



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

Percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y
reputación institucional en una institución pública de asistencia a la
mujer, Lima, 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Venturi Moquillaza, Cesar Augusto (ORCID: 0000-0002-3308-6168)

ASESOR:

Dr. Candia Menor, Marco Antonio (ORCID: 0000-0002-46616228)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y Modernización del Estado

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios por permitirme una segunda vida y darme cuenta del verdadero valor y contenido de esta, a mi familia, esposa e hijos, por su constante apoyo y mensajes de aliento. A mi madre quien siempre me inculco que las cosas y proyectos no tiene final y siempre hay un camino nuevo a recorrer.

Agradecimiento

A Dios por iluminar mi camino y permitirme encontrarme conmigo mismo, por guiarme en tiempos sombríos, por alimentar mi fe en forma constante. Gracias Dios por tus constantes bendiciones, alcanzando una meta nuevamente de tu mano.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de anexos.....	v
Índice de tablas.....	vi
Índice de gráficos y figuras.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. MÉTODOLOGÍA	21
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	21
3.2. Variables y operacionalización	22
3.3. Población, muestra y muestreo	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.5. Procedimientos	25
3.6. Métodos de análisis de datos	25
3.7. Aspectos éticos.....	26
IV. RESULTADOS.....	27
V. DISCUSIÓN	41
VI. CONCLUSIONES	45
VII. RECOMENDACIONES.....	46

REFERENCIAS.....	47
ANEXOS	55
Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables.....	55
Anexo 2. Matriz de consistencia	56
Anexo 3. Instrumentos.....	58
Anexo 4. Certificados de validación.....	60
Anexo 5. Confiabilidad.....	72
Anexo 6. Base de datos.....	74
Anexo 7. Tabla de especificaciones	80

Índice de tablas

Tabla 1 Variable 1. Calidad de comunicación.....	27
Tabla 2 D1. Respeto	28
Tabla 3 D2. Empatía.....	29
Tabla 4 Variable 2. Reputación institucional	30
Tabla 5 D1 Calidad de la asistencia.....	31
Tabla 6 D2. Credibilidad y confianza	32
Tabla 7 D3. Gestión y liderazgo.....	33
Tabla 8 Cruce la variable 1 Calidad de comunicación y la V2 Reputación institucional.....	34
Tabla 9 Cruce la variable 1 calidad de comunicación y la D1 calidad de la asistencia.....	34
Tabla 10 Cruce la variable 1 calidad de comunicación y la D2 Credibilidad y confianza	35
Tabla 11 Cruce la variable 1 calidad de comunicación y la D3 Gestión y liderazgo	36
Tabla 12. Prueba de normalidad.....	37
Tabla 13 Prueba de hipótesis general	37
Tabla 14 Prueba de hipótesis específica 1	38
Tabla 15 Prueba de hipótesis específica 2	39
Tabla 16 Prueba de hipótesis específica 3	40
Tabla 17 Estadísticas de fiabilidad	72
Tabla 18 Análisis de fiabilidad por ítems del instrumento comunicación	72
Tabla 19 Análisis de fiabilidad por ítems del instrumento reputación	73

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Variable 1. Calidad de comunicación	27
Figura 2. D1. Respeto	28
Figura 3. D2. Empatía	29
Figura 4. Variable 2. Reputación institucional	30
Figura 5. D1. Calidad de la asistencia.....	31
Figura 6. D2. Credibilidad y confianza.....	32
Figura 7. D3. Gestión y liderazgo	33

Resumen

El presente estudio tuvo por objetivo determinar la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

El tipo de investigación fue básica, debido a que se hizo uso de fundamentos teóricos con la finalidad de incrementar el conocimiento, además fue no experimental y de enfoque cuantitativo. La muestra determinada comprende a 44 usuarias de una institución pública de asistencia a la mujer. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, mediante un cuestionario con preguntas en forma de afirmación para cada constructo, el cual fue validado mediante el juicio de expertos calificados por la Universidad César Vallejo, el grado de confiabilidad se cuantificó a través de la prueba estadística Alfa de Cronbach siendo su resultado 0.827 y 0.831, para la primera variable (calidad de comunicación) y para la segunda variable (reputación institucional), respectivamente.

Los resultados de la estadística muestran una correlación significativa positiva elevada de $Rho=0,652$, el nivel de significancia es de $0,000 < 0,05$, entonces se rechaza la H_0 y se acepta la H_A , concluyendo que, el hecho que exista calidad de comunicación en base al respeto, y empatía por parte de los trabajadores durante el proceso de atención, se relaciona con que exista una buena reputación institucional en cuanto a una calidad de asistencia, credibilidad y confianza y gestión de liderazgo

Palabras clave: calidad, comunicación, reputación, atención, empatía.

Abstract

The present study aimed to determine the relationship between the perception of the quality of communication in the care process and institutional reputation in a public institution of assistance to women, Lima, 2021.

The type of research was basic, because it made use of theoretical foundations in order to increase knowledge, it was also non-experimental and with a quantitative approach. The determined sample comprises 44 users of a public institution that assists women. The data collection technique was the survey, through a questionnaire with questions in the form of a statement for each construct, which was validated by the judgment of experts qualified by the César Vallejo University, the degree of reliability was quantified through the test Cronbach's Alpha statistic, its result being 0.827 and 0.831, for the first variable (quality of communication) and for the second variable (institutional reputation), respectively.

The results of the statistics show a high positive significant correlation of $Rho = 0.760$, the level of significance is $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_A is accepted, concluding that the fact that there is quality of communication in Based on respect, and empathy on the part of the workers during the care process, it is related to the existence of a good institutional reputation in terms of quality of care, credibility and trust and leadership management

Keywords: quality, communication, reputation, attention, empathy.

I. INTRODUCCIÓN

Se ha podido evidenciar que en el contexto europeo, siendo puntual en España, debido a los problemas de atención a las usuarias víctimas de violencia, el estado ha visto la necesidad de establecer centros de atención durante todo el día, debido a que muchos de estos se encontraban lejos de algunas víctimas o se les hacía difícil pedir ayuda en cualquier momento del día, y los problemas de comunicación previos como la incapacidad de atender a estas usuarias por el simple hecho de no haber registrado una denuncia previa (Álvarez, 2021, párr.3). No se ha podido visualizar como está la reputación institucional en este tipo de centros de ayuda en España, pero en otros centros de atención para usuarios, cuentan con una alta valoración debido a las correctas funciones que cumplen con sus servicios, desde las perspectivas del mismo personal y los propios usuarios que se atienden en dichos centros públicos (Agencia Europa Press, 2021, párr.1-2).

En la realidad latinoamericana, precisamente en Ecuador, se ha podido identificar problemas en la atención de los centros de ayuda para la mujer, debido a que la comunicación en estos establecimientos no está siendo adecuada para abordar los casos de violencia, porque no actúan de forma inmediata o simplemente no pueden canalizar la ayuda u orientación necesaria para estas usuarias, porque no garantiza la atención integral como dar una asesoría psicológica y legal necesaria (Hermosa, 2021, párr.2-4). Por otro lado, en Colombia el aspecto de reputación institucional, existen pocas organizaciones y/o centros de atención que cuentan con una reputación corporativa, debido a que los colaboradores no cuentan con las capacidades necesarias para la atención al público, ocasionando daño a su nivel de reconocimiento de estos centros de ayuda, lo cual hace que los usuarios los califiquen como establecimientos inseguros (Merco Colombia, 2019, parr.1-2).

En el ámbito nacional se ha podido identificar que en Loreto los CEM (Centro de Emergencia Mujer) no tienen la capacidad para atender los casos de violencia de forma adecuada debido a que la comunicación no está siendo oportuna dentro de los procedimientos del servicio a las usuarias víctimas de violencia, porque no se tienen ambientes equipados, para la admisión, atención psicológica y legal como

también la ineficiencia de asistencia social, además, los colaboradores y profesionales no tiene los conocimientos y capacidades necesarias para orientar a estas usuarias, porque no hay coordinación con la dependencia policial, para la realización del seguimiento de los casos admitidos (Loli, 2021, párr.1-4).

En cuanto a la reputación de los centros de ayuda CEM, se ha podido visualizar que no está siendo la mejor, debido a las limitantes que han tenido para operar correctamente antes y durante la pandemia, debido a su insuficiencia para la atención de la totalidad de casos que se presentan, porque algunos de estos centros en las comisarías tienen muy poca capacidad para brindar asesorías, pero muchos centros policiales no quieren tener los CEM, por su limitaciones tanto de recursos como de personal (Cirrincione, Plescia, Ledda, Rapisarda, Martorana, Moldavo, Theodoridou y Cannizzaro. 2020). Por ello, los problemas existentes continúan, a pesar de que se están planteando estrategias que ayuden a apaciguar el contexto actual, pero la falta de recursos para la capacitación y la modificación de procesos dentro de la atención está limitando estas actividades, lo cual, es la causa de la mala reputación que tienen estos centros de ayuda (Reyes, 2020, párr.7-10).

En el contexto de una institución pública de asistencia a la mujer en Lima, se ha podido observar deficiencias en cuanto a la percepción de la comunicación dentro del proceso de atención que se brinda a las usuarias, donde la percepción es la impresión que se tiene sobre algo o alguien, mientras que el proceso de atención, es la forma en cómo se orienta y dirige a una persona, que en este caso son las usuarias, las cuales son las que reciben un servicio, y las cuales han sido víctimas de violencia o algún miembro de su familia que algunos de los trabajadores no suelen ser tan amables y no siempre sienten que se le esté escuchando o las áreas jurídica o legal no transmiten correctamente por lo que las usuarias no logran comprender en su totalidad los procedimientos que deben seguir, por ejemplo, para asentar una denuncia en contra del agresor, entre otros aspectos.

Ello, puede verse reflejado a nivel de la reputación que tiene la entidad, donde ante una eventual agresión en el futuro opten por acudir a terceras personas porque pueden percibir que en su momento la institución no les asistió

adecuadamente. Esto puede generar en el futuro, que las víctimas continúen viviendo en ese mismo círculo de agresión, ya que muchas veces siguen viviendo con el agresor, lo cual genera mayor daño psicológico, perjudicando su calidad de vida. Teniendo en cuenta la realidad anterior, se estableció como problema general: ¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021?.

Así mismo, como problemas específicos ¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de la asistencia en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021?; ¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021? Y ¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021? El estudio se justifica teóricamente porque brindará aporte con nuevos conocimientos e instrumentos para la medición de las variables calidad de comunicación y reputación institucional, los cuales permitirá ampliar el panorama respecto a cómo se percibe dichos temas dentro del centro de emergencia.

Del mismo modo, el estudio se justificó desde una perspectiva práctica, pues permitió identificar cuál es el estado actual de la calidad de comunicación como también de su reputación, permitiendo conocer de una mejor manera establecer los mecanismos y las contingencias necesarias para mejorar la realidad observada, beneficiando tanto a las usuarias y a la imagen de las instituciones públicas, por último, desde un punto de vista metodológico, este informe brindó instrumentos nuevos y adecuados para la recolección de información, los cuales podrán ser utilizados en estudios equivalentes. Por otro lado, se planteó como objetivo general determinar la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021

Para lograr dicho objetivo se establecieron los siguientes objetivos específicos: Analizar la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de la asistencia en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021; establecer la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021; y definir la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021. Finalmente, la investigación propuso como hipótesis general: Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

Y como hipótesis específicas: existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de la asistencia en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021; existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021. y existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Este apartado, comienza con el detalle de los estudios previamente establecidos, donde a nivel nacional, se encuentran estudios como el de Luciano (2021) en su estudio “Percepción de la calidad de atención a víctimas de violencia contra la mujer, atendidas por un Centro Emergencia Mujer Comisaría, Piura 2020”, en el cual se estableció como finalidad analizar la percepción de la calidad de atención dentro del centro de emergencia. La metodología utilizada fue de enfoque de enfoque cualitativo con un diseño fenomenológico, además, se aplicó una entrevista a nueve participantes. Los resultados indicaron que la percepción de la calidad de atención es positiva en un 80%, dado que, la atención es la correcta en cuanto a las instalaciones del centro y además, el personal se muestra siempre dispuesto a apoyar y brindar ayuda a quien lo requiera con amabilidad y correctos conocimientos. Finalmente, se llegó a concluir que los usuarios perciben una adecuada calidad en la atención del centro de emergencia.

Parra y Villalobos (2017) en su investigación “Análisis del servicio de atención urgente del Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual”, en la cual tuvo como objetivo analizar el servicio brindado en la atención del programa. Los aspectos metodológicos utilizados fueron de enfoque mixto con un diseño no experimental de alcance descriptivo – exploratorio, además, se aplicó una entrevista a nueve participantes. Los resultados demostraron que las usuarias perciben una atención adecuada en un 73%, porque estuvieron satisfechas con el servicio ofrecido en el establecimiento, pero los colaboradores indicaron que existen complejidades para sus funciones, por la falta de procesos y evaluaciones sistematizadas y/o estandarizadas. Se concluye, que la atención brindada por este centro de atención es regular, debido a que desde la perspectiva externa y la interna existen discrepancias.

Flores (2015) en su informe “Expectativas y demandas de las mujeres víctimas de violencia: un estudio sobre las unidades de atención en la lucha contra la violencia hacia la mujer, en el distrito de Villa María del Triunfo”, en donde se establece como propósito analizar la respuesta del centro de atención sobre las expectativas y demandas de las usuarias. Los criterios metodológicos utilizados

fueron de enfoque mixto con diseño no experimental, además, se aplicó una entrevista a 30 usuarias. Los resultados demostraron que estas unidades de atención tienen una respuesta limitada ante los requerimientos y expectativas de las usuarias, porque no tienen una buena reputación en cuanto a sus procesos en un 73%, porque su cobertura es reducida y el nivel de satisfacción en dicha atención se verifica en el 80% de los casos visualizados. Finalmente, se comprobó que este centro de atención no tiene buena reputación por el incumplimiento de los requerimientos y necesidades, lo cual evidencia una correlación significativa con las demandas de las mujeres con una significancia igual a 0,000 y un valor rho igual a ,803.

Reyes (2018) en su tesis “Estrategia de comunicación para reforzar la reputación institucional del Hospital I de EsSalud Nuevo Chimbote – Ancash, 2018”, en la cual se tuvo como objetivo establecer una estrategia de comunicación para mejorar la reputación institucional del centro de atención. La metodología utilizada fue enfoque cuantitativo con un diseño no experimental – descriptivo, además se aplicó una encuesta a 384 usuarios. Los resultados demostraron que la imagen del centro es regular según el 47.4% de encuestados, mientras que el 42.7% indicó que la calidad de servicio es baja y finalmente el 43.2% consideró que el desempeño de los colaboradores es regular. Se llegó a concluir que el nivel de reputación de la organización es regular, según el 42.7% de los hallazgos, por ello, fue necesario la elaboración de una estrategia de comunicación que permita mejorar la situación negativa por la que atraviesa este centro de atención.

Malpartida (2017) en su investigación “Calidad de atención y nivel de satisfacción de usuarias víctimas de violencia familiar en el Centro de Emergencia Mujer de la Provincia de Pomabamba – Ancash- 2017”, en la cual tuvo como finalidad hallar la relación entre la calidad de atención y la satisfacción. Los aspectos metodológicos utilizados fueron de enfoque cuantitativo con un diseño no experimental – correlacional, además, se aplicó una encuesta a una muestra de 62 usuarias. Los principales resultados indicaron que el nivel de atención del centro es bueno según el 95.2% de los encuestados, mientras que el 93.5% consideró que se siente satisfecha con el servicio, además se pudo corroborar que todas las dimensiones de la calidad de atención se relacionan con la satisfacción.

Finalmente, se logró concluir afirmando la existencia de una relación significativa con un p.valor igual a 0,000 y un coeficiente igual a ,902 entre la calidad de atención y la satisfacción en el centro de emergencia.

Y se tienen a nivel internacional a Beltrán (2019) en su investigación “Ruta de atención interna dirigida a mujeres víctimas de violencias que asisten al consultorio social Minuto de Dios”, en la cual se planteó como propósito analizar el proceso de atención de las usuarias del programa social. Los aspectos metodológicos utilizados fueron de enfoque cualitativo con diseño no experimental, además, se aplicó una entrevista a cuatro participantes. Los resultados demostraron que la forma de atención no está siendo efectivo, debido a diversos factores como la falta de formación de temas específicos al personal, lo que no permite tenerlos actualizados, algo que genera desconocimiento dentro de los procesos a seguir de los usuarios. Finalmente, se llegó a concluir que con una ruta de atención adecuada permitirá la mejora de la atención en un 71% de mujeres que acuden por problemas de violencia a este establecimiento.

Pun, Matthiessen, Murray y Slade. (2015) en su artículo “Factores dentro del proceso de comunicación en los servicios de emergencias en Hong Kong” el cual tuvo como finalidad identificar los factores dentro del proceso de comunicación en los servicios de emergencias. Los criterios metodológicos utilizados fueron de enfoque etnográfico y cualitativo, para lo cual se aplicó una entrevista a 28 participantes. Los resultados indicaron que la comunicación de los usuarios con el personal es compleja, matizada y frágil, debido a que ineficiencia en los procesos, la falta de compromiso de los empleados y las presiones de tiempo, entre otras cosas. Se llegó a concluir que el procedimiento de interacción entre el personal y los usuarios está teniendo complicaciones que afectan la calidad y la imagen organizacional, lo cual evidencia una significancia igual a 0,000 y un valor rho igual ,602.

Bello (2017) en su estudio “Comunicación efectiva, sus barreras y su efecto en la atención en los usuarios”, en donde se estableció como objetivo explorar la comunicación efectiva, sus barreras, cómo se relaciona y afecta la atención en los usuarios. La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo – documental,

además, se aplicó una revisión documental, a una muestra de 12 documentos científicos. Los resultados indicaron que la comunicación eficaz tiene un impacto directo en la atención y percepción de los usuarios con una significancia igual 0,000 y un coeficiente igual a 0,739, mientras que la mayoría de las barreras para una comunicación eficaz están asociadas con las características de los proveedores de atención y los propios usuarios, porque no se logra comprender las señales y características de estos últimos. Se concluyó que el uso de habilidades de comunicación efectivas en entornos de atención no solo beneficia a los usuarios, sino que también beneficia al personal en su satisfacción laboral y su salud.

Velásquez (2015) en su informe “Imagen corporativa de la Unidad Patronato Municipal San José, fundamentada en la caracterización psicográfica del Programa Casa Metro Juventudes”, en donde se planteó como propósito encontrar la reputación mediante la imagen institucional que tienen los jóvenes del programa. Los aspectos metodológicos utilizados fueron de enfoque mixto de diseño no experimental – descriptivo, además, se aplicó una encuesta a 61 participantes. Los resultados demostraron que los encuestados manifestaron que la reputación del programa es baja en un 82%, debido a los problemas dentro de la atención y demora para procesar sus casos, algo que ocasiona inseguridad e insatisfacción, para estos individuos necesitados de ayuda. Se concluyó que el nivel de reputación de este programa para jóvenes está siendo baja desde la perspectiva de sus usuarios.

Ingold & Leifeld (2016) en su artículo “Determinantes estructurales e institucionales de la reputación de influencia: una comparación de las redes de políticas colaborativas y adversarias en la toma de decisiones y la implementación”, en el cual se tuvo como finalidad determinar los factores estructurales e institucionales de la reputación de una organización. Los criterios metodológicos fueron de enfoque mixto no experimental, además, se aplicó una guía documental para una muestra de cuatro centros de atención. Los resultados indicaron que los ineficientes procesos comunicativos como la incorrecta planificación de actividades y funciones, están generando una inadecuada atención de los centros en estudio en un 65%. Finalmente, se concluyó que estas entidades tienen una baja reputación

institucional desde la perspectiva de los propios usuarios e inclusive de los propios colaboradores.

Luego de haber identificado diversos trabajos previos, se establecen las bases teóricas de las variables, en primer lugar, se tiene la calidad de comunicación, la cual se define como el procedimiento que funge como interacción social entre el personal que labora en el centro asistencial y el paciente o víctima, mediante la comunicación se permite conocer al paciente/víctima y así comprender sus problemas, para así favorecer sus cuidados o terapia garantizando la satisfacción de los mismos (Müggenburg, Robles, Valencia, Hernández, Olvera, y Riveros. 2015, p.274). Se podría considerar a la comunicación de calidad como un proceso de intercambio de ideas, pensamientos, conocimientos e información de manera que el propósito o intención se cumpla de la mejor manera posible, en palabras simples, no es más que la presentación de puntos de vista por parte del remitente de la manera mejor comprendida por el receptor (Skarbalienė, Skarbalius y Gedrimė, 2019, p.140).

Se define a la calidad de comunicación como una herramienta importante y fundamental para obtener información valiosa, porque ayuda a desarrollar habilidades con miras a la buena aplicación del proceso de comunicación en el cuidado de usuarios, reconociéndolo como una base importante para la interacción con el usuario, que debe partir de actitudes sensibles y empáticas. entre los sujetos involucrados en el cuidado. La comunicación es un poderoso instrumento básico en el proceso asistencial, que busca la construcción de una relación efectiva con el usuario, debido a que, mediante la comunicación, el equipo del centro de ayuda puede comprender mejor las necesidades de los usuarios, sus familiares y la comunidad, donde se valora como un componente de la humanización del cuidado de las personas, porque sino habría una interacción sin comunicación y ambos son inherentes al cuidado (Valladares & Assunção, 2015).

Cuando se comprende el proceso de comunicación de calidad junto con sus elementos constitutivos y sus consecuencias, hacer frente a los desafíos de la comunicación que surgen en el trabajo se vuelve más fácil. La forma en que se produce la comunicación afecta la vida humana en términos de relaciones

interpersonales; de ahí que la comprensión de este proceso, sus determinantes y consecuencias aumentan la capacidad de las personas para comprender y superar las dificultades relacionadas con la comunicación en el entorno laboral, ya que el proceso de comunicación es complejo y va más allá del significado de las palabras, involucrando gestos y expresiones.

Por ello, la comunicación de calidad es un proceso mediante el cual se transmite información de una persona a otra, directamente en un encuentro presencial, o indirectamente que actúa como interacción, social y fundamental, la comunicación desarrolla y mantiene las relaciones humanas y facilita la organización de los grupos y la sociedad (José, 2016). La comunicación de calidad es aquella interacción efectiva que se identifica como la capacidad de transmitir información a otra persona de manera efectiva y eficiente, donde las personas con buenas habilidades de comunicación verbal, no verbal y escrita ayudan a facilitar el intercambio de información entre las personas dentro de un entorno.

La calidad dentro de la comunicación, es un proceso sistemático con un objetivo que una pieza de comunicación pretende alcanzar, el cual puede definirse como un proceso de traducir cualquier proceso de pensamiento en expresiones simples y significativas a través de un canal apropiado, donde se dice que la comunicación es eficaz cuando todas las partes (emisor y receptor) de la comunicación asignan significados similares al mensaje y escuchan atentamente todo lo que se ha dicho y hacen que el emisor se sienta escuchado y comprendido (Vuković, 2018).

Se conceptualiza a la calidad de comunicación como un intercambio de información eficaz puede conducir a una mayor confianza y voluntad del usuario, donde dicha participación del usuario en las consultas puede ayudar a los profesionales a comprender sus valores y preferencias, para descubrir posibles percepciones erróneas de los usuarios con respecto a los efectos del servicio. La existencia de una comunicación de calidad entre profesionales y usuarios, la información se puede comunicar de manera que el usuario la comprenda, potenciando decisiones de mayor calidad que mejor se adapten a las circunstancias del usuario, ayudando así a mejorar su situación.

Se argumenta que la comunicación efectiva en la interacción tiene funciones en el cuidado del usuario, porque la calidad de la atención mejora cuando la atención brindada se centra en el usuario y se basa en conversaciones afectivas, como resultado, se fomenta la comunicación entre profesionales y usuarios que es de naturaleza empática y respetuosa (Kwame & Petruckab, 2020). Dentro de los aspectos teóricos de una calidad comunicativa, se encuentra que el proceso de comunicación implica contextualizarlo a la luz de los canales que lo hacen factible y considerarlo como una base importante para la interacción entre las personas.

La comunicación es todo lo que las personas pueden usar y eso les hace atribuir significado, debido a que viene con objetivos y metas que se deben alcanzar, de modo que se produzca una determinada reacción; así, cuando aprendemos a expresar nuestros objetivos en términos de respuestas específicas por parte de las personas que reciben nuestros mensajes, hemos dado el primer paso hacia una comunicación positiva y eficiente. Pero para que esto suceda, es necesario prestar atención al comportamiento humano; debe ser lo suficientemente específico para relacionarse con el comportamiento de comunicación real; la comunicación debe ser coherente con el medio en el que ocurre, y la lógica debe usarse para no ser incoherente y contradictoria con uno mismo (Valladares & Assunção, 2015).

En un proceso de comunicación de calidad consiste en formas verbales y otras formas de comunicación humana que no involucran directamente palabras, es decir, comunicación no verbal. La comunicación verbal se refiere al lenguaje y la comunicación escrita a los sonidos de las palabras emitidas. Y la comunicación no verbal se refiere a los gestos, las expresiones, la posición hacia el otro y los objetos circundantes, el tacto y la postura. Por ello, un proceso de comunicación existe elementos interrelacionados que lo estructuran, que son: fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador y receptor. (Valladares & Assunção, 2015). Para la evaluación de la calidad de comunicación se toma en cuenta lo propuesto por Müggenburg et al. (2015) quien resalta dos factores dentro de esta comunicación que es el respeto y la empatía por los usuarios.

La primera dimensión que es el respeto se refiere a la aceptación positivista, la manifestación de disponibilidad de tiempo y esfuerzo para la valoración de los usuarios como persona con necesidades y requerimientos. El respeto es preocuparse por las palabras y las acciones que pueden afectar a los demás, donde se tiene dos partes, en el cual tener respeto por alguien debido a cómo sus acciones impactan a los demás y mostrar respeto al cambiar sus acciones para asegurar tener respeto, significa que te sientes positivamente hacia una persona debido a cómo afecta a los demás. Por ejemplo, puede tener respeto por una persona que trata a otras personas con amabilidad, donde se puede tener respeto por los demás y puedes tener respeto por uno mismo, porque el respeto propio significa sentirse bien con lo que uno es y los tipos de decisiones que se toman (Müggenburg et al., 2015).

El primer indicador que es si permite que el usuario se comunice, donde el colaborador otorga la capacidad para que la usuaria pueda relatar con libertad lo que está sucediendo, es decir, poder hablar sin ser interrumpida. El segundo indicador es el entendimiento, donde la usuaria puede ser comprendida por su situación actual por la que atraviesa, además, de que no pueda sufrir alguna presión para hablar o decir algo que no desea la usuaria. Finalmente, el tercer indicador que es la apertura por parte del personal, donde los colaboradores suelen preguntar en el momento indicado, es decir, luego de que la usuaria haya hecho su descargo, además, de estar predispuesto a brindar cooperación y ayuda cada vez que lo soliciten (Müggenburg et al., 2015).

La segunda dimensión que es la empatía la cual se define como la habilidad de poder comprender adecuadamente lo que atraviesa otra persona, no solo con la comprensión de palabras, sino también de forma sentimental y emocional, valorando puntualmente su preocupación y problemas, logrando su total confianza. Ser empático significa estar atento en situaciones comunicativas, comprender las necesidades del cliente, mostrar un comportamiento amistoso y atender las necesidades de un cliente individualmente. Es la capacidad de cuidar a los clientes y prestarles atención individualmente, especialmente al proporcionar servicios, ya que comprender las expectativas del cliente mejor que los competidores y la

provisión de atención y atención personalizada a los clientes influye fuertemente en el nivel de satisfacción del cliente (Müggenburg et al., 2015).

El primer indicador, que es el saludo y atención, se refiere a cuando el personal saluda de forma amigable y atiende rápidamente a las usuarias, haciendo uso de expresiones amables. El segundo indicador es la transmisión de tranquilidad, en el cual los colaboradores tratan de brindar seguridad y confianza a las usuarias, lo cual sirve como soporte para el momento desagradable por el que atraviesan. El tercer indicador la comprensión, el cual hace referencia a la capacidad de entender de los colaboradores los problemas de las usuarias, como también la sensación que tienen estas, para ver si el personal se está poniendo en su lugar. Finalmente, el cuarto indicador es la escucha activa, en donde el personal siempre trata de hablar y preguntar sin ejercer ninguna presión en el usuario, además, que siempre están disponibles para escuchar sus problemas y sus preocupaciones (Müggenburg et al., 2015).

Por otro lado, a continuación, se detalla la teoría sobre la segunda variable reputación institucional, que se define como el prestigio y se fundamenta en las percepciones que tienen los usuarios y otros grupos de interés tienen de una organización, es decir, es la consolidación de la imagen social de una institución (Navarro, Mira, y Lorenzo., 2012). La reputación es la credibilidad y legitimidad de su institución según la perciben una variedad de partes interesadas. La reputación afecta la calificación de una entidad y también se requiere en parte como un medio para medir el valor de una institución, por ello, es importante mantener la reputación de una organización para su reconocimiento. El concepto de reputación institucional significa la situación social y económica que otorga superioridad a una organización, que surge como resultado de la comparación de la organización afiliada y las demás organizaciones realizada por los usuarios o empleados.

Esta reputación institucional es la suma de las impresiones de las partes externas a la organización, donde se refiere no solo al conjunto de valores que tiene una institución y las perspectivas de sus representantes, sino también al interés, conexión y percepción de todos sobre el tema que ha una relación directa o indirecta con la organización. La estructura basada en la reputación de las

organizaciones hace necesario que estas se posicionen positivamente en esta área, porque es altamente determinante y orientador para los empleados, donde si bien aumenta el interés y el énfasis que los empleados dan en el prestigio organizacional, esto también se cuestiona que este elemento se considere un elemento de competencia entre las organizaciones. De esta forma, la reputación organizacional es un elemento que puede afectar el reconocimiento, preferencia y competencia de las organizaciones al mismo tiempo (Brow, Palka, Helm, y Kulikova, 2020).

La reputación institucional se considera la ventaja competitiva y como la evaluación global de la conducta como el desempeño de una organización a lo largo de los años. Las partes cruciales de la reputación son; la buena reputación indicaba la calidad y confiabilidad superior de los servicios, el parámetro y referencia para la toma de decisiones de los usuarios en la elección de la entidad, donde estos son más confiados con las entidades con buena reputación, porque, una reputación sobresaliente aumenta la confianza del usuario e influye en la satisfacción y lealtad del proceso de toma de decisiones del usuario, además, esta reputación también tiene un papel importante en las etapas del usuario antes y después del servicio, como en la etapa de mantener y entablar las relaciones con ellos, lo que conduce a una actitud positiva del usuario hacia el servicio de una organización (Wallenburg, Quartz, & Bal. 2016).

Se considera la reputación institucional como el elemento que da forma a la percepción de los usuarios sobre el servicio de organización, porque esta reputación desempeña un papel crucial en la configuración del comportamiento futuro del usuario, donde la confiabilidad se incluye como uno de los factores del juicio del usuario sobre si una entidad ha brindado un servicio confiable. De esa manera, la confianza y la seguridad son cruciales para el servicio que el usuario percibió como un servicio de alto riesgo con un resultado de incertidumbre, como el servicio que se brindan. La reputación institucional en sí se desarrolla mediante una serie de largos procesos de conducta y desempeño de la organización desde el pasado hasta el presente que da forma al juicio de las partes interesadas, por lo tanto, la reputación colocó la posición de la entidad que distingue entre una

organización y otra a los ojos de las partes interesadas internas y externas (Turay, Mohd, y Maruf 2017).

La reputación institucional implica la percepción del usuario de un servicio confiable que brinda la organización de atención, donde brindar un servicio confiable significa que la entidad brinda el servicio como se prometió y es más probable que los usuarios regresen a la entidad para realizar el servicio prometido, en consecuencia, la mayoría de las veces los usuarios se refieren a la reputación de una institución como el parámetro para seleccionar y continuar el servicio. Los usuarios pueden evaluar la reputación de un establecimiento de cinco formas, tales como; buena reputación, qué tan respetado es la entidad a los ojos de las partes interesadas, qué tan bien pensado está el establecimiento en la mente de los usuarios, el estado de la organización en sí, y si el establecimiento tiene la suficiente reputación en los usuarios (Parnitzke, 2017).

Una reputación institucional es una representación o imagen de una organización en manos de personas externas y/o miembros de la organización, es decir, es una representación perceptiva de las acciones pasadas de una entidad y las perspectivas futuras que describen el atractivo general de la organización para todos sus componentes clave en comparación con otros rivales importante. La reputación son rasgos que señalan los comportamientos probables de una organización; para los estrategas, la reputación de una entidad es una barrera para los rivales, una fuente de ventaja competitiva; porque cuando los usuarios están satisfechos con el servicio o producto que obtienen de una entidad y tienen una buena experiencia, la reputación de esa empresa se fortalecerá con el tiempo, dado que la experiencia es una fuente de información (Erbay & Esatoglu, 2017).

Los aspectos teóricos indican que una buena reputación institucional indica la excelente confiabilidad y calidad de los servicios, por ello, todas las organizaciones, incluidos los proveedores de atención, deben considerar la reputación como un factor importante que puede aumentar o disminuir el desempeño de la atención a través de las preferencias de los usuarios para elegir, volver a visitar, derivar y recomendar el servicio de atención. El servicio está muy involucrado con la interacción humana, es necesario medir la reputación en función

de las percepciones del usuario, esta reputación institucional también representó la confianza que la organización crea al mantener el servicio prometido a sus grupos de interés, por lo tanto; la reputación es el resultado de la evaluación subjetiva acumulada de los interesados a lo largo del tiempo hacia una entidad específica (Turay, et al, 2017).

Por ello, dentro del contexto teórico la reputación institucional dentro de una entidad debe formarse considerando a todas las partes interesadas dentro y fuera de la organización, dado que las partes interesadas de las instituciones y sus expectativas difieren de las de otras instituciones, mantener la reputación es mucho más difícil que en otras organizaciones, para los centros de atención, la forma en que la reputación es percibida por sus grupos de interés tiene importancia porque el tema del servicio es el cuidado de las personas, donde la calidad y el contenido de los servicios están influenciados por la calidad de los empleados y la gestión, la confiabilidad de sus servicios, la eficiencia de la comunicación con su entorno y el conjunto de valores de los que rinden cuentas al público (Erbay & Esatoglu, 2017).

Para la medición de la reputación institucional se tomo en cuenta lo mencionado por Navarro et al. (2012) quien dimensionó a dicho tema en tres componentes los cuales conforman dicha variable que son la calidad de la asistencia, la credibilidad y confianza y la gestión y liderazgo. La primera dimensión que es la calidad de la asistencia significa brindar la atención que la usuaria necesita cuando esta la necesita, de una manera asequible, segura y eficaz. Por ello, dicha asistencia de calidad también significa involucrar y comprometer a la usuaria, de modo que esta asuma la responsabilidad de la atención preventiva y del tratamiento de los problemas presentados.

Se puede lograr esta calidad en el contexto de la atención y asistencia mediante un esfuerzo colaborativo que involucra a la usuaria, los colaboradores, el centro de ayuda, la familia y a la comunidad en su conjunto, es decir, garantizar la atención de calidad es brindar un servicio seguro, eficaz, centrado en la usuaria, oportuna, eficiente y equitativa (Navarro et al., 2012).El primer indicador es la atención centrada en el usuario, en donde los colaboradores deben preocuparse por las usuarias que necesitan una ayuda inmediata, siempre buscando que se

sientan seguras y cómodas con la orientación brindada. El segundo indicador es la percepción de la atención, en la cual debe garantizar un ambiente seguro dentro del centro de ayuda, donde los colaboradores siempre deben estar pendientes de todo lo que menciona o comente la usuaria.

Finalmente, el último indicador es la accesibilidad, en donde la usuaria debe percibir y sentir confianza en los trabajadores, brindando y estando siempre disponibles para ayudar a todas las usuarias en el centro de emergencias (Navarro et al). La segunda dimensión que es la credibilidad y confianza, en donde el comportamiento de los colaboradores debe transmitir cierta tranquilidad y capacidad para poder atender a las usuarias, mientras que la seguridad permitirá que los usuarios se sientan seguros en sus manifestaciones u otorgamiento de información personal al centro de ayuda. Por ello, la credibilidad es la cualidad o el poder de inspirar creencias, crece de la misma manera, por otro lado, la confianza se construye con el tiempo a medida que cumple con las promesas que hace.

Se podía porque la primera tiene que ver con una evaluación relativamente objetiva del valor y la confiabilidad de la información de una fuente determinada, mientras que la segunda es un juicio subjetivo totalmente personal que usted hace principalmente sobre alguna persona con la que tiene tratos habituales (Navarro et al., 2012, p.448). El primer indicador es la aceptación de la población, en donde los colaboradores deben aceptar y atender a la usuaria sin importar que características, rasgos, habilidades o vestimenta que tenga, es decir, el personal no puede juzgar o discriminar a las usuarias por ninguna razón. El segundo indicador es la preferencia, la cual se refiere a las opiniones o referencias que se tenga sobre un centro o institución, como también, estas pueden influir en la recomendación o asistencia a dichos establecimientos, al reconocer o identificar a personas que tengan similares problemas.

Finalmente, el último indicador es la sensación de un buen trabajo, al cual se refiere al desempeño que tienen los colaboradores en sus funciones, o si tratan de siempre buscar que las usuarias puedan superar o sobrellevar de la mejor manera sus problemas expuestos (Navarro et al., 2012). Finalmente, la tercera dimensión que es la gestión y liderazgo, los cuales son aspectos fundamentales en

la reputación de una organización, porque el liderazgo es una parte esencial de una gestión eficaz, como componente crucial de la gestión, el comportamiento de liderazgo notable enfatiza la creación de un entorno en el que todos y cada uno de los colaboradores se desarrollen y sobresalgan.

El liderazgo se define como el potencial para influir e impulsar los esfuerzos del grupo hacia el logro de las metas, mientras que la gestión puede proporcionar una correcta consecución en la efectuación de tareas y actividades. Una organización debe contar con empleados que posean cualidades de liderazgo, ya que permiten desarrollar y comenzar estrategias que construyen una imagen institucional (Navarro et al., 2012). El primer indicador es la gestión del servicio, el cual tiene que ver con la organización de actividades y tareas realizadas por el personal del centro y/u organización, donde se debe dar la sensación de que cada empleado cumpla con su papel dentro de la institución.

El segundo indicador es la influencia del líder, en donde los usuarios deben percibir que cada empleado conoce su rol y que está capacitado con los conocimientos requeridos para ocupar y ejecutar sus funciones en su puesto, esto con la finalidad que el centro de ayuda pueda funcionar de manera óptima y congruente con sus objetivos como metas organizacionales y estratégicas establecidas (Navarro et al., 2012). Respecto al Centro de Emergencia Mujer, son servicios públicos gratuitos y especializados en ofrecer una atención integral, así como multidisciplinaria para las diferentes víctimas de violencia tanto para la mujer como para los miembros que integran el grupo familiar, teniendo como finalidad la recuperación del daño sufrido por medio de la orientación legal, consejería psicológica, defensa legal y la asistencia social (Gobierno del Perú, 2021).

El desarrollo de bases epistemológicas exige una exploración que se remonte a sus raíces en las prácticas culturales; trascendiendo la correspondencia entre el signo y el significado de las palabras (Garduño et al., 2008, p. 24). La comunicación ha sido conceptualizada por distintos autores en el transcurso de la historia. No obstante, sus definiciones convergen en que sea un intercambio de datos en donde el emisor envía por medio de un canal, contenidos que tendrán un efecto por parte del receptor (Ladino, 2017, p. 10). En la estructura epistémica de

la comunicación se pueden distinguir los principios expuestos por Aguado (2004), que serán detallados a continuación: Principio de relación Se reconoce como el factor predominante que cimienta el proceso comunicativo, partiendo de la premisa conceptual donde toda comunicación se tipifica como una interacción. Principio de diferencia/ semejanza: La identificación de diferencias y semejanzas se logra por un proceso comparativo donde se relacionan elementos gracias a las propiedades biológicas y/o sociales de los organismos que participan en la comunicación. Las diferencias se pueden reconocer a nivel del emisor, del mensaje (los significados, las señales, los sentidos, las variaciones en la acción y rasgos del ambiente) y de las relaciones de la comunicación.

Estructura/forma: Se concibe como un grupo de componentes asociados, en el cobran relevancia y no por disposiciones intrínsecas sino por la relación que entablen. Interacción/función: Una función se describe como una modificación ordinaria en un plano estructural, de manera que se localiza dentro del margen de lo predecible en las relaciones entre elementos que afecta n al conjunto. Organización: La organización proviene de la relación entre la estructura (forma) y la función(interacción) en la que se capta una complementariedad. Y el proceso: La relación entre forma e interacción afianza la idea de diferencia informativa que concierne sujeta a estudio.

Por otra parte, en su obra: "Hermes" sostiene principios universales para la génesis de la comunicación al integrar las múltiples disciplinas de pensamiento: la filosofía, la matemática, la física, a la teoría de la información, a la literatura, al arte y a la tecnología a comunicación. El nombre de su obra alude al famoso mensajero de la mitología griega y, al mismo tiempo, representa la metáfora de la comunicación, el cual funciona como un medio para producir conocimiento. Uno de los conceptos más elementales es la fundación y se refiere a la instauración de sistemas criterios que auspician resultados que coinciden entre sí en líneas racionales, tecnológicas y de producción; siendo pilares históricos de larga data que subyacen las distinciones entre los segmentos del ambiente (Serres, 1994).

Referente a la reputación institucional uno de los primeros autores en mencionar la reputación institucional fue Shapiro (Shapiro, 1982), quien lo califica

como una colección de indicadores pertenecientes a los beneficiarios de la organización, los cuales configuran sus expectativas en función a su experiencia de consumo, sea del producto o servicio otorgado. Puede contemplarse como un recurso que permite sentar las bases de sus metas, cobertura de beneficiarios, sus públicos de interés y, al mismo tiempo, dilucida su proceso comunicativo, los productos o servicios que ofrecer y en qué condiciones. Por consiguiente, supone un constructo que favorece el valor del servicio (Galvis & Silva, 2016).

La reputación institucional para Fombrun y Foss (2005) depende del grado de transparencia que mantenga la organización. Resume la reputación en cinco principios y son los sucesivos: Principio de distinción. Las instituciones que gocen que una reputación más fortalecida, poseen un mayor posicionamiento en los que optan por sus servicios llegando a destacarlos de entre otras entidades. Principio de atención. Las instituciones son caracterizadas por un lema que se pueda relacionar fácilmente con las mismas. El principio de consistencia. La reputación institucional con evidencia, estabilidad y congruencia con su misión y visión. De este modo, se evita una incertidumbre innecesaria a los usuarios. Principio de identidad. Las empresas con una buena reputación corporativa cuentan con una identidad claramente definida, que consiste en aquellos principios y valores con los que la empresa quiere guiarse y conducirse, y con los que se compromete de forma activa y pública. Principio de transparencia. La reputación institucional se fundamenta también en la transparencia en cada una de sus facetas demandando de una comunicación cordial, cercana y directa con sus beneficiarios.

III. MÉTODOLÓGÍA

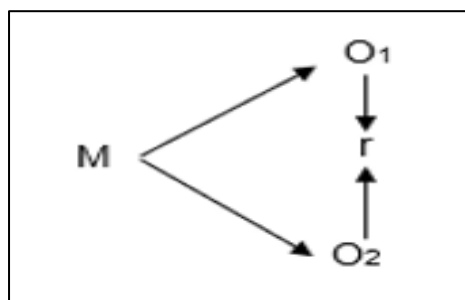
3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de estudio

Este estudio fue de tipo básica ya que, debido a que se hizo uso de fundamentos teóricos con la finalidad de incrementar el conocimiento. Según Daniel (2016) y también Concytec (2019) se refiere que un estudio básico es también llamado fundamental porque busca nuevos conocimientos mediante la recopilación de información. Por otro lado, este estudio hizo uso de un enfoque cuantitativo, debido a la utilización diversas técnicas numéricas. Como lo mencionaron Balakumar, Mohammed, y Jagadeesh (2014) un estudio con enfoque cuantitativo es aquel que hace uso de procesos numéricos para fundamentar teorías.

Diseño de investigación

Se contó con un diseño no experimental debido a que en la investigación no hubo ninguna alteración intencional de las variables en estudio. Según Kim (2019) en un estudio no experimental solo se puede verificar y observar según su comportamiento natural, además, se tuvo un corte de tipo transversal, tal como lo indicó Bleske, Morrison y Hiedtke (2015) un estudio transversal solo establece la recolección de datos en un tiempo determinado. En cuanto al nivel de la investigación fue correlacional debido a que buscó determinar el nivel de asociación e influencia que existe entre las variables en un entorno o contexto específico (Ganan, Hauser y Thomas, 2015).



M: usuarias

O1: Calidad de comunicación

O2: Reputación institucional

R: relación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Calidad de comunicación

Definición conceptual. La calidad de comunicación es aquel proceso que funge como interacción social entre el personal que labora en el centro asistencial y el paciente o víctima (Müggenburg et al, 2015).

Definición operacional. Se define de forma operacional mediante dos dimensiones que fueron el respeto y la empatía.

Indicadores. Para la primera dimensión los indicadores son el permiso para que el usuario se comunique, el entendimiento y la apertura por parte del personal. Para la segunda dimensión se tiene los indicadores de saludo y atención; transmisión de tranquilidad, comprensión y la escucha activa

Escala de medición. Su medición se hará mediante la categoría de tipo ordinal de estilo Likert con cinco opciones de respuesta: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).

Variable 2: Reputación institucional

Definición conceptual. La reputación institucional es el prestigio y se fundamenta en las percepciones que tienen los usuarios y otros grupos de interés tienen de una organización (Navarro et al., 2012).

Definición operacional. Se define de forma operacional mediante tres dimensiones que fueron la calidad de la asistencia, credibilidad y confianza; finalmente gestión y liderazgo.

Indicadores. Para la primera dimensión los indicadores son la atención centrada en el usuario, la percepción de la atención y la accesibilidad; para la segunda dimensión, los indicadores son la aceptación de la población, la preferencia y la sensación de un buen trabajo. La tercera dimensión se tiene los indicadores son la gestión del servicio e influencia de líder.

Escala de medición. Su medición se hará mediante la categoría de tipo ordinal de estilo Likert con cinco opciones de respuesta: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

La población es considerada como un conjunto de elementos que posee las cualidades, particularidades y características que es de interés del investigador (Asiamah, Mensah y Oteng, 2017; Walliman, 2011). La población que se consideró estuvo conformada por 44 usuarias que son las que reciben un servicio, de una institución pública de asistencia a la mujer de Lima, las cuales han tenido la percepción que es la impresión que se tiene sobre algo o alguien, durante el proceso de atención, que es la forma en cómo se orienta y dirige a una persona.

También se consideraron criterios de selección, donde Martínez et al. (2016) indicaron que estos criterios permiten escoger una determinada población con ciertas características, donde los criterios de inclusión fueron las usuarias que hayan ido a la institución al menos una vez y los criterios de exclusión, son aquellas usuarias que no han asistido a esta institución.

Muestra

La muestra se considera como un elemento que contiene o posee las mismas cualidades, propiedades y características que la población (Van Rijnsoever, 2017). La muestra para este informe fueron 44 usuarias de una institución pública de asistencia a la mujer de Lima.

Muestreo

El tipo de muestreo fue censal, porque los participantes serán elegidos en su totalidad, ya que, es un tamaño accesible para proceder con el análisis de datos (Taherdoost, 2016).

Unidades de análisis

Para este estudio se tomó a las usuarias de una institución pública de asistencia a la mujer de Lima, que cumplan con los criterios de selección. Según Li, Chen, Xiang y Xie. (2017) la unidad de análisis es la primordial fuente de datos para lograr la finalidad de un trabajo de investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para este estudio se utilizó la encuesta, la cual permite la recolección de datos para esta investigación. De acuerdo con Díaz (2019) la encuesta es una técnica simple que permite encontrar datos precisos sobre las variables que son objeto de estudio, debido a que con ayuda de preguntas cerradas, precisas y sencillas.

Instrumento

El instrumento seleccionado en este estudio fue el cuestionario, debido a que con esta herramienta se pudo estandarizar y uniformizar la recolección de datos. De acuerdo con Hou & Chu (2015), el cuestionario muestra una baja tasa de ítems sin respuesta frente a otros instrumentos. En esta investigación se utilizaron dos cuestionarios, para la variable calidad de comunicación, contó 15 ítems y para la variable reputación institucional con 16 ítems, con una escala ordinal (Likert).

La validación se realizó mediante el método de juicios de expertos, los cuales calificaron y dieron sus observaciones como también su aprobación para la aplicación. De acuerdo con Zamanzadeh et al. (2015), la validación permite determinar la exactitud con la que un instrumento puede medir una realidad.

Por otro lado, la confiabilidad se tuvo que realizar una prueba piloto. Como lo mencionó Akeem (2015) la fiabilidad es la confianza que tiene un instrumento al ser aplicado a una pequeña muestra seleccionada. Por otra parte, es necesario mencionar que los valores que se pueden obtener del Alpha de Cronbach fluctúan entre el 1 y el 0, lo que significa que si el resultado es cercano al 0 significara que la fiabilidad es nula, pero si es próximo al 1 tendrá una fiabilidad alta (Ñaupas, Valdivia, Palacios, & Romero, 2018; Corral, 2018).

3.5. Procedimientos

El procedimiento comenzó con la elaboración de instrumentos, posteriormente se solicitó el permiso a la institución pública de asistencia a la mujer a fin de poder organizar una charla donde se dio a conocer las razones del estudio, la importancia de este y los objetivos que se pretenden llevar a cabo con la participación de las usuarias. Posteriormente se explicó como llenar los cuestionarios.

3.6. Métodos de análisis de datos

Toda la información recolectada de los instrumentos utilizados fue trasladada al programa Microsoft Excel, donde se realizó todo el procesamiento de datos y tabulaciones, en donde se procesó con su codificación para iniciar el procesamiento descriptivo y según Rendón, Villasís, & Miranda (2016) “La estadística descriptiva es la rama de la estadística que formula recomendaciones sobre cómo resumir la información en cuadros o tablas, gráficas o figuras” Luego con las puntuaciones totales se trasladó al programa estadístico SPSS versión 25, con el cual se pudo aplicar los coeficientes de correlación necesarios, los cuales, según Rendón, Villasís, & Miranda (2016) la estadística inferencial trabaja e intenta extraer conclusiones sobre la población.

3.7. Aspectos éticos

Según Yip et al. (2016) los aspectos éticos son aquellos criterios que tiene el investigador. Desde el comienzo de la realización del estudio, se respetó la autenticidad de las teorías y trabajos considerados en este informe, para ello, se citó debidamente para garantizar su autenticidad. De igual forma, esta investigación desde un criterio ético se sustentó con documentos como validaciones de instrumentos, carta de autorización de la institución, autenticación de datos y documentos que garantizan la originalidad de la investigación.

IV. RESULTADOS

variable 1: Calidad de comunicación

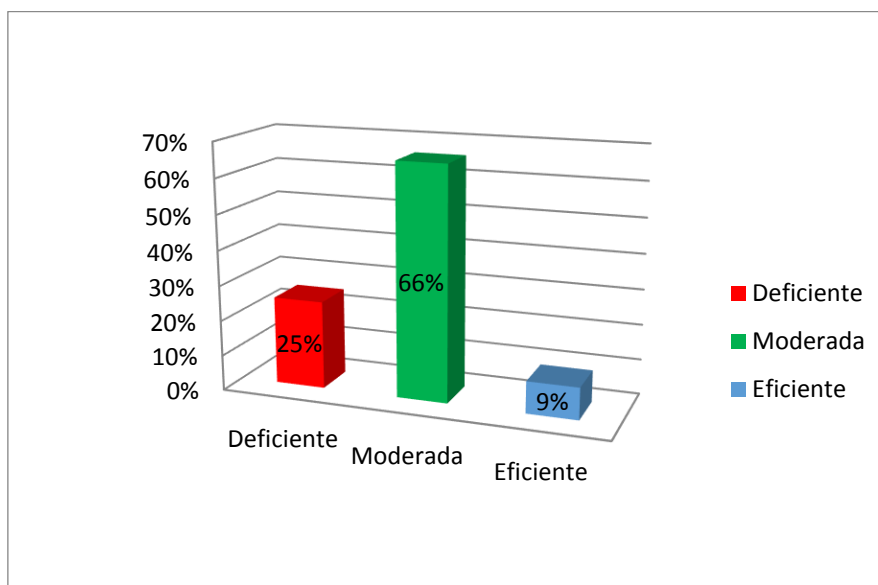
Tabla 1

Variable 1 Calidad de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Deficiente	11	25%
	Moderada	29	66%
	Eficiente	4	9%
	Total	44	100%

Figura 1

Variable 1 Calidad de comunicación



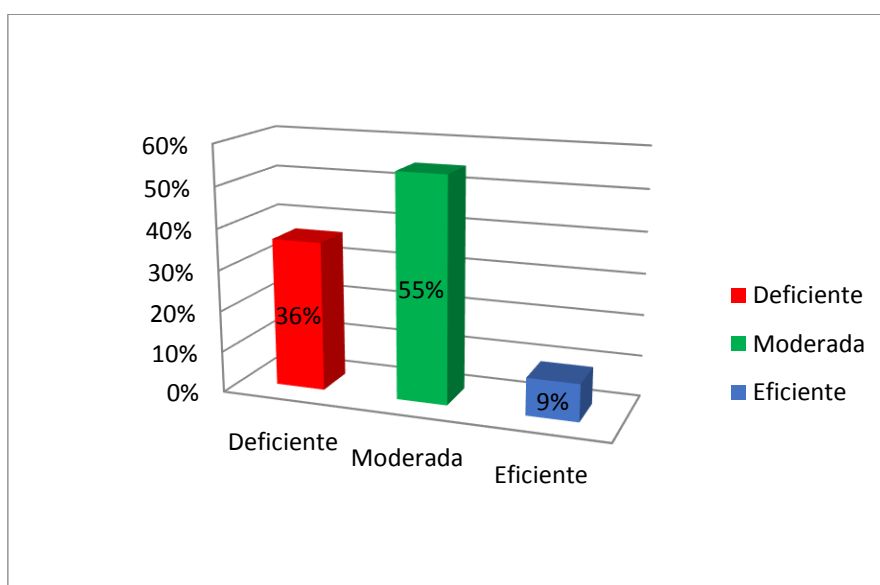
De la tabla 1 y figura 1 se concluye que, del total de encuestados de la institución, el 66% manifestó que la calidad de comunicación es moderada, el 25% manifestó que es de nivel deficiente, mientras que el 9% manifestó que el nivel es eficiente. Esto debido a que los colaboradores de la institución cuando se expresan no los interrumpen, dentro de la organización el personal no presiona a que hablen cosas que no desean, en la institución están dispuestos a ayudar cuando se lo solicitan, los colaboradores usan palabras amables al hablar con los usuarios, el personal hace sentir a los usuarios tranquilos, comprenden los problemas que acontecen y hablan y preguntan sin presionar a los usuarios.

Tabla 2
D1. Respeto

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Deficiente	16	36%
	Moderada	24	55%
	Eficiente	4	9%
	Total	44	100%

Figura 2

D1 Respeto

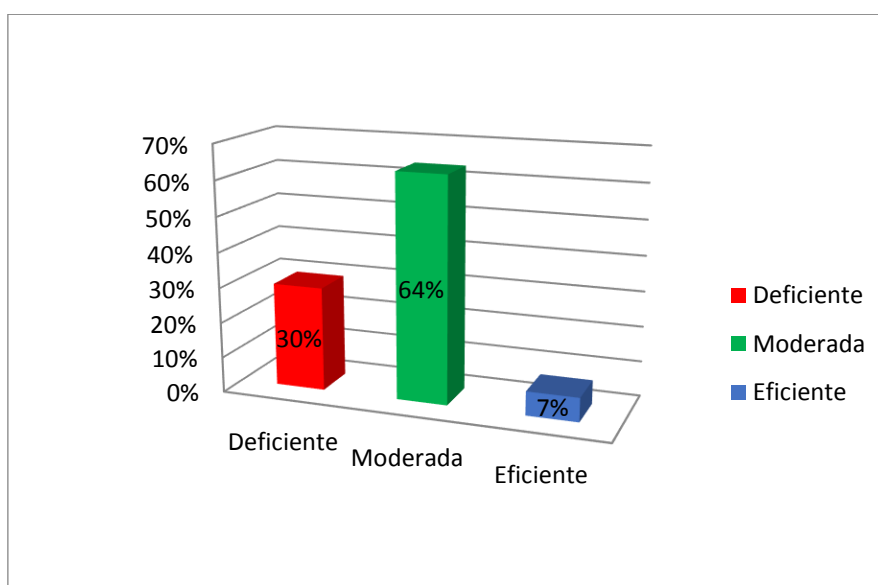


De la tabla 2 y figura 2 se concluye que, del total de usuarios encuestados, el 55% manifestó que el respeto en la institución es moderado, el 36% manifestó que es de deficiente, mientras que el 9% manifestó que el nivel es eficiente. Esto se debe a que los colaboradores de la institución no interrumpen a los usuarios, no presionan a los usuarios para que hablen temas que no desean y en la institución los colaboradores están dispuestos a ayudar cuando lo solicitan.

Tabla 3
D2. Empatía

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Deficiente	13	30%
	Moderada	28	64%
	Eficiente	3	7%
Total	Total	44	100%

Figura 3
D2. Empatía

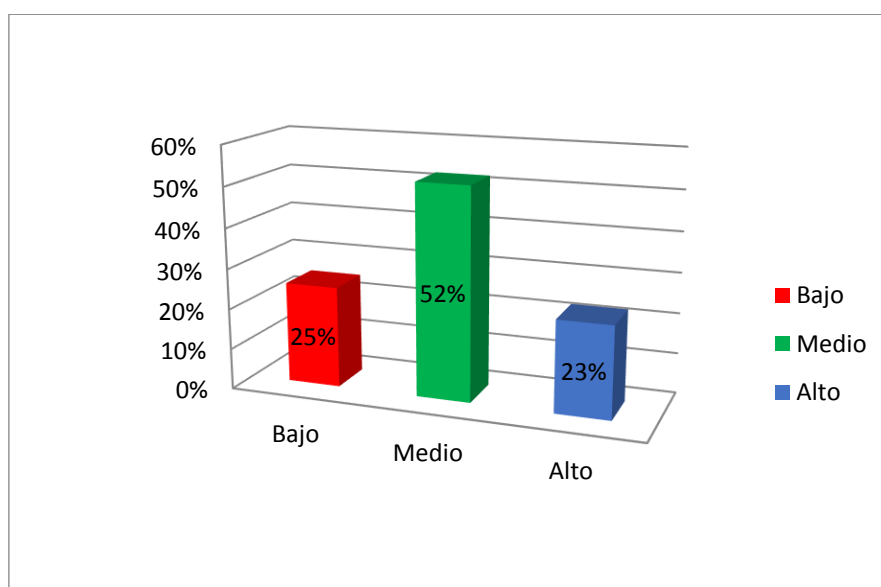


En la tabla 3 y figura 3 se puede observar que, del total de encuestados, el 64% manifestó que la empatía en la institución es de nivel moderado, el 30% manifestó que es deficiente, mientras que el 7% manifestó que el nivel es eficiente. Esto debido a que los colaboradores de la institución emplean palabras amables al hablar con los usuarios, los hacen sentir tranquilos, entienden los problemas que pasan y preguntan y hablan con los usuarios sin presionarlos.

Tabla 4
Variable 2. Reputación institucional

Calificación		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	11	25%
	Medio	23	52%
	Alto	10	23%
	Total	44	100%

Figura 4
Variable 2. Reputación institucional



De la tabla 4 y la figura 4 se puede concluir que, del total de usuarias encuestadas, el 52% manifestó que la reputación institucional es de nivel medio, el 25% manifestó que su nivel es bajo, mientras que el 23% manifestó que el nivel es alto. Esto se debe a que se sabe que la entidad siempre busca que los trabajadores hagan sentir cómodos a las usuarias, el personal siempre presta atención a las necesidades y comentarios de las usuarias, todos los colaboradores de la institución están disponibles para las usuarias, recomiendan que se acuda a la institución si conocen a alguien que pasa por un problema, en la entidad el personal se desempeña bien, existe organización, los trabajadores conocen bien lo que hacen, y se sabe que la institución funciona de manera adecuada y correcta.

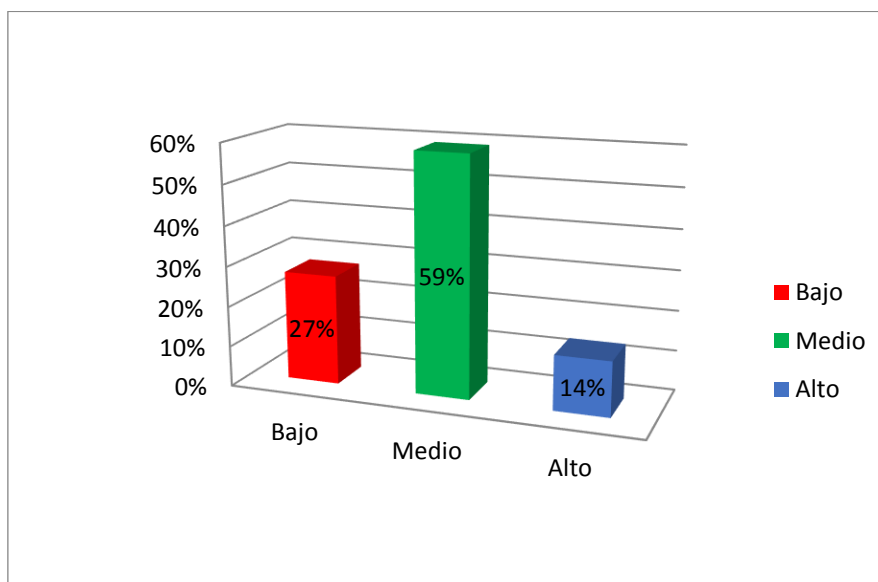
Tabla 5

D1. Calidad de la asistencia

Calificación	Eficiente	Porcentaje
Valido	Bajo	12 27%
	Medio	26 59%
	Alto	6 14%
Total	44	100%

Figura 5

D1. Calidad de la asistencia

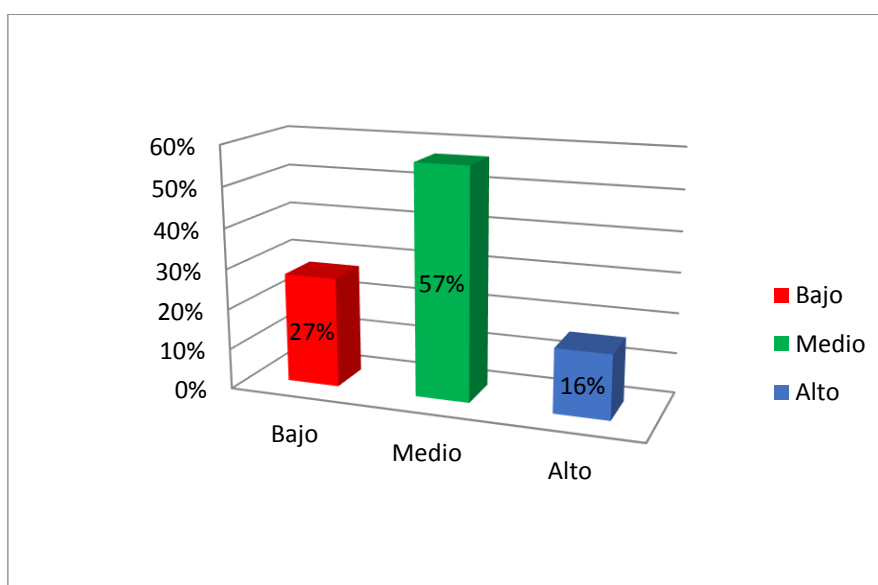


En la tabla 5 y figura 5 se puede observar que, del total de usuarias de la institución, el 59% manifestó que la calidad de asistencia es de nivel medio, el 27% manifestó que es de nivel bajo, mientras que el 14% manifestó que el nivel es alto. Esto se debe a que la entidad siempre busca que los trabajadores hagan sentir cómodas a las usuarias, el personal de la institución presta atención a las necesidades y comentarios de los usuarios, los colaboradores de la institución están disponibles para las usuarias.

Tabla 6
D2. Credibilidad y confianza

Calificación		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	12	27%
	Medio	25	57%
	Alto	7	16%
Total		44	100%

Figura 6
D2. Credibilidad y confianza

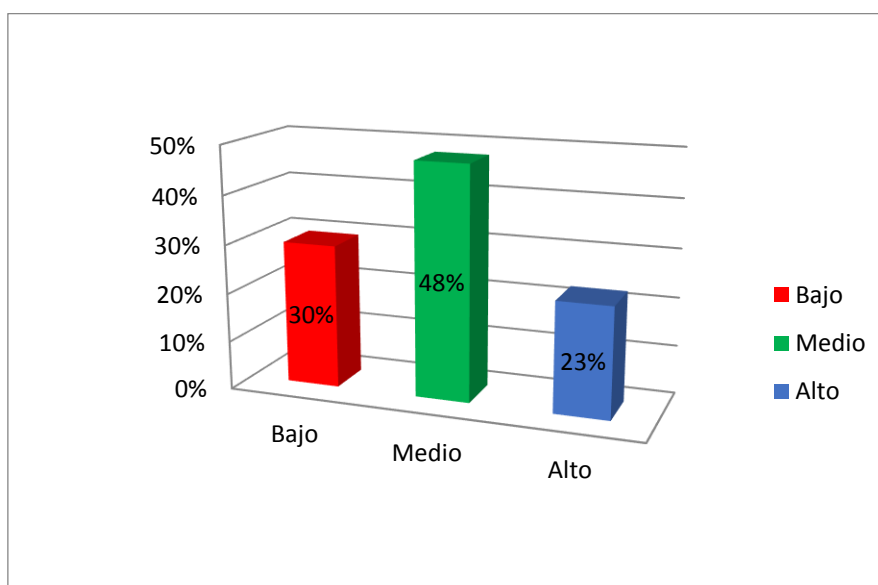


De la tabla 6 y la figura 6 se concluye que, del total de encuestados, el 57% manifestó que la credibilidad y confianza es de nivel medio, el 27% manifestó que es de nivel bajo, mientras que el 16% manifestó que posee un nivel alto. Esto debido a que, recomiendan que acudan a la institución, y consideran que el personal se desempeña bien.

Tabla 7
D3. Gestión y liderazgo

Calificación		Frecuencia.	Porcentaje
Válido	Bajo	13	30%
	Medio	21	48%
	Alto	10	23%
Total	Total	44	100%

Figura 7
D3. Gestión y liderazgo



De la tabla 7 y figura 7 se concluye que, del total de usuarias encuestadas, el 48% manifestó que la gestión y el liderazgo es de nivel medio, el 30% manifestó que está en nivel bajo, mientras que el 23% manifestó que es de nivel alto. Esto se debe a que, existe organización en la institución, se percibe que los trabajadores saben lo que hacen, y que la institución funciona de manera adecuada.

Tabla 8*Cruce la variable 1 Calidad de comunicación y la V2 Reputación institucional*

		Reputación institucional			
			Bajo	Medio	Total
Calidad de la comunicación	Deficiente	Recuento	11	0	11
		% del total	25.0%	0.0%	25.0%
	Moderado	Recuento	6	23	29
		% del total	13.6%	52.3%	65.9%
	Eficiente	Recuento	4	0	4
		% del total	9.1%	0.0%	9.1%
Total		Recuento	21	23	44
		% del total	47.7%	52.3%	100.0%

Del cruce de las variables calidad de la comunicación y la reputación institucional se concluye que, del total de usuarias de una institución pública de asistencia a la mujer de Lima el 25% considera que presenta un nivel deficiente y bajo, seguidamente el 52,3% considerada que el nivel para la variable es moderado y medio; finalmente se considera que en un 9,1% presenta un nivel eficiente y bajo.

Tabla 9*Cruce la variable 1 calidad de comunicación y la D1 calidad de la asistencia*

		Calidad de la asistencia				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad de comunicación	Deficiente	Recuento	11	0	0	11
		% del total	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	Moderado	Recuento	1	24	4	29
		% del total	2.3%	54.5%	9.1%	65.9%
	Eficiente	Recuento	0	2	2	4
		% del total	0.0%	4.5%	4.5%	9.1%
Total		Recuento	12	26	6	44
		% del total	27.3%	59.1%	13.6%	100.0%

Del cruce de la variable calidad de la comunicación y la dimensión calidad de la asistencia se concluye que, del total de usuarias de una institución pública de asistencia a la mujer de Lima el 25% considera que presenta un nivel deficiente y bajo, seguidamente el 54,5% considerada que el nivel para la variable es moderado

y medio en la dimensión; finalmente se considera que en un 4,5% presenta un nivel eficiente y medio.

Tabla 10

Cruce la variable 1 calidad de comunicación y la D2 Credibilidad y confianza

			Credibilidad y confianza		
			Bajo	Medio	Alto
Calidad de la comunicación	Deficiente	Recuento	11	0	0
		% del total	25.0%	0.0%	0.0%
	Moderado	Recuento	1	23	5
		% del total	2.3%	52.3%	11.4%
	Eficiente	Recuento	0	2	2
		% del total	0.0%	4.5%	4.5%
Total	Recuento	12	25	7	
	% del total	27.3%	56.8%	15.9%	

Del cruce de la variable calidad de la comunicación y la dimensión credibilidad y confianza se concluye que, del total de usuarias de una institución pública de asistencia a la mujer de Lima el 25% considera que presenta un nivel deficiente y bajo, seguidamente el 52,3% considerada que el nivel para la variable es moderado y medio en la dimensión; finalmente se considera que en un 4,5% presenta un nivel eficiente y medio.

Tabla 11*Cruce la variable 1 calidad de comunicación y la D3 Gestión y liderazgo*

		Gestión y liderazgo				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad de la comunicación	Deficiente	Recuento	10	1	0	11
		% del total	22.7%	2.3%	0.0%	25.0%
	Moderado	Recuento	3	20	6	29
		% del total	6.8%	45.5%	13.6%	65.9%
	Eficiente	Recuento	0	0	4	4
		% del total	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%
Total		Recuento	13	21	10	44
		% del total	29.5%	47.7%	22.7%	100.0%

Del cruce de la variable calidad de la comunicación y la dimensión gestión y liderazgo se concluye que, del total de usuarias de una institución pública de asistencia a la mujer de Lima el 22,7% considera que presenta un nivel deficiente y bajo, seguidamente el 45,5% considerada que el nivel para la variable es moderado y medio en la dimensión; finalmente se considera que en un 9,1% presenta un nivel eficiente y alto.

Prueba de normalidad

Se analizó la normalidad empleando la prueba de Shapiro -Wilk, puesto que esta prueba es la más adecuada a raíz que la cantidad de muestra es menor a 50.

Dónde:

H1. La muestra presenta una distribución normal.

H0. La muestra no se distribuye de manera normal.

Regla:

Si la significancia es mayor a 0,05 los datos se distribuyen de manera normal, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si la significancia es menor a 0,05 los datos no se distribuyen de manera normal, por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna.

Tabla 12.
Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1. Calidad de la comunicación	.737	44	.000
Variable 2. Reputación institucional	.806	44	.000

Analizando la tabla 12, se concluye que al presentar una significancia igual a 0,000, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, por lo tanto, se aprueba que la muestra no se distribuye de manera normal, deduciéndose que se empleará el estadístico de Rho Spearman.

Hipótesis general

Tabla 13
Prueba de hipótesis general

			Variable 1. Calidad de la comunicación	Variable 2. Reputación institucional
Rho de Spearman	Variable 1. Calidad de la comunicación	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1	,652** .000
		N	44	44
	Variable 2. Reputación institucional	Coeficiente de Correlación Sig. (bilateral)	,652** .000	1
		N	44	44

En la tabla se puede observar que se consigue determinar que el nivel de significancia es 0.000, el cual, es menor que 0.05, lo que significa que se rechaza la H0 y se acepta que la calidad de comunicación se relaciona significativamente con la reputación institucional, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman obtenido es igual a 0.652, demostrándose que existe una relación positiva considerable entre ambas variables.

Prueba de hipótesis específica 1

H0: No existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de asistencia en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021

HE1. Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de la asistencia en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

Tabla 14
Prueba de hipótesis específica 1

		V1. Calidad de la comunicación	D1. Calidad de asistencia
	V1. Calidad de la comunicación	1	.616
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)		.000
Rho de Spearman	N	44	44
	D1. Calidad de asistencia	.616	1
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.000	
	N	44	44

Analizando la tabla de correlaciones se logra determinar un nivel de significancia igual a 0.000, el cual, es menor que 0.50, entonces se rechaza la H0 y se acepta que la calidad de la comunicación se relaciona significativamente con la calidad de asistencia de la institución pública de asistencia a la mujer, Lima 2020, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0.616, demostrándose que existe una relación positiva considerable entre la dimensión y la variable.

Prueba de hipótesis específica 2

H0. No existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

HE2. Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

Tabla 15

Prueba de hipótesis específica 2

		V1. Calidad de la comunicación	D2. Credibilidad y confianza
Rho de Spearman	V1. Calidad de la comunicación	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.618
		N	44
	D2. Credibilidad y confianza	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.000
		N	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Analizando la tabla de correlaciones se consigue determinar un nivel de significancia de 0.000, el cual, es menor que 0.05, por lo tanto se rechaza la H0 y se acepta que la calidad de comunicación se relaciona significativamente con la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman obtenido es de 0.618, el que indica que la relación entre la dimensión y la variable es positiva considerable.

Prueba de hipótesis específica 3.

H0: No existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

HE3: Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.

Tabla 16

Prueba de hipótesis específica 3

		V1. Calidad de la comunicación	D3. Gestión y liderazgo
Rho de Spearman	V1. Calidad de la comunicación	Coeficiente de Correlación Sig. (bilateral)	1 .688 .000
		N	44 44
	D3. Gestión y liderazgo	Coeficiente de Correlación Sig. (bilateral)	.688 1 .000
		N	44 44

De la tabla se puede observar que existe una correlación significativa entre la dimensión gestión y liderazgo y la variable calidad de comunicación, puesto que el nivel de significancia es igual a 0.000, menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3 y se rechaza la H0. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.688 lo que indica que hay una relación positiva considerable.

V. DISCUSIÓN

Después del análisis realizado, se demostró respecto al objetivo general que existe una relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021. Puesto que el hecho que exista calidad de la comunicación en base al respeto, y empatía por parte de los trabajadores durante el proceso de atención, se relaciona con que exista una buena reputación institucional en cuanto una calidad de asistencia, credibilidad y confianza y gestión de liderazgo. Esto concuerda con lo encontrado por Malpartida (2017), quien manifestó que el nivel de atención del centro es bueno según el 95.2% de los encuestados, mientras que el 93.5% consideró que se siente satisfecha con el servicio, además se pudo corroborar que todas las dimensiones de la calidad de comunicación se relacionan con la satisfacción de los usuarios. Finalmente, se logró concluir afirmando la existencia de una relación significativa entre la calidad de comunicación y la satisfacción en el centro de emergencia. Asimismo, Velásquez (2015), manifestó que la reputación del programa es baja, debido a los problemas dentro de la atención y demora para procesar sus casos, falta de comunicación entre los trabajadores, algo que ocasiona inseguridad e insatisfacción, para estos individuos necesitados de ayuda. Se concluyó que el nivel de reputación de este programa para jóvenes está siendo baja desde la perspectiva de sus usuarios.

De la misma manera Bello (2017) encontró que la comunicación eficaz tiene un impacto directo en la atención y percepción de los usuarios con una significancia igual 0,000 y un coeficiente igual a 0,739, porque no se logra comprender las señales y características de estos últimos. Se concluyó que el uso de habilidades de comunicación efectivas en entornos de atención no solo beneficia a los usuarios, sino que también beneficia al personal en su satisfacción laboral y su salud.

Otra investigación que concuerda con lo encontrado es la de Ingold & Leifeld (2016), quienes indicaron que los ineficientes procesos comunicativos como la incorrecta planificación de actividades y funciones, están generando una inadecuada atención de los centros en estudio en un 65%. Finalmente, se concluyó

que estas entidades tienen una baja reputación institucional desde la perspectiva de los propios usuarios e inclusive de los propios colaboradores.

Respecto al objetivo específico 1 se pudo demostrar que la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de asistencia en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021 se relacionan significativamente, puesto que el hecho de que la calidad de comunicación sea adecuada tienen relación con que la entidad siempre busque que los trabajadores hagan sentir cómodos a las usuarias, que estén disponibles para las mismas y todo el tiempo el personal preste atención a las necesidades y comentarios de las usuarias tiene relación con que sea cada vez mayor. Esto concuerda con lo encontrado por Luciano (2021), quien manifestó que la percepción de la calidad de atención es positiva en un 80% cuando las instalaciones del centro y, además, el personal se muestra siempre dispuesto a apoyar y brindar ayuda a quien lo requiera con amabilidad y correctos conocimientos. Finalmente, se llegó a concluir que los usuarios perciben una adecuada calidad en la atención del centro de emergencia.

De la misma manera Parra y Villalobos (2017), manifestaron que las usuarias perciben una atención adecuada en un 73%, porque estuvieron satisfechas con el servicio ofrecido en el establecimiento, pero los colaboradores indicaron que existen complejidades para sus funciones, por la falta de procesos y evaluaciones sistematizadas y/o estandarizadas. Se concluye, que la atención brindada por este centro de atención es regular, debido a que desde la perspectiva externa y la interna discrepan.

Asimismo, Pun et al. (2015), encontró que la comunicación de los usuarios con el personal es compleja, matizada y frágil, debido a que ineficiencia en los procesos, la falta de compromiso de los empleados y las presiones de tiempo, entre otras cosas. Se llegó a concluir que el procedimiento de interacción entre el personal y los usuarios está teniendo complicaciones que afectan la calidad y la imagen organizacional, lo cual evidencia una significancia igual a 0,000 y un valor rho igual ,602.

En cuanto al objetivo específico 2, se estableció que existe una relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de

atención y la credibilidad y confianza en la institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021. Puesto que el hecho de que la calidad de comunicación sea adecuada tiene relación con que se suele recomendar que acudan a la institución, se percibe que el personal se desempeña bien. De la misma manera Flores (2015), encontró que las unidades de atención tienen una respuesta limitada ante los requerimientos y expectativas de estas usuarias, porque no tienen una buena reputación en cuanto a sus procesos, porque su cobertura es reducida y el nivel de satisfacción en dicha atención se verifica en el 80% de los casos visualizados. Finalmente, se comprobó que este centro de atención no tiene buena reputación por el incumplimiento de los requerimientos y necesidades.

Asimismo, Reyes (2018), manifestó que la imagen del centro es regular según el 47.4% de encuestados, mientras que el 42.7% indicó que la calidad de servicio es baja y finalmente el 43.2% consideró que el desempeño de los colaboradores es regular. Se llegó a concluir que el nivel de reputación de la organización es regular, según el 42.7% de los hallazgos, por ello, fue necesario la elaboración de una estrategia de comunicación que permita mejorar la situación negativa por la que atraviesa este centro de atención.

Finalmente, respecto al objetivo específico 3, se definió la relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo, debido a que el hecho de que exista una calidad de comunicación tiene relación con que exista organización en la institución pública, que se perciba que todos conocen bien lo que hacen y se perciba que la institución funciona de manera adecuada y correcta.

Asimismo, Beltrán (2019), encontró que la forma de atención no está siendo efectiva, debido a diversos factores como la falta de formación de temas específicos al personal, lo que no permite tenerlos actualizados, algo que genera desconocimiento dentro de los procesos a seguir de los usuarios. Finalmente, se llegó a concluir que con una ruta de atención adecuada permitirá la mejora de la atención en un 71% de mujeres que acuden por problemas de violencia a este establecimiento.

De todo lo encontrado se puede inferir que es necesario que, en la institución estudiada, siempre exista una calidad de comunicación en el proceso de atención, puesto que ello garantizará a sus usuarias que la institución es una entidad de confianza, haciendo ello que se sientan seguras y que más adelante puedan recomendar o referir a otras mujeres que asistan a la misma.

VI. CONCLUSIONES

Se determinó que la calidad de comunicación se relaciona significativamente con la reputación institucional, puesto que el nivel de significancia es 0.000, el cual, es menor que 0.05, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman obtenido es igual a 0.652, demostrándose que existe una relación positiva considerable entre ambas variables.

Se analizó que la calidad de la comunicación se relaciona significativamente con la calidad de asistencia de la institución pública de asistencia a la mujer, puesto que nivel de significancia igual a 0.000, el cual, es menor que 0.50, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0.616, demostrándose que existe una relación positiva considerable entre la dimensión y la variable.

Se estableció que la calidad de comunicación se relaciona significativamente con la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021, puesto que el nivel de significancia fue de 0.000, el cual, es menor que 0.05, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman obtenido es de 0.618, el que indica que la relación entre la dimensión y la variable es positiva considerable.

Se determinó que existe una correlación significativa entre la dimensión gestión y liderazgo y la variable calidad de comunicación. Puesto que el nivel de significancia es igual a 0.000, menor que 0.05. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.688 lo que indica que hay una relación positiva considerable.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere una reforma de los sistemas de atención que fomente la eficiencia en términos de agilidad y reducción de fases para otorgar las respuestas de calidad a las demandas del usuario en un menor tiempo pues contribuiría con la reputación institucional de la evaluada institución pública que brinda asistencia a la mujer.

Se recomienda invertir en talleres que coadyuven a la concientización en torno a la relevancia de ofrecer una labor de servicio al usuario que tome en cuenta sus derechos y sus necesidades. En consecuencia, se mejoraría la comunicación en el proceso de atención.

Se sugiere modificar los mecanismos de atención con la finalidad de disminuir los errores y asegurar que los departamentos de la institución compartan la misma información básica cuando atiendan al usuario de modo que beneficie la calidad de comunicación en el proceso de atención.

Se recomienda diseñar e implementar un programa de capacitación en gestión y liderazgo dirigido a los trabajadores que promueva optimice la sinergia organizacional y así favorezca la calidad de comunicación en el proceso de atención.

REFERENCIAS

- Agencia Europa Press. (26 de mayo de 2021). Valdecilla, el vigesimotercer hospital público de España con mejor reputación, según el MRS. *El Diario.es*. https://www.eldiario.es/cantabria/ultimas-noticias/valdecilla-vigesimotercer-hospital-publico-espana-mejor-reputacion-mrs_1_7972339.html
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia. .
- Akeem, O. (2015). Principles and methods of validity and reliability testing of questionnaires used in social and health science researches. *Nigerian Postgraduate Medical Journal* , 22(4), 195-201. http://www.npmj.org/temp/NigerPostgradMedJ224195-7251334_200833.pdf
- Álvarez, P. (04 de abril de 2021). Arranca el plan para abrir en todas las provincias centros de crisis 24 horas para víctimas de violencia. *El País*. <https://elpais.com/sociedad/2021-04-05/arranca-el-plan-para-abrir-centros-de-crisis-24-horas-para-victimas-de-violencia-sexual-en-todas-las-provincias.html>
- Asiamah, N., Mensah, H., & Oteng, E. (2017). General, Target, and Accessible Population Demystifying the Concepts for Effective Sampling. *The Qualitative Report*, 22(6), 1607-1621. <https://nsuworks.nova.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2674&context=tqr>
- Balakumar, P., Mohammed, M., & Jagadeesh, G. (2014). The critical steps for successful research: The research proposal and scientific writing. *Journal of Pharmacology and Pharmacotherapeutics*. https://www.researchgate.net/profile/Gowraganahalli_Jagadeesh/publication/225045119_The_basic_concepts_of_scientific_research_and_communication/links/58fa3db7aca2723d79d60db3/The-basic-concepts-of-scientific-research-and-communication.pdf
- Bello, O. (2017). *Effective communication in nursing practice: A literature review*. Arcada University of Applied Sciences, Helsinki. <https://core.ac.uk/download/pdf/84798372.pdf>

- Beltrán, M. (2019). *Ruta de atención interna dirigida a mujeres víctimas de violencias que asisten al consultorio social Minuto de Dios*. Universidad del Rosario, Bogotá.
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/20669/Tesis%20Merceditas%20Beltr%E1n%20Fletscher%20.pdf;jsessionid=E6B0202284A3B5B6F731000A1CF2BDEB?sequence=4>
- Bleske, A., Morrison, K., & Hiedtke, L. (2015). Causal Inference from Descriptions of Experimental and Non-Experimental Research: Public Understanding of Correlation-Versus-Causation. *The Journal of General Psychology*, 142(1), 48-70.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00221309.2014.977216>
- Brown, E., Palka, J., Helm, S., & Kulikova, A. (2020). The relative importance of reputation and pride as predictors of employee turnover in an academic medical center. *Health Care Management Review*, 11(1), 1-10.
https://journals.lww.com/hcmrjournal/Abstract/9000/The_relative_importance_of_reputation_and_pride_as.99628.aspx
- Cirrinzione, L., Plescia, F., Ledda, C., Rapisarda, V., Martorana, D., Moldavo, R., . . . Cannizzaro, E. (2020). Pandemia COVID-19: prevención y protección medidas a adoptar en el lugar de trabajo. *Sostenibilidad*, 12(3603), 1-18.
https://www.researchgate.net/publication/341036197_COVID-19_Pandemic_Prevention_and_Protection_Measures_to_Be_Adopted_at_the_Workplace
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2019). Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - reglamento RENACYT.
https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf
- Corral, Y. (2018). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista ciencia de la educación*, 228-247.

%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJGMEQCIDGEaULxkH1GaHw1GEMGEtFwM
5Lllwae7HdQHQUw1muiAiBLquSbqqslQt

Garduño, G., Zúñiga, M., Rogel, R., & Aguado, E. (2008). La epistemología de la comunicación en michel serres. . *Cinta de moebio*, (31), 23-37. ,
<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2008000100003>.

Gobierno del Perú. (27 de Abril de 2021). *Centros de Emergencia Mujer - CEM*.
Plataforma Digital Única del Estado Peruano: <https://www.gob.pe/480-denunciar-violencia-familiar-y-sexual-centros-de-emergencia-mujer-cem>

Hermosa, C. (15 de abril de 2021). En Quito, las mujeres víctimas de violencia de género pueden recibir ayuda en la Casa de la Mujer. *El Universo*.
<https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/mujeres-victimas-de-violencia-quito-ayuda-nota/>

Hou, J., & Chu, Y. (2015). Automatic questionnaire survey by using the collective message over the Internet. *Advanced Engineering Informatics*, 29(4), 813–829.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1474034615000968>

Ingold, K., & Leifeld, P. (2016). Structural and institutional determinants of influence reputation: a comparison of collaborative and adversarial policy networks in decision making and implementation. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 26(1), 1-18.
<https://core.ac.uk/download/pdf/296184052.pdf>

José, F. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6.
<https://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>

Kim, H. (2019). Propensity Score Analysis in Non-Randomized Experimental Designs: An Overview and a Tutorial Using R Software. *New Directions for Child and Adolescent Development*.
<https://booksc.xyz/book/77355172/024755>

Kwame, A., & Petruckab, P. (2020). Communication in nurse-patient interaction in healthcare settings in sub-Saharan Africa: A scoping review. *International Journal of Africa Nursing Sciences*, 12(1), 1-22.

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2214139119301490?token=4BFF86743BE86B076BF59E1AA4B3F0609981D934CFE18B452987AC47676BC7B91F5F6C6A61E9CBE102DA8B664BA24BDB&originRegion=us-east-1&originCreation=20210604050619>

- Ladino, P. (2017, p. 10). *Teorías de la comunicación*. Bogotá D.C.: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Li, W., Chen, Y., Xiang, P., & Xie, X. (2017). Unit of Analysis: Impact of Silverman and Solmon's Article on Field-Based Intervention Research in Physical Education in the U.S.A. *Journal of Teaching in Physical Education*. https://www.researchgate.net/publication/314716294_Unit_of_Analysis_Impact_of_Silverman_and_Solmon's_Article_on_Field-Based_Intervention_Research_in_Physical_Education_in_the_USA
- Loli, S. (18 de febrero de 2021). Loreto: Nuevo Centro de Emergencia Mujer fortalecerá la atención oportuna de casos de violencia. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/peru/loreto-nuevo-centro-de-emergencia-mujer-en-loreto-fortalecera-la-atencion-oportuna-de-casos-de-violencia-nnpp-noticia/>
- Luciano, Z. (2021). *Percepción de la calidad de atención a víctimas de violencia contra la mujer, atendidas por un Centro Emergencia Mujer Comisaría, Piura 2020*. Universidad Cesar Vallejo, Piura. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58315/Luciano_MZE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Malpartida, N. (2017). *Calidad de atención y nivel de satisfacción de usuarias víctimas de violencia familiar en el Centro de Emergencia Mujer de la Provincia de Pomabamba – Ancash- 2017*. Universidad Cesar Vallejo , Ancash. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29634/malpartida_vn.pdf?sequence=1
- Martínez, J., González, D., Pereira, R., Bonamigo, R., & Bastos, J. (2016). Sampling: how to select participants in my research study? *Anais Brasileiros de Dermatologia*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4938277/>

- Merco Colombia. (16 de octubre de 2019). *Somos la mejor empresa de salud en reputación corporativa de Colombia*. Instituto de Cardiología: <https://cardioinfantil.org/noticias/somos-la-mejor-empresa-de-salud-en-reputacion-corporativa-de-colombia/>
- Müggenburg, C., Robles, R., Valencia, A., Hernández, M., Olvera, S., & Riveros, A. (2015). Evaluación de la percepción de pacientes sobre el comportamiento de comunicación del personal de enfermería: diseño y validación en población mexicana. *Salud Mental*, 38(4), 273-280. <http://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v38n4/0185-3325-sm-38-04-00273.pdf>
- Navarro, I., Mira, J., & Lorenzo, S. (2012). Desarrollo y validación de un cuestionario para medir la reputación de los hospitales. *Gaceta Sanitaria*, 26(5), 444-449. <https://scielo.isciii.es/pdf/gsv26n5/original7.pdf>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa - Cualitativa y Retadacción de la Tesis*. México: Ediciones de la U.
- Parnitzke, K. (2017). First, do no harm: institutional betrayal and trust in health care organizations. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 10(1), 133–144. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5388348/pdf/jmdh-10-133.pdf>
- Parra, M., & Villalobos, V. (2017). *Análisis del servicio de atención urgente del Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual*. Universidad del Pacífico, Lima. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1664/Maria_Tesis_materia_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pun, J., Matthiessen, C., Murray, K., & Slade, D. (2015). Factors affecting communication in emergency departments: doctors and nurses' perceptions of communication in a trilingual ED in Hong Kong. *International Journal of Emergency Medicine*, 8(48), 1-12. https://www.researchgate.net/publication/286931212_Factors_affecting_communication_in_emergency_departments_doctors_and_nurses'_perceptions_of_communication_in_a_trilingual_ED_in_Hong_Kong

- Rendón, M., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407.
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>
- Reyes, E. (01 de julio de 2020). *¿Cómo se vienen trabajando los casos de violencia familiar desde los CEM durante la pandemia?* Instituto de Defensa Legal:
<https://www.idl.org.pe/como-se-vienen-trabajando-los-casos-de-violencia-familiar-desde-los-cem-durante-la-pandemia/>
- Reyes, Y. (2018). *Estrategia de comunicación para reforzar la reputación institucional del Hospital I de EsSalud Nuevo Chimbote – Ancash, 2018*. Universidad Cesar Vallejo, Chimbote.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38280/Reyes_RYA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Serres, M. (1994). *El Nacimiento de la física en el texto de Lucrecio. Caudales y turbulencias*. . Valencia: Pre textos.
- Shapiro, C. (1982). Consumer Information, Product Quality and Seller Reputation. . *The Bell Journal of Economics*, 13, 20 - 35. .
- Skarbalienė, A., Skarbalius, E., & Gedrimė, e. (2019). Effective communication in the healthcare settings: Are the graduates ready for it? *Journal of Contemporary Management Issues*, 24(9), 137-147.
https://www.researchgate.net/publication/333584471_Effective_communication_in_the_healthcare_settings_are_the_graduates_ready_for_it
- Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Managemen*, 5(2), 18-27.
https://www.researchgate.net/publication/319998246_Sampling_Methods_in_Research_Methodology_How_to_Choose_a_Sampling_Technique_for_Research
- Turay, T., Mohd, S., & Maruf, S. (2017). The impact of hospital reputation on patient loyalty. *Conference on Business Management*, 76(5), 133-139.
<http://repo.uum.edu.my/23696/1/CBMM%202017%20133%20139.pdf>

- Valladares, P., & Assunção, M. (2015). Communication process in the nursing team based on the dialogue between Berlo and King. *Escola Anna Nery Revista de Enfermagem*, 19(3), 467-474. <https://www.scielo.br/j/ean/a/B3NXBF8p4pZ4fdjRhKHM6zk/?format=pdf&lang=en>
- Van Rijnsoever, F. (2017). (I Can't Get No) Saturation: A simulation and guidelines for sample sizes in qualitative. *PlosOne*. <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0181689&type=printable>
- Velásquez, G. (2015). *Imagen corporativa de la Unidad Patronato Municipal San José, fundamentada en la caracterización psicográfica del Programa Casa Metro Juventudes*. Universidad Central del Ecuador, Quito. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5000/1/T-UCE-0009-452.pdf>
- Vuković, M. (2018). Communication related quality of life in patients with different types of aphasia following a stroke: Preliminary insight. *International Archives of Communication Disorder*, 1(1), 1-7. <https://clinmedjournals.org/articles/iacod/international-archives-of-communication-disorder-iacod-1-004.pdf>
- Wallenburg, I., Quartz, J., & Bal, R. (2016). Making Hospitals Governable. *Administration & Society*, 1(1), 1-27. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0095399716680054>
- Walliman, N. (2011). *Research Methods. The Basic [Métodos de búsqueda. Lo básico]*. Routledge.
- Yip, C., Reena, L., & Leong, B. (2016). Legal and ethical issues in research. *Indian Journal of Anaesthesia*, 76-80. https://www.researchgate.net/publication/308133878_Legal_and_ethical_issues_in_research

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala Medición	Instrumento
Variable 1 Calidad de comunicación	Es aquel proceso que funge como interacción social entre el personal que labora en el centro asistencial y el paciente o víctima (Müggenburg et al, 2015).	Se define de forma operacional mediante dos dimensiones que fueron el respeto y la empatía.	Respeto	Permite que el usuario se comunique	1, 2	Ordinal	Cuestionario
				Entendimiento	3, 4		
				Apertura por parte del personal	5, 6		
			Empatía	Saludo y atención	7, 8, 9		
				Transmisión de tranquilidad	10, 11		
				Comprensión	12, 13		
Escucha activa	14, 15						
Variable 2 Reputación institucional	Es el prestigio y se fundamenta en las percepciones que tienen los usuarios y otros grupos de interés tienen de una organización (Navarro et al., 2012).	Se define de forma operacional mediante tres dimensiones que fueron la calidad de la asistencia, credibilidad y confianza; finalmente gestión y liderazgo	Calidad de la asistencia	Atención centrada en el usuario	1, 2	Ordinal	Cuestionario
				Percepción de la atención	3, 4		
				Accesibilidad	5, 6		
			Credibilidad y confianza	Aceptación de la población	7, 8		
				Preferencia	9, 10		
				Sensación de un buen trabajo	11, 12		
			Gestión y liderazgo	Gestión del servicio	13, 14		
Influencia del líder	15, 16						

Anexo 2. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de la asistencia en una institución pública</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p>	<p>Hipótesis General Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la reputación institucional en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p>	<p>Calidad de comunicación</p>	Respeto	<p>Tipo: Básica</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: Correlacional</p>
				Empatía	
	<p>Objetivos Específicos Analizar la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de la asistencia en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p>	<p>Hipótesis Específicas Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la calidad de la asistencia en una</p>	<p>Reputación institucional</p>	Calidad de la asistencia	<p>Población 44 usuarias</p> <p>Muestra 44 usuarias</p> <p>Muestreo No Probabilístico</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento</p>
				Credibilidad y confianza	
				Gestión y liderazgo	

<p>de asistencia a la mujer, Lima, 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021?</p>	<p>Establecer la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p> <p>Definir la relación entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p>	<p>institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p> <p>Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la credibilidad y confianza en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p> <p>Existe relación significativa entre la percepción de la calidad de comunicación en el proceso de atención y la gestión y liderazgo en una institución pública de asistencia a la mujer, Lima, 2021.</p>			<p>Cuestionario</p>
---	---	---	--	--	---------------------

Anexo 3. Instrumentos

Cuestionario de calidad de comunicación

Este instrumento se realizó con el propósito de conocer la calidad de comunicación en el proceso de atención del CEM del distrito San Juan de Lurigancho, para la cual se le pide respuesta con total sinceridad. Tomando en cuenta:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

CALIDAD DE COMUNICACIÓN									
Respeto					1	2	3	4	5
1	El personal de atención permite que usted les relate lo que está viviendo								
2	El colaborador de la institución cuando habla no le interrumpen								
3	En la entidad los trabajadores entienden la situación por la cual está atravesando								
4	Dentro de la organización el personal no presiona a que hable cosas usted no desea								
5	El personal realiza preguntas en el momento necesario								
6	En la institución están dispuestos a ayudar cuando usted lo solicita								
Empatía					1	2	3	4	5
7	En la institución el personal saluda y sonríen								
8	Dentro de la entidad el personal le atiende con rapidez								
9	Los colaboradores usan palabras amables al hablar con usted								
10	En la organización el personal la hace sentir tranquila								
11	Dentro de la entidad el personal transmite confianza								
12	Los colaboradores comprenden los problemas acontecidos								
13	En la organización siente que el personal se pone en su lugar								
14	Los colaboradores le hablan y preguntan sin presionar								
15	Siempre el personal se muestra dispuesto a escuchar								

Cuestionario de reputación institucional

Este instrumento se realizó con el propósito de conocer la reputación institucional del CEM del distrito San Juan de Lurigancho, para la cual se le pide responda con total sinceridad. Tomando en cuenta:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

REPUTACIÓN INSTITUCIONAL						
Calidad de asistencia		1	2	3	4	5
1	Se percibe preocupación en la entidad por las usuarias que son atendidas por el personal					
2	La entidad siempre busca que los trabajadores hagan sentir cómodas a las usuarias					
3	Se percibe un ambiente de seguridad en el lugar para la atención de las usuarias					
4	Todo el tiempo el personal de la institución está prestando atención a las necesidades y comentarios de las usuarias					
5	Dentro de la entidad se siente confianza con el personal					
6	Todos los colaboradores de la institución están disponibles para las usuarias					
Credibilidad y confianza		1	2	3	4	5
7	Dentro de la organización el personal acepta a las usuarias tal cual son					
8	En la institución el personal no juzga a las usuarias					
9	Se tienen buenas referencias de la entidad por parte de las usuarias					
10	Se recomendaría que acudan a la institución si se conoce a alguien que pasa por un problema					
11	En la entidad el personal se desempeña bien					
12	La institución mediante sus colaboradores busca que la usuaria supere su problema					
Gestión de liderazgo		1	2	3	4	5
13	Existe organización en la institución pública de asistencia a la mujer					
14	Se percibe que dentro de la institución cada trabajador cumple sus funciones					
15	Se percibe que en la organización todos los trabajadores conocen bien lo que hacen					
16	La institución pública de asistencia a la mujer funciona de manera adecuada y correcta.					

Anexo 4. Certificados de validación

Tablas de Aiken – Validación de Instrumento – Calidad de la Comunicación

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres: Flabio Paca Pantigoso – Marco Antonio Candia Menor

Cargo e institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo

Nombre del instrumento: Calidad de la comunicación

Autor: Venturi Moquillaza César Augusto

Max	4
Min	1
K	3

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

0
4

V = V de Aiken

\bar{x} = Promedio de calificación de jueces

k = Rango de calificaciones (Max-Min)

l = calificación más baja posible

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003).

		J1	J2	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 2	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 3	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 4	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 5	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 6	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 7	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido

	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 8	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 9	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 10	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 11	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 12	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 13	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 14	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 15	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido

Tablas de Aiken – Validación de Instrumento – Reputación Institucional

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres: Flabio Paca Pantigoso – Marco Antonio Candia Menor

Cargo e institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo

Nombre del instrumento: Calidad de la comunicación

Autor: Venturi Moquillaza César Augusto

Max	4
Min	1
K	3

0
4

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

V = V de Aiken

\bar{x} = Promedio de calificación de jueces

k = Rango de calificaciones (Max-Min)

l = calificación más baja posible

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003).

		J1	J2	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 2	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 3	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 4	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 5	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 6	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 7	Pertinencia	4	4	4	0.00	1.00	Valido

	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 8	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 9	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 10	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 11	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 12	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 13	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 14	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 15	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 16	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Relevancia</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	0.00	1.00	Valido

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la calidad de comunicación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
DIMENSIÓN 1: RESPETO														
1	El personal de atención permite que usted les relate lo que está viviendo				X				X				X	
2	El colaborador de la institución cuando habla no le interrumpen				X				X				X	
3	En la entidad los trabajadores entienden la situación por la cual está atravesando				X				X				X	
4	Dentro de la organización el personal no presiona a que hable cosas que usted no desea				X				X				X	
5	El personal realiza preguntas en el momento necesario				X				X				X	
6	En la institución están dispuestos a ayudar cuando usted lo solicita				X				X				X	
DIMENSIÓN 2: EMPATÍA														
Sugerencias														
7	En la institución el personal saluda y sonríen				X				X				X	
8	Dentro de la entidad el personal le atiende con rapidez				X				X				X	
9	Los colaboradores usan palabras amables al hablar con usted				X				X				X	
10	En la organización el personal la hace sentir tranquila				X				X				X	
11	Dentro de la entidad el personal transmite confianza				X				X				X	
12	Los colaboradores comprenden los problemas acontecidos				X				X				X	
13	En la organización siente que el personal se pone en su lugar				X				X				X	
14	Los colaboradores le hablan y preguntan sin presionar				X				X				X	
15	Siempre el personal se muestra dispuesto a escuchar				X				X				X	

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Candia Menor Marco Antonio** **DNI: 10050551**

Especialidad del validador: **Temático - Metodológico**

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

30 de junio del 2021

**Firma del Experto Informante.
Especial**

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la calidad de comunicación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: RESPETO													
1	El personal de atención permite que usted les relate lo que está viviendo				X				X				X	
2	El colaborador de la institución cuando habla no le interrumpen				X				X				X	
3	En la entidad los trabajadores entienden la situación por la cual está atravesando				X				X				X	
4	Dentro de la organización el personal no presiona a que haga cosas que usted no desea				X				X				X	
5	El personal realiza preguntas en el momento necesario				X				X				X	
6	En la institución están dispuestos a ayudar cuando usted los solicita				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: EMPATÍA													
	Sugerencias													
7	En la institución el personal saluda y sonríen				X				X				X	
8	Dentro de la entidad el personal le atiende con rapidez				X				X				X	
9	Los colaboradores usan palabras amables al hablar con usted				X				X				X	
10	En la organización el personal la hace sentir tranquila				X				X				X	
11	Dentro de la entidad el personal transmite confianza				X				X				X	
12	Los colaboradores comprenden los problemas acontecidos				X				X				X	
13	En la organización siente que el personal se pone en su lugar				X				X				X	
14	Los colaboradores le hablan y preguntan sin				X				X				X	

	presionar																
15	Siempre el personal se muestra dispuesto a escuchar				X					X							X

Observaciones: El cuestionario de la variable calidad de comunicación puede ser

aplicado en su integridad **Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [X]

Aplicable después de corregir

[]

No aplicable [] **Apellidos y nombres del juez**

validador: Dr. Paca Pantigoso, Flabio Romeo

DNI: 01212856 **Especialidad**

del validador: Metodología de la investigación, Estadística, Administración

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

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

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

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

Lima, 11 de junio del 2021



FLABIO ROMEO PACA

PANTIGOSO

DNI: 01212856

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la reputación institucional

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: CALIDAD DE LA ASISTENCIA													
1	Se percibe preocupación en la entidad por las usuarias que son atendidas por el personal				X				X				X	
2	La entidad siempre busca que los trabajadores hagan sentir cómodas a las usuarias				X				X				X	
3	Se percibe un ambiente de seguridad en el lugar para la atención de las usuarias				X				X				X	
4	Todo el tiempo el personal de la institución está prestando atención a las necesidades y comentarios de las usuarias				X				X				X	
5	Dentro de la entidad se siente confianza con el personal				X				X				X	
6	Todos los colaboradores de la institución están disponibles para las usuarias				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: CREDIBILIDAD Y CONFIANZA													Sugerencias
7	Dentro de la organización el personal acepta a las usuarias tal cual son				X				X				X	
8	En la institución el personal no juzga a las usuarias				X				X				X	
9	Se tienen buenas referencias de la entidad por parte de las usuarias				X				X				X	
10	Se recomendaría que acudan a la institución si se conoce a alguien que pasa por un problema				X				X				X	
11	En la entidad el personal se desempeña bien				X				X				X	
12	La institución mediante sus colaboradores busca que la usuaria supere su problema				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: GESTIÓN Y LIDERAZGO													Sugerencias
13	Existe organización en la institución pública de asistencia a la mujer				X				X				X	
14	Se percibe que dentro de la institución cada trabajador cumple sus funciones				X				X				X	

15	Se percibe que en la organización de los trabajadores conocen lo que hacen				X				X				X	
16	La institución pública de asistencia a la mujer funciona de manera adecuada y correcta				X				X				X	

Observaciones:

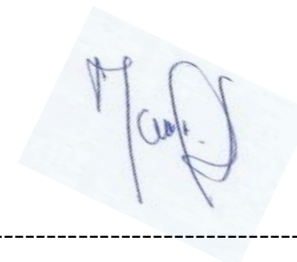
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Candia Menor Marco Antonio** **DNI: 10050551**

Especialidad del validador: **Temático - Metodológico**

30 de junio del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la reputación institucional

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: CALIDAD DE LA ASISTENCIA													
1	Se percibe preocupación en la entidad por las usuarias que son atendidas por el personal				X				X				X	
2	La entidad siempre busca que los trabajadores hagan sentir cómodas a las usuarias				X				X				X	
3	Se percibe un ambiente de seguridad en el lugar para la atención de las usuarias				X				X				X	
4	Todo el tiempo el personal de la institución está prestando atención a las necesidades y comentarios de las usuarias				X				X				X	
5	Dentro de la entidad se siente confianza con el personal				X				X				X	
6	Todos los colaboradores de la institución están disponibles para las usuarias				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: CREDIBILIDAD Y CONFIANZA													Sugerencias
7	Dentro de la organización el personal acepta a las usuarias tal cual son				X				X				X	
8	En la institución el personal no juzga a las usuarias				X				X				X	
9	Se tienen buenas referencias de la entidad por parte de las usuarias				X				X				X	
10	Se recomendaría que acudan a la institución si se conoce a alguien que pasa por un problema				X				X				X	
11	En la entidad el personal se desempeña bien				X				X				X	
12	La institución mediante sus colaboradores busca que la usuaria supere su problema				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: GESTIÓN Y LIDERAZGO													Sugerencias

13	Existe organización en la institución pública de asistencia ala mujer				X				X			X	
14	Se percibe que dentro de la institución cada trabajador cumple sus funciones				X				X			X	
15	Se percibe que en la organización, los trabajadores conocen lo que hacen				X				X			X	
16	La institución pública de asistencia a la mujer funciona de manera adecuada y correcta				X				X			X	

Observaciones: El cuestionario de la variable reputación institucional puede ser

aplicado en su integridad **Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [X]

Aplicable después de corregir

[]

No aplicable [] **Apellidos y nombres del juez**

validador: Dr. Paca Pantigoso, Flabio Romeo

DNI: 01212856 **Especialidad**

del validador: Metodología de la investigación, Estadística, Administración

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

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

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

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

2021

PANTIGOSO



Lima, 11 de junio del

FLABIO ROMEO PACA

DNI: 012128

Anexo 5. Confiabilidad

Tabla 17
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.827	15
.831	16

De acuerdo a los resultados obtenidos, se aprecia que ambos instrumentos contaron con una fiabilidad alta para su respectiva aplicación con la muestra final.

Tabla 18
Análisis de fiabilidad por ítems del instrumento comunicación

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM1	,804
ITEM2	,812
ITEM3	,816
ITEM4	,819
ITEM5	,818
ITEM6	,804
ITEM7	,837
ITEM8	,825
ITEM9	,817
ITEM10	,814
ITEM11	,805
ITEM12	,814
ITEM13	,814
ITEM14	,818
ITEM15	,829

De acuerdo a los resultados obtenidos, se aprecia que todos los ítems correspondientes al instrumento de comunicación contaron con una fiabilidad alta para su respectiva aplicación con la muestra final.

Tabla 19
Análisis de fiabilidad por ítems del instrumento reputación

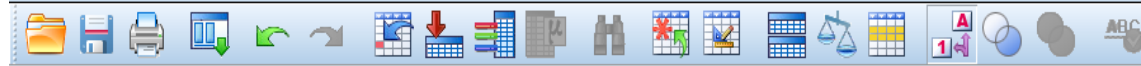
	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM1	,828
ITEM2	,834
ITEM3	,835
ITEM4	,809
ITEM5	,812
ITEM6	,805
ITEM7	,828
ITEM8	,822
ITEM9	,836
ITEM10	,842
ITEM11	,809
ITEM12	,812
ITEM13	,805
ITEM14	,828
ITEM15	,819
ITEM16	,819

De acuerdo a los resultados obtenidos, se aprecia que todos los ítems correspondientes al instrumento de reputación contaron con una fiabilidad alta para su respectiva aplicación con la muestra final.

Encuestado 25	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	3	3	2	3	3
Encuestado 26	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3
Encuestado 27	3	4	4	3	3	5	3	3	4	3	2	3	3	4	4
Encuestado 28	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2
Encuestado 29	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
Encuestado 30	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1
Encuestado 31	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
Encuestado 32	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4
Encuestado 33	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2
Encuestado 34	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4
Encuestado 35	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	2
Encuestado 36	4	2	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	2
Encuestado 37	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2
Encuestado 38	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3
Encuestado 39	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2
Encuestado 40	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2
Encuestado 41	3	2	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3
Encuestado 42	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
Encuestado 43	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	4
Encuestado 44	3	2	4	3	4	2	4	2	3	2	2	3	2	3	4

Muestra	Calidad de la asistencia						Credibilidad y confianza						Gestión y liderazgo			
	PRG.1	PRG.2	PRG.3	PRG.4	PRG.5	PRG.6	PRG.7	PRG.8	PRG.9	PRG.10	PRG.11	PRG.12	PRG.13	PRG.14	PRG.15	PRG.16
Encuestado 1	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4
Encuestado 2	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
Encuestado 3	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1
Encuestado 4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	3	5	5	4	3
Encuestado 6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 7	5	4	5	3	4	3	5	3	4	5	3	5	5	3	5	4
Encuestado 8	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4
Encuestado 9	4	3	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4
Encuestado 10	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Encuestado 11	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2
Encuestado 12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 13	5	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4	3
Encuestado 14	5	4	3	3	3	4	5	3	4	4	5	3	5	5	3	5
Encuestado 15	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3
Encuestado 16	3	3	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	3	5	4	5
Encuestado 17	3	3	4	3	4	2	3	2	4	3	3	3	4	3	3	2
Encuestado 18	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2
Encuestado 19	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2
Encuestado 20	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
Encuestado 21	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4
Encuestado 22	4	2	4	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
Encuestado 23	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	4
Encuestado 24	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1
Encuestado 25	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	2
Encuestado 26	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4
Encuestado 27	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4

Encuestado 28	4	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2
Encuestado 29	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3
Encuestado 30	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2
Encuestado 31	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	3
Encuestado 32	2	3	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4
Encuestado 33	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3
Encuestado 34	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4
Encuestado 35	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2
Encuestado 36	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2
Encuestado 37	4	2	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3
Encuestado 38	3	4	3	4	2	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3
Encuestado 39	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2
Encuestado 40	2	3	4	2	3	2	3	4	2	4	3	3	3	2	2	2
Encuestado 41	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2
Encuestado 42	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4
Encuestado 43	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2
Encuestado 44	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2



5:

Visible:

	Respeto	Empatia	Calidad_de_la_comunicacion	Reputacion_institucional	Respetorec	Empatiareco	Calidad_de_la_comunicacionREC	Calidad_de_asistencia	Credibilidad_y_confianza	Gestion_y_liderazgo	Reputacion_institucional_reco	Calidad_de_la_asistenciareco	Credibilidad_y_confianzareco	Gestion_y_liderazgoreco
1	24,00	33,00	57,00	61,00	Eficiente	Moderado	Eficiente	20,00	23,00	18,00	Alto	Medio	Medio	Alto
2	17,00	29,00	46,00	72,00	Moderado	Moderado	Moderado	29,00	27,00	16,00	Alto	Alto	Alto	Alto
3	7,00	13,00	20,00	23,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	8,00	10,00	5,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
4	11,00	17,00	28,00	16,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	6,00	6,00	4,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
5	14,00	25,00	39,00	69,00	Deficiente	Moderado	Moderado	27,00	25,00	17,00	Alto	Alto	Alto	Alto
6	12,00	17,00	29,00	16,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	6,00	6,00	4,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
7	26,00	36,00	62,00	66,00	Eficiente	Eficiente	Eficiente	24,00	25,00	17,00	Alto	Alto	Alto	Alto
8	15,00	24,00	39,00	69,00	Moderado	Moderado	Moderado	25,00	28,00	16,00	Alto	Alto	Alto	Alto
9	17,00	29,00	46,00	60,00	Moderado	Moderado	Moderado	20,00	23,00	17,00	Alto	Medio	Medio	Alto
10	8,00	11,00	19,00	18,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	6,00	7,00	5,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
11	8,00	12,00	20,00	33,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	13,00	11,00	9,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
12	6,00	9,00	15,00	16,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	6,00	6,00	4,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
13	20,00	28,00	48,00	64,00	Moderado	Moderado	Moderado	26,00	24,00	14,00	Alto	Alto	Alto	Medio
14	16,00	23,00	39,00	64,00	Moderado	Deficiente	Moderado	22,00	24,00	18,00	Alto	Medio	Alto	Alto
15	18,00	34,00	52,00	43,00	Moderado	Moderado	Moderado	16,00	16,00	11,00	Medio	Medio	Medio	Medio
16	27,00	38,00	65,00	60,00	Eficiente	Eficiente	Eficiente	21,00	22,00	17,00	Alto	Medio	Medio	Alto
17	21,00	33,00	54,00	49,00	Moderado	Moderado	Moderado	19,00	18,00	12,00	Medio	Medio	Medio	Medio
18	10,00	13,00	23,00	27,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	10,00	10,00	7,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
19	13,00	25,00	38,00	40,00	Deficiente	Moderado	Moderado	14,00	17,00	9,00	Medio	Bajo	Medio	Bajo
20	7,00	10,00	17,00	20,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	7,00	9,00	4,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
21	14,00	25,00	39,00	55,00	Deficiente	Moderado	Moderado	20,00	21,00	14,00	Medio	Medio	Medio	Medio

	Respeto	Empatia	Calidad_de_la_comunicacion	Reputacion_institucional	Respetorec	Empatiareco	Calidad_de_la_comunicacionREC	Calidad_de_asistencia	Credibilidad_y_confianza	Gestion_y_liderazgo	Reputacion_institucional_reco	Calidad_de_la_asistenciareco	Credibilidad_y_confianzareco	Gestion_y_liderazgoreco
22	21,00	31,00	52,00	51,00	Moderado	Moderado	Moderado	17,00	21,00	13,00	Medio	Medio	Medio	Medio
23	28,00	40,00	68,00	69,00	Eficiente	Eficiente	Eficiente	25,00	27,00	17,00	Alto	Alto	Alto	Alto
24	6,00	9,00	15,00	28,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	11,00	11,00	6,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
25	18,00	23,00	41,00	46,00	Moderado	Deficiente	Moderado	16,00	18,00	12,00	Medio	Medio	Medio	Medio
26	20,00	28,00	48,00	53,00	Moderado	Moderado	Moderado	20,00	18,00	15,00	Medio	Medio	Medio	Medio
27	22,00	29,00	51,00	51,00	Moderado	Moderado	Moderado	18,00	19,00	14,00	Medio	Medio	Medio	Medio
28	14,00	24,00	38,00	47,00	Deficiente	Moderado	Moderado	17,00	19,00	11,00	Medio	Medio	Medio	Medio
29	19,00	30,00	49,00	41,00	Moderado	Moderado	Moderado	15,00	15,00	11,00	Medio	Medio	Medio	Medio
30	9,00	13,00	22,00	32,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	12,00	12,00	8,00	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
31	9,00	11,00	20,00	36,00	Deficiente	Deficiente	Deficiente	13,00	13,00	10,00	Bajo	Bajo	Bajo	Medio
32	23,00	28,00	51,00	49,00	Moderado	Moderado	Moderado	17,00	18,00	14,00	Medio	Medio	Medio	Medio
33	14,00	21,00	35,00	46,00	Deficiente	Deficiente	Moderado	16,00	18,00	12,00	Medio	Medio	Medio	Medio
34	19,00	29,00	48,00	54,00	Moderado	Moderado	Moderado	19,00	20,00	15,00	Medio	Medio	Medio	Medio
35	16,00	26,00	42,00	42,00	Moderado	Moderado	Moderado	17,00	14,00	11,00	Medio	Medio	Bajo	Medio
36	19,00	29,00	48,00	42,00	Moderado	Moderado	Moderado	15,00	17,00	10,00	Medio	Medio	Medio	Medio
37	19,00	22,00	41,00	52,00	Moderado	Deficiente	Moderado	22,00	17,00	13,00	Medio	Medio	Medio	Medio
38	15,00	21,00	36,00	51,00	Moderado	Deficiente	Moderado	19,00	20,00	12,00	Medio	Medio	Medio	Medio
39	15,00	23,00	38,00	48,00	Moderado	Deficiente	Moderado	18,00	19,00	11,00	Medio	Medio	Medio	Medio
40	17,00	29,00	46,00	44,00	Moderado	Moderado	Moderado	16,00	19,00	9,00	Medio	Medio	Medio	Bajo
41	18,00	30,00	48,00	55,00	Moderado	Moderado	Moderado	21,00	22,00	12,00	Medio	Medio	Medio	Medio
42	19,00	29,00	48,00	56,00	Moderado	Moderado	Moderado	19,00	21,00	16,00	Medio	Medio	Medio	Alto
43	17,00	25,00	42,00	48,00	Moderado	Moderado	Moderado	21,00	18,00	9,00	Medio	Medio	Medio	Bajo
44	18,00	25,00	43,00	40,00	Moderado	Moderado	Moderado	15,00	15,00	10,00	Medio	Medio	Medio	Medio

Anexo 7. Tabla de especificaciones

Calidad de la comunicación

ESPECIFICACIONES DE VARIABLE: CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN						1	2	3	4	5
VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ITEMS	INDICADORES	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
CALIDAD DE COMUNICACIÓN	RESPECTO	40%	6	Permite que el usuario se comunique	1. El personal de atención permite que usted les relate lo que está viviendo					
					2. El colaborador de la institución cuando habla no le interrumpe					
				Entendimiento	3. En la entidad los trabajadores entienden la situación por la cual está atravesando					
					4. Dentro de la organización el personal no presiona a que hable cosas usted no desea					
				Apertura por parte del personal	5. El personal realiza preguntas en el momento necesario					
					6. En la institución están dispuestos a ayudar cuando usted lo solicita					
	EMPATÍA	60%	9	Saludo y atención	7. En la institución el personal saluda y sonríen					
					8. Dentro de la entidad el personal le atiende con rapidez					
					9. Los colaboradores usan palabras amables al hablar con usted					
				Transmisión de tranquilidad	10. En la organización el personal la hace sentir tranquila					
					11. Dentro de la entidad el personal transmite confianza					
				Comprensión	12. Los colaboradores comprenden los problemas acontecidos					
					13. En la organización siente que el personal se pone en su lugar					
				Escucha activa	14. Los colaboradores le hablan y preguntan sin presionar					
					15. Siempre el personal se muestra dispuesto a escuchar					
TOTAL	100%	15								

Reputación institucional

ESPECIFICACIONES VARIABLE: REPUTACIÓN INSTITUCIONAL						1	2	3	4	5
VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ITEMS	INDICADORES	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
REPUTACIÓN INSTITUCIONAL	CALIDAD DE ASISTENCIA	38%	6	Atención centrada en el usuario	1. Se percibe preocupación en la entidad por las usuarias que son atendidas por el personal					
					2. La entidad siempre busca que los trabajadores hagan sentir cómodas a las usuarias					
				Percepción de la atención	3. Se percibe un ambiente de seguridad en el lugar para la atención de las usuarias					
					4. Todo el tiempo el personal de la institución está prestando atención a las necesidades y comentarios de las usuarias					
				Accesibilidad	5. Dentro de la entidad se siente confianza con el personal					
					6. Todos los colaboradores de la institución están disponibles para las usuarias					
	CREDIBILIDAD Y CONFIANZA	38%	6	Aceptación de la población	7. Dentro de la organización el personal acepta a las usuarias tal cual son					
					8. En la institución el personal no juzga a las usuarias					
				Preferencia	9. Se tienen buenas referencias de la entidad por parte de las usuarias					
					10. Se recomendaría que acudan a la institución si se conoce a alguien que pasa por un problema que pasa por un problema					
				Sensación de un buen trabajo	11. En la entidad el personal se desempeña bien					
					12. La institución mediante sus colaboradores busca que la usuaria supere su problema					
	GESTIÓN Y LIDERAZGO	24%	4	Gestión del servicio	13. Existe organización en la institución pública de asistencia a la mujer					
					14. Se percibe que dentro de la institución cada trabajador cumple sus funciones					
				Influencia del líder	15. Se percibe que en la organización de los trabajadores conocen lo que hacen					
					16. La institución pública de asistencia a la mujer funciona de manera adecuada y correcta					
TOTAL	100%	16								



**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, VENTURI MOQUILLAZA CESAR AUGUSTO estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE ATENCIÓN Y REPUTACIÓN INSTITUCIONAL EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA DE ASISTENCIA A LA MUJER, LIMA, 2021", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
VENTURI MOQUILLAZA CESAR AUGUSTO DNI: 09806010 ORCID 0000000233086168	Firmado digitalmente por: CVENTURIM el 30-07-2021 00:02:02

Código documento Trilce: INV - 0317195