

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS:

**Responsabilidad social del área de comunicación en la calidad de
atención en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023**

Para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTADO POR:

Bach. Paloma Milagros LOPEZ HUAMAN

ASESOR:

Mg. Richard Edgar GUARDIA YUPANQUI

AYACUCHO - PERÚ

2025

Dedicatoria

A mi querida madre con todo el agradecimiento y amor por todo el esfuerzo brindado en mi formación personal y profesional. Por su confianza, sustento, cariño y apoyo incondicional para alcanzar mis metas y objetivos, entre ellos, este logro que significa un peldaño más en mi crecimiento profesional.

Agradecimientos

A los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, por compartir sus conocimientos e invaluable experiencias a lo largo de sus vidas, las cuales han contribuido en mi formación profesional.

Asimismo, agradecer a mi asesor de tesis por su apoyo y paciencia para la culminación de este trabajo de investigación.

En especial, agradecer a toda mi familia, quienes, a pesar de las circunstancias, estuvieron brindándome su constante apoyo incondicional, contribuyendo en gran manera mi etapa universitaria y desarrollo profesional.

Índice

Resumen.....	8
Introducción	11
Capítulo I Planteamiento del problema.....	13
1.1. Identificación y fundamentación del problema	13
1.2. Formulación del problema	14
1.2.1. Problema general	14
1.2.2. Problemas específicos	14
1.3. Justificación de la investigación	15
1.4. Objetivos de la investigación.....	16
1.4.1. Objetivo general	16
1.4.2. Objetivos específicos:.....	16
1.5. Hipótesis.....	16
1.5.1. Hipótesis general	16
1.5.2. Hipótesis específicas	16
1.6. Variables, dimensiones e indicadores.....	17
1.6.1. Identificación de variables:.....	17
1.6.2. Operacionalización de variables.....	17
Capítulo II Marco teórico.....	19
2.1. Antecedentes de estudio.....	19
2.1.1. Internacional	19
2.1.2. Nacional	20
2.1.3. Local.....	22
2.2. Teorías y enfoques	23
2.2.1. Responsabilidad social empresarial.....	23
2.2.2. Dimensión interna de la responsabilidad social	25
2.2.3. Dimensión externa de la responsabilidad social.....	26
2.2.4. Teoría instrumental de la responsabilidad social.....	27

2.2.5. Teoría integradora de responsabilidad social	29
2.2.6. Teoría de la responsabilidad social en la prensa	31
2.2.7. Calidad de atención	33
2.2.8. Sistema de gestión de calidad.....	34
2.3. Sistema de conceptos	36
2.3.1. Responsabilidad social	36
2.3.2. Comunicación.....	36
2.3.3. Calidad de atención	36
2.3.4. Área de comunicación	36
Capítulo III Metodología de investigación	37
3.1. Tipo de investigación.....	37
3.2. Diseño de investigación.....	37
3.3. Población y muestra	38
3.3.1. Población.....	38
3.3.2. Muestra.....	39
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
3.4.1. Técnicas.....	39
3.4.2. Instrumentos	40
3.5. Método de análisis de datos	40
Capítulo IV Presentación y análisis de datos	41
4.1. Análisis descriptivo de datos del estudio.....	41
4.1.1. Variable “Responsabilidad social”	41
4.1.2. Variable “Calidad de atención”	44
4.2. Análisis e interpretación inferencial de datos	47
4.2.1. Pasos de la prueba de hipótesis	47
4.2.2. Contrastación de la hipótesis general y las específicas	49
Capítulo V Discusión de resultados.....	54
Conclusiones	59
Referencias bibliográficas.....	61

Anexos	65
---------------------	----

Índice de tablas

Tabla 1	18
Tabla 2. <i>Población</i>	38
Tabla 3	40
Tabla 4 <i>La información que brinda el área de comunicación, para la atención al público es oportuna.</i>	41
Tabla 5 <i>Los medios y estrategias que utiliza para informar a los usuarios sobre la atención a los usuarios es adecuada.</i>	41
Tabla 6 <i>El personal del área de comunicaciones de la municipalidad, es atenta y amable en la atención al público.</i>	42
Tabla 7 <i>Los trabajadores de la municipalidad brindan un servicio cortés y amable</i>	42
Tabla 8 <i>Las instalaciones de la Municipalidad Provincial de Churcampa cuentan con ambientes adecuados para la atención al público.</i>	43
Tabla 9 <i>La municipalidad cuenta con los equipos adecuados y modernos para la atención al público.</i>	43
Tabla 10 <i>Los servicios que presta la Municipalidad Provincial de Churcampa satisface sus necesidades.</i>	44
Tabla 11 <i>Los trabajadores de la municipalidad muestran comprensión por las necesidades del público.</i>	45
Tabla 12 <i>El personal de la municipalidad cumple sus servicios en el tiempo debido</i>	45
Tabla 13 <i>El tiempo que espera para ser atendido por el personal de la municipalidad es adecuado</i>	46
Tabla 14 <i>Considera haber recibido una atención adecuada y de calidad</i>	46
Tabla 15 <i>Se siente satisfecho con la atención recibida por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Churcampa</i>	47
Tabla 16 <i>Pruebas de normalidad</i>	48
Tabla 17 <i>Contrastación de la hipótesis general de la investigación</i>	49
Tabla 18 <i>Coeficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión calidad de atención a los usuarios y la variable responsabilidad social.</i>	50
Tabla 19 <i>Coeficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión sistemas de calidad y la variable responsabilidad social.</i>	53

Tabla 20 <i>Coefficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión solución de problemas y la variable responsabilidad social</i>	51
---	-----------

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “Responsabilidad social del área de comunicación en la calidad de atención en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023”, tuvo como objetivo central determinar la relación existente entre la responsabilidad social del área de comunicación con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa. El estudio es de tipo cuantitativo, por lo que se obtuvo la información a través de una encuesta aplicada a una muestra de 345 pobladores elegidos al azar, entre varones y mujeres mayores de 18 años.

Los resultados obtenidos indican que sí existe una relación positiva y moderada fuerte entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa en el año 2023 (correlación de Spearman (ρ) es de 0.668).

Se concluye que la población churcampina se siente insatisfecha con los servicios que presta la Municipalidad Provincial de Churcampa. En su mayoría tienen una percepción negativa en cuanto a la calidad y tiempo de atención, además de tener un concepto parcializado en cuanto a la amabilidad y cortesía de los trabajadores de la entidad.

Summary

The main objective of this research work entitled “The social responsibility of the communication area in the quality of care in the Provincial Municipality of Churcampa,2023” was to determine the relationship between the social responsibility of the communication area with the quality of care it provides. the Provincial Municipality of Churcampa. The study is quantitative, so the information was obtained through a survey applied to a sample of 345 residents chosen at random, including men and women over 18 years of age.

The results obtained indicate that there is a positive and moderate to strong relationship between the social responsibility of the communication area and the quality of care provided by the Provincial Municipality of Churcampa in the year 2023 (Spearman correlation (ρ) is 0.668).

It is concluded that the churcampina population feels dissatisfied with the services provided by the Provincial Municipality of Churcampa, the majority have a negative perception regarding the quality and time of care, in addition to having a biased concept regarding kindness and courtesy. of the entity's workers.

Introducción

La responsabilidad social no es meramente aplicable únicamente en instituciones o empresas privadas, sino también en instituciones estatales, puesto que permite gestionar, de modo ético y sostenible, las relaciones tanto internas como externas, lo que conlleva a una buena gestión con el público externo e interno.

La aplicación de la responsabilidad social en las instituciones estatales implica que los trabajadores públicos trabajen de manera articulada con las entidades de su entorno. Sin embargo, en muchos casos, las funciones que se desarrollan son de manera monopólica, lo que provoca un aislamiento. Como consecuencia, no se logran por completo los objetivos y se duplican esfuerzos y recursos innecesarios, generando insatisfacción en la población.

Es así que se entiende que la responsabilidad social es la capacidad de respuesta de la institución hacia su entorno interno y externo (*stakeholders*), mediante el proyecto y ejecución de políticas que buscan la satisfacción de las diversas necesidades de la población. Todo ello planteado desde una buena comunicación interna y externa. Cabe aclarar que la comunicación interna con los trabajadores repercute mucho en el desarrollo de sus funciones y el compromiso que tenga con la institución.

Uno de los beneficios que surgen con una buena comunicación externa de la responsabilidad social es el incremento de la confianza de los usuarios, en tanto que mejora la relación entre comuna edil - población. Se logra una mayor sostenibilidad económica, social y ambiental. Para ello, la publicidad en las entidades municipales constituye una herramienta valiosa e importante, puesto que permite difundir toda la información con respecto a las actividades que la entidad edil realice. Su objetivo es la acción social que busca el bienestar de la ciudadanía, por lo tanto, es primordial que esta se lleve a cabo con responsabilidad social, primando que toda acción se desarrolle de manera ética.

Con el pasar de los años, en el Perú se ha formado un modelo de responsabilidad social empresarial (Cornejo, 2014). Lo que promueve la identificación de los principales grupos de interés, de modo que las acciones que se desarrollen sean direccionadas a estos. Se procura el bienestar de estos y se brinda un servicio de calidad en el que se satisfagan las necesidades de los usuarios.

La presente investigación es de carácter descriptivo. Rojas (2015), como se citó en Infante y Llantoy (2022), describió la investigación correlacional como “el nivel de

profundidad para formular explicaciones no necesariamente de mediciones, sino, de observaciones” (p. 131). En este sentido, en la investigación se identifica, describe y analiza la relación existente entre las dos variables “responsabilidad social y calidad de atención” existiendo así un grado de correlación significativa.

Capítulo I

Planteamiento del problema

2.1 Identificación y fundamentación del problema

La calidad de atención en las instituciones públicas depende, en gran medida, de la imagen y la información que brinda la entidad hacia los usuarios. En la actualidad, la mayoría de las organizaciones públicas y privadas invierten muchos recursos para asegurar que la información que proponen a los usuarios sea directa y precisa. Se busca evitar ambigüedades sobre el servicio que brindan y alcanzar su público objetivo sin mayores problemas.

Con referencia a la información que ofrece una organización a la población, la responsabilidad social se establece mediante procedimientos y procesos técnicos y logísticos, que permiten y aseguran que los usuarios puedan tener una información sobre los procesos administrativos que se dan en una institución que se desarrolla a nivel de la entidad. Por esta razón, es primordial que en el área de comunicación se gestione adecuadamente la comunicación, con el fin de llevar a cabo esta función desde un punto de vista técnico y profesional.

Muchos de los problemas que se presentan dentro de la gestión institucional en las diferentes organizaciones se debe a problemas de manejo de la información y comunicación relacionada directamente con la responsabilidad social del área de comunicaciones. Esta tiene la responsabilidad de informar a los usuarios sobre los procesos administrativos de una institución. Se requiere de un profesional competitivo e idóneo con capacidad de gestión de la comunicación, es decir, que planifique, organice, ejecute, evalúe, controle y retroalimente la información tanto interna como externa. Es primordial acercar la institución con la comunidad, puesto que muchas veces no se tiene criterio para elegir al personal idóneo en la realización de esta función. Y, en otros casos, se debe a que las instituciones y organizaciones no dan la importancia correspondiente al valor de la información como medio primordial para asegurar y brindar la calidad de atención a todos sus usuarios.

La responsabilidad social en la comunicación es un elemento importante para asegurar la calidad de atención en una institución, puesto que precisa y sistematiza los procedimientos y el flujograma de la atención que la entidad brinda a los usuarios. Además, orienta e informa con responsabilidad social todo lo que acontece en la organización, asegurando, de esta manera, un nivel de compromiso para con la población.

El problema identificado radica en las limitaciones que se observan y perciben en la Municipalidad Provincial de Churcampa, en relación con el manejo adecuado de la información que se genera al interior de esta entidad. Situación que perjudica, de forma considerable, la calidad de atención, ya sea a nivel informativo, sobre las funciones que desarrolla o brinda la comuna edil a la población. En muchos casos, se observa la carencia de estrategias comunicativas en pro de la comunidad churcampina, puesto que se hace evidente la falta de asertividad y empatía hacia el usuario que acude a realizar algún trámite.

Al ser Churcampa una localidad donde gran parte de la población, en especial la adulta, se comunica en quechua, es fundamental que el trabajador municipal conozca tanto el idioma como la coyuntura social de la población. Es crucial que trabajadores, sobre todo aquellos que se encuentran en áreas directamente relacionadas en atención al público, manejen el idioma, puesto que esto influye en la forma de atención.

2.2 Formulación del problema

2.2.1 Problema general

¿Qué relación tiene la responsabilidad social del área de comunicación con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?

2.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social del área de comunicación con la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?
- ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?
- ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social del área de comunicación con la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?

2.3 Justificación de la investigación

El estudio considera que, a partir de las conclusiones derivadas del trabajo de investigación, los trabajadores encargados de la Oficina de Imagen Institucional tomarán en cuenta la importancia de la información hacia el usuario y la buena calidad de atención en los procesos administrativos.

A nivel social: la investigación se centraliza en que las conclusiones obtenidas contribuirán información valiosa sobre las variables de la investigación. Estas servirán para reorientar ciertos procesos que se desarrollan a nivel organizacional, con el fin de beneficiar a los usuarios de las instituciones. Además, remarcar que la relevancia social reside en que las conclusiones obtenidas deben servir de base para conocer el problema existente sobre la atención que ofrece la institución. De modo que se direcciona a la búsqueda de soluciones, se mejoren los procesos y el servicio a la comunidad.

A nivel práctico: servirá para que las oficinas de comunicación de las diversas instituciones puedan implementar estrategias asertivas para la mejora de la calidad de atención en los servicios que presta la entidad. Asimismo, mencionar que las conclusiones permitirán conocer los conflictos y problemáticas que muestra la institución con respecto al servicio que brinda. A partir de esta reflexión y de las decisiones tomadas por los funcionarios directamente involucrados, se podrán mejorar los procesos para ofrecer un servicio de calidad. Esto contribuirá a la satisfacción y ayudará a mejor concepto de los gobiernos locales en los usuarios y población en general.

A nivel teórico: esta investigación permitirá brindar conocimientos sobre la responsabilidad social del área de comunicación y denotar que la mencionada área es un eje transversal para el desarrollo de las organizaciones. A partir de la teoría se enfatizará el cumplimiento de las funciones del área dentro del marco ético de la responsabilidad social, lo cual servirá como soporte para futuras investigaciones respecto al tema de la responsabilidad social del área de comunicaciones.

2.4 Objetivos de la investigación

2.4.1 *Objetivo general*

Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social del área de comunicación con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

2.4.2 *Objetivos específicos:*

- Identificar la relación de la responsabilidad social del área de comunicación con la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023
- Analizar la relación entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.
- Establecer la relación entre la responsabilidad social del área de comunicación con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

2.5 Hipótesis

2.5.1 *Hipótesis general*

La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

2.5.2 *Hipótesis específicas*

- La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.
- La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

- La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa a los usuarios, 2023.

2.6 Variables, dimensiones e indicadores

2.6.1 Identificación de variables:

Variable independiente (X): Responsabilidad social

Para Rochlin (2005), las empresas están cada vez más comprometidas con la responsabilidad social empresarial, reconociendo que sus acciones y operaciones traen consigo un profundo impacto en la sociedad. De ahí que sea necesario realizar acciones que busquen asegurar que esta influencia sea positiva, contribuyendo a la construcción de una mejor sociedad y más sustentable, mediante el uso racional de los recursos disponibles.

Variable dependiente (Y): Calidad de atención

Kotler (1997) definió la calidad de atención como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (p. 656).

La calidad de atención se ha convertido en una preocupación del sector público y privado del país y resto del mundo, debido a que las personas que acuden a las instituciones, generalmente son aquellas que requieren la solución a algún problema o demanda que la entidad debe resolver. Siendo así que la calidad de atención constituye un indicador esencial para medir la satisfacción de los usuarios y, por ende, la calidad de vida de una población. En este sentido, el Estado, mediante sus diferentes instancias, gestiona que esta sea la más cómoda posible, con el fin de que la ciudadanía cuente con los recursos adecuados para su desarrollo. El Estado delega a entidades locales, quienes se encargan de realizar los procedimientos pertinentes para una rápida atención y, de esta manera, satisfacer plenamente las expectativas y necesidades de los usuarios.

2.6.2 Operacionalización de variables

Tabla 1

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN	- Responsabilidad social empresarial.	- Información brindada por el área de comunicación. - Medios y estrategias. - Acción social externa.
	- Dimensión interna y externa de la responsabilidad social.	- Seguridad y confort - Equipamiento adecuado. - Los usuarios
	- Teoría instrumental de la responsabilidad social.	- Trato cortés - Amabilidad
	- Teoría integradora de la responsabilidad social.	- Responsabilidades legales. - Responsabilidades éticas. - Responsabilidad con la comunidad.
CALIDAD DE ATENCIÓN	La calidad de atención	- Gestión de los recursos humanos (capacitación). - Comprensión de necesidades. - Servicios en el tiempo debido.
	Sistema de gestión de calidad.	- Respeto al usuario. - Expectativas del usuario. - Solución de problemas. - Satisfacción del usuario.

Capítulo II

Marco teórico

3.1 Antecedentes de estudio

3.1.1 Internacional

Rojas et al., (2020) en su artículo “Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas” trabajó con una metodología descriptiva, no experimental y de campo. Tomó una población de 50 pymes y un empleado de cada una las representó y, por su parte, el instrumento usado fue el cuestionario.

Los autores concluyeron que los elementos de la calidad de servicio brindan alternativas a las empresas, permitiéndoles visionar los procesos de atención al cliente, puesto que estas se respaldan en las necesidades y expectativas del cliente o usuario. La investigación permitió determinar que los aspectos de la exploración permiten verificar que en las pymes se activan los procesos solicitados, buscando lograr un proceso confiable y coherente a los requerimientos del cliente. Al tiempo que se ofrecen espacios adecuados, personal integrado, capacitado y conocedor de las actividades esenciales para el logro de los objetivos.

Por su parte, Pincay y Parra (2022) en su artículo “Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador” usó la metodología cualitativa, método inductivo para realizar la revisión documental-descriptiva. Para lo cual consultó 38 artículos y/o trabajos de grado, seleccionando una muestra de 13 estudios que cumplieran con los criterios establecidos.

Entre sus conclusiones se menciona que un gran número de las pymes no conocen el alcance de la gestión de calidad del servicio que brindan. De ahí que, en su autoanálisis, se evaluaron negativamente, debido a que, al no contar con estrategias de comunicación, no pueden determinar la calidad de atención brindada a sus usuarios. Además, Pincay y Parra (2022) enfatizaron en que la actitud de los colaboradores o empleados al momento de asistir al cliente tiene gran influencia en la percepción de la calidad de servicio, encontrando que la falta de habilidades comunicativas asertivas, la empatía y la poca iniciativa en la buena atención son factores que generan una percepción negativa de los productos o servicios que ofrecen las pymes.

Santa et al., (2021) en su artículo “Responsabilidad social pública para contribuir a la consolidación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible”, usó la metodología de análisis observacional y retrospectivo a partir de la selección minuciosa de 44 publicaciones en publicados entre 2001 y febrero de 2020.

Entre sus principales conclusiones, los autores identificaron que la responsabilidad social pública se encuentra vinculado con el desarrollo sostenible, una relación que se estableció desde atributos que fomentan una gestión pública responsable, tales como la transparencia en las acciones del gobierno e inversión responsable y sostenible, contribuyendo a un compromiso por mejorar la calidad de vida y perspectivas de la población.

Chacha et al., (2023). En su trabajo de investigación “La gestión pública y su influencia en la calidad de atención ciudadana en Milagro” empleó el enfoque cuantitativo, realizó la técnica del cuestionario conformado por 11 preguntas validadas por medio de la escala de Likert, una muestra seleccionada con conveniencia y aleatoria de 200 ciudadanos.

Entre sus principales conclusiones los autores mencionan que la gestión pública tiene una gran influencia en la calidad de atención ciudadana en Milagro, por lo que es necesario plantear acciones en pro de la mejora de la gestión pública, por medio del fortalecimiento e incorporación de sistemas de control para un mejor servicio a los usuarios. Tomando en consideración que las entidades públicas se deben a la población, por lo que es primordial que estas deben estar preparadas para solventar los requerimientos de la ciudadanía, y ser atendidos en el momento y tiempo pertinentes.

2.1.2. Nacional

Bendezu (2021) en su trabajo de investigación titulado “Responsabilidad social y calidad de servicio públicos en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Concepción – 2020”, publicado en el repositorio de la Universidad Nacional del Centro del Perú, empleó como metodología el enfoque cuantitativo, diseño correlacional. Utilizó la técnica de la encuesta para lo cual tomó 80 usuarios de la Gerencia de Ecología de la mencionada municipalidad.

La autora concluyó que existe una relación directa y débil entre la responsabilidad social y la calidad de servicio, puesto que, en los resultados obtenidos se determinó que la

atención en la MPC debe mejorar, de lo contrario podría generar conflictos futuros. Se requiere establecer y ejecutar políticas relacionadas a las variables del estudio. Lo anterior, debido a que la responsabilidad social abarca más allá de ser solo un instrumento de *marketing*, lo que conlleva a ser considerado más un compromiso real con la sociedad en donde interactúa la entidad. En este sentido, a la par de realizar sus actividades en pro de sus objetivos institucionales, también busca el bienestar de los usuarios.

Alcántara et al., (2022) en su artículo “Percepción de la responsabilidad social pública y la calidad de la gestión municipal en la provincia de Tarma” trabajó con enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental-transversal. Tomó una muestra de 127 ciudadanos, el instrumento usado fue el cuestionario, aplicado de manera individual para ambas variables.

Los autores concluyen que existe una relación significativa entre la responsabilidad social pública y la calidad de gestión, por lo que las acciones en pro del bienestar social deben estar planificadas y consignarse en el tiempo como parámetros a considerar en la gestión municipal. Mencionan además que los resultados obtenidos permitirán implementar políticas de responsabilidad social y calidad de servicio municipal en función a los requerimientos de la población.

Por su parte López y Ramos (2022), en su tesis para la obtención de título como licenciadas en administración, publicado en el repositorio de la Universidad César Vallejo, “Relación entre responsabilidad social y calidad de atención a los ciudadanos en la Municipalidad Distrital de Parcoy -2022”, tuvo una intencionalidad descriptiva correlacional en su investigación, diseño no experimental y, para la recolección de datos, utilizó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, teniendo como muestra de estudio a 378 pobladores.

Las autoras evidenciaron una correlación positiva entre la responsabilidad social municipal y la calidad de atención a los ciudadanos, concluyen que la atención brindada a los ciudadanos es buena y que se logra satisfacer las necesidades de los mismos, siendo un indicativo de un buen desarrollo de la responsabilidad social en la gestión de servicios que presta la Municipalidad de Parcoy.

Rodríguez y Vasquez (2024), en su trabajo de investigación “Responsabilidad social y la calidad de atención a los ciudadanos en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo,

2023”, para obtener el título de pregrado en licenciado en Administración, publicado en el repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali. Emplearon la investigación no experimental y diseño correlacional. La población considerada para la investigación estuvo conformada por los trabajadores y colaboradores de la entidad, con una muestra de 32 trabajadores. El tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia, aplicando la técnica de la encuesta para ambas variables, mientras el instrumento fue el cuestionario.

Entre sus conclusiones destacan que las variables de estudio se relacionan significativamente entre sí, la responsabilidad social influye significativamente en el desarrollo de los servicios que presta la municipalidad, los trabajadores encuestados lograron establecer que las variables responsabilidad social y calidad de atención a la ciudadanía se relacionan de manera regular, resultados que apoyan sus hipótesis.

2.1.3. Local

Otra investigación a tener en cuenta es Ramos (2021), “Gestión administrativa y calidad de servicio de los servidores públicos de la Municipalidad Distrital de Carmen Alto-Ayacucho”, quien la realizó para la obtención de grado de maestría en gestión pública, publicado en el repositorio de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. La metodología empleada fue la investigación no experimental – transversal y diseño correlacional. La población considerada para la investigación estuvo conformada por 65 trabajadores entre nombrados y contratados. El tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia, aplicando la técnica de la encuesta para ambas variables, mientras el instrumento fue el cuestionario auto administrado de tipo Likert para las variables e indicadores de la gestión administrativa y calidad de servicio.

El autor concluyó que existe relación directa y significativa entre las variables de estudio, por lo que es necesario implantar un plan de talleres en temas de comunicación asertiva, planificación y calidad de servicio, el cual repercutirá directamente en la atención que se brinda y por ende lograr las satisfacciones de necesidades y expectativas de los usuarios.

Desde otra perspectiva, Carrasco (2022) en “Gestión ambiental y la responsabilidad social de la Municipalidad Distrital de Llochegua VRAE, Ayacucho 2021” desarrolló su investigación con un enfoque cuantitativo, tipo aplicado, correlacional y diseño no experimental. La población de la investigación fue conformada por los trabajadores de la

entidad y la muestra del estudio fue de 80 personas, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario.

Entre las conclusiones a mencionar, el autor determinó que, la relación entre las variables es baja, positiva y directa, en la que al incremento de la gestión ambiental se incrementa la responsabilidad social, siendo que actualmente la situación ambiental está en deterioro, es necesario que el responsable de la gestión ambiental, involucre a los agentes sociales para promocionar el mejoramiento ambiental y cultural. Un compromiso que involucra educación ambiental y conciencia para la mejora de la calidad de vida. De ahí que, definitivamente, se requiere que sea manejada con la responsabilidad necesaria, teniendo en cuenta todos los ámbitos para no afectar el equilibrio social, económico y ambiental de la zona en la que desarrollan sus actividades, cuidando el ecosistema y velando el bienestar de la biodiversidad existente.

Yupanqui (2022) en su tesis “Gestión pública y calidad de atención en la Municipalidad Distrital de Chilcas – Ayacucho, 2022”, utilizó el tipo de investigación cuantitativa, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental. Su población estuvo constituida por 180 usuarios de la entidad y como muestra 102 personas en el que usó la técnica de encuesta y su instrumento estuvo compuesto por un cuestionario de alternativa múltiple.

El autor indicó que una gestión municipal debe responder y resolver los problemas, demandas y expectativas de los pobladores. Por lo que, es de vital importancia establecer una gestión eficaz, proyectada y transparente con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios que se presta en la municipalidad de modo que se pueda responder a las necesidades de la población, del mismo modo, implementar un programa de capacitaciones a los servidores públicos para realizar sus labores con mayor dinamismo.

3.2 Teorías y enfoques

3.2.1 Responsabilidad social empresarial

En las últimas décadas, la responsabilidad social empresarial ha tomado importancia por lo que Organización Internacional de Normalización introdujo la norma ISO 26000 para ayudar a las organizaciones a direccionar sus acciones hacia unas más responsables para con

su entorno. Robichaud (2024) mencionó que es necesario comprender los principios clave de esta norma para un comportamiento responsable con la sociedad.

- Las organizaciones deben ser responsables utilizando canales pertinentes para informar, evaluar y corregir los impactos de sus acciones en el nivel social, económico y medioambiental. Asimismo, comunicación transparente de las prácticas que realizan y su compromiso con la comunidad.
- Respeto y cumplimiento de las leyes y normas locales, nacionales e internacionales para asegurar sus acciones en el marco legal. Permitiendo así visibilizar su coherencia con sus esfuerzos de responsabilidad social.
- Respeto de las normas éticas tanto con sus trabajadores, prácticas laborales justas y seguras, como con sus usuarios y la comunidad en la que se interrelacionan.

Además, Robichaud (2024) refirió siete temas centrales, las cuales ofrecen áreas para su aplicación práctica dentro de los procedimientos y acciones de la organización.

1. **Gobernabilidad de las organizaciones:** la norma ISO 26000 motiva a las entidades a considerar la ética, responsabilidad y transparencia en la toma de decisiones y acciones de gobierno. Es así que esta norma ayuda a establecer mecanismos para su establecimiento de canales adecuados para la difusión de sus acciones y los impactos en la sociedad.
2. **Derechos humanos:** son libertades universales que poseen todos los seres humanos, sin importar su nacionalidad, idioma, sexo u otra condición. Y a través del ISO 26000 se orienta a que las organizaciones se involucren y respeten estos derechos por medio de la igualdad de oportunidades, al igual que se evita la discriminación y se permita la libre organización, entre otros.
3. **Prácticas laborales:** estas deben ser acordes con las políticas que tiene la organización, las cuales deben abordar buenas condiciones de trabajo, seguridad laboral, capacitación, desarrollo de habilidades, entre otros.
4. **Medio ambiente:** sin importar la ubicación de las organizaciones, se debe tener en cuenta que toda acción que realicen tiene repercusión en el medio ambiente. Es así que la norma ISO 26000 exhorta a estas a reducir el impacto medioambiental de

sus operaciones, garantizar el uso sostenible de los recursos, proteger la biodiversidad y mitigar el cambio climático.

5. Prácticas operativas justas: enfocada en las maneras en que las organizaciones interactúan con su entorno, trabajadores, proveedores, competencia, gobierno, clientes y/o usuarios. De este modo, mejorar su imagen ante la sociedad, disminuir riesgos y, en mayor relevancia, contribuir con su entorno.
6. Preocupación por el cliente: la norma ISO 26000 insta a las organizaciones a promover el desarrollo social y económico desde un enfoque responsable, consumo sostenible, *marketing* responsable, protección de privacidad, salud y seguridad de sus clientes. Además, que los servicios o productos se encuentren al alcance de los usuarios.
7. Desarrollo y participación de la comunidad: las organizaciones siempre tienen un impacto dentro de las comunidades en las que participan, por lo que es primordial que estas garanticen el bienestar de estas. A través del apoyo y promoción de la educación, salud, acceso a la tecnología, respeto a la cultura y costumbres de la comunidad.

3.2.2 Dimensión interna de la responsabilidad social

A lo largo de los años, las organizaciones internacionales han desarrollado diversos mecanismos que permiten observar las diversas variables e indicadores a tener en cuenta al llevar a cabo un análisis exhaustivo de la calidad de las relaciones existentes entre la empresa u organización, los recursos humanos y sus familias, sindicatos, pensionados y demás público interno.

Al involucrar el entorno externo e interno, se debe tomar en cuenta las necesidades y satisfacción de estas. De modo que se abarquen todos los aspectos (ambiental, social, económico, político) y demás áreas en las que se llevan a cabo las diversas relaciones humanas. Al respecto, Martínez y Soza (2008) señalaron que la dimensión interna contempla:

1. Gestión de recursos humanos: incluye las remuneraciones, calidad de vida, posibilidades de desarrollo, estabilidad, entretenimiento, capacitaciones, monitoreo, retribuciones y perspectivas para los trabajadores, de manera que se encuentre un equilibrio trabajo-familia.

2. Salud y seguridad relacionada con las condiciones de trabajo de la empresa y de su entorno de trabajo. De modo que los trabajadores desarrollen sus funciones con la seguridad de contar con las condiciones adecuadas en su centro laboral.
3. Gestión del impacto ambiental y recursos naturales abarca aspectos como la disminución y prevención de la contaminación, protección del medio ambiente, con el fin de salvaguardar la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales.
4. Gobernabilidad corporativa relacionada con los derechos y responsabilidades de los actores relacionados con las empresas, con el fin de brindar un servicio de calidad a partir del bienestar que tienen los trabajadores dentro de su trabajo.

3.2.3 Dimensión externa de la responsabilidad social

De acuerdo con Martínez y Soza (2008), la dimensión externa de la responsabilidad social abarca:

1. Comunidades locales, la cual sugiere la integración de las empresas que se encuentran dentro de un área geográfica con el fin de una participación activa por el desarrollo y bienestar de la comunidad.
2. Los proveedores quienes, como integrantes, están alineados con la empresa.
3. Los consumidores o usuarios abarcan aspectos como la salud y seguridad, solución de problemas y satisfacción del cliente
4. Desarrollo sostenible del medio ambiente, buscando el uso racional de los recursos naturales.
5. Conformar una alianza entre el Estado, la sociedad civil y la empresa cuyo fin es fortalecer el tejido social en el que se promueva y busque el desarrollo de la comunidad.

Al brindar buenas condiciones a los trabajadores, ellos se encontrarán más satisfechos y tendrán compromiso con sus labores en la empresa y fidelización con esta. Esto se verá reflejado en su trabajo y la relación entre sus compañeros y, asimismo, con los clientes o usuarios de los servicios que presta la institución.

3.2.4 Teoría instrumental de la responsabilidad social

La teoría de Friedman (1970) está fundamentada en la idea de que la responsabilidad social empresarial debe estar orientada a asegurar que las actividades realizadas generen ganancias para los socios de la empresa u organización obtengan ganancias. En su artículo “The social responsibility of business is to increase its profits”, en español “La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios”, señaló que, en primer lugar, debe existir diferencia entre sociedad mercantil, comprendida como sujeto artificial, el cual es incapaz de cumplir a cabalidad con responsabilidades. Y, por otro lado, el sujeto individual que conforma la mencionada sociedad, quien tiene la capacidad de realizar acciones con causas y efectos, decidiendo el grado de compromiso para generar bienestar al entorno que lo rodea. Son responsables socialmente los propietarios y/o ejecutivos de la empresa frente a sus grupos de interés, quienes son los directamente afectados o beneficiados de las acciones que realicen.

Asimismo, Friedman (1970) afirmó que “mientras la empresa es un agente generador de riqueza para los accionistas, los individuos deberían ser los encargados de generar actos socialmente responsables” (p.122), con la intención de obtener beneficios monetarios para quienes integran la empresa. Deben estar inmersos todos los involucrados y existir un compromiso de por medio, de manera individual e íntegra, para efectuar la responsabilidad social de modo eficaz y asertivo, en la que los grupos de interés internos y externos sean beneficiados, contradiciendo con esto a lo mencionado por Friedman.

A partir de una verdadera responsabilidad social, la reputación es un elemento que es atendido por el área de *marketing*, que, a través de diversas acciones, busca que los clientes o usuarios de una determinada empresa sea positiva en la mente de ellos. La empresa busca obtener credibilidad en su compromiso de no dañar ni perjudicar su entorno, creando propuestas de seguridad en la zona donde operará al brindar sus productos y servicios.

Esta teoría se enfoca en el estudio de las actividades sociales que permiten cumplir, de mejor forma, con los objetivos de creación de riqueza empresarial. Sumado a esto, ayuda a explicar la manera en que las empresas buscan desarrollar actividades de responsabilidad social empresarial y la obtención de mayores beneficios económicos para los accionistas, enfocando su objetivo en la adquisición de riquezas.

Autores como Friedman, Murray y Montanari, Litz y Porter y Kramer hicieron énfasis en sus trabajos en que los individuos deben estar directamente ligados con la responsabilidad social. Se establece que la única forma de generar bienestar es más allá de las fronteras de la empresa. Para Friedman (1970), la empresa no tiene ninguna obligación o responsabilidad social con la sociedad civil, lo único que le debe importar es tener mayor adquisición de riquezas y beneficios para sus socios. Dentro del marco legal, el abocarse a realizar acciones sociales implica una injusta y costosa carga, tanto para los socios como para la empresa. El autor hizo una disociación entre la empresa y los individuos y mencionó que la responsabilidad social de una empresa u organización es lograr obtener mayores utilidades para los socios, todo ello dentro de los marcos legales.

Para Murray y Montanari (1986), el marketing es fundamental en una empresa debido a que se conecta con actividades filántricas teniendo como único fin la buena reputación e imagen institucional. Los autores propusieron que las actividades de responsabilidad social empresarial deben ser fundadas solo para una adecuada reputación y que toda actividad social se justifique en mejorar la marca de la empresa y que estas acciones sean vistas por su entorno desde perspectivas positivas.

Al tener sentido de responsabilidad social, las empresas consiguen una buena imagen, reputación, respeto y lealtad. Los autores consideraron que existen modelos para la gestión de la responsabilidad social y que estas se dividen en dos aspectos: 1) la dimensión de contenidos observados en el momento de realizar las actividades de responsabilidad social; y 2) está orientada a las teorías y métodos para generar acciones responsables para con su entorno.

Murray y Montanari (1986) se enfocaron en las políticas sociales corporativas, las cuales definieron como MARM [Marketing Approach to Responsive Management], un modelo para las organizaciones y su público de interés. Este modelo genera un gran valor a largo plazo partiendo de actividades de responsabilidad social, cuyo único objetivo es captar y fidelizar a los usuarios y/o clientes y obtener apoyo social.

Para Litz (1996) destacó la existencia de capacidades dinámicas con las que se busca crear recursos nuevos para evolucionar y desarrollar novedosas y mejores estrategias. Debe existir un conocimiento con actividades responsables la cual genere conocimiento y desarrollo competitivo a través del compartir y aprender. Por lo cual deben de tener la

capacidad de adaptarse, solo así conseguirán beneficios económicos, además de desarrollo sostenible.

En contraste, Porter y Kramer (2002-2006) aseguraron que las acciones filantrópicas crean mayor valor para las empresas, especialmente en términos de activos intangibles como la reputación o la marca. Si las empresas quieren generar mayor valor deben tener una filantropía estratégica, la cual permitiría la creación de un valor empresarial y social en el que, tanto la empresa como la sociedad civil, producirían beneficios. Para los autores existen cuatro argumentos que justifican la responsabilidad social empresarial.

- La obligación moral, en la cual lo único importante es la contribución al desarrollo económico.
- Sustentabilidad, este principio implica un desarrollo bajo la premisa de tres esferas: social, económico y medioambiental.
- Autorización para operar, en este argumento radica que los negocios consideran a los grupos de interés. Al mismo tiempo, se considera la interacción con entidades reguladoras, la comunidad y los grupos activistas.
- Reputación, está enmarcada en el aumento de las ganancias de la empresa.

En conclusión, los autores comentaron que la responsabilidad social empresarial es parte de la estrategia. Afirman que una empresa que utilice adecuadamente sus recursos puede generar un mayor impacto y valor en el bienestar social, lo cual se basa en lo que el autor denomina filantropía estratégica.

3.2.5 Teoría integradora de la responsabilidad social

La teoría integradora hace referencia a un conjunto de aspectos u obligaciones de carácter ético, legal y filantrópico. Las empresas procuran tener presente estos aspectos al momento de su constitución, con la finalidad de obtener una licencia de operaciones que permita la aprobación de su composición. Debe ser ratificada por los organismos legales competentes o la colectividad involucrada que le permita cumplir satisfactoriamente con sus objetivos.

Esta teoría busca explicar el desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial con la intención de integrar diversas demandas sociales. Se destaca el

cumplimiento de las normas y leyes, las políticas públicas y la gestión equitativa de intereses particulares que tienen los grupos de interés.

En varias de sus investigaciones realizadas, Carroll (1979) puntualizó aspectos fundamentales del desempeño social empresarial. El autor mencionó que debería haber una visión unificadora sobre la receptividad social, al cual denomina modelo de desempeño social. Este tipo de modelo sienta sus bases en la existencia de distintas visiones sobre la responsabilidad social empresarial y la importancia de cada una de ellas. El autor propuso cuatro aspectos sobre el desempeño social que deben estar articulados e interconectados con la responsabilidad social y una definición que englobe la responsabilidad social empresarial, las cuales deben incluir estas categorías: legal, económica, ética y discrecional.

- Responsabilidades económicas: Los negocios deben estar primero y su fin es obtener utilidades. Es así que las empresas tienen la responsabilidad de producir bienes y servicios que la sociedad necesite.
- Responsabilidades legales: Este criterio se basa en las sociedades modernas con sus leyes y normas que las empresas deben cumplirlos para poder lograr sus objetivos económicos.
- Responsabilidades éticas: Criterio enmarcado en el comportamiento ético en el que se consideran aspectos como la justicia, equidad e imparcialidad.
- Responsabilidades discrecionales: Toda empresa debe realizar contribuciones sociales no por obligación o leyes, sino por un aspecto filantrópico en la cual la empresa no espere retribuciones económicas.

En su artículo, Jones (1980) planteó que todas las empresas deben tener una obligación con la sociedad y propuso que el compromiso social debe ser adoptado de forma voluntaria por las empresas, siendo necesario un marco regulatorio público que esté acorde con el proceso de prácticas de negocio que fortalezcan los mercados. El planteamiento del autor se enfoca en la existencia de políticas públicas que se rigen en un enfoque responsable. Es así que las organizaciones procuren minimizar las consecuencias políticas, sociales y ambientales de las medidas y acciones que toman las empresas al momento de desarrollar sus actividades.

Desde otra perspectiva, Vogel (1986) realizó una breve descripción sobre las cuestiones sociales en la responsabilidad social empresarial. Propuso que deben existir

reguladores gubernamentales para que las empresas realicen acciones en un marco legal sobre la responsabilidad social.

Por último, Wilcox (2005) comentó, a través de su estudio sobre “Responsabilidad Social Empresarial, la nueva exigencia global”, la importancia de la responsabilidad social empresarial dentro de las sociedades con una relación prevalente entre responsabilidad social, imagen corporativa y sus relaciones públicas.

Las empresas tienen un gran impacto en la economía, el medioambiente y la sociedad. Para el autor, responsabilidad social empresarial debe ser utilizada como una herramienta para el desarrollo de políticas y acciones corporativas y, a su vez, guarda relación con las percepciones sociales. Igualmente, destaca la importancia de una red de interrelaciones públicas en las empresas, debido a que este sería el vínculo con los grupos de interés, dividiendo la responsabilidad social empresarial en dos aspectos:

- Responsabilidad operacional: tiene relación con la seguridad productiva, el cuidado del medioambiente, el trato justo y equitativo a los empleados, la satisfacción del cliente y el seguro de los suministros.
- Responsabilidad con la comunidad: considera la solución de los problemas sociales existentes en el entorno como la disminución de las diferencias para un desarrollo sostenible, la filantropía colectiva y el respeto de los derechos humanos.

Wilcox remarcó la importancia de las relaciones públicas en las empresas y el establecimiento de políticas públicas con valores para lograr el desarrollo de la organización y de la sociedad.

3.2.6 Teoría de la responsabilidad social en la prensa

El Informe Hutchins inició como una preocupación por la amenaza de la libertad de expresión, siendo la prensa la que se encontraba en crisis. Este fue el punto de inicio para lograr la formulación de una propuesta de un sistema de prensa diferente. A partir de estas formulaciones, se dio el principio de la “Teoría de la Responsabilidad Social” la cual describe la relación entre la prensa y sociedad.

En los años 30 la prensa se definía a sí misma como libre de actuar en el terreno de la información y también se consideraba como una empresa. Es así como surge una lucha

constante entre la prensa y el poder público. La primera quería moverse dentro del mundo de la información sin ningún obstáculo bajo la premisa de la libertad de expresión, la segunda quería enmarcar a la prensa bajo ciertas reglas. Al tener a la opinión pública sobre ellos, buscan la manera de establecer códigos éticos dentro de las escuelas de periodismo. Sin embargo, algunos, que significaban la minoría, intentaron aplicar las medidas, pero la reacción fue lenta y su producción se produjo de manera tardía.

Con todo lo que acontecía en esos momentos, los integrantes de la comisión Hutchins, al presentar su informe lejos de hacer una defensa a la libertad de prensa que ese entonces se encontraba amenazada, centraron su estudio en el rol de los organismos de medios de comunicación en la información y educación del público. Se creó un estudio dirigido hacia los directores y dueños sobre sus responsabilidades en la formación de la opinión pública.

En dicho informe presentaron principios con los que, de cierto modo, regularían el accionar de la prensa. Se hizo un análisis de los medios de comunicación existentes, teniendo una teoría con una premisa básica: la libertad acarrea responsabilidades y obligaciones afines. Por ello, el profesional de comunicación debe tener muy en cuenta que toda acción repercute directamente en el público, puesto que tiene una gran obligación frente a la sociedad. Especialmente hoy en día, debido a que se maneja una comunicación digital, donde el público puede acceder a un sinnúmero de información de las cuales no todas son correctas.

El informe Hutchins mencionó que el gobierno debe regular a las empresas de prensa, sin quitar su libertad. El público, al tener libertad de escoger qué información recibir, no se vulnera ni se halla en peligro, por lo tanto, su libertad no se encuentra en peligro. En el caso de la prensa, su libertad constantemente se verá en peligro. Es así que la comisión plantea que al resguardar la libertad de prensa se protege la libertad tanto de prensa como la del público. Por ello, el gobierno también debe tener límites al momento de intervenir de modo que no se vulnere la libertad de expresión, información y prensa y, asimismo, se evite que este pretenda manipular la opinión pública para mantener su base política.

Entre los principios que plantea la comisión, se comenta que la prensa debe asumir sus responsabilidades y actuar con base a estas. En este sentido, el público no es solo un consumidor de prensa y se le debe ofrecer información relevante. La prensa debe brindar un servicio de calidad en cuanto a todo lo que informa al público.

A partir del diagnóstico del rol de la prensa, la comisión estableció los criterios para mejorar su desempeño de la prensa en la sociedad. En sus estudios, revisaron el liberalismo en los medios de comunicación que había ocasionado desequilibrios en varios aspectos sociales. Al abordar las causas de esos desequilibrios, el informe final propone medidas correctivas que proporcionen la base de la formulación de teoría de la responsabilidad social.

3.2.7 *Calidad de atención*

El concepto de calidad de atención, en términos de Aguirre (2010), se enfoca en el buen servicio que se presta a los clientes o usuarios, lo cual satisface cada una de necesidades y expectativas que estos pudieran tener, generando en ellos confianza, credibilidad y distinción a la organización. A partir de la calidad de atención que se brinda a los usuarios o clientes, se determina la satisfacción de estos, teniendo como resultado más activos económicos para la empresa u organización.

Aspectos como el clima institucional, gestión de los recursos humanos, la administración y gerencia a nivel institucional son puntos clave que establecen, en gran medida, que los servicios o productos que se ofrecen tengan una valoración positiva sobre un servicio de calidad. Por lo que se requiere direccionar las acciones hacia el desarrollo de las capacidades del personal encargado de prestar los servicios al público externo.

Otro aspecto importante a considerar para conceptualizar la calidad de atención es aquello que Silva-Treviño et al. (2014), mencionan que la calidad del servicio que se presta ayuda a elevar o disminuir el índice de eficiencia y eficacia al momento de impartir el producto o servicio, puesto que permite conseguir la preferencia o rechazo de los clientes. Siendo así, la calidad en el servicio una especie de brecha existente entre las expectativas del cliente y sus percepciones posterior a recibir el servicio.

Por ello es primordial la potencialidad del trabajo en equipo como una buena forma de lograr que la atención que brindan las organizaciones sean de calidad. Se debe entender que la individualidad incurre en la imposibilidad de asegurar los objetivos planteados, considerando que cada uno de los requerimientos y demandas que tiene el cliente debe ser atendida a través de la correlación del ejercicio laboral y la profesionalidad del conjunto de trabajadores que laboran en la entidad. Por ende, es de vital importancia fortalecer en las organizaciones públicas y privadas la unidad laboral, permitiendo de, este modo,

direccionarse en conseguir el objetivo, metas, talentos y aptitudes que poseen los trabajadores.

Un indicador que los usuarios tienen para calificar la calidad de atención es por medio del trato que reciben, si este es con cordialidad, amabilidad, comprensión, rapidez, entre otros aspectos. Es crucial comprender este factor, debido a que las personas que recurren a los servicios de la organización es para atender una necesidad. Buscan que los trabajadores los atiendan con buena voluntad y con la premura del caso. Cuando esto no sucede, el cliente percibe inmediatamente la atención como deficiente, lo que repercute negativamente en la organización, en tanto que los usuarios tienden a generalizar y surgen controversias sobre el trato recibido.

Por consiguiente, un trato amable y acorde con las necesidades del usuario es de vital importancia para la percepción en el inconsciente de este. Es por ello que en las organizaciones es indispensable la implementación de estrategias que favorezcan en el desarrollo de habilidades de los trabajadores del sector. Esto es indispensable para ofrecer un trato cortés a todos los usuarios con los cuales interactúan en su centro de trabajo.

Orellana (2012) hizo referencia a que la calidad de atención depende también de la premura con la cual se atiende a cada usuario, por lo que, además de la buena atención por parte del personal, es necesario también contar con los recursos tecnológicos adecuados para brindar una atención de calidad. Puesto que, ya sea para ser atendidos o para la entrega de documentos, o el servicio solicitado, los usuarios deben esperar y, en muchos casos, el tiempo no es considerable. De ahí que la percepción que tienen frente a la calidad de atención es desfavorable.

Siendo este un tema de preocupación en varios sectores del país, es necesario establecer las estrategias asertivas para el logro de una buena percepción en cuanto a los servicios y productos que brinde una organización, ya sea pública o privada, dado que, en ambos casos, involucra beneficios para la entidad.

3.2.8 Sistema de gestión de calidad

Referirse a un sistema de gestión de calidad es direccionar un conjunto de criterios enfocados en la mejora constante de los procedimientos que realiza las organizaciones. De tal manera que se garantice calidad del servicio o producto que ofrezcan estas entidades. Dichas

directrices deben estar encaminados en la aplicación desde la dirección general hacia las otras áreas funcionales dentro de la organización, siendo un proceso continuo y constante de actualización para la mejora de los servicios y productos.

Entre las herramientas que se considera para la mejora de la gestión de calidad, se encuentran las normas ISO, las cuales tienen como finalidad dar orientación y unificación de criterios para mejorar la productividad en los servicios que presta una organización. En lo referente a la calidad de atención, la norma ISO 9001 se enfoca en entidades que prestan servicios para la conveniente gestión de la calidad en pro de la satisfacción del cliente.

El sistema de gestión de calidad, orientado en la norma ISO 9001, conlleva a la elaboración de un mapa de procesos, elaborado a partir de las necesidades de la organización, tales como la planificación de los servicios prestados, diseño y desarrollo de estos, personal contratado, retroalimentación, constante actualización y capacitación, el cliente con sus características y necesidades. A partir de los puntos débiles es fundamental implementar estrategias adecuadas que se direccionen a una mejor gestión de la calidad de servicio de las organizaciones públicas o privadas.

Es necesario considerar aspectos fundamentales como la orientación al cliente, en tanto que todas las acciones se direccionan en considerar las necesidades de los clientes y la satisfacción de estas. Igualmente, tener en cuenta el servicio por procesos, las operaciones realizadas por la organización son un conjunto de procesos que se interrelacionan y conllevan a una relación eficiente entre dichos procesos, los cuales parten desde la fabricación, producción y prestar el servicio. Para lo cual es necesario los recursos humanos, instalaciones, gestión de estrategias, entre otros.

Debe existir una mejora continua y una revisión constante de las actividades que se realizan para detectar puntos débiles. Por medio de la planificación de estrategias se debe hacer un reajuste de los procesos y ponerlas en ejecución. Igualmente, se hace fundamental considerar los riesgos desde un punto preventivo y valorar cada riesgo, amenaza, fortaleza y oportunidad que tenga la organización. Es esencial considerar los factores internos y externos, como objetivo de anticiparse a los diversos escenarios de modo que la entidad no sea afectada y pueda seguir desarrollándose.

3.3 Sistema de conceptos

3.3.1 *Responsabilidad social*

La responsabilidad social es comprendida como un comportamiento ético que debe realizarse en cada acción que realicen los miembros que conforman la organización, lo cual implica un compromiso moral con el entorno en el que se encuentra dicha organización.

3.3.2 *Comunicación*

La comunicación es el intercambio de información entre dos o más personas, siendo este de vital importancia para el intercambio de ideas, pensamientos, opiniones y datos, dado que permite la organización en sociedad y la estructura de esta.

3.3.3 *Calidad de atención*

La calidad de atención se enfoca en el buen servicio que se presta a los usuarios, lo cual conlleva a la satisfacción de necesidades y expectativas que tiene el público usuario, generando en ellos confianza, lealtad y credibilidad en la organización.

3.3.4 *Área de comunicación*

El área de comunicación de una empresa u organización se encarga de elaborar mensajes, estrategias, entre otros, de manera minuciosa y adecuada con el objetivo de llegar a su público interno y externo haciendo uso de canales idóneos para alcanzar a dichos públicos.

Capítulo III

Metodología de investigación

4.1 Tipo de investigación

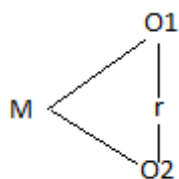
Según Bunge y Ardila (2002), como se citó en Infante y Llantoy (2022), un “enfoque es el punto de vista, el modo de ver los sucesos o ideas y conocer e investigar los problemas relativos a ella” (p. 146). El enfoque metodológico define el camino a seguir para el desarrollo del estudio y los objetivos del mismo, considerando que en la presente investigación se requiere identificar el grado de relación entre la calidad de atención y la responsabilidad social del área de comunicación de la Municipalidad Provincial de Churcampa, será útil la metodología cuantitativa para el logro de los objetivos del estudio.

Por esta razón, la investigación es de corte cuantitativo, en la medida de que el tratamiento de la información demanda el uso de técnicas y herramientas estadísticas con el propósito de identificar las relaciones entre las variables.

4.2 Diseño de investigación

La presente tesis es de nivel correlacional puesto que existe relación entre las dos variables “Responsabilidad social y calidad de atención” existiendo así un grado de correlación significativa, para Hernández, Fernández y Baptista (2010), como se citó en Infante y Llantoy (2022), se describe que la investigación correlacional “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p. 131).

El diseño correlacional permitirá denotar el grado de relación entre las variables del presente estudio, responsabilidad social y calidad de atención, de modo que se identifique la importancia de realizar acciones de RS para la mejora en la calidad de atención, solución de problemas, satisfacción de necesidades, entre otros que tienen los usuarios de la municipalidad.



Donde:

M es la muestra

O1 es la medición a la variable responsabilidad social en la comunicación.

O2 es la medición a la variable calidad de atención.

4.3 Población y muestra

4.3.1 Población

La población y la muestra son elementos clave en el diseño de la investigación. Según Hernández, Fernandez y Baptista (2014), la población es un “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). Arias (2012) define la “población como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones” (p. 83). Siendo así, que la población permitirá obtener conclusiones de relevancia para la investigación.

Por ello, la población a considerar en el presente estudio es la adulta (18 años a más) siendo un total de 3305 habitantes, entre varones y mujeres, puesto que es este sector de la población quienes ejercen su derecho de elección y control de sus autoridades.

Tabla 2

Población

Población de 18 a más del distrito de Churcampa					
Rango de edades	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 64 años	65 a más	Sub Total
Población Urbana	638	675	610	224	2147
Población Rural	206	233	382	337	1158
TOTAL					3305

Nota. Elaboración propia, adaptado de Censo realizado el año 2017 por el Instituto Nacional de Estadística [INEI]

4.3.2 Muestra

La muestra, al ser un subgrupo de la población de interés, debe definirse y delimitarse con precisión. Es así que para el presente estudio se tomara el muestreo probabilístico, la cual comprende a 345 pobladores con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error de 5.0 %, garantizando de esta manera la representatividad del estudio.

Muestreo probabilístico

$$n = N * Z^2 * (p) * (1-p) / c^2 * (N-1) + Z^2 * (p) * (1-p)$$

Donde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población.

Z: parámetro estadístico (1.96).

p: probabilidad de ocurrencia (0.5).

c: margen de error (5 %).

Por lo tanto:

$$n = 3305 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5) / (0.05)^2 * (3305-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)$$

$$n = 344.24$$

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

La técnica a utilizar en el presente trabajo de investigación es la encuesta. Corbetta (2007), como se citó en Infante y Llantoy (2022), menciona que “la encuesta por muestreo se basa en el recojo de información a partir de la formulación de preguntas a un grupo definido de individuos” (p. 198). Para Infante (2022), “la encuesta es un procedimiento técnico que se aplica con la mayor rigurosidad” (p. 198). Se considera que no hay encuestas grandes o pequeñas, puesto que este se determina de acuerdo con la muestra de investigación. Es así que requiere de procedimientos cuidadosos y esta técnica debe ser autorizada mediante pruebas de validación que deben seguir una serie de pasos.

Para la presente investigación se hace uso de esta técnica para la recopilación de los datos necesarios a partir de la opinión que tienen los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa respecto a la atención que les brindan en las diferentes oficinas de la institución.

4.4.2 Instrumentos

El instrumento a utilizar será el cuestionario de encuesta, Chasteauneuf (2009), como se citó en Hernández et al., (2014), mencionó que este instrumento consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.

Por otro lado, Sierra (2008) consideró el cuestionario como un conjunto de preguntas, las cuales son realizadas cuidadosamente, todo ello enfocándose en las variables que implican el trabajo de investigación. Este instrumento ayudará a recabar la información que se requiere para comprobar las hipótesis planteadas en esta investigación, información que se recopilará desde la opinión de los usuarios de la entidad. Para lo cual, se realizará la aplicación del cuestionario a los usuarios que ingresan y salen de la municipalidad, sin discriminar su género, sin embargo, se tomará en consideración a los usuarios mayores de 18 años.

Tabla 3

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario de encuesta

4.5 Método de análisis de datos

Para la recolección de datos en el distrito capital Churcampa por medio de la encuesta aplicada a la población, se utilizarán técnicas y herramientas estadísticas, así como estadígrafos que nos permitirán establecer conclusiones sobre la muestra de la presente investigación. Además, esto permitirá medir la efectividad del plan de intervención y se utilizará un software estadístico SPSS, el cual permitirá el análisis e interpretación de datos recabados.

Capítulo IV

Presentación y análisis de datos

5.1 Análisis descriptivo de datos del estudio

5.1.1 Variable “Responsabilidad social”

Tabla 4

La información que brinda el área de comunicación, para la atención al público es oportuna.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de desacuerdo	24	7,0	7,0	7,0
	Desacuerdo	190	55,1	55,1	62,0
	Acuerdo	108	31,3	31,3	93,3
	Totalmente de acuerdo	23	6,7	6,7	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

La Tabla 4 revela que la mayoría de los encuestados (62,1 %) consideraron que la información del área de comunicación no es oportuna, con un 55,1 % en desacuerdo y un 7,0 % totalmente en desacuerdo. Solo el 38 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica problemas significativos en la puntualidad de la comunicación.

Tabla 5

Los medios y estrategias que utiliza para informar a los usuarios sobre la atención a los usuarios es adecuada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	47	13,6	13,6	13,6
	Desacuerdo	181	52,5	52,5	66,1
	Acuerdo	112	32,5	32,5	98,6
	Totalmente de acuerdo	5	1,4	1,4	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

La Tabla 5 muestra que la mayoría de los encuestados (66,1 %) considera que los medios y estrategias utilizados para informar a los usuarios sobre la atención no son adecuados, con un 52,5 % en desacuerdo y un 13,6 % totalmente en desacuerdo. Solo el 33,9 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que refleja una percepción negativa sobre la eficacia de los medios y estrategias de comunicación.

Tabla 6

El personal del área de comunicaciones de la municipalidad, es atenta y amable en la atención al público.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	,6	,6	,6
	Desacuerdo	206	59,7	59,7	60,3
	Acuerdo	108	31,3	31,3	91,6
	Totalmente de acuerdo	29	8,4	8,4	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

La Tabla 6 refleja que la mayoría de los encuestados (60,3 %) considera que el personal del área de comunicaciones de la municipalidad no es atento ni amable en la atención al público, con un 59,7 % en desacuerdo y un 0,6 % totalmente en desacuerdo. Solo el 39,7 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica una percepción negativa sobre la amabilidad y atención del personal.

Tabla 7

Los trabajadores de la municipalidad brindan un servicio cortés y amable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	2,6	2,6	2,6
	Desacuerdo	171	49,6	49,6	52,2
	Acuerdo	149	43,2	43,2	95,4
	Totalmente de acuerdo	16	4,6	4,6	100,0

Total	345	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

La Tabla 7 muestra que la mayoría de los encuestados (52,2 %) considera que los trabajadores de la municipalidad no brindan un servicio cortés y amable, con un 49,6 % en desacuerdo y un 2,6 % totalmente en desacuerdo. Solo el 47,8 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que refleja una percepción dividida pero mayoritariamente negativa sobre la cortesía y amabilidad del servicio.

Tabla 8

Las instalaciones de la Municipalidad Provincial de Churcampa cuentan con ambientes adecuados para la atención al público.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Totalmente en desacuerdo	7	2,0	2,0
	Desacuerdo	155	44,9	47,0
Válido	Acuerdo	165	47,8	94,8
	Totalmente de acuerdo	18	5,2	100,0
	Total	345	100,0	100,0

La Tabla 8 revela que la mayoría de los encuestados (53,0 %) estimaron que las instalaciones de la Municipalidad Provincial de Churcampa cuentan con ambientes adecuados para la atención al público, el 47,8 % está de acuerdo y el 5,2 % totalmente de acuerdo. Sin embargo, con un 44,9 % en desacuerdo y un 2,0 % totalmente en desacuerdo, lo cual indica una percepción mixta, pero ligeramente positiva sobre la adecuación de las instalaciones.

Tabla 9

La municipalidad cuenta con los equipos adecuados y modernos para la atención al público

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

	Totalmente en desacuerdo	18	5,2	5,2	5,2
	Desacuerdo	150	43,5	43,5	48,7
Válido	Acuerdo	165	47,8	47,8	96,5
	Totalmente de acuerdo	12	3,5	3,5	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

En la Tabla 9 se observa que la mayoría de los encuestados (51,3 %) consideraron que la municipalidad cuenta con equipos adecuados y modernos para la atención al público, con un 47,8 % en acuerdo y un 3,5 % totalmente en acuerdo. Sin embargo, el 48,7 % está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, mostrando una percepción dividida pero ligeramente positiva sobre la adecuación y modernidad de los equipos.

5.1.2 Variable “Calidad de atención”

Tabla 10

Los servicios que presta la Municipalidad Provincial de Churcampa satisface sus necesidades.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Totalmente en desacuerdo	2	,6	,6	,6
	Desacuerdo	168	48,7	48,7	49,3
Válido	Acuerdo	165	47,8	47,8	97,1
	Totalmente de acuerdo	10	2,9	2,9	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

En la Tabla 10 se observa que la mayoría de los encuestados (50,7%) afirmaron que los servicios que presta la Municipalidad Provincial de Churcampa satisfacen sus necesidades, con un 47,8 % en acuerdo y un 2,9 % totalmente de acuerdo. Solo el 49,3 % está

en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que indica una percepción dividida pero ligeramente positiva sobre la satisfacción de las necesidades con los servicios prestados.

Tabla 11

Los trabajadores de la municipalidad muestran comprensión por las necesidades del público.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,3	,3	,3
Desacuerdo	194	56,2	56,2	56,5
Válido Acuerdo	133	38,6	38,6	95,1
Totalmente de acuerdo	17	4,9	4,9	100,0
Total	345	100,0	100,0	

La Tabla 11 permite observar que la mayoría de los encuestados (56,5 %) afirmó que los trabajadores de la municipalidad no muestran comprensión por las necesidades del público, con un 56,2 % en desacuerdo y un 0,3 % totalmente en desacuerdo. Solo el 43,5 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, reflejando una percepción mayoritariamente negativa sobre la comprensión de las necesidades del público por parte de los trabajadores.

Tabla 12

El personal de la municipalidad cumple sus servicios en el tiempo debido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	34	9,9	9,9	9,9
Desacuerdo	207	60,0	60,0	69,9
Válido Acuerdo	92	26,7	26,7	96,5
Totalmente de acuerdo	12	3,5	3,5	100,0
Total	345	100,0	100,0	

La Tabla 12 muestra que la mayoría de los encuestados (69,9 %) consideró que el personal de la municipalidad no cumple sus servicios en el tiempo, un 60,0 % en desacuerdo y un 9,9 % totalmente en desacuerdo. Solo el 30,2 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, indicando una percepción mayoritariamente negativa sobre la puntualidad del cumplimiento de los servicios por parte del personal.

Tabla 13

El tiempo que espera para ser atendido por el personal de la municipalidad es adecuado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	22	6,4	6,4
	Desacuerdo	224	64,9	71,3
	Acuerdo	87	25,2	96,5
	Totalmente de acuerdo	12	3,5	100,0
Total	345	100,0	100,0	

En la Tabla 13 se percibe que la mayoría de los encuestados (71,3 %) considera que el tiempo de espera para ser atendido por el personal de la municipalidad no es adecuado, con un 64,9% en desacuerdo y un 6,4% totalmente en desacuerdo. Solo el 28,7% está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica una percepción mayoritariamente negativa sobre la adecuación del tiempo de espera.

Tabla 14

Considera haber recibido una atención adecuada y de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	5,8	5,8
	Desacuerdo	195	56,5	62,3
	Acuerdo	118	34,2	96,5
	Totalmente de acuerdo	12	3,5	100,0

Total	345	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

La Tabla 14 manifestó que la mayoría de los encuestados (62,3 %) considera que no ha recibido una atención adecuada y de calidad, con un 56,5 % en desacuerdo y un 5,8 % totalmente en desacuerdo. Solo el 37,7 % estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica una percepción mayoritariamente negativa sobre la calidad de la atención recibida.

Tabla 15

Se siente satisfecho con la atención recibida por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Churcampa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	18	5,2	5,2	5,2
Desacuerdo	200	58,0	58,0	63,2
Válido Acuerdo	110	31,9	31,9	95,1
Totalmente de acuerdo	17	4,9	4,9	100,0
Total	345	100,0	100,0	

En la Tabla 15 se observa que la mayoría de los encuestados (63,2 %) no se siente satisfecho con la atención recibida por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Churcampa, con un 58,0 % en desacuerdo y un 5,2 % totalmente en desacuerdo. Solo el 36,8 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que refleja una percepción mayoritariamente negativa sobre la satisfacción con la atención recibida.

5.2 Análisis e interpretación inferencial de datos

5.2.1 Pasos de la prueba de hipótesis

El procedimiento utilizado para realizar las pruebas de hipótesis fue el siguiente:

Paso 1. Efectuar la prueba de normalidad

Antes de realizar las pruebas de hipótesis, se procede a efectuar un análisis de normalidad de los datos para determinar la distribución subyacente presente en este trabajo.

Tabla 16*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	ig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Social	,199	345	,000	,874	345	,000
Calidad de Atención	,308	345	,000	,819	345	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Dado que la muestra supera los 50 elementos, se decidió aplicar la prueba de Kolmogorov-Smirnov para evaluar la normalidad de los datos en ambas variables. Los resultados mostraron un valor de significancia de 0,000 para ambas variables, lo que indica que los datos no siguen una distribución normal. Por lo tanto, para realizar la prueba de hipótesis, se utilizó el coeficiente de Spearman.

Paso 2: Elección de la prueba estadística

En este estudio de diseño correlacional, se eligió la prueba de Spearman debido a la falta de normalidad en la distribución de los datos. El coeficiente de Spearman es una medida no paramétrica de correlación, utilizada específicamente cuando los datos no siguen una distribución normal. Esta medida evalúa la relación estadística entre dos conjuntos de datos asignando rangos a los valores observados y luego calculando la correlación entre estos rangos. Es particularmente útil para examinar la fuerza y la dirección de una posible relación monótona entre las variables, independientemente de si la relación es lineal o no. Esta herramienta estadística proporciona una perspectiva más generalizada y robusta que la correlación de Pearson, dado que no depende de la distribución específica de los datos.

Paso 3: Interpretar con el coeficiente de correlación Spearman (rho)

La manera de interpretar el coeficiente de correlación de Spearman (rho) implica que valores cercanos a 1 indican una correlación positiva y fuerte, mientras que aquellos cercanos a -1 indican una correlación negativa y fuerte. Por otro lado, valores que se aproximan a cero sugieren una falta de correlación lineal, aunque aún puede existir otro tipo de relación entre las variables, pero no en forma lineal. A continuación, se analizan los resultados:

5.2.2 Contrastación de la hipótesis general y las específicas

Hipótesis general

H₀: no existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

H₁: sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (5%)

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta H₀; Si $p < \alpha$, se rechaza H₀.

Tabla 17

Contrastación de la hipótesis general de la investigación

			Responsabilidad social	Calidad de atención Total
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1,000	,668**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	345	345
	Calidad de atención	Coefficiente de correlación	,668**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	345	345

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

La Tabla 17 muestra los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. El coeficiente de correlación de Spearman (rho) es de 0.668, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte entre estas dos variables.

El valor de significancia (Sig. bilateral) es 0.000, que es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$. Según la regla de decisión, si el valor p es menor que α , se rechaza la hipótesis nula (H_0). En este caso, como el valor p es 0.000, se rechaza H_0 .

Por lo tanto, se concluye que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: no existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

H₁: sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (5%)

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta H_0 ; Si $p < \alpha$, se rechaza H_0 .

Tabla 18

Coefficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión calidad de atención a los usuarios y la variable responsabilidad social

		Responsabilidad social	Calidad de atención a los usuarios
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,694**
	Calidad de atención a los usuarios	N	.
		Coefficiente de correlación	,000
		N	345
			345

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

La Tabla 18 muestra los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la responsabilidad social del área de comunicación y la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. El coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es de 0.694, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte entre estas dos variables.

El valor de significancia (Sig. bilateral) es 0.000, que es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$. Según la regla de decisión, si el valor p es menor que α , se rechaza la hipótesis nula (H_0). En este caso, como el valor p es 0.000, se rechaza H_0 .

Por lo tanto, se concluye que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H_0 : no existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

H_1 : sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (5%)

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta H_0 ; Si $p < \alpha$, se rechaza H_0 .

Tabla 19

Coeficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión solución de problemas y la variable responsabilidad social

	Responsabilidad social	Solución de problemas
--	------------------------	-----------------------

Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1,000	,616**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Solución de problemas	N	345	345
		Coefficiente de correlación	,616**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	345	345

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

En la Tabla 19 se exponen los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. El coeficiente de correlación de Spearman (rho) es de 0.616, lo que indica una correlación positiva y moderada entre estas dos variables.

El valor de significancia (Sig. bilateral) es 0.000, que es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$. Según la regla de decisión, si el valor p es menor que α , se rechaza la hipótesis nula (H_0). En este caso, como el valor p es 0.000, se rechaza H_0 .

Por lo tanto, se concluye que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: no existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

H₁: sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$ (5%)

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta H_0 ; Si $p < \alpha$, se rechaza H_0 .

Tabla 20

Coefficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión sistemas de calidad y la variable Responsabilidad social

		Responsabilidad social	Sistemas de calidad
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,609**
		N	,000
	Sistemas de calidad	Coefficiente de correlación	345
		Sig. (bilateral)	,609**
		N	,000
		345	345

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

La Tabla 20 demuestra los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la responsabilidad social del área de comunicación y la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. El coeficiente de correlación de Spearman (rho) es de 0.609, lo que indica una correlación positiva y moderada entre estas dos variables.

El valor de significancia (Sig. bilateral) es 0.000, que es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$. Según la regla de decisión, si el valor p es menor que α , se rechaza la hipótesis nula (H_0). En este caso, como el valor p es 0.000, se rechaza H_0 .

Por lo tanto, se concluye que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Capítulo V

Discusión de resultados

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre la responsabilidad social del área de comunicación con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, para lo cual, a través de aplicación de la encuesta se obtuvo los siguientes resultados:

El 62,3 % de los ciudadanos consideró que no ha recibido una atención adecuada y de calidad, el 37,7 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica una percepción mayoritariamente negativa sobre la calidad de la atención recibida. Por lo que la ciudadanía considera que es un aspecto a mejorar.

Teniendo en cuenta el coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es de 0.668, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa. Del mismo modo, el valor de significancia p es 0.000, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza nula.

Por lo tanto, los resultados denotan que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Este resultado tiene proximidad con el trabajo de López y Ramos (2022), “Relación entre responsabilidad social y calidad de atención a los ciudadanos en la Municipalidad Distrital de Parcoy - 2022” encontraron una correlación positiva considerable entre la responsabilidad social y la calidad de atención, con un nivel de significancia de $p=0.000$. La relación entre las variables engloba a las diferentes dimensiones de la calidad de atención, tales como: Satisfacción de necesidades, expectativas, eficiencia y percepción.

La calidad de atención se ha convertido en una preocupación de varios sectores del país, puesto que para lograrlo es necesario brindar un servicio en el que los clientes y/o usuarios sientan que sus necesidades han sido satisfechas. Para lo cual es necesario implementar estrategias que conlleven a realizar un mejor servicio y, por ende, una atención adecuada y, de este modo, brindar una mejor calidad de vida. Es así que el Estado, por medio

de la descentralización, delega esta función a los gobiernos locales, quienes son los encargados de simplificar todo un sistema de procedimientos a unos que sean comprensibles y adaptados a la población, de modo que hagan una eficiente y eficaz la atención y satisfaga plenamente las expectativas y necesidades de los usuarios.

Chacha et al., (2023) en su investigación “La gestión pública y su influencia en la calidad de atención ciudadana en Milagro” refuerzan este concepto, los autores encontraron que los usuarios califican como regular la calidad de atención en los servicios públicos en Milagro, por lo cual los autores concluyen que es necesario el desarrollo de protocolos de atención y servicio, además de ello, contar con personal profesional y capacitado en las diversas áreas de la entidad. Un aspecto que es importante en todas las entidades públicas, siendo primordial que el personal preste un trato amable, empático y cortés; además de dar solución a sus necesidades.

En relación a la primera hipótesis específica, el 50,7 % de los ciudadanos considera que los servicios que presta la Municipalidad Provincial de Churcampa satisfacen sus necesidades, el 49,3 % está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que indica una percepción dividida, pero ligeramente positiva sobre la satisfacción de las necesidades con los servicios prestados.

Resultado que precisa que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en cuanto a la satisfacción de sus necesidades de los pobladores de Churcampa, por parte de los trabajadores de la entidad edil. Sin embargo, esta percepción supone una ligera ganancia a la percepción negativa, puesto que el 49,3 % se encuentra en desacuerdo con los servicios que se presta en la municipalidad, el cual está directamente relacionado con la calidad de atención.

Considerando el coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es de 0.694, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte entre estas dos variables. Mientras que, el valor de significancia p es 0.000, se rechaza hipótesis nula y se acepta la alterna. Por lo tanto, se concluye que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Al respecto, Aguirre (2010), menciona que el concepto de calidad de atención se enfoca en el excelente servicio que se presta a los usuarios o clientes, la misma que satisface las necesidades y expectativas de estos. Lo cual genera en ellos confianza, credibilidad y distinción a la organización. A partir de la calidad de atención que se brinda a los usuarios o clientes, se determina la satisfacción de ellos, siendo en el caso de la entidad edil, la confianza que tiene la población churcampina con respecto a sus funcionarios. Un aspecto también a tomar en cuenta para lograr la satisfacción de necesidades y demandas de la población es el clima organizacional en la municipalidad, el cual repercute en gran medida en el desarrollo de sus funciones.

Yupanqui (2022) citando a Louffat (2012) en su trabajo de tesis, “Gestión pública y calidad de atención en la Municipalidad Distrital de Chilcas – Ayacucho, 2022”, menciona que las actividades realizadas por la organización deben estar direccionadas a la satisfacción de los ciudadanos, puesto que, toda gestión municipal se orienta al servicio del bien común, de esta afirmación se desprende que la calidad está estrechamente vinculada con la satisfacción el usuario, por lo que es necesario establecer capacitaciones al personal de la Municipalidad Provincial de Churcampa en temas relacionados a la atención del usuario y la calidad de atención.

En relación con la segunda hipótesis específica, considerando que, la solución de problemas a través de la comprensión de necesidades es primordial para la calidad del servicio el 56,5 % de los encuestados considera que los trabajadores de la municipalidad no muestran comprensión por las necesidades del público, 43,5 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, reflejando una percepción mayoritariamente negativa sobre la comprensión de las necesidades del público por parte de los trabajadores.

En el análisis de correlación de Spearman entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023, el coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es de 0.616, lo que indica una correlación positiva y moderada entre estas dos variables.

El valor de significancia (Sig. bilateral) p es 0.000, se rechaza hipótesis nula y se acepta la alterna. Por lo tanto, se concluye que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa

a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Este resultado denota que el personal de la municipalidad no se encuentra capacitado para comprender las necesidades y demandas de la población. Por consiguiente, no se brinda la solución a los problemas que aquejan a los usuarios, siendo necesario capacitación constante del personal e información a los usuarios sobre los servicios que se presta en la entidad de modo que estos acudan, con mayor confianza, a solicitar los diversos servicios que brinda la entidad. La calidad de servicio y solución de problemas en las organizaciones reside en orientar a los usuarios en cumplir con una necesidad y la solución de esta. Sumado a esto, se busca brindar las facilidades para el cumplimiento de sus expectativas individuales y, por ende, la atención brindada debe ser buena y personalizada para lograr la satisfacción de estos.

Yupanqui (2022) en su trabajo de tesis, “Gestión pública y calidad de atención en la Municipalidad Distrital de Chilcas – Ayacucho, 2022”, menciona que la población percibe que la gestión pública es poco eficiente para la resolución de problemas, en gran medida se debe a la falta de organización en la gestión municipal, por ello, es necesario la mejora continua para una atención óptima y eficaz a los usuarios de la municipalidad.

Por otro lado, en relación con la tercera hipótesis específica el 63,2 % de los ciudadanos encuestados no se sienten satisfechos con la atención recibida por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 36,8 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que refleja una percepción mayoritariamente negativa sobre la satisfacción con la atención recibida.

Los resultados del análisis de correlación de Spearman entre la responsabilidad social del área de comunicación y la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. El coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es de 0.609, lo que indica una correlación positiva y moderada entre estas dos variables.

El valor de significancia (Sig. bilateral) p es 0.000, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se concluye que sí existe una relación significativa entre la responsabilidad social del área de comunicación y la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023. La correlación significativa a un nivel de 0.01 (bilateral) refuerza esta conclusión, indicando que la relación observada es robusta y no se debe al azar.

Se halló la coincidencia con el trabajo de Yupanqui (2022), siendo rs es 0,549 (correlación positiva moderada); mientras que, $p=0,000$; se admite la correlación entre la variable 1 con la dimensión 1, entonces, se concluye que: existe relación significativa entre la gestión municipal y la satisfacción de la atención. ($rs = 0.549$; $p = 0,000 < 0.05$), en su estudio realizado en la Municipalidad Distrital de Chilcas, 2022. Para el logro de la satisfacción en la atención que reciben los usuarios, engloba diversas dimensiones, tales como las expectativas, percepción, eficiencia, claridad y transparencia de los servicios prestados.

En base a los resultados obtenidos en la presente investigación, se observa que la población churcampina no se encuentra satisfecha con la atención que brindan los trabajadores de la municipalidad provincial de Churcampa, además que, perciben una demora y falta de comprensión a sus necesidades.

Rojas et al., (2020) en su estudio “Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas” concluyeron que los elementos de la calidad de servicio, son las necesidades del cliente; expectativas del cliente y factores que involucran la responsabilidad social. Estos ofrecen alternativas que permiten a las empresas tener una visión amplia y clara de los procesos de atención al cliente. Su investigación les permitió determinar que los aspectos de la exploración permiten verificar que existe mucha viabilidad que en las empresas, entidades y organizaciones ya sea estatal o privado. Se activen los procedimientos solicitados, de modo que se pueda lograr un proceso confiable, coherente y adecuado para el usuario y/o cliente, brindando espacios adecuados, personal integrado y capacitado, conllevando a que la empresa cumpla con el logro de sus objetivos, en corto y largo plazo.

Dentro de los factores de la responsabilidad social se encuentra un mejor entorno para la institución, el cual “se basa en que la participación del negocio puede contribuir a resolver problemas sociales difíciles ayudando a crear una mejor calidad de vida y una comunidad más deseable a la cual atraer y mantener empleados capacitados” (Rojas et al., 2020, p. 1). De lo cual se desprende que para la solución de problemas o demandas de los usuarios es necesario contar con un personal capacitado para el desarrollo de sus funciones, de modo que se logre una mejor calidad de atención en los usuarios de la entidad edil.

Conclusiones

1. Se determinó que existe una relación moderada-fuerte entre la responsabilidad social del área de comunicación y la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023; se tiene que $\rho = 0.668$, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte. Además, el valor p es 0.000, por lo que se corrobora la correlación.

De lo cual se desprende que, la responsabilidad social del área de comunicación de la Municipalidad Provincial de Churcampa se relaciona con la calidad de atención que brinda la entidad, por lo cual es primordial prestar cuidado y dar relevancia en brindar calidad en los servicios que presta la entidad.

2. Se determinó que existe una relación moderada-fuerte entre la responsabilidad social del área de comunicación y atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023; se tiene que $\rho = 0.694$, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte. Además, el valor p es 0.000, por lo que se corrobora la correlación.

De lo cual se desprende que, la responsabilidad social del área de comunicación de la Municipalidad Provincial de Churcampa se relaciona con la atención de necesidades de los usuarios de la entidad, siendo un factor primordial para el incremento de satisfacción de la población churcampina.

3. Se determinó que existe una relación moderada-fuerte entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023; se tiene que $\rho = 0.616$, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte. Además, el valor p es 0.000, por lo que se corrobora la correlación.

De lo cual se desprende que, la responsabilidad social del área de comunicación de la Municipalidad Provincial de Churcampa se relaciona con la solución de problemas que presentan los usuarios, por lo que, la entidad debe contar con los recursos y estrategias necesarias para cubrir dichas necesidades en pro del bienestar de la población en general.

4. Se determinó que existe una relación moderada-fuerte entre la responsabilidad social del área de comunicación y la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023; se tiene que $\rho = 0.609$, lo que indica una correlación positiva y moderada a fuerte. Además, el valor p es 0.000, por lo que se corrobora la correlación.

De lo cual se desprende que, la responsabilidad social del área de comunicación de la Municipalidad Provincial de Churcampa se relaciona con la satisfacción en la atención que reciben de los funcionarios de la entidad, por lo que plantear estrategias para brindar un servicio y atención adecuada para cada sector de la población ayudará a lograr la satisfacción de necesidades y expectativas de los usuarios churcampinos.

Referencias bibliográficas

- Alcantara-Chagua, Y. J., Curo-Ramos, D. F., Guillen-Machuca, R. M., Puchoc-Valentin, M. N., Victoria-Romero, A. M., & Paredes-Pérez, M. A. J. (2022). Percepción de la responsabilidad social pública y la calidad de la gestión municipal en la provincia de Tarma. *Gaceta Científica*, 8(3), 147–152.
<https://doi.org/10.46794/gacien.8.3.1805>
- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32),1-26.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- Ayala, L. (2016). *La auditoría medioambiental en la determinación de la responsabilidad social en las empresas mineras de la región de Ayacucho, 2015*. Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/1169>
- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *Revista INNOVAG*, 2, 56-62. 2023.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749>
- Bateman, T. S., & Snell, S.A. (2005). *Administración: Un nuevo panorama competitivo*. McGraw-Hill/Interamericana.
- Bendezú, S. (2021). *Responsabilidad social y calidad de servicio públicos en los usuarios de la Municipalidad Provincial de Concepción-2020*. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. Pearson Educación
- Buitrago, J.D. (2021) La comunicación corporativa de la responsabilidad social empresarial (RSE): el caso de las empresas de la provincia Sabana Centro de Cundinamarca, Colombia. *Innovar*, 31(80) 97-112.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v31n80.93667>
- Chacha, E., Sánchez, J., Quimiz, J. & Llamuca, A. (2023). La gestión pública y su influencia en la calidad de atención ciudadana en Milagro. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(6), 204-213. Epub 10 de diciembre de 2023.

- Cancino, C. & Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Repositorio académico de la Universidad de Chile.
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/122747>
- Carrasco, R. (2022). *Gestión ambiental y la responsabilidad social de la municipalidad distrital de Llochegua VRAE, Ayacucho 2021* [para obtener el título de maestro en Gestión Pública]Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/80744>
- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual modelo corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4 (1), 68-84.
- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of Corporate Social Responsibility. *Toward the Moralmanagement of Organizational Stakeholders. Business Horizons*, 39-48.
- Castillo, K. (2018). *Comunicación organizacional y satisfacción laboral en la empresa Sour Comunicaciones S.A.C. Lima – 2016* [para obtener el título de licenciada en administración]. Universidad Autónoma del Perú.
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/438?show=full>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (3° ed.). Mc Graw Hill. 650 pp
- Cornejo, A. (2014). Evolución de la RSE en el Perú. *Perú 2021*, 1(1), 52-54.
https://issuu.com/peru2021/docs/astridcornejo_peru2021
- Daft, R.L. (2000). *Teoría y diseño organizacional*. International Thomson.
- Espinoza, G. (2018). *La gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno - período 2004 – 2014* [Para optar el Grado Académico de Magister en contabilidad y finanzas]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1857>
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of Business is to increase its profits. *New York Magazine*, 32-33, 122,126.
<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

- Hernández, M. (2020). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa de supermercados El Súper SAC Chiclayo – 2018* [tesis de licenciatura]. Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6965>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M (2014). *Metodología de la investigación*. Interamericana Editores, S.A.
- Infante, C., & Llantoy, M. (2022). *Apuntes metodológicos de investigación en la Ciencia de la Comunicación* (2° edición). Mano Alzada.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. Prentice Hall.
- López, M., & Ramos, B. (2022). *Relación entre responsabilidad social y calidad de atención a los ciudadanos en la Municipalidad Distrital de Parcoy -2022*. Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.
- Masasari, R., & Reyna, S. (2018). *Responsabilidad social y su relación con la imagen institucional de la empresa Rímac, Iquitos 2017* [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5900>
- Pincay, Y., & Parra, C. (2022) Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. *Una mirada en Ecuador, Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142.
- Ramos, E. (2021). *Gestión administrativa y calidad de servicio de los servidores públicos de la Municipalidad distrital de Carmen Alto-Ayacucho*. [Para optar al Grado Académico de Maestro en Administración con mención en Gestión Pública]. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/6031>
- Robichaud, F. (2024). *7 temas centrales de la responsabilidad social de las empresas*. Borealis. <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/>
- Rodriguez, N., Vasquez, M. (2024). *Responsabilidad social y la calidad de atención a los ciudadanos en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, 2023*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de Ucayali. <https://hdl.handle.net/20.500.14621/7371>

- Rojas, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-0764202000040022>
- Sánchez-Ortega, J.A., Seminario-Polo, A., & Oruna-Rodríguez, A.M. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: empresa peruana de Seguros. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), pp. 117-130.
<https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07>
- Santa Fajardo, L. M., Bom-Camargo, Y. I., Fajardo Calderón, C. L., & Macías Ramírez, V. H. (2021). *Responsabilidad Social Pública para contribuir a la consolidación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible*. *Jurídicas CUC*, 17(1), 211–252.
<https://doi.org/10.17981/juridcuc.17.1.2021.08>
- Sierra, R. (2008). *Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios*. Thompson Editores Spain Paraninfo
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). *La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México*. *Ciencia UAT*, 15(2), 85-101. Epub 14 de abril de 2021.
<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Urcelay, J. (2006). *La responsabilidad social de la empresa en la gestión de las pymes, colección EOI Empresas, estudio realizado con la colaboración del área de investigación y estudios de la fundación EOI*. Editorial Eduardo L.
- Yupanqui, E. (2022). *Gestión pública y calidad de atención en la Municipalidad Distrital de Chilcas – Ayacucho, 2022*. Para optar al Grado Académico de Maestro en Administración con mención en Gestión Pública].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/96773>
- Zúñiga, A. (2019). *Comunicación interna y satisfacción laboral en los trabajadores asistenciales del Hospital Regional de Ayacucho – 2019* [Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Gestión Pública]. Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37847>

Anexos

Anexo 1. Guía de encuesta



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN
CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**



GUÍA DE ENCUESTA

Estimado ciudadano (a):

El presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por finalidad ver la Responsabilidad social del área de comunicación en la calidad de atención de la Municipalidad Provincial de Churcampa, es totalmente confidencial y anónima, por lo cual le agradeceré su sinceridad en cada respuesta.

Totalmente en Desacuerdo (TD) Desacuerdo (D) Acuerdo (A) Totalmente de Acuerdo (TA)

PREGUNTAS	TD	D	A	TA
1. La información que brinda el área de comunicación, para la atención al público es oportuna.				
2. Los medios y estrategias que utiliza para informar a los usuarios sobre la atención a los usuarios es adecuada.				
3. El personal del área de comunicaciones de la municipalidad, es atenta y amable en la atención al público.				
4. Los trabajadores de la municipalidad brindan un servicio cortés y amable.				
5. Las instalaciones de la Municipalidad Provincial de Churcampa cuenta con ambientes adecuados para la atención al público.				

6. La municipalidad cuenta con los equipos adecuados y modernos para la atención al público.				
7. Los servicios que presta la Municipalidad Provincial de Churcampa satisface sus necesidades.				
8. Los trabajadores de la municipalidad muestran comprensión por las necesidades del público.				
9. Los trabajadores de la municipalidad se encuentran capacitados para atender las necesidades de la población.				
10. El personal de la municipalidad cumple sus servicios en el tiempo debido.				
11. El tiempo que espera para ser atendido por el personal de la municipalidad es adecuado.				
12. Los reclamos y sugerencias de los usuarios son atendidos en la menor brevedad posible.				
13. La atención que brindan los trabajadores cumplieron sus expectativas.				
14. Considera haber recibido una atención adecuada y de calidad.				
15. Se siente satisfecho con la atención recibida por los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Churcampa.				

Anexo 2. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA: “RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHURCAMP, 2023”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL ¿Qué relación tiene la responsabilidad social del área de comunicación con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?</p> <p>ESPECÍFICOS - ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social del área de comunicación con la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?</p>	<p>GENERALES Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social del área de comunicación con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa en el año 2023.</p> <p>ESPECÍFICOS - Identificar la relación de la responsabilidad social del área de comunicación con la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.</p>	<p>GENERAL La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la calidad de atención que brinda la Municipalidad Provincial de Churcampa en el año 2023.</p> <p>ESPECÍFICAS -La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la atención de las necesidades de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.</p>	<p>• Variable X Responsabilidad Social</p> <p>• Dimensiones - Responsabilidad social empresarial - Dimensión interna y externa de la responsabilidad social - Teoría Instrumental de la Responsabilidad Social - Teoría Integradora de la Responsabilidad Social</p> <p>• Variable Y Calidad de atención</p> <p>• Dimensiones - Calidad de atención a los usuarios - Sistema de Gestión de Calidad</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica.</p> <p>DISEÑO METODOLÓGICO Correlacional -</p>  <p>Descriptivo</p> <p>Donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> - M es la muestra - O1 es la medición a la variable responsabilidad social en la comunicación. - O2 es la medición a la variable calidad de atención

<p>- ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?</p>	<p>- Analizar la relación entre la responsabilidad social del área de comunicación y la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.</p>	<p>-La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la solución a los problemas que presentan los usuarios en la Municipalidad Provincial de Churcampa,2023.</p>	<p>- Solución de Problemas</p>	<p>ENFOQUE METODOLÓGICO Cuantitativa POBLACIÓN - 3, 305 habitantes del distrito capital de Churcampa, considerado desde los 18 años en adelante. MUESTRA DE ESTUDIO - 345 habitantes TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de encuesta. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Revisión de la literatura Análisis estadístico. - Software estadístico: SPSS. Interpretación de los datos obtenidos.</p>
<p>- ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social del área de comunicación con la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023?</p>	<p>- Establecer la relación entre la responsabilidad social del área de comunicación con la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.</p>	<p>-La responsabilidad social del área de comunicación se relaciona directamente con la satisfacción en la atención de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023.</p>		

Anexo 3. Matriz de Consistencia

FICHA DE VALIDACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO

DATOS GENERALES:

- 1.1. Título de la Investigación: RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHURCAMPÁ, 2023
- 1.2. Nombre de los instrumentos motivo de la Evaluación: Encuesta

ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Bueno				Muy bueno			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio														70						
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables															79					
3. ACTUALIDAD	Adecuado al desarrollo de actividades de la gestión edil.																	81			
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																	81			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y satisfacción																80				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los indicadores																	81			
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos																80				
8. COHERENCIA	Entre los ítems e indicadores																	82			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación																	82			
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																	81			

PROMEDIO DE VALORACION

79.7

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Deficiente b) Baja c) Regular

d) Buena **d) Muy Buena**

Nombres y Apellidos	Yanibel Hurtado vargas	DNI 46422139
Título Profesional	Ciencias de la Comunicación	
Especialidad	Radio	
Grado Académico	Mstra	
Mención	Comunicación Estratégica y Responsabilidad Social Corporativa	

Lugar y Fecha: 10 de agosto del 2023

Firma:



FICHA DE VALIDACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO

DATOS GENERALES:

- 1.5. Título de la Investigación: RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHURCAMPÁ, 2023
- 1.6. Nombre de los instrumentos motivo de la Evaluación: Encuesta

ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Bueno				Muy bueno			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio													70							
22. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables															78					
23. ACTUALIDAD	Adecuado al desarrollo de actividades de la gestión edil.															78					
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																	81			
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y satisfacción															78					
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los indicadores																	82			
27. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos															80					
28. COHERENCIA	Entre los ítems e indicadores																	82			
29. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación																	82			
30. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación															80					

PROMEDIO DE VALORACION

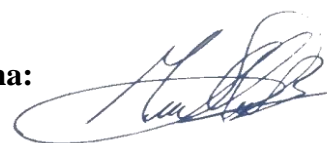
79.1

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Deficiente b) Baja c) Regular **d) Buena** d) Muy Buena

Nombres y Apellidos	MARIELA M. LLANTOY BARBOZA	DNI 41125623
Título Profesional	CIENCIAS DE LA COMUNICACION	
Especialidad	INVESTIGACION EN COMUNICACION	
Grado Académico	MAESTRA	
Mención	DOCENCIA UNIVERSITARIA	

Lugar y Fecha: 10 de agosto del 2023

Firma:



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Ayacucho, siendo las diecisiete horas con diez minutos (17:10), el día lunes 10 de marzo de 2025, se reúnen en la sala de sesiones de la Facultad de Ciencias Sociales los miembros del jurado de evaluación de tesis, bajo la dirección del Dr. José Alberto Ochatoma Paravicino (Presidente Encargado) y los docentes: Dr. Urbano Muñoz Ruiz (Miembro), Lic. Rafael Martín Naveros Castro (Miembro), Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza (Miembro), Mg. Richard Edgar Guardia Yupanqui (Asesor. No asistió) y el Secretario Docente Mg. Juan Benigno Gutiérrez Martínez, encargados de la recepción, calificación y sustentación de la tesis presentada por la Bachiller en Ciencias de la Comunicación: **PALOMA MILAGROS LOPEZ HUAMAN**, titulado: **RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHURCAMPÁ, 2023**; con la cual aspira optar el título profesional de Licenciada en Ciencia de la Comunicación. Verificado el quorum reglamentario, el presidente del jurado solicita al secretario docente dar la lectura a la RESOLUCIÓN DECANAL No 035-2025-UNSCH-F CS/D, de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos del Plan de Estudios Reajustado de 2004 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Culminada la lectura, el presidente de la comisión autoriza al bachiller, iniciar la sustentación en un tiempo de 30 minutos. Después de culminado la exposición se da inicio a la ronda de preguntas por parte de los jurados: inicia la Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza, seguido Lic. Rafael Martín Naveros Castro y el Dr. Urbano Muñoz Ruiz.

El Mg. Juan Benigno Gutiérrez Martínez (Secretario Docente) consolida la hoja de calificación de acuerdo al siguiente detalle:

Nombre del jurado evaluador	Calificación de la exposición	Calificación de respuestas de las preguntas	Promedio
Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza	15	15	15
Lic. Rafael Martín Naveros Castro	14	14	14
Dr. Urbano Muñoz Ruiz	12	11	12

El promedio final es de 14 (catorce).

Finalmente, el presidente del jurado informa al sustentante el resultado de la calificación y hace llegar las felicitaciones que corresponde.

El acto académico concluye a las dieciocho horas con treinta minutos (18:30) y firma en señal de conformidad el presidente y el secretario docente.


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN
CRISTÓBAL DE HUANCANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
.....
D^o OSCAR J. RODRÍGUEZ SIGUAS
SECRETARIO


Juan Benigno Gutiérrez Martínez
Secretario Docente



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

N° 0231/EPCC/FCS/UNSCH

1. Apellidos y nombres del investigador: Lopez Huaman Paloma Milagros
DNI: 73779498 Código: 23160502
2. Escuela Profesional/Unidad de investigación: E.P. de Ciencias de la Comunicación
3. Facultad: Ciencias Sociales.
4. Tipo de trabajo académico evaluado: Tesis para optar título profesional
5. Título del trabajo académico: Responsabilidad social del área de comunicación en la calidad de atención en la Municipalidad Provincial de Churcampá, 2023
6. Software de similitud: TURNITIN
7. Fecha de recepción: 29 de abril de 2025
8. Fecha de evaluación: 06 de mayo de 2025
9. Porcentaje de similitudes: 18 %
10. Evaluación de originalidad.

Porcentaje de originalidad	Resultado
* 18 %	** APROBADO

*Consignar el porcentaje de similitud

**Consignar APROBADO si se encuentra dentro del rango de porcentaje establecido, Levantar observaciones o DESAPROBADO si excede el porcentaje permisible de similitud.

Ayacucho, 06 de mayo de 2025

.....
Lic. Rafael Martín Naveros Castro
Docente-Instructor-EPCC
D. A. de Ciencias Histórico Sociales

Responsabilidad social del área de comunicación en la calidad de atención en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023

por Paloma Milagros Lopez Huaman

Fecha de entrega: 06-may-2025 02:26p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2668420988

Nombre del archivo: Tesis_paloma_M._L_pez_Huam_n.pdf (2.64M)

Total de palabras: 19150

Total de caracteres: 108828

Responsabilidad social del área de comunicación en la calidad de atención en la Municipalidad Provincial de Churcampa, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

9%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga	3%
	Trabajo del estudiante	
2	repositorio.ucv.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
3	hdl.handle.net	1%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.unsch.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
5	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez	1%
	Trabajo del estudiante	
6	www.slideshare.net	1%
	Fuente de Internet	
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo	1%
	Trabajo del estudiante	

repositorio.upeu.edu.pe

8	Fuente de Internet	1 %
9	repositorio.ucss.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
13	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Privada San Juan Bautista Trabajo del estudiante	<1 %
15	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	www.produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

19	www.scielo.cl Fuente de Internet	<1 %
20	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
21	apirepositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
26	Submitted to Universidad del Valle Trabajo del estudiante	<1 %
27	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.ujcm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	<1 %

31

Submitted to undac

Trabajo del estudiante

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 30 words

Excluir bibliografía

Activo