



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **ESCUELA DE POSGRADO**

### **PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

La comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una  
municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.

#### **TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Gestión Pública

#### **AUTORA:**

Siesquén Mino, Melissa Victoria (orcid.org/0000-0001-5162-6802)

#### **ASESORES:**

Dr. Rojas Mori, Johnny Silvino (orcid.org/0000-0002-4645-4134)

Mtra. Pacherras Ruiz, Angélica Yolanda (orcid.org/0000-0003-4942-9724)

#### **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Reforma y Modernización del Estado

#### **LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

**LIMA — PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

A Dios, que guía mis pasos; a mi madre, que me da la fuerza y el amor necesario para seguir adelante; a mi padre, que desde el cielo me acompaña; y, a mi hermana por su apoyo incondicional y motivación para lograr subir un escaño más en mi etapa profesional.

## **Agradecimiento**

Agradecer a Dios que me otorga vida y salud para seguir adelante y cumplir mis metas personales y profesionales. A la Universidad César Vallejo, especialmente al Dr. Rojas Mori, Johnny Silvino, por su asesoramiento en el desarrollo de mi investigación. Y, a mi familia por el apoyo incondicional que siempre me brinda.

## Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.2. Variables y operacionalización	19
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5. Procedimientos	24
3.6. Método de análisis de datos	25
3.7. Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES	46
VII. RECOMENDACIONES	47
REFERENCIAS	48
ANEXOS	

## Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Validación de instrumento por especialistas.	23
Tabla 2. Nivel de rangos de Alfa de Cronbach.	24
Tabla 3. Fiabilidad del instrumento.	24
Tabla 4. Tabla cruzada de comunicación descendente (CD) y satisfacción del usuario (SU).	27
Tabla 5. Tabla cruzada de comunicación ascendente (CA) y satisfacción del usuario (SU).	28
Tabla 6. Tabla cruzada de comunicación horizontal (CH) y satisfacción del usuario (SU).	29
Tabla 7. Tabla cruzada de comunicación diagonal (CD) y satisfacción del usuario (SU).	30
Tabla 8. Tabla cruzada de barreras de comunicación (BC) y satisfacción del usuario (SU).	31
Tabla 9. Prueba de normalidad de las variables.	32
Tabla 10. Correlación entre la comunicación interna (CI) y satisfacción de usuario (SU).	33
Tabla 11. Valores positivos y grado de correlación según Spearman.	34
Tabla 12. Correlación de comunicación descendente (CD) y satisfacción del usuario (SU).	35
Tabla 13. Correlación de comunicación ascendente (CA) y satisfacción del usuario (SU).	36
Tabla 14. Correlación de comunicación horizontal (CH) y satisfacción del usuario (SU).	37
Tabla 15. Correlación de comunicación diagonal (CD) y satisfacción del usuario (SU).	38
Tabla 16. Correlación de barreras de comunicación (BC) y satisfacción del usuario (SU).	39

## Resumen

El presente trabajo de investigación se desarrolló con el objetivo de determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023. El método de la investigación fue de tipo aplicada, enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal y nivel descriptivo correlacional, con el cual se determinó la relación existente entre las variables. Se utilizó una muestra censal de 152 trabajadores administrativos de la entidad, calculada mediante muestreo aleatorio simple de una población de 250 trabajadores administrativos. La validez del instrumento fue mediante juicio de tres expertos y la confiabilidad según Alfa de Cronbach, lo que demuestra tras el análisis, que el instrumento es fiable y consistente. Del análisis de los datos, con un 95% de confianza y un nivel de significancia de ,000 que nos lleva a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, se ha obtenido una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de Spearman de +0,807, lo que implica que la comunicación interna tiene una correlación positiva muy fuerte con la satisfacción de los usuarios en una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.

**Palabras clave:** Comunicación interna, satisfacción del usuario, comunicación horizontal.

## **Abstract**

The present research work was developed with the objective of determining the relationship that exists between internal communication and the satisfaction of the users of a provincial municipality in the department of Lambayeque, 2023. The research method was of the applied type, quantitative approach, non-experimental design - cross-sectional and correlational descriptive level, with which the relationship between the variables was determined. A census sample of 152 administrative workers of the entity was used, calculated by simple random sampling of a population of 250 administrative workers. The validity of the instrument was through the judgment of three experts and the reliability according to Cronbach's Alpha, which demonstrates after the analysis that the instrument is reliable and consistent. From the analysis of the data, with 95% confidence and a significance level of 0.000, which leads us to reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis, a very strong positive correlation has been obtained between both variables, with a coefficient of Spearman correlation of +0.807, which implies that internal communication has a very strong positive correlation with user satisfaction in a provincial municipality in the department of Lambayeque, 2023.

**Keywords:** Internal communication, satisfaction of the users, horizontal communication.

## I. INTRODUCCIÓN

El nacimiento de una nueva etapa a nivel mundial en la cual la comunicación y sus diferentes formas son fundamentales en cualquiera de nuestras relaciones y, el hecho de que todas las instituciones permanentemente basen sus operaciones y actividades en la transmisión de información, vuelve absolutamente necesario que las entidades públicas ejecuten acciones innovadoras en sus políticas, que consideren a la comunicación como instrumento de la buena y moderna gestión pública.

Así también, en el mundo, la comunicación es vital en las organizaciones, prueba de ello es que en una encuesta realizada por Lund University, el 90% de los encuestados está de acuerdo, total o parcialmente, con la idea que la comunicación es un factor de éxito cada vez más importante para las organizaciones y, que la capacidad comunicativa es un elemento fundamental en la vida laboral. (International Journal of Strategic Communication, 2021)

Asimismo, en una encuesta anual entre los profesionales de la comunicación en Europa, se muestra que vincular la estrategia empresarial y la comunicación se percibe como uno de los aspectos más estratégicos a tener en cuenta por las organizaciones. (European Communication Monitor, 2020)

Por otro lado, a nivel nacional, situaciones como la demora en los trámites realizados ante entidades del estado, la deficiente calidad de los servicios estatales según masiva opinión y, los altos niveles de desconfianza en las autoridades gubernamentales, son manifestaciones de lo que puede ser percibido como problemas en la satisfacción de los usuarios de organismos del estado. Por ejemplo, según Castillo (2021), la calidad de la gestión pública promedio de las municipalidades distritales entre el 2012 y 2019, oscila según un índice máximo de 100, entre 40 y 59 puntos, entendiéndose aquí como 'calidad' al nivel de eficiencia administrativa y a la capacidad para implementar políticas y proporcionar servicios de calidad a sus ciudadanos. Este índice evidencia la existencia de problemas que aún no han logrado enfrentarse de manera adecuada en la gestión pública.

En otro contexto, a nivel local, las municipalidades provinciales en su papel de órganos encargados de ofrecer los escenarios necesarios para que los pobladores se desarrollen de manera integral, deben desarrollar sus políticas de gestión pública preocupados por desarrollar herramientas que favorezcan alcanzar metas y una buena comunicación interna.

Vistos los diversos contextos explicados anteriormente, será necesario entender a la comunicación interna como un instrumento efectivo en el manejo de una organización, al hacer posible el delimitar las competencias de cada unidad y fortalecer la identidad organizacional. Además, se puede añadir que permite el realizar las coordinaciones entre unidades y oficinas, unificar metas, afecta el clima laboral, entre otras situaciones que posteriormente influyen en la forma de trabajar. Cabe resaltar que, la comunicación interna no solo es la transmisión de órdenes y valores comunes, si no es un medio para que las personas socialicen y busquen la autorrealización.

Respecto a la satisfacción del usuario, considerando la perspectiva de De la Peña (2014), es la calidad percibida respecto de las características de un servicio brindado, teniendo en cuenta la expectativa que el usuario presentaba precedentemente a obtenerlo, es decir, es el grado de aceptación del desempeño de la entidad en relación a sus expectativas.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, en una entidad de Lambayeque se han podido detectar niveles no óptimos de satisfacción del usuario, debido a situaciones como un incremento en el número de quejas por no obtener una respuesta satisfactoria a un pedido, entre otras. Asimismo, se han observado inconvenientes en la comunicación interna entre las diferentes unidades de la entidad, reflejado en dificultades para delimitar competencias y en las coordinaciones entre unidades y oficinas, así como defectos en el clima laboral de la entidad. Por consiguiente, se pretende establecer si hay una relación entre esas dos variables.

La mencionada problemática genera la pregunta ¿Qué relación existe entre la comunicación interna y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?; y problemas específicos como

¿Qué relación existe entre la comunicación descendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?, ¿Qué relación existe entre la comunicación ascendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?, ¿Qué relación existe entre la comunicación horizontal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?, ¿Qué relación existe entre la comunicación diagonal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023? Y, ¿Qué relación existe entre las barreras de la comunicación y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?

Así también, esta investigación está justificada teóricamente debido a que permitirá aumentar el conocimiento sobre la relación de las variables mencionadas. Asimismo, la justificación práctica es que brindará sugerencias que permitan solucionar la realidad problemática descrita y beneficiará a la sociedad lambayecana. En este sentido, la entidad podrá elaborar estrategias y aplicar las mejoras pertinentes. Y, metodológicamente se aplicará el método científico y se considerarán todas las etapas del mismo. Asimismo, se realizará la respectiva validación de los instrumentos empleados que garanticen la fiabilidad del estudio.

Además, el objetivo general es determinar la relación entre la comunicación interna y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y los específicos, determinar la relación entre la comunicación descendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; determinar la relación entre la comunicación ascendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; determinar la relación entre la comunicación horizontal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023, determinar la relación entre la comunicación diagonal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y, determinar la relación entre las barreras de la comunicación

y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.

Por otro lado, la hipótesis general es que existe relación significativa entre la comunicación interna y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023. Y, las hipótesis específicas, que existe relación significativa entre la comunicación descendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; existe relación significativa entre la comunicación diagonal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y, existe relación significativa entre las barreras de la comunicación y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, consideramos la investigación de Gancino (2020), quien realizó una tesis sobre calidad de servicio y satisfacción del cliente de una municipalidad en Ecuador, para describir el estado y la relación entre variables mencionadas. Este estudio fue descriptivo, correlacional, cuantitativo y, los resultados mostraron una correlación poco significativa, así como una deficiente accesibilidad relacionada a la inclusión, inconvenientes al brindar información por parte de los trabajadores de la entidad e incumplimiento de las expectativas de los usuarios, por lo que se recomendó que la entidad se preocupe por enfocar su filosofía empresarial en la satisfacción del cliente.

Asimismo, Castellón (2019) ejecutó una investigación sobre satisfacción del usuario y calidad de atención en un hospital en Nicaragua, cuya meta fue examinar la primera respecto de la última. Fue descriptiva, corte transversal, con cuestionario Servqual y, los resultados, entre otras cosas, determinaron que el usuario presentó mayor nivel de expectativas respecto a la empatía y menor respecto a la capacidad de réplica, por lo que, se propuso continuar con el desarrollo de estudios dirigidos a examinar el nivel de satisfacción de usuarios bajo el modelo Servqual.

Por otra parte, Rizzo (2022) realizó una tesis sobre comunicación interna y la gestión por parte de empleados en un equivalente a municipalidad en Ecuador, cuya meta fue conocer la calidad de la primera y cómo esta influye en el accionar de los empleados públicos. Fue una investigación de metodología no experimental, enfoque cuantitativo, lo que permitió concluir como resultado que las vías de comunicación más empleadas, por voluntad de los trabajadores, fueron las reuniones presenciales, generando salida de recursos e ineficiencia respecto al tiempo y, el recurso tecnológico más empleado fue el correo electrónico. A modo de propuesta, se brindó un plan de comunicación que impulsa la transformación digital de todos los procesos, también la comunicación interna.

Así también, Rivera (2019) publicó una tesis sobre comunicación interna y ejercicio de empleados en un hospital, Montemorelos, México, con el objetivo de establecer si existe una relación significativa, según la percepción de los trabajadores del hospital. Fue cuantitativo, descriptivo, transversal, predictivo y correlacional y,

obtuvo como resultados una relación positiva en grado moderado, por lo que, las propuestas fueron incentivar actividades recreativas e integradoras e implementar nuevas herramientas de comunicación como la intranet, publicaciones institucionales.

Luego y, como último antecedente internacional, Zambrano y Tamayo (2022) desarrollaron un estudio referido a comunicación interna en el ambiente corporativo dentro de un centro sobre rehabilitación social masculino, Ecuador. Tuvo como meta evaluar el impacto de la primera sobre el ambiente de dicha organización, de enfoque cuantitativo y cualitativo, al emplear encuestas y entrevistas, con un alcance descriptivo – correlacional. Los resultados fueron evidenciar la presencia de fallas en la comunicación interna que afectaron negativamente al clima en la institución, por lo que se propuso la capacitación del personal sobre temas de comunicación interna.

Por otro lado, a nivel nacional, consideramos la investigación de Espinoza (2021), quien desarrolló una tesis sobre la comunicación y la calidad de atención en un hospital, Cajatambo, cuya meta fue determinar en qué forma la comunicación interna de los empleados asistenciales de salud influyen en la calidad de atención; para esto se usó metodología aplicada, cuantitativa, diseño no experimental y nivel explicativo. Como resultado, existía una correlación positiva moderada y, se recomendó brindar las herramientas pertinentes a los niveles superiores para que se optimice la transmisión de información al personal, optimizar la comunicación entre niveles jerárquicos sin relaciones de dependencia, propiciar el acercamiento de los empleados en las juntas laborales, entre otros.

De igual modo, Chávez (2019) investigó la influencia de la comunicación interna en la calidad de servicios de salud en Puno y, tuvo como meta determinar el impacto de la primera en la segunda variable. Fue tipo descriptiva – relacional, cuantitativo, no experimental transversal y, tuvo como resultado, la deficiente comunicación interna afecta negativamente en la calidad del servicio analizado; además, se evidenciaron problemas de comunicación vertical descendente y problemas de falta de credibilidad del usuario respecto a los empleados. Teniendo esto en consideración, se propuso la planificación de estrategias pertinentes para optimizar la comunicación descendente, ascendente y horizontal, que se realicen

investigaciones que identifiquen las flaquezas y fortalezas de los sistemas de comunicación y, que se examine continuamente la calidad del servicio brindado para desarrollar planes de mejora mediante capacitaciones y programas de incentivos.

En esta misma línea, Barnett (2021) publicó una tesis sobre comunicación interna y calidad del servicio en una empresa privada, para establecer la relación con metodología cuantitativa, correlacional, no experimental y transversal. En consecuencia, el resultado fue una relación muy alta y, se recomendó mejorar la comunicación formal, implementar la página web de la empresa, establecer una manual de funciones para los trabajadores y darles más importancia a los periódicos murales; y, respecto a la comunicación informal el llevar a cabo periódicamente reuniones para confraternizar donde participe todo el personal.

Por otro lado, Yauri (2018) realizó una tesis de comunicación interna y satisfacción del usuario dentro de una institución de educación superior, cuya meta fue examinar la relación de variables. Fue no experimental, transversal, correlacional y cuantitativo y, presentó relación significativa alta; posteriormente, recomendó brindar capacitaciones en habilidades blandas, mejorar la imagen institucional ante el usuario, mejorar la infraestructura y el mobiliario y, continuar con la investigación.

También, Ocas (2018) ejecutó una tesis de comunicación interna y calidad de atención en un hospital, para ver la relación de ambas variables, con metodología cuantitativa, tipo no experimental descriptivo correlacional; arribando al desenlace de que hay una relación directa significativa. Se sugirió profundizar los conocimientos respecto a este tema y a la relación de ambas variables, orientándose siempre a la búsqueda de una atención integral de buena calidad.

Agregado a lo anterior, es importante definir y tener delimitados los conceptos de las variables a estudiar. Dentro de los principales teóricos de la comunicación podemos considerar a Hovland, Lewin, Lasswell, seguido de la influencia de personajes como Katz, Schramm, Shannon, Weaver, entre otros, que sentaron las bases de la misma. En este sentido, la teoría de comunicación considerada para el presente trabajo de investigación es la teoría de sistemas, diseñada por Ludwing Von Bertalanffy en los años cuarenta (Ladino, 2017) y, permite que lo estudiado se

realice de una forma completa e integrada, tal como lo dice su nombre, como un sistema, un todo, un grupo que forma relaciones de interdependencia o un grupo de elementos en interacción con una estructura delimitada y redes a través de las que se mueven.

Igualmente, otra característica de la mencionada teoría es su estado dinámico (Ladino, 2017), considerando el tiempo y espacio donde transcurre todo, la velocidad a la que lo hace y la manera que tiene para retroalimentarse. En este sentido, la comunicación se analizará desde la interrelación de sus elementos, las redes de la misma y actividades que se desarrollan dentro de un solo sistema.

Las afirmaciones anteriores nos llevan a establecer que todas las organizaciones, privadas y públicas, realizan actividad comunicativa, factor definitorio para establecer si existe equipo en la organización o meramente son un grupo aleatorio de personas. Aunado a esto, en las relaciones públicas, una extensa investigación ha indicado el potencial de la comunicación interna para empoderar a los empleados y mejorar su compromiso. (Li, 2021) Así pues, los cambios ocurridos actualmente a nivel mundial, tanto económica, social, política o culturalmente, hicieron que la necesidad de la comunicación fuera muy importante para una organización moderna. (Ciobota, 2017)

Asimismo, anteriormente se consideraba a la comunicación organizacional, según Katz y Kahn, como el intercambio y entrega de mensajes en una entidad (Garrido et al., 2020), es decir se excluía de este estudio cuestiones relacionadas al mundo externo. Posteriormente, se incluyeron elementos atribuidos al concepto de comunicación externa, de este modo se le percibe a la comunicación organizacional como un concepto que engloba ambos aspectos; sin embargo, la comunicación interna se puede abordar como un campo independiente, aunque aún ligado estrechamente a la comunicación corporativa. (Nadales et al., 2023)

Por lo tanto, la comunicación interna se refiere a todo acto comunicativo ejecutado dentro de una institución con la meta de lograr sus objetivos como entidad mediante la transmisión eficaz de mensajes y buenas relaciones entre sus miembros (Ramos et al., 2017), convirtiendo a la conexión entre los empleados en una característica clave para su desarrollo óptimo. Del mismo modo, es la que ayuda a encontrar un

propósito común, acordar objetivos expresando la cultura organizacional y, conseguir que los empleados entiendan los objetivos y prioridades de su entidad, considerada por esto una herramienta estratégica útil en los diferentes procesos organizativos, en la planificación de los objetivos corporativos y en todas las acciones necesarias para lograrlos. (Guerrero et al., 2022) Asimismo, que tan eficiente es esta en el sistema de gestión empresarial determina significativamente su óptimo funcionamiento (Leśniewski et al., 2023); todo esto, en el marco del conocimiento de que actualmente, la comunicación abarca todo ámbito del existir en un ser humano moderno. (Gladkaya, 2023)

En esa misma línea, últimamente esta ha enfrentado nuevos contextos y empleado nuevas tecnologías (Tkalac & Špoljarić, 2020), es decir, los procesos internos de información y comunicación están siempre presentes en la evolución de la creación y descubrimiento de estrategias de trabajo y en la evolución organizacional. (Barreto, 2020) Es así como, las entidades modernas utilizan una amplia gama de canales para ganarse a su público interno, desde la comunicación habitual frente a frente hasta los canales digitales que permiten comunicación a pesar de impedimentos o dificultades físicas. Así también, es una de las especializaciones de mayor crecimiento en las relaciones públicas. (Wuersch et al., 2022)

Entre tanto, se debe mencionar también que los caminos de esta se convierten en redes de comunicación, formales o informales. (Ramos et al. 2017) Según autores como Goldhaber, una comunicación formal hace referencia a recados que se transmiten por vías oficiales que dicta el rango en una institución y, de acuerdo a las funciones específicas de cada departamento en una entidad. (Ramos et al. 2017) Vale decir también, la comunicación formal puede ser descendente, ascendente y horizontal (Charry, 2018), estando las dos primeras dentro del concepto de comunicación vertical.

Con respecto a la comunicación vertical, se refiere a aquella que sigue los niveles de una entidad por ser formal, pero, empieza por aquellos más elevados hasta los más bajos y al revés, por lo que tiene un carácter asimétrico y puede ser descendente y ascendente. (Ramos et al. 2017)

Con respecto a la comunicación descendente, hace referencia a la información que es transmitida de niveles superiores a inferiores, por lo que se consideran mensajes relacionados a instrucciones, indicaciones, objetivos, órdenes, entre otros. (Garrido et al., 2020) Como muestra, considera memorándums y correos electrónicos, estos pueden abordar temas como el establecimiento de métodos y responsabilidades, reglamentos laborales, mandatos de acciones y ejecuciones, evaluaciones de desempeño, entre otros. Esta forma suele ser la más común y a la que mayor importancia se le otorga, por lo que se encuentra medianamente o bien organizada en promedio y en términos generales. (Pérez et al., 2013) No obstante, el problema se genera cuando esta comunicación viene desde niveles altos en forma de cascada, pasando por niveles intermedios que tienen acceso y capacidad de manipulación de la información antes de enviarla a niveles inferiores, pudiendo ocasionar una variación importante en el mensaje recibido, lo que afectaría la intención inicial de mismo. (Pérez et al., 2013)

Por otro lado, la comunicación ascendente se ejecuta de niveles inferiores hacia superiores y, sirve principalmente para manifestar interrogantes o hacer recomendaciones; (Garrido et al., 2020) por ello, puede abordar temas como informar los inconvenientes o deficiencias en la práctica de actividades en la entidad, recomendaciones para optimizar los procesos por parte de quienes los realizan directamente, informes de rendimiento diario, cumplimiento de metas, entrega de datos contables y financieros, entre otros; esto mediante buzones de sugerencias, reuniones de jefes con sus empleados, sondeos, etc.

Es preciso tener presente que, para el óptimo desarrollo de la entidad, es propicio fortalecer ambos sentidos de la comunicación vertical, que permita evitar inconvenientes como que los niveles superiores no tengan conocimiento preciso de la manera en que fueron recibidos los mensajes enviados a los empleados o, que estos últimos no tengan la capacidad de opinar.

En cuanto a la comunicación horizontal, teniendo en cuenta a Ramos et al. (2017), es aquella entre trabajadores de igual rango y, se refiere al cambio de información con el propósito no solo de transmitir información, sino de coordinar acciones de organización y colaboración; por lo que, ciertamente, es aquí donde también

pueden formarse canales de comunicación informal por la cercanía de los sujetos, un mayor nivel de confianza y mismo nivel de responsabilidad.

En cuanto a la comunicación diagonal, es aquella que se da entre empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía (Pérez et al., 2013); además, aquí no se considera cadenas de mando, por lo que permite que diferentes unidades sean capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales; además, se le considera más confiable debido a que el mensaje arriba de forma menos interrumpida al receptor, mediante un canal más corto y con menos supervisión. En este sentido, para mejorar este tipo de comunicación se recomienda formar equipos multidisciplinarios que aumenten el grado de relación entre empleados que de otra forma, no interactuarían lo necesario para generar climas de confianza. Así también, estudios recientes indican que la comunicación diagonal es un requerimiento apremiante de organizaciones (Sulaiman & Abdullah, 2019). Por ejemplo, una encuesta realizada por McKinsey Global Institute (2016) encontró que al menos dos tercios de los empleados creen que la adopción de tecnologías sociales puede generar cambios estructurales y de gestión en las organizaciones, al permitir que los empleados de oficinas que no se interrelacionan entre sí, se puedan comunicar en diferentes equipos, funciones y unidades.

Ahora bien, respecto a las funciones de esta, según Chiavenato (2009), todo acto de esta implica una o varias de las cuatro funciones mencionadas a continuación. Teniendo en cuenta la jerarquía que existe en toda institución, la comunicación interna busca controlar el accionar de sus miembros, para que este siga en relación a los objetivos y metas planeados. La motivación es otra de las razones del proceso de comunicación interna, al buscar orientar respecto a las metas a lograr, previa determinación de las mencionadas. También tenemos la expresión de emociones, referida a que se exprese la complacencia o no complacencia del proceso; e, igualmente, la información, mediante la transmisión que permite decidir y evaluar posibles diferentes caminos.

Vistas las funciones mencionadas, cabe resaltar que estas pueden ser perfectamente empleadas por cualquiera de la entidad, de ahí su relevancia y la importancia de establecer un determinado control de la misma, resaltando que, la

comunicación interna eficaz puede ser un elemento que contribuya al éxito de todo proyecto. (Kamalirad, 2017)

Por otra parte, el proceso de comunicación también es una arista importante del presente trabajo de investigación. Según Chiavenato (2009), el modelo más aceptado se genera de las investigaciones de Shannon y Weaver y, de Schramm, que desarrollaron un piloto útil para diversas situaciones, así se consideran las siguientes siete partes. El emisor, denominado también fuente o comunicador, es aquel elemento con el que empieza la comunicación al ser quien pretende emitir en primer lugar un mensaje. El mensaje, se refiere a aquello codificado por el comunicador, como ejemplos podemos considerar una orden de un superior, un memorándum, inclusive un rumor. Cabe resaltar que, en un caso utópico de comunicación perfecta, el mensaje que existe en la mente del emisor, llegaría de manera idéntica a la mente del receptor; sin embargo, esto no ocurre en la práctica.

Así también, otra parte es la codificación, que hace referencia a las figuras que se convierten en el mensaje que es entregado mediante el canal, previa elección del emisor, este elemento será desarrollado más a detalle debido a que se considera de gran importancia.

Además, el canal puede ser formal cuando sigue el orden establecido por la entidad o, puede ser informal, como el uso de redes sociales, que son abiertas y surgen como réplica a decisiones de cada persona y no tienen relación alguna con la organización. A modo de ejemplo, una encuesta realizada por Weber Shandwick (2014), estableció que la figura de los directores ejecutivos en internet puede proporcionar a la entidad un rostro o personalidad humana, demostrar innovación y, brindar a los empleados la oportunidad de comunicarse con los niveles superiores; además, la sociabilidad del director puede inculcar sentimientos positivos en los empleados, como sentirse inspirado, tecnológicamente avanzado y orgulloso. Actualmente, existe diversidad de canales a emplear, desde utilizar los clásicos como la comunicación oral y escrita, hasta el correo electrónico, fax, internet y celular; como evidencia tenemos una encuesta web con empleados de corporaciones en los Estados Unidos que, mostró que los jefes emplean más el email y los canales frente a frente para relacionarse con los trabajadores. (Men, 2015)

En este mismo contexto, teniendo en cuenta que los canales tienen diferente precio, capacidad, dificultades de uso, entre otros aspectos, es importante que la entidad tenga en cuenta los requerimientos y gustos de sus trabajadores, los medios y la rapidez de envío de mensajes, los objetivos del remitente, así como, las características del mensaje y del receptor al elegir el mejor canal para llegar a los públicos internos. Por ejemplo, lo obtenido por una encuesta en línea aplicada a empleados de tiempo completo en corporaciones de gran tamaño en los Estados Unidos de América, mostró que el uso de canales de comunicación por diferentes fuentes tuvo impactos distintos en la comunicación, concluyendo, entre otras cuestiones que, las reuniones cara a cara y las videoconferencias son significativas para las prácticas de comunicación simétrica con gerentes y pares. (Lee, 2022)

Sin embargo, aunque no existen suficientes estudios generales que exploren qué canales de comunicación ofrecen mejores resultados (Tkalac & Špoljarić, 2020) y, a pesar de los avances tecnológicos y los beneficios innegables que han traído, los medios tradicionales siguen teniendo un espacio nada despreciable. Sirva de ilustración, lo determinado según Men (2015), a pesar de los nuevos canales de comunicación, la comunicación cara a cara a menudo se percibe como un canal óptimo para comunicar información compleja porque facilita la retroalimentación inmediata, el uso del lenguaje natural y el enfoque personal.

Por otro lado, tras la última pandemia, los empleados que trabajan desde casa dependen predominantemente de canales de comunicación mediados por computadora (Lee, 2023), lo que resalta la importancia de que las organizaciones presten mucha atención a la comunicación interna durante las crisis (Mazzei et al., 2022), ya que se ha determinado que la comunicación de calidad durante el cambio organizacional es crucial para ayudar a los empleados a enfrentar el cambio y su incertidumbre. (Li, 2021)

Continuando con los elementos del proceso de comunicación, la decodificación se hace necesaria con miras a que el mensaje sea entendido y esta sucede cuando el destinatario tiene que descifrar símbolos. Además, el destinatario como otra parte del proceso, puede tener diferencias con el emisor debido a sus conocimientos, actitudes y habilidades propias. Así también, la realimentación es parte importante al permitir comprobar si el mensaje fue trasladado exitosamente; y, como último

elemento, el ruido hace referencia a aquello que puede distorsionar el mensaje y no es exclusivo de la parte final del proceso de comunicación.

Ahora bien, consideraremos a los rumores como canales informales de comunicación, principalmente, porque estos surgen debido a las dudas e inquietudes del personal, puede ser por falta de información, impaciencia o querer obtener información novedosa, por lo que es improbable e incluso poco eficiente el poder suprimirlos totalmente, por el contrario, se debe trabajar en manejarlo como una red importante de información.

Por otro lado, otro aspecto importante es el lugar de trabajo, debido a que al ser diseñado se está implementando y condicionando, muchas veces sin conciencia, la comunicación interna de una entidad. Aspectos tales como la densidad de empleados por oficina, cercos y obstáculos que se emplean en el sitio de trabajo o, por el contrario, estructuras abiertas, condicionan y tienen sus pros y contras en la comunicación interna; por ejemplo, sitios abiertos propician ambientes de circulación más rápida de la información.

Además, es vital mencionar también aquellos elementos que dificultan el desarrollo de la comunicación interna, es así como surgen las barreras de comunicación, definidas, según Hernández (2021), como los obstáculos en el acto comunicativo, en la medida que restringen o entorpecen a los sujetos en el acceso a la información y la habilidad de decir y expresar, considerándolas como interrupciones al mensaje. Así, podemos diferenciar tres clases de barreras a continuación mencionadas. Las barreras personales son las interrupciones que se derivan de las restricciones y los valores de cada uno, por ejemplo, mala capacidad de escucha, los sentimientos y las distintas percepciones. Seguidamente, las barreras físicas hacen referencia a las interrupciones del lugar donde se ejecuta el acto de comunicación, como por ejemplo paredes o muros, ruidos demasiado perturbadores, demasiada distancia, un canal saturado, un elemento distractor, interferencias telefónicas, etc. Y, las barreras semánticas son las limitaciones respecto a los símbolos empleados, por ejemplo, otro lenguaje, diferentes palabras o gestos que pueden tener diferente significado para las partes del proceso, entre otros.

A modo de conclusión respecto a la comunicación interna, a continuación, se brindan cinco aspectos a reforzar para optimizar el desarrollo del proceso mencionado, lo que repercutirá en un mejor desempeño de la entidad. En la comunicación interna es importante que se verifique que el mensaje fue captado correctamente, es decir que lo que el receptor entiende sea lo más parecido posible a la intención que tuvo el emisor. También, la retroalimentación inicia la inauguración de un canal para que el receptor conteste y se logre determinar si el mensaje fue captado lo más cercano posible al propósito, lo que implica la mayoría de veces fortalecer la comunicación ascendente. También, el fomentar la empatía, recordando que el mensaje debe considerar mucho más a quien está destinado que al mismo emisor e implica que este último considere cómo se entenderá la información, poniéndose en el lugar del otro y considerando sus puntos de vista.

En este mismo contexto, la reiteración es lo que permite asegurar en mayor grado que un mensaje fue entendido o, de no ser así, con otros estarán en la capacidad de retransmitirlo. Aunado a esto, el lenguaje simple hace factible que el destinatario tenga una barrera menos que superar en el proceso de comunicación, puesto que la comprensión es base para la comunicación; en este sentido, el emisor debe preocuparse porque el código empleado puede ser descifrado por el receptor. También, escuchar con atención fomenta que los empleados sientan la confianza futura de expresar pensamientos, sugerencias, complicaciones y emociones.

Cabe destacar que, la cantidad de investigación sobre comunicación interna ha florecido durante la última década y, los académicos han examinado el papel de la misma en los resultados en los empleados y la entidad. (Yue, 2022) En este sentido, la comunicación interna es la de quienes trabajan en la entidad y es vital para el éxito y el funcionamiento de la misma; sin embargo y lamentablemente, se habla más de la externa. (Wakimoto, 2022)

Paralelamente, se estudian definiciones y aspectos de satisfacción del usuario, clásicamente, por autores como Kotler y Keller, se conceptualizó la satisfacción del usuario como un sentimiento de placer. (Montalvo et al., 2020) Por otro lado, actualmente, se entiende como la calidad percibida respecto de las características de una prestación, teniendo en cuenta la expectativa presente (De la Peña, 2014); mientras que, en el sector público se entiende como la calidad percibida según el

servicio recibido, teniendo en cuenta la expectativa que se tenía previo a esta acción. (Rojas et al., 2019)

También, la satisfacción del cliente es el estado de goce o desencanto del cotejo entre las consecuencias tras recibido un producto o servicio con lo que se espera; (Chen et al., 2020) así también, esta representa una medida centrada en el cliente que debe utilizarse para examinar la calidad de los servicios. (Amorin et al. 2019)

En este sentido, la satisfacción depende en gran parte de las expectativas, requerimientos y valores individuales, conllevando a que cada horizonte de satisfacción logrado por los usuarios sea único y distinto, aunque se trate de la misma entidad prestadora de servicio. (Montalvo et al., 2020) En este sentido, es que la satisfacción de los usuarios tiene que ser considerado como impacto de la calidad. (Guerra, 2017) que permitirá mejorar deficiencias e incrementar fortalezas. (Febres-Ramos y Mercado-Rey, 2020)

En la misma línea, según un estudio realizado en instituciones públicas de Chile, mostró que cuestiones como la eficacia, la rapidez y la atención de los trabajadores son las que más grande impacto tienen en la satisfacción de los usuarios de municipios. (Rojas et al., 2019) Asimismo, en palabras de Anggraeni (2021), la satisfacción es una forma abstracta que solo puede lograrse mediante hospitalidad, una buena impresión y todas las cosas que pueden tocar las emociones de los clientes.

Visto lo anterior, una de las maneras de determinar la satisfacción del usuario es la aplicación del Service Quality Model (Servqual); es importante medirla puesto que esta representa un poderoso indicador de resultados y nos permite conocer cómo valoran los usuarios la atención prestada. (Souza et al., 2018) Servqual fue implementado por investigadores americanos Parasuraman, Zeithaml y Berry alrededor de los 80's, como herramienta de investigación creada para considerar las expectativas del consumidor mediante cinco dimensiones. (Darmayanti, 2023)

Cabe destacar que, según Shafiq (2019) fue originalmente propuesto por Parasuraman en 1985 con diez dimensiones y, posteriormente se simplificó el modelo con solo cinco dimensiones en 1988, convirtiéndose en un modelo multidimensional e instrumento conocido como una de las herramientas más

exitosas para medir la calidad; mientras que, actualmente, Servqual es una forma más eficaz de comparar la calidad del servicio de una organización con la que se espera. (Mary S. et al., 2023)

Ahora, si bien es una innegable ventaja de este modelo el permitir evaluar y a la vez convertirse en un instrumento de mejora, también ha sido criticado por varias razones; por ejemplo, aunque es un modelo de aplicación general en todo tipo de servicios, depende en gran medida de quien, cuándo y dónde se proporciona; además, los elementos del modelo Servqual original deben adaptarse según el contexto.

Por otra parte, el modelo Service Performance (Servperf) es el segundo más cercano después de Servqual a medir la calidad del servicio; sin embargo, utiliza solo el componente de rendimiento sin hacerlo coincidir con las expectativas como se usa en Servqual, aunque demostró una mejor varianza, utilizó menos tiempo para responder a las preguntas ya que hay menos preguntas, aunque sigue siendo criticado por su unidimensionalidad. (Gencer y Akkucuk, 2017)

Cabe mencionar que, como menciona Darmayanti (2023), Parasuraman recomienda el modelo Servqual como método para calcular la discrepancia entre lo esperado y lo recibido, estableciendo cinco dimensiones las cuales se detallan a continuación. Los elementos tangibles, consideran la infraestructura, equipos e imagen del personal de una entidad, es decir, implica todo construcción y herramientas que posee la entidad para atender a los usuarios. (Darmayanti, 2023) Luego, la confiabilidad es la facultad de realizar el servicio de manera consistente en el tiempo, así también, este elemento es la facultad de la institución para brindar servicios con precisión a sus clientes (Haming et al., 2019) y, esta casi siempre tiene una gran influencia en la satisfacción del cliente. (Shafiq et al., 2023) Después, está la pretensión de dar apoyo y prestar la atención adecuada, (Darmayanti, 2023) se reconoce como crucial en la calidad del servicio puesto que considera también la disposición a proporcionar un servicio rápido y preciso. (Shafiq et al., 2023) Luego, la seguridad se refiere a contar con personal bien informado (Darmayanti, 2023), incluye la capacidad del proveedor para inspirar credibilidad a medida que interactúa y realiza el servicio. (Shafiq et al. 2023) Y, la empatía incluye el cuidado y atención individual a los usuarios (Bautista et al., 2017), esto se refiere a que se

comprendan las necesidades de cada individuo, así como la importancia de realizar un servicio con una actitud de cuidado hacia el cliente, implica un alto nivel de comunicación ya que el comportamiento inapropiado de los empleados genera insatisfacciones. (Shafiq et al. 2023)

Cabe resaltar que, el establecer el grado de satisfacción del usuario en instituciones públicas es importante ya que es mediante esto que se muestra la realidad de sus servicios ofrecidos y si son realmente útiles; por lo que las instituciones deben preocuparse por esta para detectar los factores que estén generando insatisfacción en las personas.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

El tipo fue aplicada, puesto que utiliza conocimientos para solucionar un problema específico. (Romero et al., 2021) Una investigación necesita de una estrategia o plan mediante el cual se conseguirán los datos e información necesaria para cumplir las metas planteadas. (Hernández y Mendoza, 2018)

Asimismo, fue no experimental, no hubo maniobra intencionada de la variable independiente con estímulos o condiciones, sino, se observó y midió a las variables y su comportamiento en su estado natural, para posteriormente examinarlas. (Hernández y Mendoza, 2018)

Además, fue transversal debido a que, en lugar de observar una variable por cinco o más años, se examinó en un año (Romero et al., 2021), es decir, bajo un único lapso de tiempo. (Arias et al., 2022) Además, fue descriptiva – correlacional en referencia a que estuvo dirigida a describir de una forma objetiva la realidad observada (Romero et al., 2021) así como, detallar características de grupos o fenómenos (Hernández y Mendoza, 2018), y, tuvo como objetivo establecer la relación de variables. (Hadi et al., 2023) Además, la investigación fue cuantitativa al ser una investigación que empleó técnicas estadísticas para generar datos y establecer relaciones entre las variables. (Hadi et al., 2023)

#### **3.2. Variables y operacionalización**

Se consideró una variable a lo que se va a analizar y calcular. La variable se definió de manera conceptual, haciendo referencia a la teoría de la misma y, de manera operacional teniendo en cuenta la forma en la que se medirá. (Arias et al., 2021) Las variables fueron comunicación interna y satisfacción del usuario, variable independiente, variable dependiente, respectivamente.

Respecto a la definición conceptual, se consideró a la comunicación interna como todo proceso comunicativo ejecutado en el interior de una institución con la finalidad de conseguir las metas organizacionales mediante una

transmisión eficaz de mensajes y buenas relaciones entre sus miembros. (Ramos et al., 2017) Por otro lado, como definición operacional, la comunicación interna fue medida mediante cinco dimensiones, comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal, comunicación diagonal y barreras de comunicación, cada una con 3, 2, 4, 2 y 3 indicadores respectivamente.

La primera dimensión tuvo como indicadores a los comunicados institucionales internos, reuniones informativas y retroalimentación. La segunda, a las reuniones laborales y el clima de confianza. La tercera, al intercambio de información, clima de igualdad, comunicación informal e integración. La cuarta dimensión, a la comunicación entre diversos niveles de diferentes áreas y reuniones generales. Finalmente, la quinta dimensión tuvo como indicadores las barreras personales, barreras físicas y barreras semánticas.

Por otro lado, como definición conceptual de la segunda variable, se refiere a la calidad notada según la prestación recibida, teniendo en cuenta la expectativa que se tenía previa a esta acción. (Rojas et al., 2019) Por otro lado, como definición operacional, se consideró como la percepción de la calidad del servicio brindado según las perspectivas del mismo, asimismo, se midió según cinco dimensiones, elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con 3, 2, 3, 2 y 3 indicadores respectivamente.

La primera dimensión tuvo como indicadores las instalaciones físicas, equipos y apariencia del personal. La segunda dimensión, al cumplimiento de plazos y la consistencia. La tercera dimensión a la efectividad y eficiencia, tiempo de espera y el interés en el usuario. La cuarta dimensión las competencias y habilidades y, la gestión de reclamos y, finalmente, la quinta dimensión al cuidado y buen trato, personalización de la atención y las habilidades de comunicación. Por otro lado, la escala empleada fue la escala de Likert, entendida como aquella escala que presenta a las opciones como afirmaciones o proposiciones acompañado de respuestas escaladas de un

extremo a otro, con valores de mayor a menor o viceversa. (Romero et al., 2021)

### 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

La primera referida al público objetivo sobre el cual se realizará la exploración. (Romero et al., 2021) La población consideró a 250 personas, quienes conforman el personal administrativo de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque. Según Romero et al. (2021), se considera muestra cuando la población que se requiere investigar es muy extensa y, en consecuencia, se debe considerar solo un conjunto representativo.

Se consideró como muestra a 152 de la población, que efectúen con los juicios de inclusión antes mencionados. Tras aplicada la siguiente fórmula donde  $n$  es tamaño de la muestra,  $z$  nivel de confianza,  $p$  probabilidad de la población de estar incluida y  $1$  la de no estarlo,  $N$  el total de la población,  $E$  el nivel de error (5%).

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 250}{(250 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$
$$n = 151.7$$

Asimismo, el muestreo es una herramienta empleada en los procesos de investigación para considerar eficazmente un grupo del total de la población a estudiarse, con la finalidad de conseguir datos de la misma, incluso si la población es demasiado grande o no es accesible. (Hadi et al. 2023) Con muestreo aleatorio simple para la selección de unidades, todos presentan igual probabilidad de ser seleccionados y son estadísticamente representativos (Hadi et Al. 2023). Y, la unidad de análisis proporciona información importante para la indagación de cada una de las variables, para esta investigación fue un trabajador administrativo de la entidad.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las primeras hacen referencia a aquello empleado con la finalidad de compilar información y datos importantes para un estudio específico, cada una presenta pros y contras que el investigador tiene que tener en cuenta al elegir emplearlas en su trabajo académico. (Hadi et al., 2023)

Así también, se empleó la encuesta, esta es una herramienta para recopilar información mediante preguntas realizadas al encuestado, debido a que mediante esta obtuvimos resultados mediante respuestas a preguntas ordenadas pre concebidas. (Arias et al., 2022) El cuestionario, entendido como grupo de interrogantes listadas y enumeradas con un conjunto de posibles respuestas que el encuestado debe elegir. Así también, se utilizó la escala de Likert, entendida como aquella que presenta a las opciones como afirmaciones o proposiciones, acompañado de tres, cinco o siete respuestas escaladas de un extremo a otro, con valores de mayor a menor o viceversa. (Romero et al., 2021)

Además, el cuestionario estuvo conformado por cuarenta y dos (42) enunciados. Respecto a la variable comunicación interna, se consideraron veintiún (21) enunciados según las cinco dimensiones. La primera dimensión tuvo como indicadores, a los comunicados institucionales internos (04 ítems), reuniones informativas (01 ítem) y la retroalimentación (01 ítem). La segunda, a las reuniones laborales (02 ítems) y el clima de confianza (02 ítems). La tercera, al intercambio de información (01 ítem), clima de igualdad (01 ítem), comunicación informal (01 ítem) e integración (01 ítem). La cuarta dimensión, a la comunicación entre diversos niveles de diferentes áreas (01 ítem) y reuniones generales (02 ítems). Finalmente, la quinta dimensión tuvo como indicadores las barreras personales (01 ítem), barreras físicas (02 ítems) y barreras semánticas (01 ítem).

Por otro lado, respecto a la segunda variable constó de veinte (20) enunciados. Se consideraron cinco (05) dimensiones. La primera dimensión tuvo como indicadores las instalaciones físicas (02 ítems), equipos (01 ítem) y apariencia del personal (01 ítem). La segunda dimensión, al cumplimiento

de plazos (01 ítem) y la consistencia (01 ítem). La tercera dimensión a la efectividad y eficiencia (04 ítems), tiempo de espera (01 ítem) y el interés en el usuario (02 ítems). La cuarta dimensión, las competencias y habilidades (02 ítems) y la gestión de reclamos (01 ítem) y, finalmente, la quinta dimensión, al cuidado y buen trato (01 ítem), personalización de la atención (01 ítem) y, habilidades de comunicación (02 ítems). El participante tuvo que marcar solo una respuesta según criterio propio y, podrá elegir entre la escala Siempre, Casi siempre, A veces, Casi nunca y Nunca.

Asimismo, fue preciso también verificar la validez de los instrumentos, entendida como la medida en que refleja el contenido específico de la variable. (Hernández y Mendoza, 2018), mediante el juicio de expertos, quienes revisaron los instrumentos antes de ser aplicados. Por otro lado, confiabilidad se refiere a que el instrumento ejecutado en las mismas o parecidas condiciones generará similares resultados. (Romero et al., 2021) Esta fue obtenida con Alfa de Cronbach, de 0 a 1 y, fue obtenido mediante programa Microsoft Excel, tras aplicado el cuestionario a veinte (20) trabajadores administrativos de la entidad. Los coeficientes de confiabilidad para las variables se encontraron dentro del intervalo 0.81-0.90, lo que implicó un nivel de buena confiabilidad. Por lo expuesto, para el presente trabajo la técnica y los instrumentos empleados fueron válidos y confiables.

**Tabla 1.**  
*Validación de instrumento por especialistas.*

<b>N.º</b>	<b>Experto</b>	<b>Grado</b>	<b>Condición</b>
1	Jiménez Távara, Verónica Elizabeth De Jesús	Maestra en Gestión Pública	Aprobado
2	Rodas Latorre, Víctor Alan	Maestro en Gestión Pública	Aprobado
3	Deivis Jhonsons Chávez Díaz	Maestría en Administración y dirección de empresas	Aprobado

*Nota.* Elaboración propia con información de Sunedu.

**Tabla 2.***Nivel de rangos de Alfa de Cronbach.*

<b>RANGO</b>	<b>CONFIABILIDAD</b>
0.00 – 0.50	Inaceptable
0.51 - 0.60	Pobre
0.61 - 0.70	Cuestionable
0.71 - 0.80	Aceptable
0.81 - 0.90	Buena
0.91 – 1.00	Excelente

*Nota.* Hernández y Mendoza, 2018.**Tabla 3.***Fiabilidad del instrumento.*

<b>N.º</b>	<b>Variable</b>	<b>N.º elem.</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
1	Comunicación interna	21	0.89
2	Satisfacción de los usuarios	20	0.81

*Nota.* Elaboración propia.

### 3.5. Procedimientos

La presente investigación se inició con la solicitud presentada ante la entidad, mediante mesa de partes, requiriendo el permiso para la aplicación del cuestionario al personal administrativo. Se realizaron las coordinaciones con el jefe de recursos humanos para determinar las fechas para la aplicación de cuestionarios en las instalaciones de la entidad, asimismo, se resaltó que la información brindada fue de carácter estrictamente anónimo.

Además, el personal realizó el llenado de los cuestionarios de forma presencial, de acuerdo a sus posibilidades de tiempo y previo consentimiento. El cuestionario buscó recabar información sobre la comunicación interna de la entidad y respecto a la atención brindada en la entidad. No se realizó manipulación o control alguno de las variables estudiadas, en relación al diseño y tipo de investigación que se pretende desarrollar. Luego, las respuestas fueron procesadas en el programa SPSS y, en Excel se elaboraron las tablas que sistematizaron la información

recogida para generar datos estadísticos. Posteriormente, se procedió con la comparación, conclusiones y sugerencias pertinentes.

### **3.6. Método de análisis de datos**

El SPSS y Microsoft Excel para construcción de cuadros para el análisis y posterior presentación y discusión de resultados. Se utilizó la ciencia estadística, nivel descriptivo e inferencial. A nivel descriptivo, se emplearon recursos como la estadística ordinal, varianza, medidas de tendencia central, con la finalidad de realizar una descripción cuantitativa del total de los datos recopilados, en otras palabras, del estado actual de las variables estudiadas. Mientras que, a nivel inferencial, se realizaron deducciones de la población total para determinar la relación mediante índice de correlación de Pearson.

### **3.7. Aspectos éticos**

Los aspectos éticos son importantes en la medida que brindan principios, normas y consideraciones que todo investigador debe tener en cuenta al ejecutar estudios para no afectar a los participantes, entidades ni a la colectividad científica en general. (Hernández y Mendoza, 2018)

También, la presente investigación tuvo en cuenta principios, consideraciones y normas éticas a lo largo de todo su desarrollo, teniendo como principal referencia al Código de Ética de la UCV y, demás principios éticos determinados por diversas entidades.

Luego, se consideraron como principios base de la investigación a la integridad, presente en toda la investigación, la honestidad, respecto a los conocimientos plasmados y la autoría de los mismos, la objetividad, en todas las relaciones profesionales y, la autenticidad, equidad y compromiso, en la ejecución y circulación de los resultados. (UCV, 2022)

Por otro lado, los trabajos de diversos autores considerados para la presente investigación, fueron debidamente citadas y referenciadas en relación a las normas APA y en el contexto de derechos de autor considerados por ley; además, se tuvo en cuenta las reglas de propiedad intelectual de la UCV,

evidenciando el respeto a los autores sin incurrir en acciones de plagio. (UCV, 2022)

Asimismo, se tuvo en consideración el principio de autonomía y beneficencia, el primero en referencia a que los participantes de la presente, tuvieron la potestad de decidir sobre su participación o no participación en la misma en cualquier momento; y, el segundo referido a que se veló por el bienestar de los mismos durante toda la investigación. (UCV, 2019) Finalmente, los instrumentos a utilizarse fueron debidamente validados por los expertos para ratificar la confiabilidad de lo obtenido.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis descriptivo

**Tabla 4.**

*Tabla cruzada de comunicación descendente (CD) y satisfacción del usuario (SU).*

		SU			Total
		Mala	Regular	Buena	
CD	Mala	5,6%	94,4%	0,0%	100,0%
	Regular	0,0%	49,2%	50,8%	100,0%
	Buena	5,3%	15,8%	78,9%	100,0%

*Nota.* Elaboración propia con datos del SPSS.

La Tabla 4 muestra que el 94,4% que expresó una comunicación descendente mala, consideró regular la satisfacción del usuario; el 50,8% que expresó una comunicación descendente regular, consideró buena la satisfacción del usuario; y, el 78,9% que expresó una comunicación descendente buena, consideró también la satisfacción del usuario en el mismo nivel.

**Tabla 5.**

*Tabla cruzada de comunicación ascendente (CA) y satisfacción del usuario (SU).*

		SU			Total
		Mala	Regular	Buena	
CA	Mala	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
	Regular	0,0%	87,2%	12,8%	100,0%
	Buena	3,0%	27,3%	69,7%	100,0%

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Según Tabla 5, el 66,7% que reveló una comunicación ascendente mala, consideró regular la satisfacción del usuario; el 87,2% que reveló una comunicación ascendente regular, consideró también regular la satisfacción del usuario; y, el 69,7% que reveló una buena comunicación ascendente, consideró también satisfacción del usuario en el mismo nivel.

**Tabla 6.**

*Tabla cruzada de comunicación horizontal (CH) y satisfacción del usuario (SU).*

		SU			Total
		Mala	Regular	Buena	
CH	Mala	6,7%	93,3%	0,0%	100,0%
	Regular	1,6%	71,0%	27,4%	100,0%
	Buena	4,0%	18,7%	77,3%	100,0%

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

La Tabla 6 evidencia que el 93,3% que manifestó una comunicación horizontal mala, consideró regular a la satisfacción del usuario; el 71% que manifestó una comunicación horizontal regular, consideró también regular la satisfacción del usuario; y 77,3% que manifestó una comunicación horizontal buena, consideró en el mismo nivel también a la satisfacción del usuario.

**Tabla 7.**

*Tabla cruzada de comunicación diagonal (CD) y satisfacción del usuario (SU).*

		SU			Total
		Mala	Regular	Buena	
CD	Mala	15,4%	76,9%	7,7%	100,0%
	Regular	1,3%	64,0%	34,7%	100,0%
	Buena	3,1%	21,9%	75,0%	100,0%

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Vista la Tabla 7; el 76,9% que mostró tener una comunicación diagonal mala, consideró regular la satisfacción del usuario; el 64% que mostró tener una comunicación diagonal regular, consideró también regular satisfacción del usuario; y, 75% que mostró tener una comunicación diagonal buena, consideró también en el mismo nivel a la satisfacción del usuario.

**Tabla 8.**

*Tabla cruzada de barreras de comunicación (BC) y satisfacción del usuario (SU).*

		SU			Total
		Mala	Regular	Buena	
BC	Muchas	12,5%	75,0%	12,5%	100,0%
	Algunas	3,3%	70,0%	26,7%	100,0%
	Pocas	2,4%	28,6%	69,0%	100,0%

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

En la Tabla 8; el 75% que consideró la existencia de muchas barreras en el proceso de comunicación, consideró regular satisfacción del usuario; el 70% que consideró existencia de algunas barreras en el proceso de comunicación, consideró regular a la satisfacción del usuario; y, 69% que consideró la existencia de pocas barreras en el proceso de comunicación, consideró buena a la satisfacción de usuario.

## 4.2. Análisis Inferencial

**Tabla 9.**

*Prueba de normalidad de las variables.*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadíst.	Gl.	Sig.
Comunicación interna	,066	152	,098
Satisfacción del usuario	,081	152	,016

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

De la Tabla 9, consideramos los valores correspondientes a Kolmogórov-Smirnov ya que en el grado de libertad se consideró una cantidad mayor a cincuenta elementos. En este sentido, esta prueba evidenció que, si bien los valores de la primera variable siguieron una distribución normal ( $0,098 > 0,05$ ), no fue así con los de la segunda variable ( $0,016 < 0,05$ ); por lo que se consideró un análisis no paramétrico, empleando el coeficiente de correlación de Spearman.

**Tabla 10.***Correlación entre la comunicación interna (CI) y satisfacción de usuario (SU).*

		CI	SU
CI	Coeficiente de correlación	1,000	,807
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	152	152
SU	Coeficiente de correlación	,807	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	152	152

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Para la prueba de hipótesis tenemos en cuenta que  $H_0$  es que no existe relación entre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y,  $H_1$  es que existe relación entre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.

Además, teniendo en cuenta que cuando  $p$  es menor a 0.05, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$  y, cuando  $p$  es mayor a 0.05, se acepta la  $H_0$  y se rechaza la  $H_1$ . Por lo que, vista la Tabla 10 que muestra que la significación bilateral fue 0,000, se rechazó  $H_0$  y aceptó  $H_1$ ; en otras palabras, existe relación entre comunicación interna y satisfacción de los usuarios.

**Tabla 11.**

*Valores positivos y grado de correlación según Spearman.*

<b>Valor</b>	<b>Nivel de correlación</b>
+0,01 a +0,10	Correlación positiva muy débil
+0,11 a +0,25	Correlación positiva débil
+0,26 a +0,50	Correlación positiva media
+0,50 a +0,75	Correlación positiva considerable
+0,75 a +0,90	Correlación positiva muy fuerte
+0,91 a +1,00	Correlación positiva perfecta

*Nota.* Hernández y Mendoza, 2018.

En este mismo sentido, respecto al objetivo general y teniendo en cuenta lo analizado en la Tabla 10 líneas arriba, según los grados de correlación mencionados en la Tabla 11 descrita a continuación, se evidenció correlación positiva muy fuerte, exactamente  $r_s = 0,807$  entre las variables.

**Tabla 12.***Correlación de comunicación descendente (CD) y satisfacción del usuario (SU).*

		CD	SU
CD	Coeficiente de correlación	1,000	,680**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	152	152
SU	Coeficiente de correlación	,680**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	152	152

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS

Para la hipótesis específica 1, teniendo en cuenta que  $H_0$  es que no existe relación entre la comunicación descendente y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; que  $H_1$  es que existe relación entre la comunicación descendente y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y, vista la Tabla 12 y la significación bilateral obtenida; se rechazó  $H_0$  y aceptó  $H_1$ , es decir, existe relación entre ambas. Por lo que, para el objetivo específico 1, existió una correlación positiva considerable (+0,680) de ambas.

**Tabla 13.***Correlación de comunicación ascendente (CA) y satisfacción del usuario (SU).*

		Comunicación ascendente	Satisfacción del usuario
CA	Coeficiente de correlación	1,000	,688**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	152	152
SU	Coeficiente de correlación	,688**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	152	152

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Para la hipótesis específica 2, teniendo en cuenta que Ho es que no existe relación entre la comunicación ascendente y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; que, H1 es que existe relación entre la comunicación ascendente y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y, vista la Tabla 13 y la significación bilateral obtenida; se rechazó Ho y aceptó H1, es decir, existe relación entre ambas. Por lo que, para el objetivo específico 2, existió una correlación positiva considerable (+0,688) de ambas.

**Tabla 14.***Correlación de comunicación horizontal (CH) y satisfacción del usuario (SU).*

		CH	SU
CH	Coefficiente de correlación	1,000	,700**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	152	152
SU	Coefficiente de correlación	,700**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	152	152

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Para la hipótesis específica 3, teniendo en cuenta que  $H_0$  es que no existe relación entre la comunicación horizontal y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; que,  $H_1$  es que existe relación entre la comunicación horizontal y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y, vista la Tabla 14 y la significación bilateral obtenida; se rechazó  $H_0$  y aceptó  $H_1$ , es decir, existe relación entre ambas. Por lo que, para el objetivo específico 3, existió una correlación positiva considerable (+0,700) de ambas.

**Tabla 15.***Correlación de comunicación diagonal (CD) y satisfacción del usuario (SU).*

		CD	SU
CD	Coeficiente de correlación	1,000	,584**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	152	152
SU	Coeficiente de correlación	,584**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	152	152

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Para la hipótesis específica 4, teniendo en cuenta que  $H_0$  es que no existe relación entre la comunicación diagonal y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; que,  $H_1$  es que existe relación entre la comunicación diagonal y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y, vista la Tabla 15 y la significación bilateral obtenida; se rechazó  $H_0$  y aceptó  $H_1$ , es decir, existe relación entre ambas. Por lo que, para el objetivo específico 4, existió una correlación positiva considerable (+0,584) de ambas.

**Tabla 16.***Correlación de barreras de comunicación (BC) y satisfacción del usuario (SU).*

		BC	SU
BC	Coefficiente de correlación	1,000	,518**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	152	152
SU	Coefficiente de correlación	,518**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	152	152

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Para la hipótesis específica 5, teniendo en cuenta que  $H_0$  es que no existe relación entre barreras de la comunicación y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; que,  $H_1$  es que existe relación entre barreras de la comunicación y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023; y, vista la Tabla 16 y la significación bilateral obtenida; se rechazó  $H_0$  y aceptó  $H_1$ , es decir, existe relación entre ambas. Por lo que, para el objetivo específico 5, existió una correlación positiva considerable (+0,518) de ambas.

## V. DISCUSIÓN

La presente investigación muestra resultados importantes y relevantes respecto al nivel de relación de las variables mencionadas en una entidad pública; por lo que, en este sentido, a continuación, se contrastan los resultados obtenidos en esta investigación con resultados obtenidos por otros autores en investigaciones anteriores sobre la relación entre las mismas variables.

Respecto al objetivo general, se estableció que para las variables estudiadas, hay entre ambas cierto grado de relación; y, posteriormente, respecto al nivel de correlación preciso, se determinó que entre ellas poseen correlación positiva muy fuerte.

Visto lo ya explicado, estos resultados antes mencionados se parecen a los conseguidos por Chávez (2019), quien concluyó que una deficiente comunicación interna impacta negativamente en los servicios de una entidad pública, esto se determinó tras también considerar aspectos o dimensiones como los canales verticales, los canales horizontales, los medios transversales y las barreras de comunicación, entre otros. De la misma manera, coincide con lo desarrollado en la investigación de Yauri (2018), que manifestó se presenta relación significativa de las variables mencionadas en su trabajo. Así también, Barnett determinó en su investigación desarrollada en el 2021, una correlación positiva considerable entre las mismas variables mencionadas.

Mientras que, por otro lado, con la investigación de Oca desarrollada en el 2019, aunque coincide en que hay relación entre ambos aspectos mencionados, se discrepa mucho respecto al grado de la misma, solo considerando en este último, que es una correlación positiva media, esto tal vez debido a la cantidad pequeña de personas de la muestra a la que se encuestó para la investigación en este último trabajo.

De la misma manera, se discrepa en el grado de relación con Espinoza en su trabajo desarrollado en 2021, pues este manifestó que el grado de correlación es únicamente positivo moderado; sin embargo, esto puede deberse a que este no considera en su estudio a las barreras de comunicación como dimensión

correspondiente a la variable comunicación interna, dimensión importante considerada en el presente estudio.

Para el objetivo específico 1, hay relación de la comunicación descendente y satisfacción de los usuarios en la entidad. Así también, el nivel de relación entre ambos fue una relación positiva considerable, es decir el hecho de que la entidad en estudio tenga una buena y eficiente comunicación desde sus niveles jerárquicos superiores hacia los niveles jerárquicos inferiores, respecto a cuestiones como dar instrucciones, dar indicaciones, brindar direcciones, establecer responsabilidades y organizar actividades, hacer cumplir los reglamentos y hacer cumplir las normas laborales, entre otros, sucedió a la vez que los usuarios de la misma presentaron un buen nivel de satisfacción.

Lo antes mencionado, concuerda con lo encontrado por Espinoza (2021) que, desarrollando su trabajo, determina que la comunicación vertical, que engloba por teoría en parte a la comunicación descendente, influye significativamente en la atención al usuario de una entidad pública desarrollándose relación positiva considerable.

Respecto al objetivo específico 2, existe relación entre comunicación ascendente y satisfacción de los usuarios en la entidad. Así también, según prueba estadística realizada en el trabajo, se determinó como grado de relación, una relación positiva considerable; en otras palabras, cuando de manera óptima y eficiente, los niveles jerárquicos inferiores de la entidad manifiestan y comunican interrogantes, hacen preguntas, realizan oportunamente recomendaciones o sugerencias, informan inconvenientes, expresan dificultades o, comunican el cumplimiento de metas y la culminación de objetivos, a niveles jerárquicos superiores; a la vez, existe un buen nivel de satisfacción de los usuarios en la entidad.

En ese mismo sentido, Espinoza (2021) establece que la comunicación vertical, que incluye por teoría a la comunicación ascendente, influye significativamente en la atención al usuario de una entidad pública, más exactamente, se expone relación positiva considerable, coincidiendo con lo líneas arriba mencionado.

Referente al objetivo específico 3, existe relación entre comunicación horizontal y satisfacción de los usuarios; esto debido a que, según prueba estadística realizada

en el presente trabajo, se comprobó relación positiva considerable; en otras palabras, cuando los trabajadores de la entidad de igual rango y jerarquía intercambian información para transmitirla, meramente expresarla o, coordinar acciones de organización de manera óptima; a la vez, concurre un grado de satisfacción bueno de los usuarios.

Lo mencionado anteriormente, coincide con lo determinado por Espinoza en su trabajo desarrollado en 2021, aunque para esta investigación, se estableció que, entre ambos conceptos, el grado es una correlación positiva moderada o correlación positiva media.

En cuanto al objetivo específico 4, se evidenció relación entre comunicación diagonal y satisfacción de los usuarios de la entidad. Según prueba estadística realizada en el trabajo, se comprobó que el grado de relación fue una relación positiva considerable, esto es, cuando la comunicación entre empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía son eficientemente capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales, a la vez, acontece un buen nivel de satisfacción en los usuarios. Esto coincide con lo obtenido en Espinoza (2021), que determina que entre ambos aspectos existe también una correlación positiva considerable.

Para el objetivo específico 5, hay relación de las barreras de la comunicación y la satisfacción de los usuarios. Según prueba estadística realizada en el presente trabajo, el grado de relación entre ambos fue una relación positiva considerable, lo que en otras palabras implica que cuando se maneja eficientemente las barreras, dificultades u obstáculos de la comunicación que restringen o entorpecen a los sujetos y su habilidad de expresarse libre, cómodamente y con un buen clima laboral de confianza; a la vez, los usuarios presentan un buen nivel de satisfacción.

Lo anterior mencionado, fue obtenido teniendo en cuenta como barreras de la comunicación a aquellas que son personales, físicas y semánticas que existen dentro de la entidad, del mismo modo que en la investigación de Chávez (2019); y lo manifestado por Espinoza (2021) que concluye que, para la mitad de su población no existen barreras de comunicación y, a la vez coincide con que hay

presencia de un elevado grado de percepción de la calidad de la atención de los usuarios.

Para concluir, dados los resultados propios conseguidos y aquellos de los investigadores ya mencionados líneas arriba, se logra establecer a la comunicación interna como elemento vital y un elemento que tiene considerable grado de relación con la satisfacción de los usuarios de la entidad; sin embargo, no es un factor determinante de la misma ni, por consiguiente, su absoluta mejora garantiza en la totalidad una óptima satisfacción de los usuarios de la misma.

Respecto a la metodología empleada en la investigación, se considera como fortalezas de la misma al diseño y el tipo de investigación empleado, ya que esta al ser un trabajo de investigación no experimental, permitió describir y explicar con mayor precisión y exactitud la situación real y verídica que se presentaba dentro de la entidad estudiada; así también, al ser una investigación que empleó el muestreo aleatorio simple, implica que todo el personal administrativo presentó o tuvo igual probabilidad de ser seleccionado para el estudio y, de esta manera, fue estadísticamente representativo, evitando algún tipo de sesgo de información que perjudique los resultados obtenidos.

Además, para este trabajo de investigación se realizó el trabajo de recolección de datos bajo óptimos y elevados niveles de confiabilidad según el cuestionario de ambas variables, siendo estos un nivel de confiabilidad bueno y un nivel de confiabilidad excelente. En este sentido, los primeros niveles estuvieron referidos al instrumento aplicado a la muestra piloto del presente estudio y, luego se corroboraron también por el coeficiente alfa de Cronbach, obtenido de aquellos datos recogidos de la totalidad de la muestra, lo que ha permitido tener un elevado grado de confiabilidad en los instrumentos de acopio de información del presente trabajo de investigación desarrollado.

En el mismo sentido, cabe destacar que el presente trabajo de investigación empleó una mayor cantidad de dimensiones para su estudio y análisis, totalizando cinco de la variable independiente, en comparación con diferentes estudios similares, como, por ejemplo, en comparación al estudio realizado por Barnett (2021), que consideró como dimensiones únicamente a la comunicación formal e informal, no

desglosando estas para un mayor entendimiento y comprensión de la comunicación interna.

Así también, en el estudio mencionado anteriormente se consideró permitiendo separar a la comunicación descendente y ascendente para un análisis individual, a diferencia de estudios como el realizado por Espinoza (2021), que consideró a ambos aspectos en la dimensión comunicación vertical. Además, a diferencia de estudios como el desarrollado por Ocas (2019), se consideró pertinente añadir las barreras de la comunicación como un aspecto independiente a analizar.

Por otro lado, respecto a la variable dependiente, se consideró más oportuno emplear las dimensiones correspondientes al modelo Servqual, a diferencia, por ejemplo, de estudios realizados por Espinoza (2021), Chávez (2019) y Ocas (2019); esto debido a que este modelo es reconocido internacionalmente y, ha probado comprender y albergar los aspectos principales y determinantes para establecer más acertadamente la satisfacción de los usuarios en una entidad.

En otro aspecto, respecto a las debilidades de la metodología, cabe mencionar que existía considerable lejanía en las ubicaciones físicas de los locales municipales donde se encontraba el personal administrativo de la entidad que era apto y debía responder al cuestionario elaborado; este factor, implicaba que la recolección de datos llevara una mayor cantidad de días en comparación a la esperada.

Cabe añadir a lo anterior que, teniendo en cuenta el tiempo mínimo requerido para responder eficiente y eficazmente las preguntas del cuestionario del presente estudio, en muchas oportunidades se tenía que esperar un tiempo mayor al programado o, en algunos casos regresar en otro momento donde el personal administrativo ya tenga la disponibilidad de tiempo necesaria al haber culminado sus pendientes administrativos del día.

Por otro lado, es fundamental destacar que, pese a esto, la mayor parte del personal administrativo a quien se le solicitó el apoyo para la presente investigación, mostró gran interés en participar y muchos ánimos de apoyar el éxito de la misma.

Además, esta investigación es relevante e importante en el contexto científico puesto que permitió aumentar el conocimiento de la relación de comunicación interna y satisfacción de los usuarios de una entidad municipal. Añadiendo que,

pone a disposición de la comunidad científica los resultados conseguidos una vez concluido el presente proceso de investigación.

Así también, la presente investigación permitió establecer y determinar que hay correlación positiva muy fuerte. Así mismo, dadas las pruebas estadísticas realizadas, se permitió establecer que aquella forma de comunicación interna que mayor relación positiva tiene con la satisfacción de los usuarios en la entidad es la forma de comunicación horizontal y, aquella forma de comunicación interna que menos grado de correlación tiene con la satisfacción de los usuarios en la entidad es la dimensión de barreras de la comunicación.

Por lo mencionado anteriormente, se brindan sugerencias y recomendaciones que permitan a la entidad elaborar o plantear estrategias y aplicar las mejoras pertinentes y viables en su comunicación interna y, cada una de sus componentes dentro de la entidad. Además de, preocuparse por el control de las barreras de la comunicación en la entidad.

En este sentido, coincide con los aportes realizados en la investigación realizada por Espinoza en el 2021, quien aportó que son necesarias y fundamentales acciones o actividades como el fomentar la adecuada y correcta trasmisión de información y mensajes en un clima organizacional de igualdad y confianza, lo que hace referencia a la llamada comunicación horizontal; y, además, recomienda se debe implementar mejoras en la dimensión de comunicación diagonal, entendida esta como aquella comunicación que se desarrolla entre trabajadores administrativos de diferentes niveles sin relaciones de interdependencia, buscando la forma de integrar a los trabajadores en las mencionadas reuniones favoreciendo un buen clima laboral.

## VI. CONCLUSIONES

**Primera:** La comunicación interna presenta una correlación positiva muy fuerte con la satisfacción de los usuarios en una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.

**Segunda:** Respecto al objetivo específico 1, se concluye que la comunicación descendente posee una correlación positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.

**Tercera:** Para al objetivo específico 2, la comunicación ascendente tiene correlación positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.

**Cuarta:** Para el objetivo específico 3, se establece que la comunicación horizontal presenta correlación positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.

**Quinta:** Para el objetivo específico 4, se establece que la comunicación diagonal presenta correlación positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.

**Sexta:** Finalmente, para el objetivo específico 5, se establece que las barreras de la comunicación presentan correlación positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.

## VII. RECOMENDACIONES

**Primera:** La oficina encargada de recursos humanos y la oficina de tecnologías de la información y la comunicación de la entidad, deben realizar un trabajo conjunto para concientizar al personal administrativo respecto a la comunicación interna y su relación con la satisfacción de los usuarios.

**Segunda:** Se recomienda que la oficina de tecnologías de la información y comunicación brinde capacitación al personal administrativo respecto a herramientas tecnológicas que mejoren la atención al usuario y, por ende, la satisfacción del mismo.

**Tercera:** Se recomienda que la oficina encargada de recursos humanos concientice a los gerentes, subgerentes y jefes de oficina respecto a la importancia de la presencia de lugares en los que el personal administrativo pueda expresar inconvenientes y recomendaciones y, que estas sean tomadas en cuenta para incrementar el nivel de satisfacción de usuario.

**Cuarta:** Se recomienda que la oficina de recursos humanos brinde direcciones para que cada oficina pueda organizar oportunamente actividades o reuniones en las que personal administrativo pueda confraternizar y estrechar lazos de unidad, lo que traerá mejoras en la atención a los usuarios.

**Quinta:** Se recomienda que la oficina encargada de recursos humanos planifique actividades o reuniones donde el personal administrativo de distintos niveles participe, tanto para establecer metas institucionales generales y, a la vez, confraternizar y estrechar lazos de unidad.

**Sexta:** Se recomienda que cada jefe de oficina recoja las opiniones del personal administrativo a su cargo respecto a los elementos que dificultan la comunicación interna y, se traslade la información a superiores que puedan tomar acciones respecto al tema, con la finalidad de que tenga una repercusión positiva en la satisfacción de los usuarios.

## REFERENCIAS

- Amorim, L., Senna, M. I. B., Alencar, G. P., Rodrigues, L. G., Simpson, J. & Ferreira, R. C. (2019). User satisfaction with public oral health services in the Brazilian Unified Health System. *BMC Oral Health*, 19(126). <https://doi.org/10.1186/s12903-019-0803-8>
- Anggraeni, F. N. (2021). Analysis of user *satisfaction of public transportation ojek online (gojek) through service instruments*. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 77–86. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v1i2.221>
- Arias, J. L., Holgado, J., Tafur, T. L. y Vasquez, M. J. (2022). *Metodología de la investigación: El método Arias para realizar un proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Barnett, L. E. (2021). *Comunicación interna y calidad de servicio en los condominios administrados por la empresa W&M Security S.A.C. - Lima. 2019*. [Tesis de maestría, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. Repositorio Institucional Digital UCSS. <https://hdl.handle.net/20.500.14095/967>
- Barreto, A. (2020). The importance of internal communication and teamwork in higher education institution (literature review). *IJRAR- International Journal of Research and Analytical Reviews*, April – June, 7(2), 134-145. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/ijmr.12323>
- Bautista, M. G., Moreano, E. Z., & Vaca, M. Z. (2017). El modelo Servqual y su incidencia en el nivel de satisfacción de la carrera de economía de la Universidad Nacional de Chimborazo. *European Scientific Journal, ESJ*,

13(25), 339-352. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54700514/23-libre.pdf?1507824324=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEI\\_Modelo\\_Servqual\\_Y\\_Su\\_Incidencia\\_En\\_El.pdf&Expires=1684012506&Signature=Xdw9WKXDUqTIKgtRr6~ESa3mIOizvnpacvEBJC9myCNAo4fhb-z~OmSniu3AxLXL49bY1tWI8J8Jj7WVqa2ceZMk1PXc3To-G3O9GC~Z2O96tgrODQABPYg59YOP4pTIwLI6~dMHYNILomZf94dDwAsy8x8j6UoXAYUzA535Ax9gDWEBhWzLloZb0LhjlS WN55TyG3ASzHFGgJUJjevTpzE2q2DhtydbEHvKSleftxb816N1CbwxNIp~Ua15btecO7ig62sS-Lmf8YYNJbPHAJUpvDFbtugLobpU~9jrvzyHFEQI1~z40P9pGDzBTtFWA0LPuKM6hobcinNher-EeQ\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54700514/23-libre.pdf?1507824324=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEI_Modelo_Servqual_Y_Su_Incidencia_En_El.pdf&Expires=1684012506&Signature=Xdw9WKXDUqTIKgtRr6~ESa3mIOizvnpacvEBJC9myCNAo4fhb-z~OmSniu3AxLXL49bY1tWI8J8Jj7WVqa2ceZMk1PXc3To-G3O9GC~Z2O96tgrODQABPYg59YOP4pTIwLI6~dMHYNILomZf94dDwAsy8x8j6UoXAYUzA535Ax9gDWEBhWzLloZb0LhjlS WN55TyG3ASzHFGgJUJjevTpzE2q2DhtydbEHvKSleftxb816N1CbwxNIp~Ua15btecO7ig62sS-Lmf8YYNJbPHAJUpvDFbtugLobpU~9jrvzyHFEQI1~z40P9pGDzBTtFWA0LPuKM6hobcinNher-EeQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Bughin, J., Chui, M., & Harrysson, M. (2016). How social tools can reshape the organization. *McKinsey Global Institute survey results*. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/how-social-tools-can-reshape-the-organization>

Castellón, R. J. (2019). *Satisfacción del usuario, sobre la calidad de atención recibida en medicina interna, de consulta externa, del hospital bautista de managua nicaragua, junio 2019*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. Repositorio Institucional UNAN-Managua. <https://repositorio.unan.edu.ni/12093/>

Castillo, L. E. (2021). Índice de calidad de gestión pública para municipalidades. *Revista Moneda*. Junio 2021, (186). <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-186/moneda-186-08.pdf>

- Charry, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*,9,(1), Ene-Jun. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682018000100003](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003)
- Chávez, A. R. (2019). *Influencia de la Comunicación Interna en la Calidad de los Servicios de Salud del Hospital III Base Puno - ESSALUD*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional de la UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9175>
- Chen, T., Peng, L., Yin, X., Rong, J., Yang, J., Cong, G. (2020). Analysis of user satisfaction with online education platforms in China during the covid-19 pandemic. *Healthcare* 2020, 8(3), 200. <https://doi.org/10.3390/healthcare8030200>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento\\_organizacional.\\_La\\_dina\\_mica\\_en\\_las\\_organizaciones.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones.pdf)
- Ciobota, G. (2017). Internal communication marketing role within organization. *Knowledge Horizons – Economics*, 9(2), 6-9. <https://orizonturi.ucdc.ro/arhiva/khe-vol9-nr2-2017/1.%20INTERNAL%20COMMUNICATION%20MARKETING%20ROLE.pdf>
- Darmayanti, Y., Putri, D., Novianti, N., Rahmi, S., Suryadimal & Azilah N. (2023). Student perceptions on the academic staff service quality at Bung Hatta

University Indonesia, *Akuntabilitas*, Januari. (17)3.  
<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/ja/article/download/21022/7497>

De la Peña, E. (2014). Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los Servicios Sociales Comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza. *Cuadernos de Trabajo Social: Intervención social en tiempos de sufrimiento social*, 27(1), 115-125.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/42386/43072>

Espinoza, M. L. (2021). *Comunicación Interna del Personal Asistencial de Salud y Calidad de Atención al Usuario en el Hospital de Barranca – Cajatambo – 2019*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio UNJFSC.  
[https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4898/MAR\\_GOT%20LIZBETH%20ESPINOZA%20PALACIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4898/MAR_GOT%20LIZBETH%20ESPINOZA%20PALACIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Febres-Ramos, R. J. y Mercado-Rey, M. R. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo-Perú. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 20(3), 397-403.  
<https://pdfs.semanticscholar.org/e7ca/fd5a2d9d85b4828ab50f94c8ece605a61e70.pdf>

Gancino, S. M. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato*. [Tesis de

maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31535>

Garrido, F., Goldhaber, G. y Putnam L. (2020). *Fundamentos de comunicación organizacional. De la organización a la estrategia en el siglo XXI*. Organizational Communication Global Network. [https://www.researchgate.net/profile/Francisco\\_Garrido7/publication/343629110\\_Fundamentos\\_de\\_Comunicacion\\_Organizacional\\_2020/links/5f6a6d1aa6fdcc0086345f39/Fundamentos-de-Comunicacion-Organizacional-2020.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Garrido7/publication/343629110_Fundamentos_de_Comunicacion_Organizacional_2020/links/5f6a6d1aa6fdcc0086345f39/Fundamentos-de-Comunicacion-Organizacional-2020.pdf)

Gencer, Y. G. & Akkucuk, U. (2017). Measuring quality in automobile aftersales: AutoSERVQUAL Scale. *Amfiteatru Economic*, 19(44), 110-123. [https://www.researchgate.net/publication/313298784\\_Measuring\\_Quality\\_in\\_Automobile\\_Aftersales\\_AutoSERVQUAL\\_Scale](https://www.researchgate.net/publication/313298784_Measuring_Quality_in_Automobile_Aftersales_AutoSERVQUAL_Scale)

Gladkaya, I. (2023). The impact of internal communication on the successful integration of foreign students into the education system <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/97889>

Guerra, W. E. G., Dávila, F. J., Campins, R. A. y Colmenarez, S. (2017). Satisfacción del usuario en la emergencia del Hospital Central de Maracay. *Revista de salud pública*, 21(2), 88-98. <https://pdfs.semanticscholar.org/e7ca/fd5a2d9d85b4828ab50f94c8ece605a61e70.pdf>

Guerrero Alvarado, M., Sotelo González, J., & Cabezuelo Lorenzo, F. (2022). La comunicación interna como herramienta estratégica constructora y

transmisora de la cultura organizacional. *ADResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 27(e206), 54-69.  
<https://doi.org/10.7263/adresic-27-206>

Hadi, M. M., Martel, C. P., Huayta, F. T., Rojas, C. R. y Arias, J. L. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>

Haming, M., Murdifi, I., Syaiful, A.Z. y Putra, A.H.P.K. (2019). La aplicación de la distribución SERVQUAL en la medición de la satisfacción del cliente de la empresa minorista. *Revista de Ciencias de la Distribución*, 17 (2), 25-34.  
<https://koreascience.kr/article/JAKO201915658236448.page>

Hernández, S. L. y Duana, D. (2021). Barreras de comunicación. *Boletín científico de las ciencias económico administrativas del ICEA*, 9(18), 47-48.  
<https://doi.org/10.29057/icea.v9i18.7125>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.  
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Kamalirad, S., Kermanshachi, S., Shane, J. & Stuart A. (2017). Assessment of construction projects' impact on internal communication of primary stakeholders in complex projects, *Leadership in Sustainable Infrastructure*. May – June. [https://www.researchgate.net/profile/Sharareh-Kermanshachi/publication/321177566\\_Assessment\\_of\\_Construction\\_Projects'\\_Impact\\_on\\_Internal\\_Communication\\_of\\_Primary\\_Stakeholders\\_in\\_Complex\\_Projects/links/5a137988a6fdcc717b568c72/Assessment-of-](https://www.researchgate.net/profile/Sharareh-Kermanshachi/publication/321177566_Assessment_of_Construction_Projects'_Impact_on_Internal_Communication_of_Primary_Stakeholders_in_Complex_Projects/links/5a137988a6fdcc717b568c72/Assessment-of-)

Construction-Projects-Impact-on-Internal-Communication-of-Primary-Stakeholders-in-Complex-Projects.pdf

Ladino, P. (2017) *Teorías de la comunicación*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>

Lee, Y. (2022). Dynamics of Symmetrical Communication Within rganizations: The Impacts of Channel Usage of CEO, Managers, and Peers. *International Journal of Business Communication*, 59(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/2329488418803661>

Lee, Y. (2023). ICT use, internal communication satisfaction, and engagement of working-from-home employees: The moderating role of affiliative tendency, *Computers in Human Behavior*, January, 138 <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107472>

Leśniewski, M. A., Dziekański, P., Puchała, J. (2023) The effectiveness of communication in the organization management system – a theoretical study. *Scientific Notes of Ostroh Academy National University, "Economics" Series*, 28(56). 38–43. <https://journals.oa.edu.ua/Economy/article/view/3732>

Li, J., Lee, Y., Tian, S. & Tsai, W. (2021) Coping with workplace racial discrimination: The role of internal communication, *Public Relations Review*, 47(4). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102089>

Li, J., Sun, R., Tao, W. y Lee, Y. (2021). Employee coping with organizational change in the face of a pandemic: The role of transparent internal communication, *Public Relations Review*, 47(1). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101984>

- Mary S, S. R., Sharma, S., Malviya, B., Hamida, A. G. B., & Zala, D. M. (2023). Service quality towards retail stores on expected and perceived service quality. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 01-17. <https://openaccesssojs.com/JBReview/article/view/1243>
- Mazzei, A., Ravazzani, S., Fisichella, Ch., Butera, A. y Quaratino, L. (2022). Internal crisis communication strategies: Contingency factors determining an accommodative approach, *Public Relations Review*, 48 (4).
- Men, L. R. (2015). The internal communication role of the chief executive officer: Communication channels, style, and effectiveness. *Public Relations Review*, 41(4), 461-471. <https://tarjomefa.com/wp-content/uploads/2017/02/6094-English-TarjomeFa.pdf>
- Montalvo, S., Estrada, E. y Mamani, H. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Ciencia y Desarrollo*, (23)2. <http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v23i2.2085>
- Nadales, A., Galindo, F. y Garrido, A. (2023). Revisión sistemática de la literatura: conectando la comunicación interna con el employee engagement en las organizaciones. <https://hdl.handle.net/10630/25965>
- Ocas, L. A. (2019). *La comunicación interna y su relación con la calidad del servicio en la atención médica del hospital regional de Cajamarca, 2019*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/37844>
- Pérez, H. M., Pérez, J. M., López, L. y Caballero, C. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.

[https://valparaiso.redfuturotecnico.cl/wp-content/uploads/2020/08/Comunicacion\\_y\\_atencion\\_al\\_cliente.pdf](https://valparaiso.redfuturotecnico.cl/wp-content/uploads/2020/08/Comunicacion_y_atencion_al_cliente.pdf)

Ramos, W. D., Paredes, M., Teran, P. E. y Lema L. F. (2017). *Comunicación organizacional*. Instituto Superior Tecnológico Corporativo Edwards Deming. <http://142.93.18.15:8080/jspui/handle/123456789/501>

Rivera, I. (2019). *Comunicación interna y desempeño laboral de los empleados del hospital La Carlota en Montemorelos*. [Tesis de maestría, Universidad de Montemorelos]. Repositorio Institucional Universidad de Montemorelos. <https://dspace.um.edu.mx/handle/20.500.11972/1047>

Rizzo, F. H. (2022). *La Comunicación Interna y su Incidencia en la Gestión del Personal del Gobierno Autónomo Descentralizado de Baba*. [Tesis de maestría, Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio de Universidad Estatal de Milagro. <https://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/6533>

Rojas, J., Arancibia, S., Andrade, C., & Ramírez-Alujas, A. (2019). Una propuesta para medir la calidad e imagen percibida y su efecto sobre la satisfacción de usuarios en instituciones públicas: Un enfoque PLS-SEM, aplicado a un municipio en Chile. *Revista Estudios de Políticas Públicas*, 5(1), 33–49. <https://doi.org/10.5354/0719-6296.2019.51286>

Romero, H., Real, J. J., Ordoñez, J. L., Gavino, G. E. y Saldarriaga G. (2021). *Metodología de la Investigación*. Edicumbre Editorial Corporativa [https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros\\_categoria\\_Academico/articulo/view/22/29](https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros_categoria_Academico/articulo/view/22/29)

- Shafiq, A., Mostafiz, M. I. & Taniguchi, M. (2019). Using Servqual to determine Generation Y's satisfaction towards hoteling industry in Malaysia. *Journal of Tourism Futures*, (5)1, 62-74. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2018-0004>
- Simonsson, Ch. & Heide, M. (2021). Developing a Communicative Logic -The Key to Communication Professionalism. *International Journal of Strategic Communication*, 15(3), 253-273. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.1906682>.
- Souza, M. F., Carvalho, I., Fávero, A., Pinheiro, A. L. & Serrano, M. (2018). User satisfaction with primary health care: an analysis of access and care. *COMUNICAÇÃO SAÚDE EDUCAÇÃO*, 22(65), 387-398. <https://doi.org/10.1590/1807-57622016.0633>
- Sulaiman, N. S., & Abdullah, Z. (2019). Conceptual Exploration on Internal Communication and Organizational Identification as Determinants of Employee Performance. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 2(9), 99-115.
- Tkalac, A., & Špoljarić, A. (2020). Managing internal communication: How the choice of channels affects internal communication satisfaction. *Public Relations Review*, 46(3), 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101926>
- Universidad Cesar Vallejo. (2020). Código de Ética en Investigación. <https://www.ucv.edu.pe/wp-content/uploads/2020/11/RCUN%C2%B00262-2020-UCV-Aprueba-Actualizaci%C3%B3n-del-C%C3%B3digo-%C3%89tica-en-Investigaci%C3%B3n-1-1.pdf>

- Wakimoto, D. K. (2022). Internal communication in academic libraries: Challenges and opportunities. *College & undergraduate libraries*, 29(3), 190-205. <https://doi.org/10.1080/10691316.2022.2151542>
- Weber Shandwick (2014) The social CEO: executives tell all. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/Social-CEO-Study.pdf>
- Wuersch, L., Neher, A. & Peter M. K. (2022). Digital internal communication: An interplay of socio-technical elements. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12323>
- Yauri, O. M. (2018). *Comunicación interna y satisfacción del usuario interno en una universidad de Lima*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/16980>
- Yue, C. A. & Thelen, P.D. (2023). The state of internal communication in Latin America: An international Delphi study. *Public Relations Review*, 49(1), <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102262>
- Zambrano, V. J. y Tamayo C. D. (2022). La comunicación interna en el clima organizacional del SNAI del centro de rehabilitación social masculino Manabí número 3 del cantón Sucre. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 6(11), 190-205. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/296>
- Zerfass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., & Verčič, D. (2020). *European Communication Monitor 2020. Ethical challenges, gender issues, cyber security, and competence gaps in strategic communication. Results of a*

*survey in 44 countries.* [https://www.communicationmonitor.eu/wp-content/uploads/dlm\\_uploads/ECM2020-Results-ChartVersion.pdf](https://www.communicationmonitor.eu/wp-content/uploads/dlm_uploads/ECM2020-Results-ChartVersion.pdf)

## ANEXOS

**Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables**

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Comunicación interna</b>	La comunicación interna es todo proceso comunicativo que se desarrolla dentro de una institución, con el propósito de cumplir con sus objetivos institucionales mediante la transmisión eficaz de mensajes y buenas relaciones entre sus miembros. (Ramos et. Al, 2017)	La variable comunicación interna se define operacionalmente como el conjunto de actividades que se realizan dentro de una entidad para comunicar diferentes mensajes. Se conceptualiza en cinco dimensiones: comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal, comunicación diagonal y barreras de la comunicación, cada una de estas con 3, 2, 4, 2 y 3 indicadores respectivamente.	Comunicación descendente	Comunicados institucionales internos Reuniones informativas Retroalimentación	Ordinal
			Comunicación ascendente	Reuniones laborales Clima de confianza	Ordinal
			Comunicación horizontal	Intercambio de información Clima de igualdad Comunicación informal Integración	Ordinal
			Comunicación diagonal	Comunicación entre diversos niveles de diferentes áreas Reuniones generales	Ordinal
			Barreras de la comunicación	Barreras personales Barreras físicas Barreras semánticas	Ordinal

*Nota.* Elaboración propia.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Satisfacción del usuario</b>	La satisfacción del usuario en el sector público se entiende como la calidad percibida según el servicio recibido, y teniendo en cuenta la expectativa que se tenía previo a esta acción. (Rojas et Al., 2019)	La satisfacción del usuario se define operacionalmente como la percepción de la calidad del servicio brindado según las expectativas del mismo. Se medirá según cinco dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, cada una con 3, 2, 3, 2 y 3 indicadores respectivamente.	Elementos tangibles	Instalaciones físicas Equipos Apariencia del personal	Ordinal
			Confiabilidad	Cumplimiento de plazos Consistencia	Ordinal
			Capacidad de respuesta	Eficacia y eficiencia Tiempo de espera Interés en el usuario	Ordinal
			Seguridad	Competencias y habilidades Gestión de reclamos	Ordinal
			Empatía	Cuidado y buen trato Personalización de la atención Habilidades de comunicación	Ordinal

*Nota.* Elaboración propia.

## Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

### **CUESTIONARIO SOBRE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS**

Estimado participante.

La presente encuesta tiene el propósito de recopilar información sobre el nivel y el estado de la comunicación interna en la entidad. Su participación es totalmente anónima, por lo que le pedimos sinceridad en sus respuestas.

Agradecemos de antemano su colaboración.

#### **DATOS GENERALES**

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo:  Femenino

Masculino

A continuación, sírvase a marcar con una equis (X) en el casillero que considere conveniente, según la siguiente escala:

<b>NUNCA</b>	<b>CASI NUNCA</b>	<b>AVECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
1	2	3	4	5

<b>N.º</b>	<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
01	Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación escritos.					
02	Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación orales.					
03	Sus superiores utilizan medios de comunicación tecnológicos para transmitirle información.					
04	El periódico mural de la entidad le permite enterarse de información relevante para el desarrollo de sus actividades.					
05	Se realizan oportunamente reuniones donde su jefe le brinda información e indicaciones.					
06	Cuando le dan una indicación, usted tiene la capacidad y las facilidades para preguntar y opinar al respecto.					
07	Se realizan reuniones donde se puede exponer el trabajo realizado, manifestar inconvenientes y/o recomendaciones.					

08	Las reuniones que se llevan a cabo mejoran el clima y desempeño laboral.					
09	Usted tiene seguridad y confianza al comunicarse con sus superiores.					
10	Considera que sus opiniones y sugerencias son tomadas en cuenta por sus superiores.					
11	Comunica adecuadamente y sin mayores contratiempos información referente a temas laborales a sus compañeros.					
12	La comunicación entre usted y sus compañeros de oficina se da en un ambiente de igualdad.					
13	Cuando hay alguna situación en la entidad o una disposición de la misma, se entera primero por un medio de comunicación formal y no por un rumor.					
14	La entidad realiza oportunamente actividades o reuniones donde usted y sus compañeros de oficina puedan confraternizar y estrechar lazos de unidad.					
15	Se comunica frecuentemente con personal de diferentes niveles jerárquicos que no tienen relaciones de dependencia con su oficina.					
16	La entidad realiza oportunamente reuniones donde participan distintos niveles y diversas oficinas.					
17	Se deberían realizar reuniones generales con la finalidad de establecer lineamientos para perseguir metas institucionales generales.					
18	Sus emociones, valores, sentimientos y habilidades sociales le permiten comunicarse óptimamente con sus compañeros.					
19	La infraestructura de la entidad (paredes, muros, etc.) y el modo de distribución de las oficinas le permiten mantener una adecuada comunicación con sus similares.					
20	Existen elementos a su alrededor (ruidos perturbadores, distractores, etc.) que dificultan la comunicación.					
21	El lenguaje y los términos empleados en la comunicación tienen el nivel de complejidad adecuado para un correcto entendimiento.					

N.º	ITEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
22	La entidad cuenta con una adecuada infraestructura para atender a los usuarios.					
23	El ambiente en el que esperan los usuarios es cómodo y adecuado.					
24	La entidad tiene equipos modernos que el personal administrativo emplea para atender a los usuarios.					
25	El personal administrativo mantiene una imagen limpia y adecuada.					
26	La entidad cumple los plazos en los que se compromete a dar una respuesta a los usuarios.					
27	El personal administrativo muestra consistencia en el trato al usuario.					
28	El personal administrativo ofrece una solución rápida a los usuarios.					
29	El personal administrativo optimiza la utilización de sus recursos.					
30	El personal administrativo cumple con las expectativas de los usuarios.					
31	La atención del personal administrativo supera las expectativas de los usuarios.					
32	La cantidad de tiempo que esperan los usuarios para su atención es la necesaria.					
33	El personal administrativo demuestra interés genuino en el usuario.					
34	El personal administrativo realiza mejoras en el proceso de atención al usuario.					
35	El personal administrativo tiene la capacidad y los conocimientos para atender lo requerido por los usuarios.					
36	El personal administrativo deriva al área correspondiente una solicitud que no le compete.					
37	La entidad maneja eficientemente los reclamos de los usuarios.					
38	El personal administrativo ofrece un trato amable.					
39	El personal administrativo brinda atención personalizada a los usuarios.					
40	El personal administrativo se comunica de manera asertiva, con respeto y empatía a los usuarios.					
41	El personal administrativo emplea lenguaje que el usuario comprende fácilmente.					

¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!

### **Anexo 3. Modelo del consentimiento o asentimiento informado UCV**

#### **Título de la investigación:**

La comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.

#### **Investigadora:**

Siesquén Mino Melissa Victoria

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada: La comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.

Cuyo objetivo es determinar la relación entre la comunicación interna y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte – Los Olivos, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la Municipalidad Provincial de Lambayeque.

#### **Problema de Investigación:**

La insatisfacción del usuario de entidades del Estado es una de las principales dificultades que afronta la gestión pública; mientras que, la comunicación interna de una entidad del Estado es una arista de gran relevancia en todo proceso administrativo de la entidad.

Por consiguiente, se pretende establecer si hay una relación entre esas dos variables.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: La comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 5 a 7 minutos y se realizará en el ambiente de la Municipalidad Provincial de Lambayeque.

Las respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

\* Obligatorio a partir de los 18 años

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Si posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con la investigadora Melissa Victoria Siesquén Mino, email: melissasiesquenm@gmail.com y Docente asesor Rojas Mori, Johnny Silvino, email: jsrojasm12@ucvvirtual.edu.pe

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: .....

Firma: .....

Fecha: .....

*Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que se cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.*

## Anexo 4. Evaluación por juicio de expertos

### EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario sobre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	VERÓNICA ELIZABETH DE JESÚS JIMENEZ TÁVARA
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X ) Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( ) Social ( X ) Educativa ( ) Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Comunicaciones e Imagen Institucional en gobiernos locales
<b>Institución donde labora:</b>	Municipalidad Distrital de Mórrope
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario sobre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios.
<b>Autora:</b>	Siesquén Mino, Melissa Victoria
<b>Procedencia:</b>	Elaboración propia
<b>Administración:</b>	Individual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	05 a 07 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Personal administrativo de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque
<b>Significación:</b>	La comunicación interna está dividida en cinco (05) dimensiones: Comunicación descendente (06 ítems), comunicación ascendente (04 ítems), comunicación horizontal (04 ítems), comunicación diagonal (03 ítems) y barreras de la comunicación (04 ítems). La satisfacción del usuario está dividida en cinco dimensiones: Elementos tangibles (4 ítems), confiabilidad (2 ítems), capacidad de respuesta (7 ítems), seguridad (3 ítems) y empatía (4 ítems).

#### **4. Soporte teórico**

<b>Escala/Área</b>	<b>Subescala (dimensiones)</b>	<b>Definición</b>
Comunicación interna	Comunicación descendente	La comunicación descendente hace referencia a la información que es transmitida desde los niveles más altos hacia los subordinados. Aquí se consideran, por ejemplo, mensajes relacionados a instrucciones, indicaciones, objetivos, órdenes, entre otros. (Garrido et. Al., 2020).
	Comunicación ascendente	La comunicación ascendente se desarrolla desde los niveles inferiores hacia los superiores, sirve principalmente para manifestar interrogantes, hacer recomendaciones e informar los inconvenientes y deficiencias en el desarrollo de actividades. (Garrido et Al., 2020)
	Comunicación horizontal	La comunicación horizontal es aquella que se da entre empleados de igual nivel jerárquico, consiste en el intercambio lateral de mensajes con el propósito no solo de transmitir información, sino también de coordinar acciones de organización y colaboración. (Ramos et. Al., 2017)
	Comunicación diagonal	La comunicación diagonal considera a empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía, en este sentido no considera cadenas de mando por lo que permite que diferentes unidades sean capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales. (Pérez et. Al., 2013)
	Barreras de la comunicación	Las barreras de comunicación son los obstáculos en el acto comunicativo en la medida que restringen o entorpecen a los sujetos en el acceso a la información, así como la habilidad de decir y expresar. Además, se les considera como interrupciones al mensaje. (Hernández, 2021)

Escala/Área	Subescala (dimensiones)	Definición
Satisfacción del usuario	Elementos tangibles	Los elementos tangibles consideran las instalaciones físicas, equipos y la apariencia del personal. (Darmayanti, 2023)
	Confianza	La confianza se refiere a la capacidad de realizar el servicio prometido de manera consistente en el tiempo. (Shafiq et Al., 2023)
	Capacidad de respuesta	La capacidad de respuesta se refiere a la voluntad de ayudar y prestar la atención adecuada. (Darmayanti, 2023) Se reconoce como crucial puesto que considera la disposición a proporcionar un servicio rápido y preciso. (Shafiq et Al., 2023)
	Seguridad	La seguridad se refiere a contar con personal bien informado. (Darmayanti, 2023) Incluye la capacidad de inspirar credibilidad a medida que interactúa y realiza el servicio. (Shafiq et Al. 2023)
	Empatía	La empatía incluye el cuidado y atención individual a los usuarios (Darmayanti, 2023), esto se refiere a que se comprendan las necesidades de cada individuo, así como la importancia de realizar un servicio con una actitud de cuidado hacia el cliente. Esta dimensión implica un alto nivel de comunicación ya que el comportamiento inapropiado de los empleados genera insatisfacciones (Shafiq et Al. 2023)

### **5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Cuestionario sobre la comunicación interna y satisfacción de los usuarios” elaborado por Siesquén Mino Melissa Victoria en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.

semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

## VARIABLE: COMUNICACIÓN INTERNA

### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Comunicación descendente
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación descendente busca medir de qué manera y que tan eficientemente la información es transmitida desde los niveles más altos hacia los más bajos. Aquí se consideran, por ejemplo, mensajes relacionados a instrucciones, indicaciones, objetivos, órdenes, entre otros.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Comunicados institucionales internos	1. Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación escritos.	4	4	4	
	2. Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación orales.	4	4	4	
	3. Sus superiores utilizan medios de comunicación tecnológicos para transmitirle información.	4	4	4	
	4. El periódico mural de la entidad le permite enterarse de información relevante para el desarrollo de sus actividades.	4	4	4	
Reuniones informativas	5. Se realizan oportunamente reuniones donde su jefe le brinda información e indicaciones.	4	4	4	
Retroalimentación	6. Cuando le dan una indicación, usted tiene la capacidad y las	4	4	4	

	facilidades para preguntar y opinar al respecto.				
--	--	--	--	--	--

- Segunda dimensión: Comunicación ascendente
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación ascendente busca medir en qué nivel y de qué modo los niveles inferiores se comunican con los superiores, principalmente para manifestar interrogantes, hacer recomendaciones e informar los inconvenientes y deficiencias en el desarrollo de actividades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Reuniones laborales	7. Se realizan reuniones donde se puede exponer el trabajo realizado, manifestar inconvenientes y/o recomendaciones.	4	4	4	
	8. Las reuniones que se llevan a cabo mejoran el clima y desempeño laboral.	4	4	4	
Clima de confianza	9. Usted tiene seguridad y confianza al comunicarse con sus superiores.	4	4	4	
	10. Considera que sus opiniones y sugerencias son tomadas en cuenta por sus superiores.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Comunicación horizontal
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación horizontal busca medir cómo es el proceso comunicativo entre empleados de igual nivel jerárquico y, qué inconvenientes puede presentar, teniendo en cuenta que el intercambio lateral de mensajes no solo acontece con el propósito de transmitir información, sino también de coordinar acciones de organización y colaboración, generando en varias ocasiones, vías de comunicación informal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Intercambio de información	11. Comunica adecuadamente y sin mayores contratiempos información referente a temas laborales a sus compañeros.	4	4	4	
Clima de igualdad	12. La comunicación entre usted y sus compañeros de oficina se da en un ambiente de igualdad.	4	4	4	
Comunicación informal	13. Cuando hay alguna situación en la entidad o una disposición de la misma, se entera primero por un medio de comunicación formal y no por un rumor.	4	4	4	
Integración	14. La entidad realiza oportunamente actividades o reuniones donde usted y sus compañeros de oficina puedan confraternizar y estrechar lazos de unidad.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Comunicación diagonal

- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación diagonal pretende medir en qué nivel los empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía establecen relaciones comunicativas; en este sentido, no considera cadenas de mando por lo que permite que diferentes unidades sean capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Comunicación entre diversos niveles de diferentes áreas	15. Se comunica frecuentemente con personal de diferentes niveles jerárquicos que no tienen relaciones de dependencia con su oficina.	4	4	4	

Reuniones generales	16. La entidad realiza oportunamente reuniones donde participan distintos niveles y diversas oficinas.	4	4	4	
	17. Se deberían realizar reuniones generales con la finalidad de establecer lineamientos para perseguir metas institucionales generales.	4	4	4	

- Quinta dimensión: Barreras de la comunicación
- Objetivos de la dimensión: La dimensión barreras de la comunicación pretende medir el nivel de obstáculos en el acto comunicativo, en otras palabras, en qué medida se restringe o entorpece a los sujetos en el acceso a la información. Además, del nivel de distorsión de los mensajes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Barreras personales	18. Sus emociones, valores, sentimientos y habilidades sociales le permiten comunicarse óptimamente con sus compañeros.	4	4	4	
Barreras físicas	19. La infraestructura de la entidad (paredes, muros, etc.) y el modo de distribución de las oficinas le permiten mantener una adecuada comunicación con sus similares.	4	4	4	
	20. Existen elementos a su alrededor (ruidos perturbadores, distractores, etc.) que dificultan la comunicación.	4	4	4	

Barreras semánticas	21. El lenguaje y los términos empleados en la comunicación tienen el nivel de complejidad adecuado para un correcto entendimiento.	4	4	4	
---------------------	---	---	---	---	--

## VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Elementos tangibles
- Objetivos de la dimensión: La dimensión elementos tangibles busca mejorar la satisfacción del usuario en relación a las instalaciones físicas, equipos y la apariencia del personal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Instalaciones físicas	22. La entidad cuenta con una adecuada infraestructura para atender a los usuarios.	4	4	4	
	23. El ambiente en el que esperan los usuarios es cómodo y adecuado.	4	4	4	
Equipos	24. La entidad tiene equipos modernos que el personal administrativo emplea para atender a los usuarios.	4	4	4	
Apariencia del personal	25. El personal administrativo mantiene una imagen limpia y adecuada.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Confianza
- Objetivos de la dimensión: La dimensión confianza pretende medir en qué medida la entidad es capaz de realizar el servicio prometido de manera consistente en el tiempo.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cumplimiento de plazos	26. La entidad cumple los plazos en los que se compromete a dar una respuesta a los usuarios.	4	4	4	
Consistencia	27. El personal administrativo muestra consistencia en el buen trato al usuario.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Capacidad de respuesta
- Objetivos de la dimensión: La dimensión capacidad de respuesta quiere medir la voluntad de ayudar y prestar la atención adecuada de la entidad. Además de su capacidad de proporcionar un servicio rápido y preciso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Eficacia y eficiencia	28. El personal administrativo ofrece una solución rápida a los usuarios.	4	4	4	
	29. El personal administrativo optimiza la utilización de sus recursos.	4	4	4	
	30. El personal administrativo cumple con las expectativas de los usuarios.	4	4	4	
	31. La atención del personal administrativo supera las expectativas de los usuarios.	4	4	4	
Tiempo de espera	32. La cantidad de tiempo que esperan los usuarios para su atención es la necesaria.	4	4	4	
Interés en el usuario	33. El personal administrativo demuestra interés genuino en el usuario.	4	4	4	

	34. El personal administrativo realiza mejoras en el proceso de atención al usuario.	4	4	4	
--	--	---	---	---	--

- Cuarta dimensión: Seguridad
- Objetivos de la dimensión: La dimensión seguridad busca medir si el usuario percibe que el personal está lo suficientemente bien informado. Así como la credibilidad a medida que interactúa y realiza el servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Competencias y habilidades	35. El personal administrativo tiene la capacidad y los conocimientos para atender lo requerido por los usuarios.	4	4	4	
	36. El personal administrativo deriva al área correspondiente una solicitud que no le compete.	4	4	4	
Gestión de reclamos	37. La entidad maneja eficientemente los reclamos de los usuarios.	4	4	4	

- Quinta dimensión: Empatía
- Objetivos de la dimensión: La dimensión empatía pretender medir el nivel de cuidado y atención individual a los usuarios. Esto se refiere a en qué medida se comprenden las necesidades de cada individuo y la importancia que se le da a realizar un servicio con una actitud de cuidado hacia el cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cuidado y buen trato	38. El personal administrativo ofrece un trato amable.	4	4	4	
Personalización de la atención	39. El personal administrativo brinda atención personalizada a los usuarios.	4	4	4	

Habilidades de comunicación	40.El personal administrativo se comunica de manera asertiva, con respeto y empatía a los usuarios.	4	4	4	
	41. El personal administrativo emplea lenguaje que el usuario comprende fácilmente.	4	4	4	



---

VERÓNICA ELIZABETH DE JESÚS JIMENEZ TÁVARA  
DNI N.º 45516809

## EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	VICTOR ALAN RODAS LATORRE
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X ) Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Recursos humanos. Planeamiento.
<b>Institución donde labora:</b>	Municipalidad Distrital de Mórrope
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario sobre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios.
<b>Autora:</b>	Siesquén Mino, Melissa Victoria
<b>Procedencia:</b>	Elaboración propia
<b>Administración:</b>	Individual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	05 a 07 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Personal administrativo de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque
<b>Significación:</b>	La comunicación interna está dividida en cinco (05) dimensiones: Comunicación descendente (06 ítems), comunicación ascendente (04 ítems), comunicación horizontal (04 ítems), comunicación diagonal (03 ítems) y barreras de la comunicación (04 ítems). La satisfacción del usuario está dividida en cinco dimensiones: Elementos tangibles (4 ítems), confiabilidad (2 ítems), capacidad de respuesta (7 ítems), seguridad (3 ítems) y empatía (4 ítems).

#### 4. Soporte teórico

Escala/Área	Subescala (dimensiones)	Definición
Comunicación interna	Comunicación descendente	La comunicación descendente hace referencia a la información que es transmitida desde los niveles más altos hacia los subordinados. Aquí se consideran, por ejemplo, mensajes relacionados a instrucciones, indicaciones, objetivos, órdenes, entre otros. (Garrido et. Al., 2020).
	Comunicación ascendente	La comunicación ascendente se desarrolla desde los niveles inferiores hacia los superiores, sirve principalmente para manifestar interrogantes, hacer recomendaciones e informar los inconvenientes y deficiencias en el desarrollo de actividades. (Garrido et Al., 2020)
	Comunicación horizontal	La comunicación horizontal es aquella que se da entre empleados de igual nivel jerárquico, consiste en el intercambio lateral de mensajes con el propósito no solo de transmitir información, sino también de coordinar acciones de organización y colaboración. (Ramos et. Al., 2017)
	Comunicación diagonal	La comunicación diagonal considera a empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía, en este sentido no considera cadenas de mando por lo que permite que diferentes unidades sean capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales. (Pérez et. Al., 2013)
	Barreras de la comunicación	Las barreras de comunicación son los obstáculos en el acto comunicativo en la medida que restringen o entorpecen a los sujetos en el acceso a la información, así como la habilidad de decir y expresar. Además, se les considera como interrupciones al mensaje. (Hernández, 2021)

Escala/Área	Subescala (dimensiones)	Definición
Satisfacción del usuario	Elementos tangibles	Los elementos tangibles consideran las instalaciones físicas, equipos y la apariencia del personal. (Darmayanti, 2023)
	Confianza	La confianza se refiere a la capacidad de realizar el servicio prometido de manera consistente en el tiempo. (Shafiq et Al., 2023)
	Capacidad de respuesta	La capacidad de respuesta se refiere a la voluntad de ayudar y prestar la atención adecuada. (Darmayanti, 2023) Se reconoce como crucial puesto que considera la disposición a proporcionar un servicio rápido y preciso. (Shafiq et Al., 2023)
	Seguridad	La seguridad se refiere a contar con personal bien informado. (Darmayanti, 2023) Incluye la capacidad de inspirar credibilidad a medida que interactúa y realiza el servicio. (Shafiq et Al. 2023)
	Empatía	La empatía incluye el cuidado y atención individual a los usuarios (Darmayanti, 2023), esto se refiere a que se comprendan las necesidades de cada individuo, así como la importancia de realizar un servicio con una actitud de cuidado hacia el cliente. Esta dimensión implica un alto nivel de comunicación ya que el comportamiento inapropiado de los empleados genera insatisfacciones (Shafiq et Al. 2023)

### **5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Cuestionario sobre la comunicación interna y satisfacción de los usuarios” elaborado por Siesquén Mino Melissa Victoria en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.

semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

## VARIABLE: COMUNICACIÓN INTERNA

### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Comunicación descendente
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación descendente busca medir de qué manera y que tan eficientemente la información es transmitida desde los niveles más altos hacia los más bajos. Aquí se consideran, por ejemplo, mensajes relacionados a instrucciones, indicaciones, objetivos, órdenes, entre otros.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Comunicados institucionales internos	1. Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación escritos.	4	4	4	
	2. Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación orales.	4	4	4	
	3. Sus superiores utilizan medios de comunicación tecnológicos para transmitirle información.	4	4	4	
	4. El periódico mural de la entidad le permite enterarse de información relevante para el desarrollo de sus actividades.	4	4	4	
Reuniones informativas	5. Se realizan oportunamente reuniones donde su jefe le brinda información e indicaciones.	4	4	4	
Retroalimentación	6. Cuando le dan una indicación, usted tiene la capacidad y las	4	4	4	

	facilidades para preguntar y opinar al respecto.				
--	--	--	--	--	--

- Segunda dimensión: Comunicación ascendente
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación ascendente busca medir en qué nivel y de qué modo los niveles inferiores se comunican con los superiores, principalmente para manifestar interrogantes, hacer recomendaciones e informar los inconvenientes y deficiencias en el desarrollo de actividades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Reuniones laborales	7. Se realizan reuniones donde se puede exponer el trabajo realizado, manifestar inconvenientes y/o recomendaciones.	4	4	4	
	8. Las reuniones que se llevan a cabo mejoran el clima y desempeño laboral.	4	4	4	
Clima de confianza	9. Usted tiene seguridad y confianza al comunicarse con sus superiores.	4	4	4	
	10. Considera que sus opiniones y sugerencias son tomadas en cuenta por sus superiores.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Comunicación horizontal
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación horizontal busca medir cómo es el proceso comunicativo entre empleados de igual nivel jerárquico y, qué inconvenientes puede presentar, teniendo en cuenta que el intercambio lateral de mensajes no solo acontece con el propósito de transmitir información, sino también de coordinar acciones de organización y colaboración, generando en varias ocasiones, vías de comunicación informal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Intercambio de información	11. Comunica adecuadamente y sin mayores contratiempos información referente a temas laborales a sus compañeros.	4	4	4	
Clima de igualdad	12. La comunicación entre usted y sus compañeros de oficina se da en un ambiente de igualdad.	4	4	4	
Comunicación informal	13. Cuando hay alguna situación en la entidad o una disposición de la misma, se entera primero por un medio de comunicación formal y no por un rumor.	4	4	4	
Integración	14. La entidad realiza oportunamente actividades o reuniones donde usted y sus compañeros de oficina puedan confraternizar y estrechar lazos de unidad.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Comunicación diagonal

- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación diagonal pretende medir en qué nivel los empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía establecen relaciones comunicativas; en este sentido, no considera cadenas de mando por lo que permite que diferentes unidades sean capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Comunicación entre diversos niveles de diferentes áreas	15. Se comunica frecuentemente con personal de diferentes niveles jerárquicos que no tienen relaciones de dependencia con su oficina.	4	4	4	

Reuniones generales	16. La entidad realiza oportunamente reuniones donde participan distintos niveles y diversas oficinas.	4	4	4	
	17. Se deberían realizar reuniones generales con la finalidad de establecer lineamientos para perseguir metas institucionales generales.	4	4	4	

- Quinta dimensión: Barreras de la comunicación
- Objetivos de la dimensión: La dimensión barreras de la comunicación pretende medir el nivel de obstáculos en el acto comunicativo, en otras palabras, en qué medida se restringe o entorpece a los sujetos en el acceso a la información. Además, del nivel de distorsión de los mensajes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Barreras personales	18. Sus emociones, valores, sentimientos y habilidades sociales le permiten comunicarse óptimamente con sus compañeros.	4	4	4	
Barreras físicas	19. La infraestructura de la entidad (paredes, muros, etc.) y el modo de distribución de las oficinas le permiten mantener una adecuada comunicación con sus similares.	4	4	4	
	20. Existen elementos a su alrededor (ruidos perturbadores, distractores, etc.) que dificultan la comunicación.	4	4	4	

Barreras semánticas	21. El lenguaje y los términos empleados en la comunicación tienen el nivel de complejidad adecuado para un correcto entendimiento.	4	4	4	
---------------------	---	---	---	---	--

## VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Elementos tangibles
- Objetivos de la dimensión: La dimensión elementos tangibles busca mejorar la satisfacción del usuario en relación a las instalaciones físicas, equipos y la apariencia del personal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Instalaciones físicas	22. La entidad cuenta con una adecuada infraestructura para atender a los usuarios.	4	4	4	
	23. El ambiente en el que esperan los usuarios es cómodo y adecuado.	4	4	4	
Equipos	24. La entidad tiene equipos modernos que el personal administrativo emplea para atender a los usuarios.	4	4	4	
Apariencia del personal	25. El personal administrativo mantiene una imagen limpia y adecuada.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Confianza
- Objetivos de la dimensión: La dimensión confianza pretende medir en qué medida la entidad es capaz de realizar el servicio prometido de manera consistente en el tiempo.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cumplimiento de plazos	26. La entidad cumple los plazos en los que se compromete a dar una respuesta a los usuarios.	4	4	4	
Consistencia	27. El personal administrativo muestra consistencia en el buen trato al usuario.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Capacidad de respuesta
- Objetivos de la dimensión: La dimensión capacidad de respuesta quiere medir la voluntad de ayudar y prestar la atención adecuada de la entidad. Además de su capacidad de proporcionar un servicio rápido y preciso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Eficacia y eficiencia	28. El personal administrativo ofrece una solución rápida a los usuarios.	4	4	4	
	29. El personal administrativo optimiza la utilización de sus recursos.	4	4	4	
	30. El personal administrativo cumple con las expectativas de los usuarios.	4	4	4	
	31. La atención del personal administrativo supera las expectativas de los usuarios.	4	4	4	
Tiempo de espera	32. La cantidad de tiempo que esperan los usuarios para su atención es la necesaria.	4	4	4	
Interés en el usuario	33. El personal administrativo demuestra interés genuino en el usuario.	4	4	4	

	34. El personal administrativo realiza mejoras en el proceso de atención al usuario.	4	4	4	
--	--	---	---	---	--

- Cuarta dimensión: Seguridad
- Objetivos de la dimensión: La dimensión seguridad busca medir si el usuario percibe que el personal está lo suficientemente bien informado. Así como la credibilidad a medida que interactúa y realiza el servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Competencias y habilidades	35. El personal administrativo tiene la capacidad y los conocimientos para atender lo requerido por los usuarios.	4	4	4	
	36. El personal administrativo deriva al área correspondiente una solicitud que no le compete.	4	4	4	
Gestión de reclamos	37. La entidad maneja eficientemente los reclamos de los usuarios.	4	4	4	

- Quinta dimensión: Empatía
- Objetivos de la dimensión: La dimensión empatía pretender medir el nivel de cuidado y atención individual a los usuarios. Esto se refiere a en qué medida se comprenden las necesidades de cada individuo y la importancia que se le da a realizar un servicio con una actitud de cuidado hacia el cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cuidado y buen trato	38. El personal administrativo ofrece un trato amable.	4	4	4	
Personalización de la atención	39. El personal administrativo brinda atención personalizada a los usuarios.	4	4	4	

Habilidades de comunicación	40.El personal administrativo se comunica de manera asertiva, con respeto y empatía a los usuarios.	4	4	4	
	41. El personal administrativo emplea lenguaje que el usuario comprende fácilmente.	4	4	4	



VICTOR ALAN RODAS LATORRE  
DNI N.º 42373929

## EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	DEIVIS JHONSONS CHÁVEZ DÍAZ
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X ) Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Administración de empresas
<b>Institución donde labora:</b>	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario sobre la comunicación interna y la satisfacción de los usuarios.
Autora:	Siesquén Mino, Melissa Victoria
Procedencia:	Elaboración propia
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	05 a 07 minutos
Ámbito de aplicación:	Personal administrativo de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque
Significación:	La comunicación interna está dividida en cinco (05) dimensiones: Comunicación descendente (06 ítems), comunicación ascendente (04 ítems), comunicación horizontal (04 ítems), comunicación diagonal (03 ítems) y barreras de la comunicación (04 ítems). La satisfacción del usuario está dividida en cinco dimensiones: Elementos tangibles (4 ítems), confiabilidad (2 ítems), capacidad de respuesta (7 ítems), seguridad (3 ítems) y empatía (4 ítems).

#### **4. Soporte teórico**

<b>Escala/Área</b>	<b>Subescala (dimensiones)</b>	<b>Definición</b>
Comunicación interna	Comunicación descendente	La comunicación descendente hace referencia a la información que es transmitida desde los niveles más altos hacia los subordinados. Aquí se consideran, por ejemplo, mensajes relacionados a instrucciones, indicaciones, objetivos, órdenes, entre otros. (Garrido et. Al., 2020).
	Comunicación ascendente	La comunicación ascendente se desarrolla desde los niveles inferiores hacia los superiores, sirve principalmente para manifestar interrogantes, hacer recomendaciones e informar los inconvenientes y deficiencias en el desarrollo de actividades. (Garrido et Al., 2020)
	Comunicación horizontal	La comunicación horizontal es aquella que se da entre empleados de igual nivel jerárquico, consiste en el intercambio lateral de mensajes con el propósito no solo de transmitir información, sino también de coordinar acciones de organización y colaboración. (Ramos et. Al., 2017)
	Comunicación diagonal	La comunicación diagonal considera a empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía, en este sentido no considera cadenas de mando por lo que permite que diferentes unidades sean capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales. (Pérez et. Al., 2013)
	Barreras de la comunicación	Las barreras de comunicación son los obstáculos en el acto comunicativo en la medida que restringen o entorpecen a los sujetos en el acceso a la información, así como la habilidad de decir y expresar. Además, se les considera como interrupciones al mensaje. (Hernández, 2021)

Escala/Área	Subescala (dimensiones)	Definición
Satisfacción del usuario	Elementos tangibles	Los elementos tangibles consideran las instalaciones físicas, equipos y la apariencia del personal. (Darmayanti, 2023)
	Confianza	La confianza se refiere a la capacidad de realizar el servicio prometido de manera consistente en el tiempo. (Shafiq et Al., 2023)
	Capacidad de respuesta	La capacidad de respuesta se refiere a la voluntad de ayudar y prestar la atención adecuada. (Darmayanti, 2023) Se reconoce como crucial puesto que considera la disposición a proporcionar un servicio rápido y preciso. (Shafiq et Al., 2023)
	Seguridad	La seguridad se refiere a contar con personal bien informado. (Darmayanti, 2023) Incluye la capacidad de inspirar credibilidad a medida que interactúa y realiza el servicio. (Shafiq et Al. 2023)
	Empatía	La empatía incluye el cuidado y atención individual a los usuarios (Darmayanti, 2023), esto se refiere a que se comprendan las necesidades de cada individuo, así como la importancia de realizar un servicio con una actitud de cuidado hacia el cliente. Esta dimensión implica un alto nivel de comunicación ya que el comportamiento inapropiado de los empleados genera insatisfacciones (Shafiq et Al. 2023)

### **5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Cuestionario sobre la comunicación interna y satisfacción de los usuarios” elaborado por Siesquén Mino Melissa Victoria en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticay	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.

semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

## VARIABLE: COMUNICACIÓN INTERNA

### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Comunicación descendente
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación descendente busca medir de qué manera y que tan eficientemente la información es transmitida desde los niveles más altos hacia los más bajos. Aquí se consideran, por ejemplo, mensajes relacionados a instrucciones, indicaciones, objetivos, órdenes, entre otros.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Comunicados institucionales internos	1. Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación escritos.	4	4	4	
	2. Sus superiores le transmiten información a través de medios de comunicación orales.	4	4	4	
	3. Sus superiores utilizan medios de comunicación tecnológicos para transmitirle información.	4	4	4	
	4. El periódico mural de la entidad le permite enterarse de información relevante para el desarrollo de sus actividades.	4	4	4	
Reuniones informativas	5. Se realizan oportunamente reuniones donde su jefe le brinda información e indicaciones.	4	4	4	
Retroalimentación	6. Cuando le dan una indicación, usted tiene la capacidad y las	4	4	4	

	facilidades para preguntar y opinar al respecto.				
--	--	--	--	--	--

- Segunda dimensión: Comunicación ascendente
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación ascendente busca medir en qué nivel y de qué modo los niveles inferiores se comunican con los superiores, principalmente para manifestar interrogantes, hacer recomendaciones e informar los inconvenientes y deficiencias en el desarrollo de actividades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Reuniones laborales	7. Se realizan reuniones donde se puede exponer el trabajo realizado, manifestar inconvenientes y/o recomendaciones.	4	4	4	
	8. Las reuniones que se llevan a cabo mejoran el clima y desempeño laboral.	4	4	4	
Clima de confianza	9. Usted tiene seguridad y confianza al comunicarse con sus superiores.	4	4	4	
	10. Considera que sus opiniones y sugerencias son tomadas en cuenta por sus superiores.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Comunicación horizontal
- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación horizontal busca medir cómo es el proceso comunicativo entre empleados de igual nivel jerárquico y, qué inconvenientes puede presentar, teniendo en cuenta que el intercambio lateral de mensajes no solo acontece con el propósito de transmitir información, sino también de coordinar acciones de organización y colaboración, generando en varias ocasiones, vías de comunicación informal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Intercambio de información	11. Comunica adecuadamente y sin mayores contratiempos información referente a temas laborales a sus compañeros.	4	4	4	
Clima de igualdad	12. La comunicación entre usted y sus compañeros de oficina se da en un ambiente de igualdad.	4	4	4	
Comunicación informal	13. Cuando hay alguna situación en la entidad o una disposición de la misma, se entera primero por un medio de comunicación formal y no por un rumor.	4	4	4	
Integración	14. La entidad realiza oportunamente actividades o reuniones donde usted y sus compañeros de oficina puedan confraternizar y estrechar lazos de unidad.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Comunicación diagonal

- Objetivos de la dimensión: La dimensión comunicación diagonal pretende medir en qué nivel los empleados de áreas no interdependientes y de distinta jerarquía establecen relaciones comunicativas; en este sentido, no considera cadenas de mando por lo que permite que diferentes unidades sean capaces de relacionarse y perseguir metas institucionales generales.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Comunicación entre diversos niveles de diferentes áreas	15. Se comunica frecuentemente con personal de diferentes niveles jerárquicos que no tienen relaciones de dependencia con su oficina.	4	4	4	

Reuniones generales	16. La entidad realiza oportunamente reuniones donde participan distintos niveles y diversas oficinas.	4	4	4	
	17. Se deberían realizar reuniones generales con la finalidad de establecer lineamientos para perseguir metas institucionales generales.	4	4	4	

- Quinta dimensión: Barreras de la comunicación
- Objetivos de la dimensión: La dimensión barreras de la comunicación pretende medir el nivel de obstáculos en el acto comunicativo, en otras palabras, en qué medida se restringe o entorpece a los sujetos en el acceso a la información. Además, del nivel de distorsión de los mensajes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Barreras personales	18. Sus emociones, valores, sentimientos y habilidades sociales le permiten comunicarse óptimamente con sus compañeros.	4	4	4	
Barreras físicas	19. La infraestructura de la entidad (paredes, muros, etc.) y el modo de distribución de las oficinas le permiten mantener una adecuada comunicación con sus similares.	4	4	4	
	20. Existen elementos a su alrededor (ruidos perturbadores, distractores, etc.) que dificultan la comunicación.	4	4	4	

Barreras semánticas	21. El lenguaje y los términos empleados en la comunicación tienen el nivel de complejidad adecuado para un correcto entendimiento.	4	4	4	
---------------------	---	---	---	---	--

## VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

### Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Elementos tangibles
- Objetivos de la dimensión: La dimensión elementos tangibles busca mejorar la satisfacción del usuario en relación a las instalaciones físicas, equipos y la apariencia del personal.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Instalaciones físicas	22. La entidad cuenta con una adecuada infraestructura para atender a los usuarios.	4	4	4	
	23. El ambiente en el que esperan los usuarios es cómodo y adecuado.	4	4	4	
Equipos	24. La entidad tiene equipos modernos que el personal administrativo emplea para atender a los usuarios.	4	4	4	
Apariencia del personal	25. El personal administrativo mantiene una imagen limpia y adecuada.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Confianza
- Objetivos de la dimensión: La dimensión confianza pretende medir en qué medida la entidad es capaz de realizar el servicio prometido de manera consistente en el tiempo.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cumplimiento de plazos	26. La entidad cumple los plazos en los que se compromete a dar una respuesta a los usuarios.	4	4	4	
Consistencia	27. El personal administrativo muestra consistencia en el buen trato al usuario.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Capacidad de respuesta
- Objetivos de la dimensión: La dimensión capacidad de respuesta quiere medir la voluntad de ayudar y prestar la atención adecuada de la entidad. Además de su capacidad de proporcionar un servicio rápido y preciso.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Eficacia y eficiencia	28. El personal administrativo ofrece una solución rápida a los usuarios.	4	4	4	
	29. El personal administrativo optimiza la utilización de sus recursos.	4	4	4	
	30. El personal administrativo cumple con las expectativas de los usuarios.	4	4	4	
	31. La atención del personal administrativo supera las expectativas de los usuarios.	4	4	4	
Tiempo de espera	32. La cantidad de tiempo que esperan los usuarios para su atención es la necesaria.	4	4	4	
Interés en el usuario	33. El personal administrativo demuestra interés genuino en el usuario.	4	4	4	

	34. El personal administrativo realiza mejoras en el proceso de atención al usuario.	4	4	4	
--	--	---	---	---	--

- Cuarta dimensión: Seguridad
- Objetivos de la dimensión: La dimensión seguridad busca medir si el usuario percibe que el personal está lo suficientemente bien informado. Así como la credibilidad a medida que interactúa y realiza el servicio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Competencias y habilidades	35. El personal administrativo tiene la capacidad y los conocimientos para atender lo requerido por los usuarios.	4	4	4	
	36. El personal administrativo deriva al área correspondiente una solicitud que no le compete.	4	4	4	
Gestión de reclamos	37. La entidad maneja eficientemente los reclamos de los usuarios.	4	4	4	

- Quinta dimensión: Empatía
- Objetivos de la dimensión: La dimensión empatía pretender medir el nivel de cuidado y atención individual a los usuarios. Esto se refiere a en qué medida se comprenden las necesidades de cada individuo y la importancia que se le da a realizar un servicio con una actitud de cuidado hacia el cliente.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Cuidado y buen trato	38. El personal administrativo ofrece un trato amable.	4	4	4	
Personalización de la atención	39. El personal administrativo brinda atención personalizada a los usuarios.	4	4	4	

Habilidades de comunicación	40.El personal administrativo se comunica de manera asertiva, con respeto y empatía a los usuarios.	4	4	4	
	41. El personal administrativo emplea lenguaje que el usuario comprende fácilmente.	4	4	4	



---

DEIVIS JHONSONS CHÁVEZ DÍAZ  
DNI N.º 47184641

### Anexo 5. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES (Categorías)	MÉTODO
<b>General</b>	<b>General</b>	<b>General</b>	<b>Variable I Comunicación Interna</b>	<b>TIPO-NIVEL-DISEÑO</b>
¿Qué relación existe entre la comunicación interna y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?	Determinar la relación entre la comunicación interna y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	Existe relación significativa entre la comunicación interna y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	Dimensiones: 1. Comunicación descendente 2. Comunicación ascendente 3. Comunicación horizontal 4. Comunicación diagonal 5. Barreras de la comunicación	Tipo: Aplicada  Enfoque: Cuantitativo  Diseño: No experimental – transversal  Nivel: Descriptivo – Correlacional
<b>Específicos</b>	<b>Específicos</b>	<b>Específicos</b>	<b>Variable II Satisfacción del Usuario</b>	<b>POBLACIÓN - MUESTRA</b>
¿Qué relación existe entre la comunicación descendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?	Determinar la relación entre la comunicación descendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	Dimensiones: 1. Elementos tangibles 2. Confiabilidad 3. Capacidad de respuesta 4. Seguridad 5. Empatía	Población: 250 trabajadores administrativos de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.  Muestra: 152 trabajadores administrativos de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque.
¿Qué relación existe entre la comunicación ascendente y el nivel de	Determinar la relación entre la comunicación ascendente y el nivel de satisfacción de los usuarios	Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el nivel de satisfacción de los usuarios		

satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?	de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023
¿Qué relación existe entre la comunicación horizontal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?	Determinar la relación entre la comunicación horizontal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023
¿Qué relación existe entre la comunicación diagonal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?	Determinar la relación entre la comunicación diagonal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	Existe relación significativa entre la comunicación diagonal y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023
¿Qué relación existe entre las barreras de la comunicación y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023?	Determinar la relación entre las barreras de la comunicación y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023	Existe relación significativa entre las barreras de la comunicación y el nivel de satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023

*Nota.* Elaboración propia.

### Anexo 6. Confiabilidad

Tabla de confiabilidad mediante Alfa de Cronbach - Variable comunicación interna.

Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	SUMA
1	5	4	5	3	4	3	4	2	3	4	4	5	3	3	5	3	5	4	3	2	4	78
2	5	4	5	3	4	4	4	2	4	3	4	5	3	3	5	3	4	4	4	2	4	79
3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	3	5	5	4	2	4	84
4	5	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	3	3	5	3	5	5	3	3	5	86
5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	2	4	2	4	4	3	2	4	77
6	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	2	5	2	4	4	3	2	4	78
7	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	2	4	1	3	3	3	2	3	62
8	5	3	5	4	4	3	4	2	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	3	2	4	79
9	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	4	5	3	2	5	3	4	4	3	3	4	81
10	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	5	4	4	4	5	93
11	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	3	5	5	4	4	5	90
12	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	5	2	3	4	3	3	4	76
13	5	3	5	3	4	3	3	2	4	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	2	3	73
14	4	4	5	4	5	4	5	3	2	4	3	4	3	3	5	2	3	4	3	3	4	77
15	5	3	5	3	4	3	4	2	3	5	4	5	4	1	4	3	3	3	2	2	4	72
16	5	4	5	3	4	4	5	2	3	5	4	5	4	2	5	2	3	4	3	2	4	78
17	5	3	5	4	4	4	5	2	3	5	4	5	4	2	4	3	3	3	3	2	4	77
18	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	5	5	4	1	4	2	3	4	3	2	4	78
19	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	4	3	3	4	2	2	3	67
20	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	4	3	3	5	2	2	3	68
<b>VARIANZA</b>	0.21	0.23	0.16	0.34	0.19	0.25	0.63	0.53	0.45	0.34	0.19	0.19	0.33	0.94	0.25	0.34	0.69	0.45	0.35	0.44	0.35	
<b>SUMATORIA DE VARIANZAS</b>																						7.8225
<b>VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS</b>																						51.1275

Nota. Elaboración propia.

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

- $\alpha$  : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario **0.89**
- K : Número de items **21**
- $\sum s_i^2$  : Sumatoria de las varianzas de los items **7.8**
- $S_T^2$  : Varianza total del instrumento **51.1**

Tabla de confiabilidad mediante Alfa de Cronbach - Variable satisfacción del usuario.

Encuestados	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	SUMA
1	4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	3	5	5	3	5	3	5	5	85
2	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	5	5	3	5	3	5	5	86
3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	5	2	5	4	86
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	3	5	5	89
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	2	5	4	78
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	98
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	82
8	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	90
9	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	81
10	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	92
11	5	4	5	4	5	5	4	3	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	87
12	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3	5	3	4	5	77
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	95
14	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	90
15	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4	4	5	88
16	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	84
17	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	86
18	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	89
19	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	90
20	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	75
<b>VARIANZA</b>	0.55	0.33	0.23	0.19	0.21	0.35	0.45	0.35	0.29	0.31	0.33	0.35	0.85	0.24	0.25	0.75	0.16	0.65	0.25	0.45	

SUMATORIA DE VARIANZAS

7.5000

VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS

32.04

Nota. Elaboración propia.

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

$\alpha$  : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario **0.81**

K : Número de items **20**

$\sum S_i^2$  : Sumatoria de las varianzas de los items **7.5**

$S_T^2$  : Varianza total del instrumento **32.0**

## Anexo 7. Prueba de normalidad

### *Prueba de normalidad de las variables.*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadíst.	Gl.	Sig.
Comunicación interna	,066	152	,098
Satisfacción del usuario	,081	152	,016

*Nota.* Elaboración propia con datos de SPSS.

Consideramos los valores correspondientes a Kolmogórov-Smirnov ya que en el grado de libertad se consideró una cantidad mayor a cincuenta elementos. En este sentido, esta prueba evidenció que, si bien los valores de la primera variable siguieron una distribución normal ( $0,098 > 0,05$ ), no fue así con los de la segunda variable ( $0,016 < 0,05$ ).



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ROJAS MORI JOHNNY SILVINO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis Completa titulada: "La comunicación interna y la satisfacción de los usuarios de una municipalidad provincial del departamento de Lambayeque, 2023.", cuyo autor es SIESQUÉN MINO MELISSA VICTORIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 28 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ROJAS MORI JOHNNY SILVINO <b>DNI:</b> 16720055 <b>ORCID:</b> 0000-0002-4645-4134	Firmado electrónicamente por: JSROJASM12 el 06- 08-2023 18:09:41

Código documento Trilce: TRI - 0626299