura organizacional, es decir al trabajador; asimismo, se como respuesta a nuevas necesidades que requiere una organización, que logre motivar a los colaboradores a lograr un solo objetivo propuesto.

Variable 2. Calidad de Servicio Castro (2022) indica como calidad de servicio un aspecto muy determinante del éxito de una empresa, siendo factor primordial en captar, retener y fidelizar clientes, las cuales se han establecido en base a cumplir una misión; asimismo, proyecta una buena imagen externa del desenvolvimiento de las funciones.

Definición operacional

Variable 1: Comunicación interna. La comunicación interna implica la transmisión de información necesaria al personal de una organización o empresa por medio de distintos canales de comunicación. El objetivo es comprender los diferentes tipos de comunicación dentro de la institución.

Variable 2: Calidad de servicio. Es la percepción de los usuarios externos sobre las organizaciones, respecto a los valores y atributos que proyectan por medio de la comunicación externa; adicionalmente, tiene como fin determinar el contexto por medio de las dimensiones: imagen pública, autoimagen e imagen intencional.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de las variables

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
VARIABLE 1: Comunicación interna	La comunicación interna implica la transmisión de información necesaria a los miembros de una organización o empresa a través de distintos canales de comunicación. Su objetivo es comprender los diferentes tipos de comunicación dentro de la institución.	Flujos de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descendentes ▪ Ascendente ▪ Horizontal 	
		Canales de comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formal ▪ Informal 	
VARIABLE 2: Calidad de Servicio	La calidad del servicio permitirá conocer fiabilidad y sensibilidad a los clientes y a la vez seguridad que estos sienten al recibir un servicio y empatía que tienen sus trabajadores al atender, además de los elementos tangibles de la organización.	Tipos de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbal ▪ No verbal 	Likert Ordinal
		Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atención al cliente ▪ Promesa al cliente 	
		Sensibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rapidez. ▪ Amabilidad. 	
		Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza ▪ Comportamiento ▪ Atención individual 	
		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compresión de necesidades del cliente 	
Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entorno físico ▪ Merchandising 			

Fuente: Elaboración propia, agosto, 2023.

Métodos: En la realización de este estudio, se tomaron en cuenta cuatro métodos que facilitan la comprensión de los procesos de investigación.

Inductivo - deductivo. Bernal (2010) Inductivo consiste en razonar desde el conocimiento particular de un tema hasta su percepción más amplia, mientras que lo deductivo abarca los temas más amplios para poder generar premisas que respondan a temas singulares.

Este método se utilizará para recopilar información sobre la problemática actual a nivel internacional, nacional y local, con el propósito de identificar la conducta de las variables de estudio.

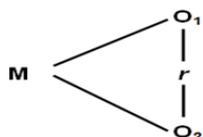
Analítico - sintético. Para Morán y Mejía (2017) El proceso de revisión de literatura implica un análisis detallado de la información, descomponiendo cada variable de la investigación en partes, con el fin de identificar lo esencial de la información ya conocida en el proceso de investigación. La síntesis, por su parte, se refiere a la integración de la información analizada en una presentación coherente y organizada. Es importante destacar que no puede haber síntesis sin análisis; puesto que, este último facilita la información necesaria para generar una síntesis adecuada.

3.1.3. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación considera el paradigma cuantitativo, tipo de estudio identificado como correlacional. En la definición de Hernández et al. (2014) se entiende como un estudio cuantitativo a la investigación que aborda un problema y se vale de la estadística para el recojo, segmentación, interpretación y análisis de los datos considerados. Del mismo modo, postula que es un estudio correlacional porque sus objetivos son orientados al encuentro de una relación posible entre las variables, siendo en este caso: la comunicación interna como primera variable y la calidad de servicio como segunda variable. La investigación concierne al diseño descrito como no experimental, además de ser de corte transversal y prospectivo. En las palabras de Hernández et al. (2014) señala que indica que un trabajo de investigación considerado no experimental, se refiere a aquellos estudios en los que no se manipulan de forma deliberada las variables seleccionadas y son observables. También se caracteriza por ser

transaccional, ya que los datos se recolectan en un solo momento o durante un período determinado de tiempo. Además, se considera prospectiva debido a que los datos se utilizan para investigar las posibles implicancias que pueden tener en un escenario futuro.

Esquema:



Dónde:

M = Muestra compuesta tanto trabajadores como usuarios de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

O₁ = Observación de la Comunicación interna del personal de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

O₂ = Observación de la calidad de servicio del personal de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

r = Relación entre las variables de estudio O₁ o O₂.

3.1.4. Población, muestra y muestro

Para definir estos conceptos, nos basamos en lo mencionado por Mejía y Morán (2017), quienes identifican a la población como el conjunto de sujetos que comparten características comunes y son seleccionados para integrar el grupo de estudio propio del trabajo científico, teniendo como finalidad lograr identificar los datos necesarios para la obtención de una o más afirmaciones sobre ellos.

En el presente estudio, se considera como grupo poblacional a 31 funcionarios además por 130 usuarios pertenecientes a la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023, los cuales se detallan en la tabla:

Tabla 2

Distribución de los funcionarios y ciudadanos pertenecientes a la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.

	Población
Funcionarios	31
Usuarios	130
Total	161

Fuente: Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen – Recursos Humanos-Mesa de partes.

Muestra. Mejía y Morán (2017) refieren que muestra es una selección aleatoria de un segmento de la población que comparte características comunes, con el fin de aplicar un instrumento y obtener información sobre similitudes y diferencias entre ellos. La muestra está compuesta por 31 funcionarios y 31 usuarios de la institución.

Tabla 3

Distribución de la Muestra de estudio la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen 2023.

	Muestra
Funcionarios	31
Usuarios	31
Total	62

Fuente: Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen – Recursos Humanos-Mesa de partes

Muestreo. Westreicher (2021) refieren que el proceso de muestreo implica la selección de una parte del grupo de estudio que se examinará con el fin de hacer deducciones sobre la población completa.

De este modo, consideramos el muestreo denominado No probabilístico, definido por los autores mencionados como el procedimiento que se aborda para seleccionar la muestra considerando como prioridad la facilidad que puede tener el investigador, sin utilizar fórmulas estadísticas ni rigiéndose a exigencias, siendo la muestra seleccionada de manera directa e intencional.

3.1.5. Criterios de Inclusión y exclusión de la investigación

Inclusión.

Usuarios mayores de 35 años a 60 años d la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

Trabajadores de Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

Exclusión.

Usuarios menores de 35 y mayores de 60 años no serán considerados como sujetos de estudio en el trabajo investigativo.

3.1.6. Técnicas e instrumento de recojo de información

Técnica. La metodología seleccionada para llevar a cabo este estudio es la encuesta. Sin embargo, esta herramienta resultará sumamente beneficiosa en términos de obtener información de forma imparcial y fiable sobre la conducta de la comunidad de estudio con respecto a las variables de comunicación interna y calidad de servicio. Esta elección se ajusta al tipo de investigación cuantitativa que se está llevando a cabo y permitirá el uso de los métodos inductivo y analítico. Según, Baena (2017) La técnica es el conjunto de procesos y herramientas que se utilizan en la investigación científica con el objetivo de alcanzar determinados objetivos y obtener resultados concretos en las actividades humanas.

Instrumento. Para Baena (2017) es el soporte a utilizar para ejecutar la técnica consignada el cuestionario como instrumento, debido a que es una técnica confiable y efectiva para recolectar información a través de una serie de preguntas. Los cuestionarios utilizados constan de 40 ítems con una escala de Likert ordinal, la variable comunicación interna está conformada por 20 preguntas distribuidas en 3 dimensiones: 9 ítems, flujos de comunicación; 6

ítems, canales de comunicación y 5 ítems, tipos de comunicación. De igual forma; la variable calidad de servicio está compuesta por 20 ítems, distribuida en 5 dimensiones y 4 ítems para cada una: fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles; cuya valoración es de escala ordinal para ambas variables donde “1 = nunca; 2 = casi nunca; 3= casi siempre y 4= siempre”. esto permite establecer un orden secuencial en las respuestas y evaluar el problema de estudio de manera más precisa.

3.1.7. Procedimiento de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos se diseñó a partir de las dimensiones e indicadores de estudio. Luego, se gestionó el permiso necesario con las autoridades de la municipalidad para recopilar información de sus funcionarios y usuarios del municipio. Además, se llevó a cabo una sensibilización con la muestra de estudio para garantizar respuestas objetivas y claras, evitando subjetividades. Posteriormente, se aplicó un cuestionario con una duración de 20 minutos. Finalmente, se recopilaron los resultados para tabular la información en una matriz de datos mediante el uso del programa Microsoft Office Excel 2022.

Es importante destacar que el cuestionario se administró de forma anónima, proporcionando información sobre los objetivos buscados y su relevancia colectiva.

3.1.8. Métodos de análisis de los datos

La información obtenida con propósito del presente estudio será recogida mediante el uso del cuestionario, el cual está distribuido en 40 preguntas. Cada uno de ellos será seleccionado y organizado en una base de información, la cual se estructurará según las dimensiones de la variable con sus respectivos indicadores.

Asimismo, para procesar los datos obtenidos y comprobar la hipótesis de la investigación, se utilizará el programa Excel 2022 y el programa SPSS versión 22. Además, se considerará el nivel de validez y seguridad del instrumento de investigación, utilizando la base estadística "r" Pearson.

3.1.9. Validación y confiabilidad del instrumento

Contreras (2015) refiere que validez es como una cualidad remitida en el ámbito de la metodología científica propia de los instrumentos utilizados en la recolección de datos, especialmente numéricos, otorgando una significancia en el proceso de su elaboración y ejecución.

Para evaluar los instrumentos en la investigación, se utilizará un "juicio de expertos" que constará de un equipo de tres profesionales. Un profesional pertenecerá a la especialización de las ciencias de la comunicación, quien aportará su desenvolvimiento académico con respecto al conocimiento propio que tenga sobre la problemática estudiada. Los otros dos expertos serán pertenecientes a la rama de la estadística profesional y a la especialidad de investigación científica, especialmente en el área metodológica, teniendo como finalidad dar validez a los resultados que se obtengan.

Asimismo, la fiabilidad del instrumento será asegurada ya que se llevará a cabo la realización de una prueba piloto que garantice la existencia de coherencia imprescindible en la estadística y la consistencia, la cual será necesaria posteriormente en los resultados que se obtengan. De la misma forma, el cuestionario utilizado pasará por un proceso de evaluación que garantice el grado necesario de seguridad en la construcción y segmentación, determinando su nivel de complejidad.

3.2. MATERIALES

En el transcurso del proyecto de investigación, el uso de materiales de escritorio como, tinta de impresión, hojas bond, lápices y borradores resultó sumamente útil. De manera complementaria, se incorporó el servicio de internet y laptop para facilitar la búsqueda de información.

De igual manera, se empleó el software SPSS versión 22 para contrastar las hipótesis de investigación. Este software desempeñó un papel importante en la medición de dimensiones e indicadores a través del cuestionario aplicado a la unidad de análisis. Asimismo, se adquirió Microsoft Excel 2022 con el objetivo de analizar e interpretar los datos recopilados.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Toda investigación científica es la esencia que radica en los resultados, los cuales determinan la capacidad de compartir con la colectividad científica los recientes estudios adquiridos con el fin de revelar la conducta de las variables.

Tabla 4

Nivel de relación entre las variables comunicación interna y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.

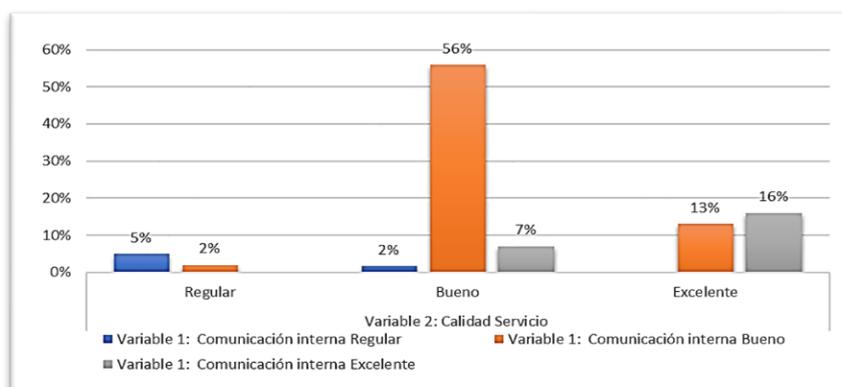
Variables	Categoría	Variable 2: Calidad Servicio				
		Regular	Bueno	Excelente	Total	
Variable 1: Comunicación interna	Regular	f	3	1	0	4
		%	5%	2%	0%	7%
	Bueno	f	1	34	8	43
		%	2%	56%	13%	70%
	Excelente	f	0	4	10	14
		%	0%	7%	16%	23%
	Total	f	4	39	18	61
		%	7%	64%	30%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios tanto internos como externos Municipalidad Distrital San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.

En la Tabla 4, se evidencia que el 70% de la muestra califica la variable comunicación interna como "Bueno". Además, un 56% de los encuestados coinciden al calificar la calidad de servicio como "Bueno". En el mismo contexto, el 13% percibe la relación como excelente, mientras que un 2% la califica como regular.

Figura 1

Distribución porcentual de la relación entre la dimensión flujos de comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.



Fuente: Tabla 4.

Tabla 5

Nivel de relación entre la dimensión flujos de comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

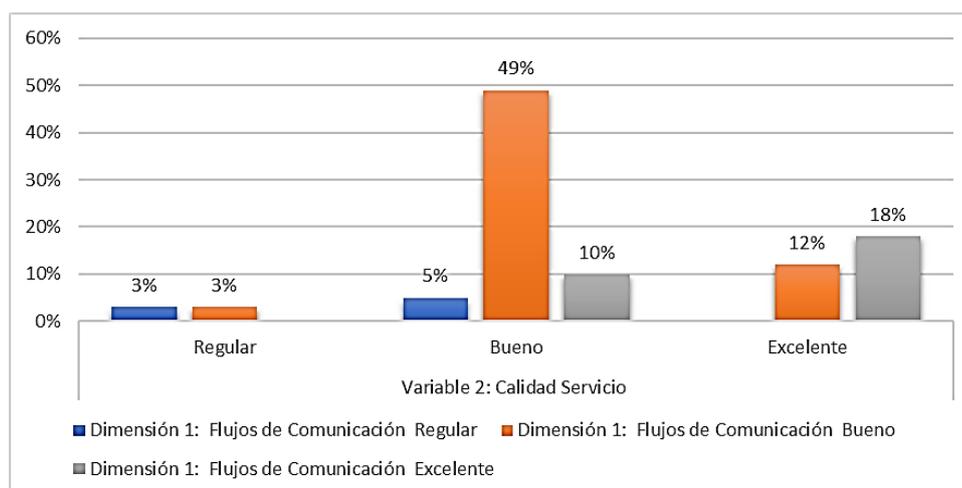
Variables	Categoría	Variable 2: Calidad Servicio				
		Regular	Bueno	Excelente	Total	
Dimensión 1: Flujos de Comunicación	Regular	f	2	3	0	5
		%	3%	5%	0%	8%
	Bueno	f	2	30	7	39
		%	3%	49%	12%	64%
	Excelente	f	0	6	11	17
		%	0%	10%	18%	28%
	Total	f	4	39	18	61
		%	7%	64%	30%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios tanto internos como externos Municipalidad Distrital San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.

La tabla 5, refiere que el 64 % del total de la muestra califica a la dimensión “flujos de comunicación interna” y “la calidad de servicio” como “Bueno”, donde, el 49% se intersecan con el calificativo de “Bueno” con la variable calidad de servicio, en el mismo orden, el 12% perciben como excelente. Asimismo, se califica como excelente el 18%, tanto en la variable como en la dimensión.

Figura 2

Distribución porcentual de la relación entre la dimensión flujos de comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.



Fuente: Tabla 5.

Tabla 6

Nivel de relación entre la dimensión canales de comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

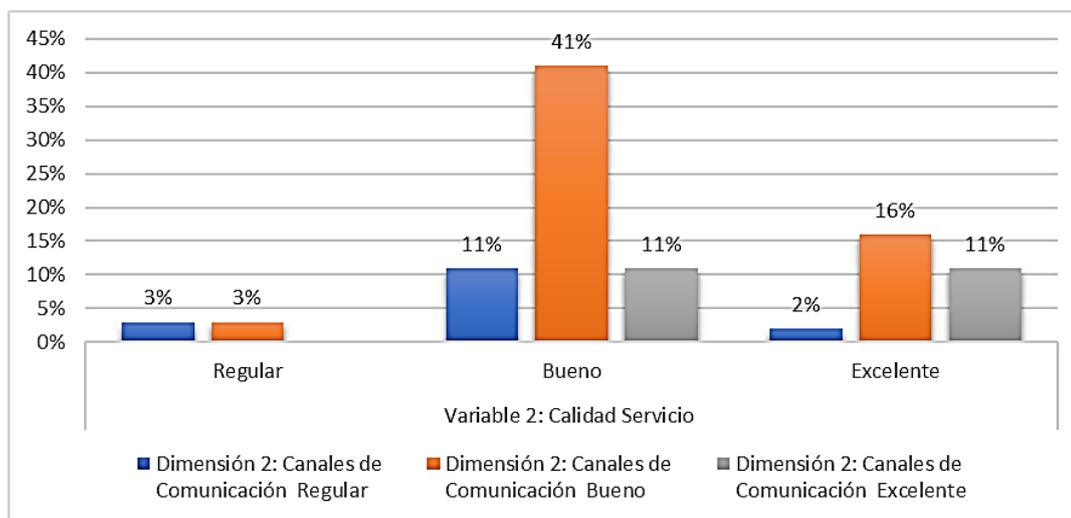
Variables	Categoría	Variable 2: Calidad Servicio				
		Regular	Bueno	Excelente	Total	
Dimensión 2: Canales de Comunicación	Regular	f	2	7	1	10
		%	3%	11%	2%	16%
	Bueno	f	2	25	10	37
		%	3%	41%	16%	61%
	Excelente	f	0	7	7	14
		%	0%	11%	11%	23%
Total	f	4	39	18	61	
	%	7%	64%	30%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios tanto internos como externos Municipalidad Distrital San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.

La Tabla 6 detalla la relación entre la dimensión "canales de comunicación" y la variable "calidad de servicio". Los porcentajes más significativos, representan un 61% y un 64% del total, respectivamente, tanto dimensiones y variable como "Bueno". Además, se observa una intersección del 41% entre la dimensión y la variable de estudio, el 16% califica a la calidad de servicio como excelente. Por último, un 11% se clasifica como excelente en la categoría que abarca tanto "Bueno" como "Excelente" en la variable calidad de servicio.

Figura 3

Distribución porcentual de la relación entre la dimensión canales de comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.



Fuente: Tabla 6.

Tabla 7

Nivel de relación entre la dimensión tipos de comunicación y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

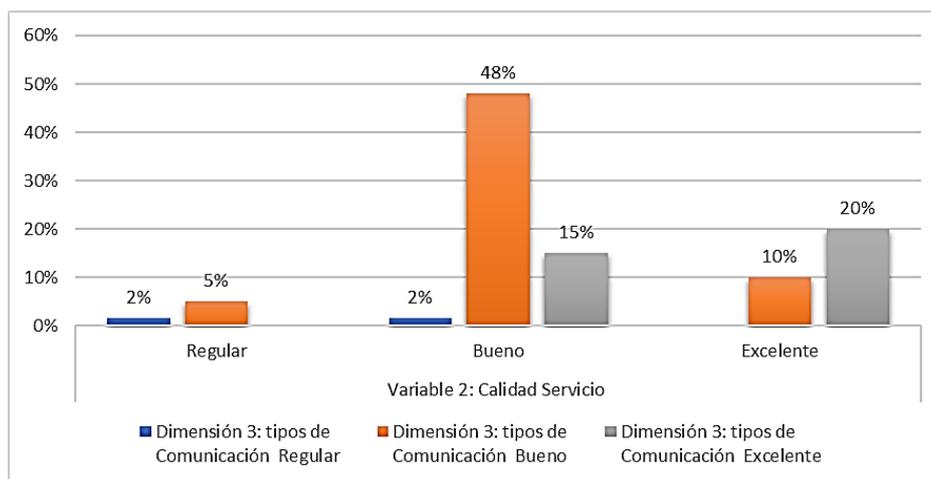
Variables	Categoría	Variable 2: Calidad Servicio				
		Regular	Bueno	Excelente	Total	
Dimensión 2: tipos de comunicación	Regular	f	1	1	0	2
		%	2%	2%	0%	3%
	Bueno	f	3	29	6	38
		%	5%	48%	10%	62%
	Excelente	f	0	9	12	21
		%	0%	15%	20%	34%
	Total	f	4	39	18	61
		%	7%	64%	30%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios tanto internos como externos Municipalidad Distrital San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.

La tabla 7, indica la relación entre la dimensión tipos de comunicación y la variable calidad de servicio destacando los valores porcentuales con un 62 % y 64% ambos totales situándose en la categoría “Bueno”. Además, se evidencia que hay una intersección del 48% entre la dimensión y la variable de estudio, donde el 20% califica la calidad de servicio como “Excelente”. Finalmente, el 15% de la muestra califica como “Bueno”, en la variable calidad de servicio.

Figura 4

Distribución porcentual de la relación entre la dimensión canales de comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.



Fuente: Tabla 6.

Tabla 8

Nivel de correlación entre las variables comunicación interna y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, según Rho Spearman

Correlaciones: Rho de Spearman			
		V1: Comunicación interna	V2: Calidad de servicio
V1: Comunicación interna	Coeficiente de correlación	1,000	0,610**
	Sig, (bilateral)		,000
	N	62	62
V2: Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	0.610**	1,000
	Sig, (bilateral)	000	
	N	62	62

** , La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral),

Fuente: Resultados de las variables comunicación interna y la calidad de servicio,

Los resultados de la inferencia estadística Rho Spearman, señalan que las variables comunicación interna y calidad de servicio tienen un coeficiente de correlación de 0.610, expresando literalmente que existe una correlación positiva y moderada. Asimismo, los resultados de la prueba de hipótesis señalan que la significancia bilateral es de 0.000, siendo el valor inferior a 0.05 criterio que se establece en la investigación como margen de error. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación: Existe relación directa entre la comunicación interna y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen y se rechaza la hipótesis nula.

DISCUSIÓN

El objetivo de la investigación fue “Determinar el nivel de relación de las variables comunicación interna y la calidad de servicio que ofrece la Municipalidad Distrital San Juan de la Virgen”. Peiró (2021) define que, la comunicación interna se centra en establecer y mantener una comunicación efectiva con los empleados de la organización. En la Tabla 4, se observa que el 70% y el 64% de la muestra califica a la variable comunicación interna y calidad de servicio como "Bueno", asimismo, el mayor porcentaje de la relación corresponde al 56% como “Bueno”; el 23% y 30% se califican como excelentes en el total de encuestados, donde el 16% se intersecan como excelente en ambas variables. Por ende, los resultados describen que existe una tendencia hacia la optimización de los servicios que brinda la municipalidad distrital. Los resultados de la investigación de Mora (2017) no tiene similitud con la presente investigación, describiendo que la comunicación interna en la organización y el ambiente laboral no existe relación entre las variables; señalando deficiencias en las dimensiones canales de comunicación y en las prácticas de comunicación, actitudes que afectan negativamente la participación y comprensión de los empleados. En este mismo orden, el estudio Aguirre (2020) presenta las mismas características de los estudios previos, calificándolo como una correlación baja positiva. En el marco de las teorías, Brandolin y González (2008) y Aguirre (2020) señalan que la comunicación interna y la calidad del servicio están relacionadas en medida que una facilita y refuerza la otra. Una comunicación interna efectiva es esencial para crear un entorno de trabajo que respalde la prestación de servicios de alta calidad. Asimismo, la correspondencia entre las variables permite gozar de una correcta ejecución para garantizar una experiencia de usuario óptima, cuidando lo que los clientes pueden percibir.

En relación al primer objetivo específico, la tabla 5 muestra el nivel de relación entre la dimensión flujos de comunicación interna y la calidad de servicio. Donde el 64%, del total de la muestra califica “Buena” a la dimensión y a la variable; en este contexto el 49% corresponde a una relación recíproca como “Bueno”; el 28% y 30% se califican como excelentes en el total de encuestados, donde el 18% se intersecan como “Excelente”, respecto a la dimensión y la variable. Estos descubrimientos guardan relación con el estudio de Moyón (2019) señala que existe relación significativa entre la comunicación interna y el clima laboral, manifestándose que existe buena comunicación fluida y permanente, integración en el trabajo, sentido de pertinencia en los trabajadores, estos indicadores se encuentran entre el 75% y 80%; asimismo, la investigación de Rodríguez (2018) no coinciden con el estudio, determinando que existe una relación media o regular entre las variables comunicación interna y el ambiente laboral, señala que la comunicación organizacional es vertical descendiente fluida, considerándose como fortaleza; como deficiencia se presentan errores de forma horizontal entre trabajadores; además, no se promueve una cultura de valores. Para Raffino (2020) los flujos de comunicación interna son la manera en la que circula información dentro de una organización. Estos flujos pueden ser de diferentes tipos, y su comprensión es esencial para el buen funcionamiento.

La tabla 6 describe la relación entre la dimensión “Canales de comunicación” y la variable “calidad del servicio”, reciben porcentajes significativos totales de 61% y 64%, respectivamente, calificándolas “Bueno”. De acuerdo al segundo objetivo específico de relación de la dimensión y la variable es de 41% calificándola como “Bueno”, con tendencia a “Excelente” el 16%. Según, investigación de Meléndez y Vargas (2018) guarda relación con el presente estudio donde la correlación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral es positiva y alta; la dimensión tiempo y la variable satisfacción es negativa y baja, como debilidades se encuentra el ambiente físico, la edad de los trabajadores, existe una mezcla de comunicación formal e informal, no existen manuales de funciones y procedimientos, lo que limita una buena comunicación y por ende una insatisfacción laboral. Estos indicadores no se reflejan en el presente estudio de Meléndez y Vargas. El estudio de Sandoval (2020) guarda relación con los resultados del presente estudio; donde la

comunicación interna tiene relación directa con el desempeño laboral, calificándose como “Muy buena” correlación; en ese mismo orden de calificación la dimensión tipos de comunicación con la variable desempeño laboral; la dimensión de resultados indica una buena relación de comunicación interna; por lo tanto, la comunicación interna si influye en significativamente en el desempeño laboral. Abolafio (2019) indica que la comunicación formal tiene como objetivo establecer un flujo estructurado de información laboral con el fin de preservar la eficiencia y coherencia de la organización. Además, abarca interacciones cotidianas e incluso charlas informales, esta forma de comunicación también engloba el intercambio de información que no está sujeto a normas estrictas o procedimientos predefinidos.

Los resultados de la Tabla 7 muestra los valores porcentuales totales, de la dimensión tipos de comunicación y calidad del servicio, se califican como “Bueno” con el 62% y 64% respectivamente; estos valores se intersecan con un 48% calificándose como “Bueno”. El 20% se intersecan con calificativo de “Excelente”; el 15% califica como “Bueno” tanto en la dimensión como en la variable calidad del servicio. Estos hallazgos son similares al estudio de Charry (2018) identificó una correlación significativa entre la comunicación interna y el clima organizacional. Además, observó que el clima organizacional está estrechamente vinculado a diversas dimensiones, como el grado de estructura, impacto en el cargo, el apoyo, entusiasmo, consideración, reconocimientos y la orientación hacia el desarrollo y la promoción en el trabajo. Algunos trabajadores utilizan medios de comunicación informal, evidenciándose en ellos un clima laboral poco favorable; caso último que no se evidencia en el presente estudio. Además, señala que el desempeño laboral determina una comunicación dinámica, productiva e interactiva. Lugo (2021) indica en sus teorías que la manera de transmitir un mensaje o la modalidad de comunicación varían significativamente según los servicios ofrecidos. Es primordial comprender la industria en la que opera la organización, así como su audiencia objetiva. Estas modalidades pueden abarcar tanto la comunicación verbal como la no verbal, desempeñando un papel fundamental en la satisfacción de las expectativas del cliente en el servicio.

V. CONCLUSIONES

Se determinó que el nivel de relación de las variables comunicación interna y la calidad de servicio se califica como “Bueno” con un 56%. En este mismo orden de calificación la variable comunicación interna se califica como “Bueno” en un 70% y 64% la calidad de servicio. Las dimensiones de la variable comunicación y la calidad su intersección destaca como fortaleza, siendo calificadas como “Bueno”

Se estableció que el nivel de relación de la dimensión “flujos de comunicación interna” y “la calidad de servicio” se califica como “Bueno” (49%). indicando que el valor total de la dimensión y la variable ambas se califican como “Bueno” con el 64%, respectivamente. Asimismo, la dimensión presenta como fortaleza los indicadores comunicación descendente y ascendente como (Bueno) y como debilidades la comunicación horizontal (Baja) o deficiente.

Se determinó que el nivel de relación entre los “canales de comunicación” y “la calidad de servicio” se califica como "Bueno" con el 41%, En este contexto, la dimensión de “los canales de comunicación interna” exhibe un valor del 61% y la variable calidad de servicio un 64%. De esta manera, la dimensión destaca como fortaleza los indicadores comunicación formal e informal cómo (Bueno).

Se estableció que el nivel de relación entre “los tipos de comunicación interna” y “la calidad de servicio” obtiene una calificación "Bueno" con el 48%, en este mismo sentido la dimensión de tipos de comunicación alcanza el 62% del valor total de la muestra; mientras, que la variable de “calidad de servicio” obtiene un 64%. De esta forma, la dimensión presenta como fortaleza los indicadores comunicación verbal y no verbal, con una calificación de (Bueno).

VI. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados, las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen deben desarrollar permanente talleres y charlas, con la finalidad de fortalecer las competencias de los trabajadores, y por ende brindar una óptima calidad de servicio al usuario, misma que debe ser eficientes.

De igual modo es importante que las escuelas académicas como administración, ciencias de la comunicación desarrollen temáticas orientados a los flujos de comunicación identificando las fortaleza de cada una de ellas para poner en práctica en el ejerció laboral; de igual modo, los estudiante deben desarrollar actividades en conjunto con las instituciones con el propósito de fortalecer las competencias profesionales en los trabajadores, lo cual servirá para mejorar y fortalecer la calidad de servicio.

A la unidad de comunicaciones e imagen institucional de la municipalidad adopten y utilicen estrategias para mejorar los canales de comunicación, evitando se promueva la comunicación informal; Asimismo, utilizar las herramientas comunicacionales con el fin de mejorar el servicio y la percepción de los usuarios acerca de la institución.

A las autoridades de la Municipalidad establezcan convenios con la Universidad Nacional de Tumbes, para que los profesionales y estudiantes de la casa de estudios fortalezcan el conocimiento de los trabajadores mediante cursos de capacitación y talleres sobre comunicación interna y calidad de servicio, de esta forma, los trabajadores brinden una oportuna atención a los usuarios.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abendaño, M., & Sánchez, L. (2020). De la comunicación interna al diálogo organizacional. En Puertas-Hidalgo, R., Abendaño, M. & Valdiviezo-Abad, C. (Eds.), (2020). Comunicar: de la táctica a la estrategia. Cuadernos Artesanos de Comunicación, n°178 (pp.70-71). La Laguna (Tenerife). Recuperado de <http://dspace.biblio.ude.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/116/Cipollone%20%20Tecnolog%c3%adas%20digitales%20en%20la%20comunicaci%3%b3n%20interna%20de%20YPF%20Refiner%c3%ada%20La%20Plata..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Abolafio, M. (2019). Cómo mejorar la comunicación formal e informal. Recuperado de <https://blog.edenred.es/como-mejorar-la-comunicacion-formal-e-informal/>
- Aguirre, E. L. (2020). La comunicación interna y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de una universidad privada, 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPEU. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4467/Eduardo_Tesis_Licenciatura_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alet, J. (2013). La venta desde la comprensión del cliente. Recuperado de <https://marketingcom.com/articulo/la-venta-desde-la-comprension-del-cliente>
- Baena, G. (2017). Metodología de la investigación (3ra. ed.). Recuperado de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación (Tercera edición). Colombia. Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wpcontent/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

- Brandolin, A., y González, M. (2008). Comunicación interna: Claves para una gestión éxitos. DIRCOM. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardozo, L. (2021). Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales. ZENVIA. Recuperado de. <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/#:~:text=Importancia%20de%20la%20calidad%20del%20servicio%20al%20cliente&text=Eso%20porque%20un%20servicio%20de,Custo%20mer%20Experience%2C%20Experiencia%20del%20consumidor.>
- Cardozo, L. (2021). La importancia de la comunicación interna y tips para aplicar mejor la estrategia en tu empresa. ZENVIA. Recuperado de <https://www.zenvia.com/es/blog/comunicacion-interna/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20es%20fundamental,los%20valores%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.>
- Cardozo, L. (2022). Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales. Recuperado de <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Castro, J. (2022). Calidad del servicio: Qué es, tipos y cómo medirlo. Recuperado de <https://blog.corponet.com/calidad-del-servicio-que-es-tipos-y-como-medirlo>
- CEDEC (2021). Una buena atención es esencial para fidelizar al cliente. Recuperado de <https://cedec-group.com/es/blog/una-buena-atencion-es-esencial-para-fidelizar-cliente>
- CEUPE (2021). Entorno organizacional. Empresas. Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/entorno-organizacional.html>
- Charry, H.O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. [Artículo]. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003

- Coll, M. (2020). Informe. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/informe.html>
- Comunicólogos (2021). Comunicación Externa. Externa, C. recuperado de <https://www.comunicologos.com/practicas/comunicaci%C3%B3n-externa/>
- Comunicólogos (2021). Comunicación Interna. Interna, C. <https://www.comunicologos.com/practicas/comunicaci%C3%B3n-interna/>
- Conexiónesan (2021). Ocho ventajas de la comunicación interna para las empresas. Apuntes empresariales/comunicación. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/ocho-ventajas-comunicacion-interna-para-empresas/>
- Contreras, M. (2015). Validez de los instrumentos (ejemplos). Recuperado de <https://educapuntos.blogspot.com/2015/03/validez-y-confiabilidad-ejemplos.html>
- Da silva, D (2020). ¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad?. Recuperado de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Da silva, D (2020). Comunicación comercial y atención al cliente. 8 claves para la lealtad. Recuperado de <https://www.zendesk.com.mx/blog/comunicacion-comercial-atencion-al-cliente/>
- Deborah (2015). Significado de Entorno. Recuperado de <https://significado.net/entorno/>
- DefensoriadelPueblo. (2021). Defensoría del Pueblo: Municipalidad Distrital de Pampas de Hospital debe derogar ordenanza que establece cuarentena focalizada. Recuperado de <https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-municipalidad-distrital-de-pampas-de-hospital-debe-derogar-ordenanza-que-establece-cuarentena-focalizada/>
- Deusto, H. (2021). ¿Es importante la comunicación interna en una empresa?. Business school. Recuperado de <https://retos-directivos.eae.es/es-importante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/>

- Diario Gestión. (2019). Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/?ref=gesr>
- Diario oficial el peruano. (2003). Ley Orgánica de Municipalidades N.º 27972. Recuperado de <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0015/3-ley-organica-de-municipalidades-1.pdf>
- Dipe (2019). ¿Funciona el Merchandising para Empresas?. Recuperado de <https://blog.dipe.es/blog/funciona-el-merchandising-para-empresas/#que-es-el-merchandising>
- Donís, I. (2019). Atención personalizada en las empresas. Recuperado de <https://ipsoideas.es/2019/05/atencion-personalizada-en-las-empresas/>
- Efiempresa (2018). Calidad de servicio y Satisfacción del cliente. Recopilado de <https://efiempresa.com/blog/efimpersa-satisfaccion-del-cliente/>
- Elcomercial (2021). Capítulo 7 del Curso de Fidelización de Clientes. Capítulo 7. Ganarse la confianza del cliente. Recuperado de <http://www.elcomercial.net/fidelizacion/cap07.htm>
- Espinosa, R. (2012). 5 condiciones necesarias para ofrecer un servicio de calidad. Recuperado de <https://www.puromarketing.com/13/12498/condiciones-necesarias-para-ofrecer-servicio-calidad.html>
- Espinosa, R. (2020). Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos. Roberto Espinosa. Recuperado de <https://robertoepinosa.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion>
- Fuentes, K. H. (2019). calidad de servicio y satisfacción del cliente de las mypes del sector servicio del Perú: caso restaurante “buenazo”, distrito de San Vicente, Provincia cañete, año 2018. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15159/CALIDAD_SERVICIO_MYPES_SATISFACCI%c3%93N_CLIENTE_FUENTES_HUAYRA_KATHERIN_HEIDY.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Gómez, F, S, J. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es.
- Hernández, G. (2022). Falta de comunicación, un problema para 65% de los trabajadores en la pandemia. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/Falta-de-comunicacion-un-problema-para-65-de-los-trabajadores-en-la-pandemia-20220113-0100.html>
- Hernández, R, Fernández, C y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta edición. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Lugo, Z. (2021). Comunicación verbal y no verbal. Comunicación. Recuperado de <https://www.diferenciador.com/tipos-de-comunicacion/>
- Martin, D. (2022). Comunicación Interna: qué es, objetivos y claves. Recuperado de <https://www.openhr.cloud/blog/comunicacion-interna>
- Mejía, A, y Morán, E, L. (2017). Metodología de la investigación. Población y muestra, ed, Grafica Vidal.
- Melendez, I., y Vargas, S. (2018). Influencia de la comunicación interna en la satisfacción laboral en una empresa consultora. [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624103/Melendez_SI.pdf?sequence=14&isAllowed=y
- Mora, L. (2017). La Comunicación interna en las organizaciones y su relación con el ambiente laboral de las organizaciones en Bogotá D.C. 2017, de Colombia. [Tesis de pregrado, Universidad Piloto de Colombia]. Recuperado de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00004386.pdf>
- Moyón, K. (2019). Gestión de la comunicación interna en la unidad educativa estero salado “fe y alegría” y su incidencia en el clima laboral de la institución. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/306b6f20-a8dc-41ef-827a-0bb012bfe62c/content>

- Nueva-iso (2016) Desarrollo y evolución del concepto calidad. Recuperado de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Parra, Andrea. (2019). 8 estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente. questionpro. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-para-mejorar-la-calidad-del-servicio-al-cliente/>
- Peiró, R. (2021) comunicación interna. Enconomipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-interna.html>
- Quijano, V. (2021). Mal servicio al cliente: todo lo que necesitas saber. Recuperado de. <https://victorquijano.com/blog/mal-servicio-al-cliente-todo-lo-que-necesitas-saber/>
- Raffino,M.E. (2020). Comunicación Interna. Concepto, tipos y objetivos. Recuperado de <https://concepto.de/comunicacion-interna/#ixzz6R0RV519s>
- Raffino,M.E. (2020). Comunicación Interna. Concepto, tipos y objetivos. Recuperado de <https://concepto.de/comunicacion-interna/#ixzz6R0RV519s>
- Raffino,M.E. (2021). Memorándum. Concepto, partes, características y ejemplos. Recuperado de <https://concepto.de/memorandum/#ixzz6yjA0yqa7ser>
- Rodríguez, A.J. (2018). Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio ucsg <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10858/1/T-UCSG-POS-MAE-173.pdf>
- Rodríguez, J. y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Recopilado de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Sánchez E. (2018). La fascinante teoría del rumor. La mente es maravillosa. Recuperado de. <https://lamenteesmaravillosa.com/la-fascinante-teoria-del-rumor/>

- Sánchez, J. (2016). Servicio. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sandoval, T. D. (2020). Comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de Aguas Verdes, Zarumilla, Tumbes, 2020. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Tumbes] Repositorio Untumbes. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63613/TESIS%20-%20SANDOVAL%20TABOADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santamaría, J. (2021). 4 razones para implementar la Gestión del Rendimiento en tu institución. Universidad Continental. Recuperado de <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/4-razones-para-implementar-la-gestion-del-rendimiento-en-tu-institucion>
- Siurana, A. (2018). Beneficios de la Comunicación Interna - GBS Recursos Humanos. Recuperado de <https://www.gbsrecursoshumanos.com/blog/beneficios-de-la-comunicacion-interna/>
- Taylor, H. (2018). Beneficios de proveer un servicio al cliente de buena calidad. Recuperado de <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>
- Thompson, I. (2019). Qué es comunicación. Promonegocios.net. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>
- Tools4Success (2021). Comportamiento. Recuperado de <https://tools4success.es/tag/comportamiento/>
- Van der lee, P (2014). La promesa al cliente: creación de una experiencia única de clientes para diferenciar su marca. Recuperado de <https://www.telesemana.com/blog/2014/04/23/la-promesa-al-cliente-creacion-de-una-experiencia-unica-de-clientes-para-diferenciar-su-marca/>

- Vazquez, S. (2016). La comunicación interna de tu empresa. Blog Netcommerce. Recuperado de <https://info.netcommerce.mx/la-comunicacion-interna-de-tu-empresa/>
- Westreiche, G. (2020). Documento. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/documento.html>
- Westreicher, G. (2021). Muestreo. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/muestreo.html>
- Westreicher, G. (2022). Reunión. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/reunion.html>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

COMUNICACIÓN INTERNA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JUAN DE LA VIRGEN, TUMBES 2023

7	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA				
PRINCIPAL ¿Cuál es el nivel relación entre la comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023? 1	GENERAL Determinar el nivel de relación entre comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023. 2	GENERAL H ₁ : ¿Existe relación entre la comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023? H ₀ : ¿No Existe relación entre la comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023?	Variable 1: Comunicación interna = 20 preguntas				
			DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	ÍNDICE
			Flujos de comunicación	-Descendente -Ascendente -Horizontal	cuestionario Aplicado a trabajadores de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.	1, 2, 3, 4, 5, 6; 7, 8, 9, 10.	Likert
			Canales de comunicación	-Formal -Informal		11,12,13,14,15.	
Tipos de comunicación	-Verbal -No verbal	16,17,18,19,20.					
Variable 2: Calidad de servicio 20 preguntas							
P. ESPECÍFICOS a. ¿Qué relación existe entre los flujos de comunicación interna y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023? b. ¿Qué relación existe entre los canales de comunicación y la calidad de servicio comunicación interna en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023? c. ¿Qué relación existe entre los tipos de comunicación interna y dimensiones de la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023?	O. ESPECÍFICOS a. Establecer el nivel de relación entre los flujos de comunicación interna y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023. b. Determinar el nivel de relación entre los canales de comunicación y la calidad de servicio en Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023. c. Establecer el nivel de relación entre los tipos de comunicación interna y la calidad de servicio Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023.	H. ESPECÍFICAS a. Existe relación entre los flujos de comunicación interna y calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023? b. Existe relación entre los canales de comunicación y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023. c. Existe relación entre los tipos de comunicación interna y la dimensión empatía en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023.	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	ÍNDICE
			Fiabilidad	-Atención al cliente -Promesa al cliente.	cuestionario Aplicado a usuarios de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.	1,2,3,4	Likert
			Sensibilidad	-Amabilidad. -Rapidez.		5,6,7,8	
			Seguridad	-Confianza -Comportamiento		9,10,11,12	
			Empatía	-Atención individual -Compresión de necesidades del cliente		13,14,15,16	
			Elementos tangibles	-Entorno físico -Merchandising		17,18,19,20	

**Anexo 2: Instrumento aplicado a los trabajadores usuarios de la
Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.**

CUESTIONARIO

**Comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital
de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023.**

I. DATOS GENERALES:

Edad:

Cargo:

Sexo: (M) (F)

II. OBJETIVO:

Determinar el nivel de relación entre comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023.

III. INDICACIONES: Este cuestionario está conformado por 40 ítems, distribuidas en las 2 variables de estudio y se considera la escala de Likert:

IV. 4: Siempre 3: Casi siempre 2: Casi nunca 1: Nunca

Marca las alternativas de la manera más sincera posible, con una X solo una de las valoraciones de la escala (4; 3; 2; 1) que usted crea prudente. El cuestionario es anónimo y tiene una duración de 30 minutos.

Gracias por su colaboración.

DIMENSIÓN: FLUJOS DE COMUNICACIÓN		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDICADOR: DESCENDENTE					
1	Observa usted que los gerentes o jefes de área se preocupan en lograr un clima de apertura y confianza en los trabajadores y usuarios.				
2	Los jefes o gerentes explican de manera clara las funciones y responsabilidades a los trabajadores de su puesto de trabajo y hacen conocer a los usuarios.				
3	Las autoridades, trabajadores y usuarios conocen la misión y visión e identidad de la institución.				
INDICADOR: ASCENDENTE					
4	Los trabajadores mantienen una buena comunicación con los jefes para una resolver dudas al usuario.				
5	Los trabajadores hacen uso de herramientas tecnológicas (whatsapp,Gmail) que permiten una comunicación fluida e inmediata dentro del ambiente de trabajo con los jefes para la atención del usuario.				
6	Los trabajadores y usuarios reconocen la colaboración de los jefes en las áreas de trabajos de la institución para las solicitudes en atención de los usuarios.				
INDICADOR: HORIZONTAL					
7	Cree usted que las instrucciones o formas de comunicación entre trabajadores y jefes ayudan a mejorar la atención del usuario.				
8	Se comparten funciones entre trabajadores de las diferentes áreas de trabajo para brindar una atención adecuada al usuario.				
9	Considera que existe una buena comunicación entre jefe, trabajadores y usuarios durante la atención brindada cuando se cree necesario.				
DIMENSIÓN: CANALES DE COMUNICACIÓN		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDICADOR: FORMAL					
10	Los trabajadores hacen uso de los medios de comunicación como: reuniones, correo electrónico, teléfono, etc. para dar respuesta a las solicitudes de los usuarios.				
11	Cree que los documentos emitidos a los usuarios comunican de manera clara y oportuna el mensaje que se quiere dar a conocer al usuario.				
12	Usted considera que la comunicación que se utiliza es afectiva y agradable del trabajador hacia los usuarios en la institución.				
INDICADOR: INFORMAL					
13	Cree usted que los malos comentarios de la comunicación interna influyen en la atención al usuario.				
14	Considera que los lazos de amistad y parentesco entre usuario y trabajador influyen en la atención.				
15	Considera usted que omiten normas o no se realiza un procedimiento adecuado de las solicitudes de los usuarios.				
DIMENSIÓN: TIPOS DE COMUNICACIÓN		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDICADOR: VERBAL					
16	La comunicación verbal entre trabajadores y usuarios en la institución es adecuada y oportuna para una atención de calidad.				
17	La información transmitida de trabajador a usuarios en la institución se da de manera correcta y clara				
18	Los mensajes que se transmiten entre trabajadores y usuarios son claros y entendibles.				
INDICADOR: NO VERBAL					
19	Considera que es importante la postura corporal y expresiones faciales durante el desempeño de la atención al usuario.				
20	Cree usted que existe una buena imagen del trabajador en relación con atención al usuario.				

DIMENSIÓN: FIABILIDAD		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDICADOR: ATENCIÓN AL CLIENTE					
1	La atención que brindan los trabajadores a los usuarios de la municipalidad es la adecuada.				
2	Los trabajadores de la municipalidad muestran interés para poder ayudar y aclarar las dudas a los usuarios.				
INDICADOR PROMESA AL CLIENTE.					
3	Cree usted que los trabajadores de la institución cumplen con la atención al usuario en el tiempo indicado.				
4	Considera usted que el tiempo que le tomó resolver la solicitud del usuario fue el adecuado.				
DIMENSIÓN: SENSIBILIDAD		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDICADOR: AMABILIDAD					
5	El usuario es escuchado de manera respetuosa al momento de generar su solicitud en la institución.				
6	Siente que existe amabilidad por parte de los trabajadores hacia los usuarios durante el proceso de atención.				
INDICADOR: RAPIDEZ					
7	Se prioriza la atención rápida a las solicitudes de los usuarios de la institución en el tiempo reglamentado				
8	Se utilizan con frecuencia canales de comunicación para atención de solicitudes a tiempo real.				
DIMENSIÓN: SEGURIDAD		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDIADOR: CONFIANZA					
9	Cree usted que se demuestran confianza los trabajadores al ofrecer el servicio al usuario.				
10	Se genera seguridad y confidencialidad de servicio que ofrece la institución en la atención al usuario sobre sus peticiones.				
INDICADOR: COMPORTAMIENTO					
11	Se demuestra cortesía (saludo) al ofrecer el servicio de atención al usuario.				
12	Percibe un adecuado comportamiento por parte de los trabajadores hacia los usuarios en la atención brindada.				
DIMENSIÓN: EMPATÍA		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDICADOR: ATENCIÓN INDIVIDUAL					
13	Se brinda atención personalizada a los usuarios en las solicitudes que se realizan.				
14	Se toma en cuenta la necesidad, gusto y preferencia de los usuarios al momento de las atenciones.				
INDICADOR: COMPRESIÓN DE NECESIDADES DEL CLIENTE					
15	La institución satisface las necesidades del servicio brindado en el tiempo estimado.				
16	Considera que se toma en cuenta la necesidad del usuario para una atención adecuada.				
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES		Escala valorativa			
		4	3	2	1
INDICADOR / ÍTEMS					
INDICADOR: ENTORNO FÍSICO					
17	La infraestructura de la institución es adecuada para la atención sus servicios a los usuarios.				
18	La institución cuenta con equipos tecnológicos que permita brindar una atención de calidad.				
INDICADOR: MERCHANDISING					
19	Los trabajadores usan vestimenta adecuada que los identifique con la institución que brinda los servicios.				
20	La institución promociona actividades mediante canales de comunicación sobre los servicios que ofrece a los usuarios.				

Anexo 3. Constancia de validación del instrumento de investigación

Experto 1: Metodólogo

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Wilmer Rafael Chorres Saldarriaga. Con Documento Nacional de Identidad N.º-00251793, de profesión Docente Universitario, grado académico Doctor (a) en EDUCACIÓN, labor que ejerzo actualmente como docente, en la Universidad Nacional de Tumbes.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado “Cuestionario aplicado a trabajadores y usuarios de la Municipalidad distrital de San Juan de la Virgen”, cuyo propósito es determinar la relación entre **Comunicación interna y la Calidad de Servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	x				
Amplitud del contenido a evaluar.	x				
Congruencia con los indicadores.	x				
Coherencia con las dimensiones.	x				

Apreciación total:

MA= Muy adecuado (x) BA= Bastante adecuado () A= Adecuado ()

PA= Poco adecuado () No adecuado () No aporta: ()

Tumbes, a los 23 días del mes de noviembre del 2021

Apellidos y nombres: Wilmer Rafael Chorres Saldarriaga.

DNI: 00251793

Firma.  _____

Experto 2: Lingüista

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Samuel David Ancajima Mena, con Documento Nacional de Identidad N.º- 40721106, de profesión Docente Universitario, grado académico doctor en Educación, y que me desempeño actualmente como docente, en la Universidad Nacional de Tumbes.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado “Cuestionario aplicado a trabajadores y usuarios de la Municipalidad distrital de San Juan de la Virgen”, cuyo propósito es determinar la relación entre **Comunicación interna y la Calidad de Servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		x			
Amplitud del contenido a evaluar.	x				
Congruencia con los indicadores.	x				
Coherencia con las dimensiones.		x			

Apreciación total:

MA= Muy adecuado () BA= Bastante adecuado (x) A= Adecuado ()

PA= Poco adecuado () No adecuado () No aporta: ()

Tumbes, a los 14 días del mes de diciembre de 2021

Apellidos y nombres: Samuel David Ancajima Mena

DNI: 40721106

Firma:  _____

Experto 3: Comunicador social

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 44752528, de profesión Docente de la Universidad Nacional de Tumbes, Facultad de Ciencias Sociales, adscrito a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, con grado académico de Licenciado, labor que ejerzo actualmente como Docente de esta Casa Superior de Estudios.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado: Cuestionario aplicado a los trabajadores y usuarios de la Municipalidad Distrital San Juan de la Virgen, Tumbes, cuyo propósito es: Determinar el nivel de correlación de las variables **Comunicación interna y la Calidad de Servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes, 2023.**

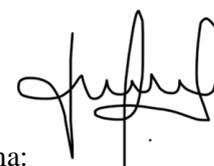
Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	✓				
Amplitud del contenido a evaluar.		✓			
Congruencia con los indicadores.	✓				
Coherencia con las dimensiones.	✓				

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado (✓) A= Adecuado () PA= Poco adecuado () No adecuado () No aporta: ()

Tumbes, a los 20 días del mes de setiembre de 2022.



Apellidos y nombres: Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval **DNI:** 44752528
Docente de la Universidad Nacional de Tumbes

Firma: _____

Anexo 4. Escala de confiabilidad – Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad de la variable 1: comunicación interna, según, inferencia estadística escala de Cronbach

TOTAL	COMUNICACIÓN INTERNA																			
	FLUJOS DE COMUNICACIÓN									CANALES DE COMUNICACIÓN						TIPOS DE COMUNICACIÓN				
	DESCENDENTE			ASCENDENTE			HORIZONTAL			FORMAL			INFORMAL			VERBAL		NO VERBAL		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	3	3	3	2	1	4	3	3	3
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	2	3	3	2	2	4	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	1	3	3	2	2	3	3	3	4	4
5	3	1	1	2	4	3	2	3	3	4	4	3	4	1	2	4	4	4	4	4
6	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3
7	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	1	2	2	4	4	4	3	4
10	2	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4
11	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
12	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
13	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4
15	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	3	3	2	3	2
16	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
18	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
19	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
21	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4
23	1	2	2	2	4	3	4	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4
26	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
27	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3
28	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3
29	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	1	3	4	4	4	4	3
30	3	2	1	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4
32	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	1	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4
34	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
35	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
36	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3
37	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
38	3	3	3	4	4	2	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3
39	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
41	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	1	4	3	4	4	4
44	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3
48	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
50	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
51	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
55	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3
60	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4
61	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Resultados de la fiabilidad de las variables de estudio, según alfa de

Estadísticas de fiabilidad		
VARIABLES	Alfa de Cronbach	N de elementos
V1: Comunicación interna	0.825	62
V2: Calidad de servicio	0.905	62

Cronbach

El valor obtenido de la alfa de Cronbach de la comunicación interna, corresponde a 0.825, calificándolo como **“Bueno”** el instrumento de recojo de información, asimismo el valor obtenido de la alfa de Cronbach de la calidad de servicio, corresponde a 0.905, calificándolo como **“Excelente”** el instrumento de recojo de información. por lo tanto, el cuestionario tiene la confiabilidad para ser aplicado

Anexo 5. Prueba de Normalidad de los resultados de las variables

1. Plantear hipótesis de normalidad

Hi: Los datos no siguen una distribución normal. - Cuando P_valor es < 0.05

Ho: Los datos siguen una distribución normal. - Cuando P_valor es > 0.05

2. Nivel de significancia

Nivel de confianza : 95%

Nivel de significancia: 5% - 0.05 (margen de error)

3. Prueba de normalidad

Si $n > 50$ participantes, se aplica Kolmogorov- Smirnow

Si $n \leq 50$ participantes, se aplica Shapiro Wilk

4. Estadístico de la prueba

Si $P_valor < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta H_i

Si $P_valor \geq 0.05$ se acepta el H_o y se rechaza la de H_i

5. Criterio de decisión

	Kolmogorov-Smirnow		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	0,165	62	0,000
Calidad de servicio	0,188	62	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

En este contexto se evaluó a 62 usuarios, se aplicó la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov a la variable de comunicación interna, arrojando un resultado de P_valor 0.000, inferior a 0.05. El valor obtenido de la calidad de servicio es de 0.000 menor a 0.05 de la significancia de la investigación, por lo tanto, no se registra una distribución normal de los datos. En consecuencia, se elige la prueba de hipótesis no paramétrica Rho de Spearman.

Anexo 6. Prueba de hipótesis según la prueba estadística Rho Spearman

Correlaciones: Rho de Spearman			
		V1: Comunicación interna	V2: Calidad de servicio
V1: Comunicación interna	Coefficiente de correlación	1,000	0,610**
	Sig, (bilateral)		,000
	N	62	62
V2: Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	0.610**	1,000
	Sig, (bilateral)	000	
	N	62	62

** , La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral),

Los resultados de la inferencia estadística Rho Spearman, señalan que las variables comunicación interna y calidad de servicio tienen un coeficiente de correlación de 0.610, expresando literalmente que existe una correlación positiva y moderada. Asimismo, los resultados de la prueba de hipótesis señalan que la significancia bilateral es de 0.000, siendo el valor inferior a 0.05 criterio que se establece en la investigación como margen de error. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación: Existe relación directa entre la comunicación interna y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen y se rechaza la hipótesis nula.

Anexo 8. Evidencias del recojo de información





CUESTIONARIO

Comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023.

I. DATOS GENERALES:

Edad: 55

Sexo: (M) (F)

II. OBJETIVO:

Determinar la relación entre comunicación interna y la calidad de servicio en la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023.

III. INDICACIONES: Este cuestionario está conformado por 40 ítems, distribuidas en las 2 variables de estudio y se considera la escala de Likert:

4: Siempre 3: Casi siempre 2: Casi nunca 1: Nunca

Marca las alternativas de la manera más sincera posible, con una X solo una de las valoraciones de la escala (4, 3, 2, 1) que usted crea prudente. El cuestionario es anónimo y tiene una duración de 30 minutos.

Gracias por su colaboración

VARIABLE 1: COMUNICACIÓN INTERNA

DIMENSIÓN: FLUJOS DE COMUNICACIÓN		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: DESCENDENTE					
1	Observa usted que los gerentes o jefes de área se preocupan en lograr un clima de apertura y confianza en los trabajadores y usuarios.	X			
2	Los jefes o gerentes explican de manera clara las funciones y responsabilidades a los trabajadores de su puesto de trabajo y hacen conocer a los usuarios.	X			
3	Las autoridades, trabajadores y usuarios conocen la misión y visión e identidad de la institución.	X			
INDICADOR: ASCENDENTE					
4	Los trabajadores mantienen una buena comunicación con los jefes para una resolver dudas al usuario.	X			
5	Los trabajadores hacen uso de herramientas tecnológicas (whatsapp, Gmail) que permiten una comunicación fluida e inmediata dentro del ambiente de trabajo con los jefes para la atención del usuario.	X			
6	Los trabajadores y usuarios reconocen la colaboración de los jefes en las áreas de trabajos de la institución para las solicitudes en atención de los usuarios.	X			
INDICADOR: HORIZONTAL					
7	Cree usted que las instrucciones o formas de comunicación entre trabajadores y jefes ayudan a mejorar la atención del usuario.	X			
8	Se comparten funciones entre trabajadores de las diferentes áreas de trabajo para brindar una atención adecuada al usuario.	X			
9	Considera que existe una buena comunicación entre jefe, trabajadores y usuarios durante la atención brindada cuando se cree necesario.	X			
DIMENSIÓN: CANALES DE COMUNICACIÓN		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: FORMAL					
10	Los trabajadores hacen uso de los medios de comunicación como: reuniones, correo electrónico, teléfono, etc. para dar respuesta a las solicitudes de los usuarios.	X			
11	Cree que los documentos emitidos a los usuarios comunican de manera clara y oportuna el mensaje que se quiere dar a conocer al usuario.	X			
12	Usted considera que se utiliza es afectiva y agradable del trabajador hacia los usuarios en la institución.	X			
INDICADOR: INFORMAL					
13	Cree usted que los malos comentarios de la comunicación interna influyen en la atención al usuario.	X			
14	Considera que los lazos de amistad y parentesco entre usuario y trabajador influyen en la atención.	X			
15	Considera usted que omiten normas o no se realiza un procedimiento adecuado de las solicitudes de los usuarios.				X
DIMENSIÓN: TIPOS DE COMUNICACIÓN		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: VERBAL					
16	La comunicación verbal entre trabajadores y usuarios en la institución es adecuada y oportuna para una atención de calidad.	X			
17	La información transmitida de trabajador a usuarios en la institución se da de manera correcta y clara	X	X		
18	Los mensajes que se transmiten entre trabajadores y usuarios son claros y entendibles.	X	X		
INDICADOR: NO VERBAL					
19	Considera que es importante la postura corporal y expresiones faciales durante el desempeño de la atención al usuario.	X	X		
20	Cree usted que existe una buena imagen del trabajador en relación con atención al usuario.	X	X		

VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN: FIABILIDAD		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: ATENCIÓN AL CLIENTE					
1	La atención que brindan los trabajadores a los usuarios de la municipalidad es la adecuada.		X		
2	Los trabajadores de la municipalidad muestran interés para poder ayudar y aclarar las dudas a los usuarios.	X			
INDICADOR PROMESA AL CLIENTE.					
3	Cree usted que los trabajadores de la institución cumplen con la atención al usuario en el tiempo indicado.				
4	Considera usted que el tiempo que le tomó resolver la solicitud del usuario fue el adecuado.				
DIMENSIÓN: SENSIBILIDAD		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: AMABILIDAD					
5	El usuario es escuchado de manera respetuosa al momento de generar su solicitud en la institución.		X		
6	Siente que existe amabilidad por parte de los trabajadores hacia los usuarios durante el proceso de atención.	X			
INDICADOR: RAPIDEZ					
7	Se prioriza la atención rápida a las solicitudes de los usuarios de la institución en el tiempo reglamentado			X	
8	Se utilizan con frecuencia canales de comunicación para atención de solicitudes a tiempo real.	X			
DIMENSIÓN: SEGURIDAD		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: CONFIANZA					
9	Cree usted que se demuestran confianza los trabajadores al ofrecer el servicio al usuario.		X		
10	Se genera seguridad y confidencialidad de servicio que ofrece la institución en la atención al usuario sobre sus peticiones.	X			
INDICADOR: COMPORTAMIENTO					
11	Se demuestra cortesía (saludo) al ofrecer el servicio de atención al usuario.		X		
12	Percebe un adecuado comportamiento por parte de los trabajadores hacia los usuarios en la atención brindada.	X			
DIMENSIÓN: EMPATÍA		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: ATENCIÓN INDIVIDUAL					
13	Se brinda atención personalizada a los usuarios en las solicitudes que se realizan.		X		
14	Se toma en cuenta la necesidad, gusto y preferencia de los usuarios al momento de las atenciones.				
INDICADOR: COMPRESIÓN DE NECESIDADES DEL CLIENTE					
15	La institución satisface las necesidades del servicio brindado en el tiempo estimado.		X		
16	Considera que se toma en cuenta la necesidad del usuario para una atención adecuada.	X			
DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES		Escala valorativa			
INDICADOR / ÍTEMS		4	3	2	1
INDICADOR: ENTORNO FÍSICO					
17	La infraestructura de la institución es adecuada para la atención sus servicios a los usuarios.				
18	La institución cuenta con equipos tecnológicos que permita brindar una atención de calidad.			X	
INDICADOR: MERCHANDISING					
19	Los trabajadores visten adecuadamente que los identifique con la institución que brinda los servicios.				
20	La institución promociona actividades mediante canales de comunicación sobre los servicios que ofrece a los usuarios.	X	X		

Anexo 9. Solicitud de consentimiento a la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen para la aplicación del cuestionario a los trabajadores.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE
TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICA
PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Prof.
Fernando ~~Elias~~ Cedillo roque
Alcalde de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen
PRESENTE. –

ASUNTO: SOLICITO PERMISO PARA APLIACION DE ENCUESTA

Yo, **KELVIN STEVEN PERALTA SUAREZ** BACHILLER en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, identificado con DNI N° 72228436 y código de matrícula 200420171, tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarle cordialmente y a la vez solicitarle que me permita aplicar una encuesta a los trabajadores de la esta entidad cuyo propósito es recolectar información para mi proyecto de tesis titulado **Comunicación Interna Y Calidad De Servicio En La Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen, Tumbes 2023**, ya que me permitirá avanzar con mencionado proyecto.

En tal sentido, solicito a usted, sirva a aceptar dicho permiso, que será de gran ayuda para culminar con mi investigación. Esperando considere mi petición. Al ser considerada de suma importancia para fines académicos.

Tumbes, 21 de diciembre del 2023.

KELVIN STEVEN PERALTA SUAREZ

Anexo 10. Estructura orgánica de la Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen.

