



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE LA EDUCACIÓN**

**Comunicación organizacional y su relación con la satisfacción de los
usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-
2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de la Educación

AUTOR:

Mendoza Minchan, Houston Wily (orcid.org/0000-0001-7446-3268)

ASESOR:

Dr. Díaz Manrique, Jimmy (orcid.org/0000-0002-5240-1522)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión y Calidad Educativa

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles.

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios quien forja mi camino y me da la sabiduría día a día para seguir adelante pues siempre me acompaña, me levanta de cada caída y me fortalece en los momentos más difíciles. También dedico este proyecto a mi familia por motivarme a continuar con nuevas metas.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad de continuar un estudio más y a mis docentes por darme la ayuda necesaria para finalizarla.

Agradezco a Dios por haberme guiado por el buen camino y haberme regalado una familia tan maravillosa que me acompaña en las buenas y malas, sobre todo agradezco a mi madre por ser un ejemplo de superación, humildad y sobre todo por haberme enseñado a valorar las cosas.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	15
III. METODOLOGÍA	24
3.1. Tipo y diseño de investigación	24
3.2. Variables y operacionalización	24
3.3. Población, muestra y muestreo	25
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
3.5. Procedimientos	29
3.6. Método de análisis de datos.....	29
3.7. Aspectos éticos	30
IV. RESULTADOS.....	31
V. DISCUSIÓN.....	47
VI. CONCLUSIONES	54
VII. RECOMENDACIONES	55
REFERENCIAS	56
ANEXOS.....	63

Índice de tablas

Tabla 1	Distribución de la población de estudiantes de las instituciones educativas.....	25
Tabla 2	Distribución de la muestra de estudiantes de las instituciones educativas	27
Tabla 3	Valores posibles de acuerdo coeficiente Alfa resultante	28
Tabla 4	Resultado de confiabilidad de Alfa de Cronbach sobre Comunicación organizacional	28
Tabla 5	Resultado de confiabilidad de Alfa de Cronbach sobre Satisfacción del usuario	28
Tabla 6	Datos generales de los usuarios de las instituciones de educación superior	31
Tabla 7	Niveles de la variable 1: Comunicación organizacional.....	32
Tabla 8	Niveles de las dimensiones de la variable 1: Comunicación organizacional.....	33
Tabla 9	Niveles de la variable 2: Satisfacción del usuario.....	34
Tabla 10	Niveles de las dimensiones de la variable 2: Satisfacción del usuario	35
Tabla 11	Cruce entre la variable 1 Comunicación organizacional y la variable 2 Satisfacción del usuario	36
Tabla 12	Cruce entre la dimensión 1 Motivación y la variable 2 Satisfacción del usuario ...	37
Tabla 13	Cruce entre la dimensión 2 Información y la variable 2 Satisfacción del usuario ..	38
Tabla 14	Cruce entre la dimensión 3 Expresión de emociones y la variable 2 Satisfacción del usuario.....	39
Tabla 15	Cruce entre la dimensión 4 Control y la variable 2 Satisfacción del usuario	40
Tabla 16	Pruebas de normalidad de Kolmoogorov-Smirnov	41
Tabla 17	Correlación de Spearman entre la variable 1: Comunicación organizacional y la variable 2: Satisfacción del usuario	42
Tabla 18	Correlación de Spearman entre la dimensión 1: Motivación y la variable 2: Satisfacción del usuario	43
Tabla 19	Correlación de Spearman entre la dimensión 2: Información y la variable 2: Satisfacción del usuario	44
Tabla 20	Correlación de Spearman entre la dimensión 3: Expresión de emociones y la variable 2: Satisfacción del usuario	45
Tabla 21	Correlación de Spearman entre la dimensión 4: Control y la variable 2: Satisfacción del usuario	46

Índice de figuras

Figura 1	Niveles de la variable 1: Comunicación organizacional	32
Figura 2	Niveles de las dimensiones de la variable 1: Comunicación organizacional	33
Figura 3	Niveles de la variable 2: Satisfacción del usuario	34
Figura 4	Niveles de las dimensiones de la variable 2: Satisfacción del usuario	35
Figura 5	Cruce entre la variable 1 Comunicación organizacional y la variable 2 Satisfacción del usuario	36
Figura 6	Cruce entre la dimensión 1 Motivación y la variable 2 Satisfacción del usuario	37
Figura 7	Cruce entre la dimensión 2 Información y la variable 2 Satisfacción del usuario ..	38
Figura 8	Cruce entre la dimensión 3 Expresión de emociones y la variable 2 Satisfacción del usuario	39
Figura 9	Cruce entre la dimensión 4 Control y la variable 2 Satisfacción del usuario	40

Resumen

El estudio tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. La metodología fue de tipo básica, de alcance correlacional, su diseño no experimental transversal y correlacional. La población se constituyó por estudiantes de tres instituciones educativas de educación superior, la muestra fue 335 estudiantes en un muestreo estratificado, 50, 106 y 179 respectivamente. La técnica fue la encuesta y los instrumentos dos cuestionarios para medir las variables. Los resultados revelaron que en la comunicación organizacional, los estudiantes la perciben en un nivel alto (94,9%), seguido del nivel medio (5,1%) y en satisfacción del usuario destacó el nivel bueno (92,5%), seguido del regular (7,5%). Se concluye que existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022; y existe relación entre las dimensiones motivación, expresión de emociones y control con la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

Palabras clave: comunicación organizacional, satisfacción del usuario, motivación, expectativa

Abstract

The objective of the study was to determine the relationship between organizational communication and user satisfaction in higher education institutions, Lima-2022. The methodology was basic, correlational in scope, with a non-experimental, cross-sectional and correlational design. The population consisted of students from three educational institutions of higher education, the sample was 335 students in a stratified sampling, 50, 106 and 179 respectively. The technique was the survey and the instruments were two questionnaires to measure the variables. The results revealed that in organizational communication, students perceive it at a high level (94.9%), followed by the medium level (5.1%) and in user satisfaction the good level (92.5%), followed by regular (7.5%). It is concluded that there is a relationship between organizational communication and user satisfaction in higher education institutions, Lima-2022; and there is a relationship between the dimensions motivation, expression of emotions and control with user satisfaction in higher education institutions, Lima-2022.

Keywords: organizational communication, user satisfaction, motivation, expectation.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación a nivel de las organizaciones es un pilar fundamental por las implicancias que trae y como lo vienen demostrando los diferentes estudios a nivel mundial. El ser humano no puede no comunicar, por lo tanto resulta necesario que se organice el proceso comunicacional en el entorno de las organizaciones, de ello también deviene la adecuada gestión, por ello es que la comunicación organizacional es fundamental para el éxito de las instituciones educativas de nivel superior, ya sean institutos o universidades.

Un estudio realizado por Manrique (2015) advierte la importancia de la comunicación entre maestros y estudiantes en el entorno organizacional, como es el caso de varias instituciones públicas mexicanas que se vieron en la necesidad de realizar la implantación de gestión de comunicaciones para asegurar el crecimiento y fortalecimiento con el fin de dar atención a los flujos internos de comunicación, por lo que resulta de gran relevancia atención a ello.

Entonces, dentro del proceso comunicación interfieren elementos internos y externos que podrían afectarse si no se tiene un adecuado flujograma de los procesos, dado que va a influenciar en la satisfacción del usuario. Como es sabido, la comunicación interna es el proceso que se da en una institución en la que uno o más individuos intercambian y comprenden la información (Robbins, 2004).

A nivel nacional, se ha evidenciado que la percepción de los usuarios sobre la comunicación organizacional se ha evidenciado como regular en casi el 35%, mientras que la satisfacción en indicadores bajo y medio, lo cual ha obligado a muchas instituciones. Asimismo, estudios realizados en el Perú, señalan que hay insatisfacción en el caso de las capacidades de atención o del profesional que brinda el servicio, así como la calidad del servicio (Fernández-Oliva et al., 2019).

De manera similar, se han observado problemáticas en las instituciones educativas de educación superior técnicas de Lima. Es el caso de una de las instituciones observadas que, en la actualidad, no cuenta con una buena comunicación por parte de administrador general con sus colaboradores. Esta situación viene generando inconvenientes, ya que frente a los diferentes

imprevistos que puedan surgir al interior de la institución se recurre al administrador. Sin embargo, no se aprecia un trabajo en equipo, ni tampoco una adecuada comunicación y falta de liderazgo, puesto que el mencionado tiende a tomar decisiones por cuenta propia, no realiza reuniones para que, conjuntamente, con sus colaboradores puedan quizás tomar una decisión mediante opiniones de cada uno y de esta forma poder llegar a una mejor solución de algún problema ocurrido.

Por otro lado, se observa que los alumnos no se encuentran satisfechos con la atención que reciben por medio del personal de la institución, ya que sus inquietudes no llegan a ser solucionadas con tiempo o simplemente no llegan a ser atendidos. Además, que en reiteradas ocasiones los alumnos se han tenido que acercar de forma presencial e indicando que los canales de WhatsApp y Facebook no han tenido respuesta alguna, dejándolos en visto su mensaje, por lo cual no atienden sus inquietudes. Todo ello afecta en la calidad de servicio, que se evidencia en la satisfacción de los usuarios directos que son los estudiantes.

Frente a ello, es importante controlar esta situación por cuanto podría afectarse por un lado el servicio educativo y por lo otro los procesos de gestión, dado que la comunicación interna es fundamento e intangible en el entorno de la institución educativa, porque asegura la motivación, la satisfacción y el integrado de los stakeholders y contribuyendo a su identificación con la cultura e identidad organizacionales (Manrique, 2015).

Después del análisis realizado y ante la problemática advertida se formula el siguiente problema general de investigación: ¿Qué relación existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022?

Como problemas específicos se tiene a los siguientes: ¿Qué relación existe entre la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022?, ¿qué relación existe entre la información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022?, ¿qué relación existe entre la expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022? y ¿qué relación existe entre el control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación

superior, Lima-2022?

En cuanto a los objetivos de investigación, se ha planteado el objetivo general determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022; como objetivos específicos determinar la relación que existe entre la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, determinar la relación que existe entre la información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, determinar la relación que existe entre la expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, y determinar la relación que existe entre el control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

En cuanto a la hipótesis del estudio, se indica como hipótesis general existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. Como hipótesis específicas, existe relación entre la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, existe relación entre la información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, existe relación entre la expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, y existe relación entre el control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

El estudio se justifica desde tres miradas: teórica, práctica y metodológica. Se justifica desde lo teórico, por cuanto se revisarán las diferentes teorías sobre las variables, las cuales permitirán ampliar el conocimiento teórico del investigador y le permitirán impulsar el desarrollo metodológico del estudio. Por otro lado, se justifica desde lo práctico, dado que tendrá beneficiarios directos, que este caso serán los estudiantes, así como los directivos de la institución, con ello se traerán mejoras sustanciales a través del conocimiento de las variables medidas en el estudio. Por su parte, metodológicamente, es fundamental que se realice una indagación de tipo correlacional, dado que se podrán conocer las relaciones y probable grado de vinculación de causa y efecto entre las variables,

así se promoverán alternativas de solución, además los resultados hallados e constituirán en un referente para futuras investigaciones.

En el ámbito nacional, se han hallado algunas experiencias investigativas relacionadas con la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios se destacan a continuación. En primer lugar, Ore y Hoces (2022) , quienes plantearon su estudio a nivel metodológico, descriptivo-correlacional y contempló la encuesta y el cuestionario como herramientas indagatorias, constando este de 43 preguntas para la primera variable y de 8 para la segunda, luego de la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson mostró una relación significativa ($r=0,74$), la confiabilidad se llevó a cabo por el coeficiente de mitades partidas, el juicio de expertos y el Alpha de Cronbach. Concluye evidenciando una relación directa entre las variables, mediante la escasa satisfacción de los usuarios con la actuación del personal docente en el desempeño de sus funciones.

Asimismo, se presenta el trabajo de Estrada y Gallegos (2020), que sigue una orientación investigativa cuantitativa, no experimental, correlacional, utilizó una muestra de 185 educadores para el desarrollo de una escala y cuestionario que fueron validados por el juicio de expertos y el Alpha de Cronbach. Entre sus resultados destaca que el grado de complacencia profesional y el compromiso de los educadores es intermedio y la correspondencia entre las variables objeto de estudio fue directa y significativa ($r_s=0,539$; $p=0,000<0,05$). Concluyó afirmando que, a mayor satisfacción de los educadores en el desempeño de su labor, se incrementa el compromiso.

Otro estudio elaborado por Piedra (2020) que a nivel investigativo fue un estudio descriptivo correlacional y transeccional, su población fue de 80 individuos con rango etario entre 25 y 65 años, utilizando como mecanismo de recopilación el test de comunicación institucional y la Escala General de Satisfacción, la muestra fue de tipo censal, el Rho de Spearman se ubicó en 0.809. Sus conclusiones señalan que existe relación directa y significativa de la comunicación organizacional y la estimulación en el trabajo de los profesores de la universidad.

Asimismo, Bendezú (2020) quien emplea una metodología empleada fue descriptiva correlacional, para la recopilación informativa se utilizó la Escala de Satisfacción Laboral SL / SPC, aplicada en una población de 18 educadores y 6

integrantes de la plantilla administrativa, luego de aplicar los coeficientes se obtuvo un resultado de 0.892, lo cual indica una correspondencia directa entre ambas variables. Entre sus conclusiones destaca la injerencia directa entre las capacidades del personal y su bienestar, dentro de la institución educativa objeto de estudio.

A la par de ello, Yauri (2018) metodológicamente se enmarcó en una base no experimental, transversal y correlacional, su población fue de 73 colaboradores de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática, la recopilación de información fue realizada mediante cuestionario. Los resultados demuestran la correspondencia entre las dos variables escrutadas, con un resultado de Rho de Spearman, ($\rho = 0,812$; $p < 0,05$) determinando una relación directa, validando que, a mayor intercambio comunicativo, mayor será también la percepción de calidad del servicio.

Desde una perspectiva internacional, los antecedentes tomados en consideración son los siguientes. El trabajo efectuado por Vasco (2021) de orientación metodológica no experimental, correlacional, transeccional; para la recolección de datos se utilizó el modelo de Litwin y Stinger y la teoría de los dos factores de Herzberg, cuyos valores arrojados indican una correlación intermedia entre ambas variables, destacando entre sus conclusiones la necesidad de establecer métodos que permitan perfeccionar las condiciones en las cuales suceden los intercambios comunicativos dentro de la institución educativa, a fin de generar mayores niveles de satisfacción en los usuarios de los diferentes servicios.

Igualmente, se hace referencia al trabajo efectuado por Chen et al. (2020) construido a partir de metodología cuantitativa correlacional, utilizando bajo la técnica de encuesta y el instrumento cuestionario y el empleo de un explorador web destinado al acopio de opiniones y reseñas de usuarios de servicios educativos online y presencial, abarcando el diseño de escalas que evidencien la satisfacción del consumidor por medio de la observación de sus patrones emocionales, haciendo uso de una red neuronal de propagación inversa (BP). Concluyó afirmando la correspondencia directa entre la accesibilidad de los contenidos en la plataforma y el agrado de los estudiantes, recomendando algunas medidas para optimizar el servicio prestado.

Otro de los estudios tomados en consideración, fue el efectuado por Syakur

et al. (2020, que desde su alcance metodológico, se enfoca en un estudio descriptivo correlacional apoyado en el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) que permite la búsqueda de la vinculación y causalidad entre las variables estudiadas, utilizó una encuesta aplicada a 100 estudiantes de educación superior. Sus resultados indicaron algunas correspondencias directas entre los ámbitos objeto de estudio, y se recomendaron acciones para mejorar la confianza y el compromiso organizacional de los profesores de educación superior.

De la misma forma, se toma en cuenta el estudio realizado por Pedraza (2020), que metodológicamente utiliza elementos cuantitativos, explicativos, no experimentales, correlacionales y transversales, haciendo uso de 84 integrantes de la directiva de instituciones de educación superior se puso en marcha la aplicación de un instrumento basado en el modelo de ecuaciones estructurales, a través de la técnica de mínimos cuadrados parciales. Sus conclusiones determinan que desde la gestión educativa se deben desarrollar tácticas destinadas al perfeccionamiento del desempeño docente con miras a lograr mejores niveles de satisfacción.

Por último, se hace alusión a la investigación de González (2018) de estructura metodológica se conformó desde el entorno positivista, analítico –relacional, transversal de campo, aplicando el coeficiente de Spearman con una significancia de 0,001 y un valor de correlación de - 0,319 inversa entre las variables. Los resultados del estudio revelan una correlación negativa débil entre las variables estudiadas. Se concluye que el nivel de satisfacción experimentado por los profesores universitarios en Barranquilla es proporcional al ambiente institucional en su lugar de trabajo, se sugieren además algunas recomendaciones para intervenir en la realidad presentada y mejorarla a corto plazo.

II. MARCO TEÓRICO

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Antes de definir la variable, se debe indicar que un entorno organizacional es entendido como el conjunto de redes interpersonales que interaccionan en un sistema social, como lo afirmaron muchos teóricos de la comunicación como Max Weber. La comunicación es un proceso relevante de tipo social y vital para que funcione una organización, grupo o la sociedad en sí, de ahí que sea importante considerar las maneras de interactuar a nivel de grupo o conjunto, esto es, mediante la incidencia, la cooperación, la imitación en sociedad y el carácter de liderazgo (Katz y Kahn, 1999). Asimismo, Manrique (2015) afirma que las organizaciones requieren necesariamente el intercambio constante y cotidiano de información en su proceso de comunicación interna, por lo que son fundamentales que se tomen en cuenta los medios de apoyo, los flujos y los mensajes.

Por otro lado, la comunicación constituye un elemento de gran relevancia dentro de las organizaciones, debido al volumen de información circulante en los diferentes departamentos que la conforman. Se relaciona con las noticias, eventualidades y ocurrencias desarrolladas en las instituciones, las cuales forman parte integral de su cultura, sus normas y las variables complejas de la relación entre sus miembros, por lo tanto, estas interacciones efectuadas entre funcionarios, jefes y subordinados debe generarse con fluidez y eficiencia (Castro, 2017).

Asimismo, en todo proceso comunicativo, especialmente si ocurre dentro de una institución, han de tenerse en cuenta una serie de componentes fundamentales, los cuales aportarán un carácter eficaz al proceso en que se intercambia la información en la organización (Barakhsanov et al., 2021).

En tal sentido, es necesario precisar la existencia del *emisor* del mensaje, que representa la fuente transmisora de la información y selecciona los signos y símbolos a utilizar para la transmisión del mensaje. Asimismo, el *receptor* es quien decodifica el mensaje transmitido por el emisor, compartiendo con este los mismos códigos (Urbiola y Kosberg, 2018).

De igual manera, el *código* representa un conjunto de símbolos de carácter lingüístico, cognitivo, sensoriales o de diferente índole que aportan sentido al

mensaje que se transmite y que debe ser manejado por el emisor y receptor (Castro, 2017). Entre los elementos de la comunicación organizacional se hace referencia además al *mensaje*, determinado por la información que ha de ser transmitida por el emisor y ha de ser captada por el receptor (Parra et al., 2019).

Adicionalmente, este proceso incluye el *canal* que corresponde al vehículo a través del cual se emite y recibe el mensaje (Shana et al 2020). Como parte del proceso comunicativo en la organización existe la *codificación*, entendida como la forma en la que se construye el mensaje y la *decodificación* que sería la manera como se descifra dicha información para ser asimilada por los integrantes de la misma.

Además, ha de considerarse el *ruido*, que representa cualquier alteración o elemento perturbador del proceso comunicativo, debiendo considerarse para la corrección oportuna de confusiones y malos entendidos. Así como también la *retroalimentación*, reflejada por la respuesta efectiva de que el mensaje fue recibido por el receptor y este a su vez emite una nueva réplica informativa (Nájera y Sánchez, 2020).

Dentro de las organizaciones, se plantea fundamentalmente algunas variantes del proceso de comunicación. En primer lugar, se plantea la *comunicación externa*, considerada como la conjunción de mensajes que un vocero o grupo de voceros de la empresa exponen hacia terceros, pudiendo ser estos accionistas, proveedores, clientes o usuarios de los servicios prestados, asociados, medios de comunicación, autoridades o público en general y está destinada a la mejora de la imagen empresarial o a la promoción de los bienes que produce o los servicios ofrecidos (Papic, 2019).

Por su parte, la *comunicación interna* comprende las acciones tomadas por la empresa para crear y conservar relaciones positivas entre sus trabajadores, colaboradores, supervisores y demás involucrados en el proceso productivo y se canaliza mediante la búsqueda del logro de los objetivos institucionales. Esta puede ser formal (cuando utiliza principalmente medios escritos que se transmiten por canales regulares) o informal (utilizando reuniones, encuentros casuales, almuerzos, entre otros) (Dávila, 2019).

También, puede generarse también *comunicación descendente*, signada por la información que se transmite desde los niveles superiores de jerarquía hacia los medios o bajos y se manifiesta a través de mecanismos como

memorándums, reportes y correos electrónicos (Pereyra, 2020). La *comunicación ascendente* se refiere a la forma comunicativa manifestada entre los subordinados al informar a sus superiores (Alonso, 2017). Puede presentarse además la *comunicación horizontal*, signada por las reuniones donde no existe un nivel jerárquico predominante y se destina a mejorar la toma de decisiones institucional (Pereyra, 2020).

La revisión de la literatura científica permitió revelar un conjunto de teorías acerca de la Comunicación Organizacional, a continuación se abordan las principales. Alsina (2018) detalla cinco paradigmas teóricos que prevalecen en el ámbito de la comunicación organizacional el cibernético, el behaviorista, el funcionalista, el interpretativo y el de sistemas. En función de la *teoría cibernética*, se plantea mediante la interacción de los integrantes de la organización a través de medios electrónicos como el correo electrónico y los mensajes de texto buscando un equilibrio en las interacciones que se logra por retroalimentación. A partir de la *teoría behaviorista* expone la importancia de las interacciones estímulo – respuesta, generadas principalmente por el comportamiento previsto por la sociedad luego de una comunicación masiva.

En atención a la *teoría funcionalista*, destaca la importancia de la comunicación como proceso dentro de la empresa y la función que cumple para lograr una transmisión eficiente de la información para su sustento y desarrollo. Por su parte, la *teoría interpretativa* se enfoca en que la comunicación ha de ser un proceso que permita dilucidar y comprender las perspectivas, cultura, conflictos, hábitos y patrones de los miembros de la organización (Alsina, 2018).

Entre los enfoques que destacan en el campo de la comunicación organizacional, se expone la *teoría de sistemas*, cuyos exponentes son Trist, Katz y Kahn, por medio de la cual se reconoce a la empresa como una unidad social, económica y técnica integrada e influyente en las tareas, procedimientos y estructuras que rodean a los trabajadores, usuarios, proveedores y todas aquellas personas relacionadas con el proceso productivo, para lograr la máxima eficiencia, que se obtiene mediante una comunicación armónica entre las partes involucradas (Alvarado, 2015).

Por otro lado, la comunicación organizacional se orienta a la satisfacción del usuario, conforme a lo expresado por Diaz y Guzmán (2020), “centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las

complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, a fin de mejorar la interrelación de sus miembros, y entre estos y el público externo” (p. 14). Es así que favorece el fortalecimiento de la conciencia institucional y se logra un mejor desempeño de los trabajadores, quienes a largo se esforzarán por brindar un servicio eficiente a los usuarios y clientes de la empresa.

Adicionalmente, la comunicación institucional permite crear metas orientadas a mejorar la experiencia del usuario a través de la retroalimentación que se obtiene con la expresión de sus deseos y requerimientos, a fin de lograr una respuesta positiva en la valoración del servicio prestado, por cuanto sus necesidades han sido satisfechas por la empresa (Kusumawati, 2021).

Según Chiavenato (2009), la comunicación organizacional está integrada por las siguientes dimensiones: motivación, información, expresión de emociones y control. La motivación es la predisposición del ser humano a la realización de cualquier actividad encaminada al logro de los objetivos o metas trazadas. Para Pairó & Prieto (2002, citado por Manjarrez et al., 2020) viene a ser un proceso mental vinculado al impulso para seguir y mantenerse en un determinado objeto de estudio. Asimismo, es un recurso humano prioritario porque favorece en la evaluación del personal que el gerente o administrador tiene a su cargo (Manjarrez, 2020). Así también, es un proceso activo, orientador y dinamizador del entorno laboral que favorece en el comportamiento de los colaboradores y propicia el alcance de los objetivos organizacionales esperados (García et al., 2016).

En cuanto a la información, consiste en la transmisión de los datos que resultan necesarios para el proceso de comunicación en la organización, es el caso de la información requerida por las áreas de la empresa. Al respecto, Chiavenato (2009) asevera que la información favorece para los procesos de gestión tanto individuales como grupales, por lo cual se deben identificar y evaluar aspectos vinculados al proceso de viaje o transmisión de los requerimientos. Además, esta dimensión contribuye a brindar lo necesario a los participantes de la comunicación organizacional tanto a nivel interno como externo, todo ello porque se tienen los datos requeridos para conocer y analizar las soluciones frente a problemáticas surgidas (Robbins y Judge, 2013).

Por su parte, la expresión de las emociones se constituye en un canal de

fuerza para que se gestione adecuadamente la comunicación, dado que la asertividad debe ser una de las habilidades preferentemente desarrolladas por los directivos y los colaboradores, con ello se puede aportar en un entorno saludable para trabajar, para percibir un servicio y para la solución de conflictos. También, la expresión emocional favorece en el conocimiento de lo vivido o experimentado por el grupo por ejemplo sentimientos o expresiones de satisfacción o insatisfacción (Chiavenato, 2009; Robbins y Judge, 2013).

Otra de las dimensiones es el control, el cual es un elemento participante de modo directo del proceso comunicación en la institución, evalúa el comportamiento de los colaboradores, de los stakeholders y otros que estén vinculados directamente a sus procesos. Así entonces, al evaluar el desempeño la organización debe tener sus normas, reglamentos y procedimientos que contribuyan a generar (Chiavenato, 2009). Entonces, como parte de los procesos organizacionales se debe valorar el control de cada uno de los elementos que interactúan para que se alineen a los objetivos organizacionales.

Desde el campo administrativo, un pilar fundamental del crecimiento organizacional viene dado por la percepción de los clientes lo cual deviene en la satisfacción del usuario. Entonces, se debe poner especial atención a la satisfacción. La Real Academia de la Lengua Española define a la satisfacción como “la razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria” (RAE, 2021). Por su parte, Kotler (2012) manifiesta que la satisfacción está asociada con la percepción que tienen los clientes respecto al grado del desempeño percibido de un servicio y/o producto el cual satisface las necesidades del consumidor. Entonces, hay estricta relación con el servicio brindado.

Otro estudio señala que la satisfacción del usuario está asociada directamente con la calidad de servicio brindado, de ahí que sea importante evaluar los elementos que interactúan a nivel de los procesos brindados en el servicio educativo, ya que el usuario se acerca con expectativas, y, por tanto, debe ser satisfecho. También, la satisfacción del usuario puede considerarse como una percepción del ánimo, manifestada por una persona que adquiere un bien o solicita un servicio, al comparar la expectativa de uso con la experiencia real, la cual se obtiene no solo con el disfrute del producto sino además con la atención recibida durante y posterior al proceso de venta hacia la búsqueda de

sobrepasar dichas expectativas (Avramkova et al., 2021).

Ciertos factores se encuentran asociados a la satisfacción de los usuarios, el primero de ellos, según Guerrero et al. (2018), es la *percepción*, detallada como el procedimiento los clientes y/o usuarios eligen, sistematizan y descifran la información del producto o servicio para conformar una imagen mental de lo que consideran apto o con la calidad, suficiente para satisfacer sus necesidades. Otro factor que se debe considerar es la *expectativa*, reflejada por Núñez y Juárez (2018) como un grupo de características y atributos que se esperan obtener o recibir mediante la adquisición de un producto o servicio y se expresan en una dimensión estructural (la forma) y una emocional (relacionada con la experiencia).

Asimismo, Coello (2019) destaca que entre los factores determinantes de la satisfacción del usuario se encuentra la *calidad*, descrita como el cúmulo de atributos necesarios para complacer al cliente, mediante la producción de bienes y la prestación de servicios destinados a satisfacer sus necesidades. En condiciones óptimas, la organización debe orientarse hacia la búsqueda de la calidad, como factor determinante para cumplir con las expectativas de sus consumidores.

A la par de ello, Acevedo (2021) indica que otro de los factores intervinientes en la satisfacción de los usuarios es el *tiempo de respuesta*, definido como el lapso comprendido entre el momento en que un usuario solicita un producto, efectúa una pregunta o realiza una reclamación y recibe una respuesta efectiva de parte de la empresa. Esta acción es fundamental para lograr la captación, retención y fidelidad de los consumidores.

Existe una variedad de teorías sobre la satisfacción del usuario, de ellas se abordarán las principales que permitan dar mayores luces al estudio. En primer lugar, se hace referencia a la teoría del estímulo respuesta, reseñada por Mago (2018) como aquella premisa que refleja la repetición de un comportamiento por parte de los usuarios, cuando ante la presencia del mismo estímulo, entendiéndose que todos actuarían de la misma manera y tendrían el mismo balance entre percepción y expectativa, logrando así la satisfacción de sus necesidades.

Martínez (2020) indica que otro de los postulados relacionados con la satisfacción de los usuarios, corresponde a la *teoría de Jerarquía de las necesidades*, desarrollada por Abraham Maslow, la cual refleja que los seres

humanos se motivan cuando ven satisfechas cinco tipos de necesidades consideradas básicas, las cuales son fisiológicas, seguridad, amor, estima y autorrealización, teniendo menor nivel de complejidad las primeras y se va incrementando en la medida que se acercan al último nivel, relacionado con la autorrealización.

Otro referente destacado por Andrade et al. (2020) es la *teoría de la equidad*, donde se señala que la satisfacción del usuario es directamente proporcional al esfuerzo realizado por la empresa en equiparar el costo, tiempo y esfuerzo empleados en la fabricación del producto o la prestación del servicio. De allí, la concepción de equidad corresponde al balance entre lo que se ofrece y lo que se recibe, por tanto, cuando este balance es positivo se obtiene la satisfacción del consumidor.

Campira et al. (2021) también hacen referencia a la *teoría de las expectativas*, formulada por Victor Vroom, la cual expone que los consumidores construyen sus expectativas en relación a las características generales del producto o servicio antes de efectuar su adquisición, luego comparan dicha expectativa con el desempeño real y en caso de ser favorable logran la satisfacción de sus requerimientos o en caso contrario muestran una disconformidad o insatisfacción.

En adición a lo expuesto, Terrazas et al. (2020) refiere la *teoría de los dos factores*, postulada por Herzberg, donde se estudian los estímulos o acciones que generan satisfacción o insatisfacción a los usuarios, entendida como el grado de complacencia generada durante la prestación del servicio de atención en el proceso de venta del producto o servicio ofrecido por la organización. Ello se refleja mediante lo que se denomina como “doble continuo”, donde la antítesis de la satisfacción no sería la insatisfacción, sino la ausencia de satisfacción y viceversa.

Existen factores que pueden influir en la respuesta del usuario a la satisfacción, al momento de adquirir un producto o servicio, en primer lugar, se encuentran los indicadores positivos, conformados por las experiencias provenientes de un feedback efectivo cuando las expectativas de los consumidores han sido complacidas, por tanto existe conformidad con lo esperado o en algunos casos sus expectativas se ven superadas, incrementando su agrado (Leite et al., 2021).

Por su parte, existen además respuestas negativas a la satisfacción, las cuales son producto del incumplimiento de las expectativas de los consumidores con respecto a un producto o servicio, generando con ello insatisfacción o disconformidad negativa. Esta condición restringe la posibilidad de que el usuario efectúe una segunda adquisición o que describa a terceros su experiencia negativa, significando pérdidas para la organización a largo plazo (Escobedo, 2020).

Existe una correspondencia entre los conceptos de comunicación institucional y la satisfacción de los usuarios, que puede expresarse mediante la responsabilidad que tienen los actores involucrados con la producción del bien o la prestación del servicio, para poder garantizar la complacencia de las necesidades de sus consumidores y cumplir con ello sus expectativas, para generar su fidelización (Choque, 2021).

Para ello el personal ha de ser consciente del tratamiento que se le ofrece al usuario en cada una de las etapas del proceso, para poder canalizar de forma eficiente sus deseos, dudas y reclamos. Ello se logra mediante una comunicación efectiva entre los diferentes componentes de la organización, para trabajar de forma coordinada y orientada a la satisfacción del consumidor final. (Mohammadisadr et al., 2018).

En este particular, la calidad forma parte integral de la complacencia, por cuanto se gesta desde el diseño del producto, su evolución en las distintas etapas del proceso, así como también en el servicio durante y después de la venta (Bucheli, 2019). Además, se expresa en la personalización de la atención, el empleo de la menor cantidad de tiempo posible para solventar los reclamos, el ambiente donde se presta el servicio y la garantía de que el producto ha de funcionar en los términos y propósitos que el consumidor espera (Lizote et al., 2019).

Desde esta óptica, debe prospectarse la comunicación dentro de la organización para orientarla a la coordinación de las actividades a ser efectuadas por los individuos, hacia la búsqueda de la uniformidad en las respuestas y en el accionar destinado a lograr el cumplimiento de las expectativas y anhelos de los usuarios mediante el trabajo en equipo, la mejora continua de los procesos, el desarrollo del sentido de pertenencia y la motivación requerida para poder prestar un servicio óptimo a los beneficiarios finales (Vieira y Goncalves, 2018).

Según Kotler (2012), la satisfacción del usuario está compuesta por tres elementos que son fundamentales para su consideración en la empresa, estas son las siguientes: expectativa, desempeño percibido y complacencia. La dimensión expectativa viene a ser lo que se espera después del proceso de compra de un producto o servicio, dado que las organizaciones o empresas u otros emprendimientos desde diferentes sectores buscan es llenar las expectativas que tiene el potencial comprador. Gosso menciona a Albrecht (2010) para señalar que existe una jerarquía sobre las expectativas que son esperables por el cliente. El primero es el nivel básico, el cual tiene al menos las características requeridas por el servicio, aunque no se cumplan en su totalidad. El segundo es el esperado que se identifica con lo general o estándar de lo que se brinda en la empresa. El tercero es el deseado, que consiste lo que se sabe que le brindará la empresa al consumidor y que le gustaría que le brindara, aunque no tiene conocimiento evidente de ello. Por último, se tiene al llamado nivel inesperado, es lo que se conoce en otros entornos lo destacado o sobresaliente, aquello que va más allá de lo que espera el cliente, esto es, va más allá de sus expectativas.

Otra dimensión es el desempeño percibido está asociado al servicio brindado en el cual se otorga valor teniendo en consideración las expectativas del comprador, posterior al término del servicio. Por consiguiente, resulta conveniente señalar que lo ofrecido puede resultar aceptable o inaceptable, así como las actitudes que se puedan mostrar por partes de la organización (Kotler y Armstrong, 2013). Asimismo, se tiene a la dimensión complacencia. El acto de complacer se vincula con lo que se espera a lo solicitado. Es un elemento valioso para fidelizar al cliente, dado que se debe facilitar al entorno la amigabilidad con lo que se muestra. Kotler y Armstrong (2013) señalan que se trata de un elemento intermedio entre las expectativas y el desempeño percibido.

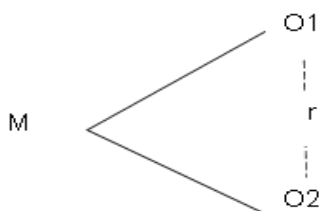
III.METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio fue de tipo básico por lo que se enfocó en la revisión de la literatura científica para precisar el fenómeno a investigar en atención a los objetivos propuestos, es así que no se realizará ninguna intervención en la realidad, materia de estudio, solo observará las variables que ha considerado medir en el estudio (Valderrama y Jaimes, 2018).

El nivel investigativo fue correlacional, porque su fin es evaluar la relación entre las variables pertenecientes a un determinado contexto en una investigación en particular (Hernández et al., 2014).

El diseño de investigación fue no experimental, transversal, correlacional. Para Hernández y Mendoza (2018), es no experimental al no realizarse la alteración de las variables propuesta en la indagación; es transversal por cuanto se recoge la información en un solo periodo y tiempo; y correlacional, puesto que sus objetivos se orientan a precisar la existencia de relación entre las variables inmersas en el estudio. A continuación, se representa gráficamente el diseño:



Donde se tiene:

M = Estudiantes de las instituciones educativas de nivel superior

O₁= Observación de variable comunicación organizacional

O₂= Observación de variable satisfacción del usuario

r = relación entre las variables, coeficiente de correlación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Comunicación organizacional

Dimensiones:

- Motivación

- Información
- Expresión de emociones
- Control

Variable 2: Satisfacción del usuario

Dimensiones:

- Expectativa
- Desempeño percibido
- Complacencia

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Para Valderrama y Jaimes (2019), la población es la agrupación de personas, animales, cosas u otros elementos que tienen caracteres similares. En la investigación, estuvo conformada por estudiantes de tres instituciones educativas de educación superior, matriculados en el año 2022, conforme a la siguiente distribución:

Tabla 1

Distribución de la población de estudiantes de las instituciones educativas

Instituciones educativas	Total
Instituto 1	379
Instituto 2	820
Instituto 3	1380
Total	2579

Nota. Información basada en las nóminas de las instituciones educativas para el año 2022.

Muestra

Hernández y Mendoza (2018) señalan que “viene a ser un subconjunto de la población o del universo propuesto en la población del estudio, de esta se hará el recojo de los datos pertinentes y, por tanto, su tamaño debe ser representativa” (p. 196). Para el estudio, la muestra se establecerá según la fórmula de población finita, luego como se trata de una población que tiene varios estratos.

El tamaño óptimo de la muestra se estableció mediante la fórmula para poblaciones finitas, que aparece en las siguientes líneas:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2 (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Se describe:

Z = Valor al 95% de confianza.

P = Proporción de estudiantes que poseen buena percepción de las variables observadas (P = 0,5).

Q = Proporción de estudiantes que no poseen buena percepción de las variables observadas (Q = 0,5).

N = Tamaño de la población

e = error muestral al 5%

n = Tamaño óptimo de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (2579)}{(0,05)^2 (2579-1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

n = 335 estudiantes

Para precisar el tamaño de cada estrato muestral se consideró el procedimiento proporcional a la población, conforme se detalla:

Tamaño de la población	→	2579 --- 100%
Tamaño de la muestra	→	<u>335 --- X</u>
		X = 12.98%

Después de aplicar tal procedimiento considerando el muestreo estratificado, se obtuvo la siguiente distribución muestral por estratos por cada institución educativa.

Tabla 2

Distribución de la muestra de estudiantes de las instituciones educativas

Instituciones educativas	Total
Instituto 1	50
Instituto 2	106
Instituto 3	179
Total	335

Nota. Información basada en las nóminas de las instituciones educativas para el año 2022.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para Hernández et al. (2014), son medios o procedimientos utilizados por el indagador para dar cuenta de los fenómenos observados con el apoyo de instrumentos de recolección de información. Para el estudio, se considerará es la encuesta. Esta consiste en la recopilación de la información del instrumento mediante la interacción con el sujeto participante del estudio.

Instrumento

Para Hernández et al. (2014) se trata de un recurso que permite almacenar los datos de los participantes acerca de la variable o categoría analizada. El instrumento que se utilizará es el cuestionario. Será uno por cada variable y se estructurará en función a las dimensiones de cada variable. Ambos instrumentos se han adaptado para el estudio conforme a la ficha técnica que detalla su estructura, por lo cual fue conveniente que se realice la validez por juicio de expertos y la confiabilidad.

Para la validez por juicio de expertos, quienes con su experiencia profesional y grado académico de magister o doctor, revisarán los instrumentos y darán fe de la aplicabilidad de los instrumentos mediante las fichas de validación de los mismos, que se encuentran adjuntas en el anexo 3.

Para la confiabilidad, se realizará una prueba piloto en una muestra de 30 estudiantes para verificar el comportamiento de los ítems del instrumento.

Asimismo, por la naturaleza de las variables y la escala establecida, se analizaron por medio del coeficiente Alfa de Cronbach, cuyo valor es pertinente al tener ítems de escala ordinal. Para realizar la interpretación se tomó en consideración la siguiente tabla de valores.

Tabla 3

Valores posibles de acuerdo coeficiente Alfa resultante

Alfa de Cronbach	Interpretación
$\alpha < 0,5$	Es inaceptable
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Es pobre
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Es cuestionable
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Es aceptable
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Es bueno
$0,9 \leq \alpha \leq 1$	Es excelente

Nota. Tabla tomada de la propuesta de George y Mallery (2003)

Después de aplicar la prueba de confiabilidad a los ítems de las variables analizadas en una prueba piloto a 30 participantes, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 4

Resultado de confiabilidad de Alfa de Cronbach sobre Comunicación organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,938	25

A partir de la tabla anterior, se aprecia que el coeficiente Alfa fue 0,938. De manera que los 25 ítems sobre comunicación organizacional poseen excelente confiabilidad.

Tabla 5

Resultado de confiabilidad de Alfa de Cronbach sobre Satisfacción del usuario

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,960	22

A partir de la tabla anterior, se aprecia que el coeficiente Alfa fue 0,960. De manera que los 22 ítems sobre satisfacción del usuario poseen excelente confiabilidad.

3.5. Procedimientos

Se partirá de la validación por expertos y confiabilidad de los instrumentos. Una vez terminado dicho proceso se trasladará la información de los cuestionarios al formulario de Google, el cual se aplicará a la muestra de estudiantes de las instituciones educativas mencionadas en el apartado de población. Ante de enviar a los estudiantes dicho cuestionario, se solicitará el permiso respectivo a las autoridades de las instituciones para que se levante la información relacionadas con las variables propuestas. Se realiza el proceso de recolección de información de los estudiantes, terminado el proceso, se descargará en una hoja de cálculo la data recolectada y se organizará la base de datos para preparar los resultados.

3.6. Método de análisis de datos

En el análisis de datos, se apoyará en la estadística descriptiva, la cual contemplará la distribución de los resultados de las variables y sus respectivas dimensiones, para lo cual se utilizará el software estadístico SPSS versión 26, a través de él se elaborará las tablas y figuras que evidencien la distribución de los niveles, a la información organizada en las bases de datos elaborada previamente. Con ello, se obtendrán los resultados por niveles según lo detallado en la matriz de variables y se interpretará cada una.

Para la elaboración estadísticos de contraste de hipótesis, se utilizará la estadística inferencial, por lo cual se aplicará en primera instancia la prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov a las dos variables y sus respectivas dimensiones, de acuerdo a los resultados que se obtenga se optará por elegir una prueba paramétrica o no paramétrica para la determinación de las correlaciones y la verificación del cumplimiento de las hipótesis, para todos los procesos se utilizará el software estadístico SPSS versión 27. Después de ello, se procederá a la interpretación.

3.7. Aspectos éticos

Los aspectos éticos serán considerados teniendo en cuenta el código de ética y el respeto por la propiedad intelectual, que serán mostradas en el citado y las referencias. Asimismo, se respetarán a los participantes del estudio mediante el consentimiento informado y la protección de los datos personales, por lo que la información recolectada se considerará únicamente para los fines de investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tabla 6

Datos generales de los usuarios de las instituciones de educación superior

Datos generales		Frecuencias	Porcentajes
Genero	Femenino	218	65,1%
	Masculino	117	34,9%
	Total	335	100,0%
Institución	Instituto 1	50	14,9%
	Instituto 2	106	31,6%
	Instituto 3	179	53,4%
	Total	335	100,0%
Carrera / especialidad	Enfermería	223	66,6%
	Farmacia	50	14,9%
	Administración de Empresas	62	18,5%
	Total	335	100,0%

Se muestra en la tabla que, en cuanto al género de los usuarios de las instituciones educativas de educación superior de Lima, el 65,1% son de género femenino; y el 34,9% son de género masculino. Por otro lado, en lo concerniente a las instituciones educativas en donde estudiaron los usuarios, el 53,4% estudió en el Instituto 3; el 31,6% en el Instituto 2; y el 14,9% en el Instituto 1. Finalmente, en lo concerniente a la carrera o especialidad que llevó los usuarios, el 66,6% llevó enfermería; el 18,5% llevó administración de empresas; y el 14,9% llevó farmacia.

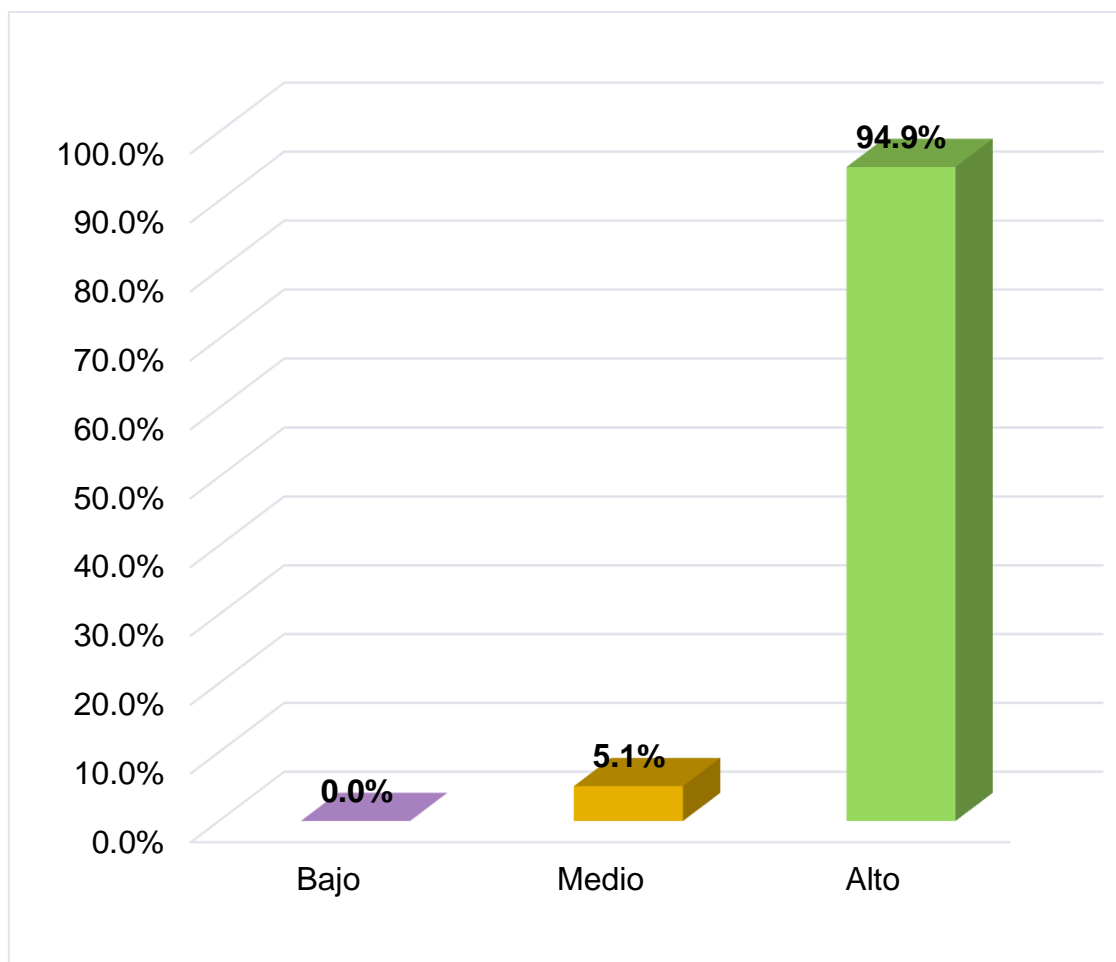
Tabla 7

Niveles de la variable 1: Comunicación organizacional

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0,0%
Medio	17	5,1%
Alto	318	94,9%
Total	335	100,0%

Figura 1

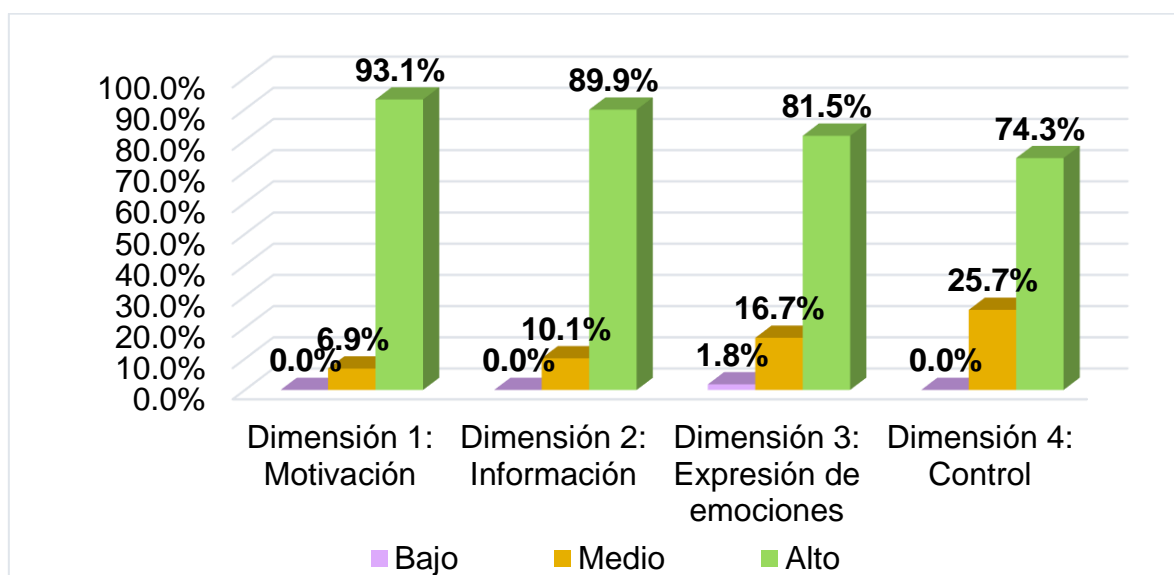
Niveles de la variable 1: Comunicación organizacional



Se muestra que el 94,9% de los usuarios de las instituciones educativas de educación superior de Lima indicó que tuvo nivel alto de comunicación organizacional. Mientras que el restante 5,1% tuvo nivel medio de comunicación organizacional.

Tabla 8*Niveles de las dimensiones de la variable 1: Comunicación organizacional*

Nivel	Dimensión 1: Motivación		Dimensión 2: Información		Dimensión 3: Expresión de emociones		Dimensión 4: Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	6	1,8%	0	0,0%
Medio	23	6,9%	34	10,1%	56	16,7%	86	25,7%
Alto	312	93,1%	301	89,9%	273	81,5%	249	74,3%
Total	335	100,0%	335	100,0%	335	100,0%	335	100,0%

Figura 2*Niveles de las dimensiones de la variable 1: Comunicación organizacional*

Se observa que en lo concerniente a la dimensión 1, el 93,1% de los usuarios indicó que tuvo nivel alto de motivación producto de las clases impartidas en las instituciones educativas de educación superior de Lima; seguido por el 6,9% que indicó que tuvo nivel medio de motivación. Por otro lado, en lo correspondiente a la dimensión 2, el 89,9% de los usuarios indicó que tuvo nivel medio de información para desarrollar sus estudios en las instituciones educativas de educación superior de Lima; seguido por el 10,1% que indicó que tuvo nivel medio de información. Por su parte, en lo tocante a la dimensión 3, el 81,5% de los usuarios indicó que tuvo nivel alto de facilidades para expresar adecuadamente sus emociones en las instituciones educativas; seguido por el 16,7% que tuvo nivel medio de facilidades para expresar sus emociones; y el

restante 1,8% indicó que tuvo nivel bajo de facilidades para expresar sus emociones. Finalmente, en lo correspondiente a la dimensión 4, el 74,3% de los usuarios indicó que tuvo nivel alto de control de sus actitudes y conductas en las instituciones educativas para desarrollar adecuadamente sus estudios; seguido por el 25,7% que indicó que tuvo nivel medio de control.

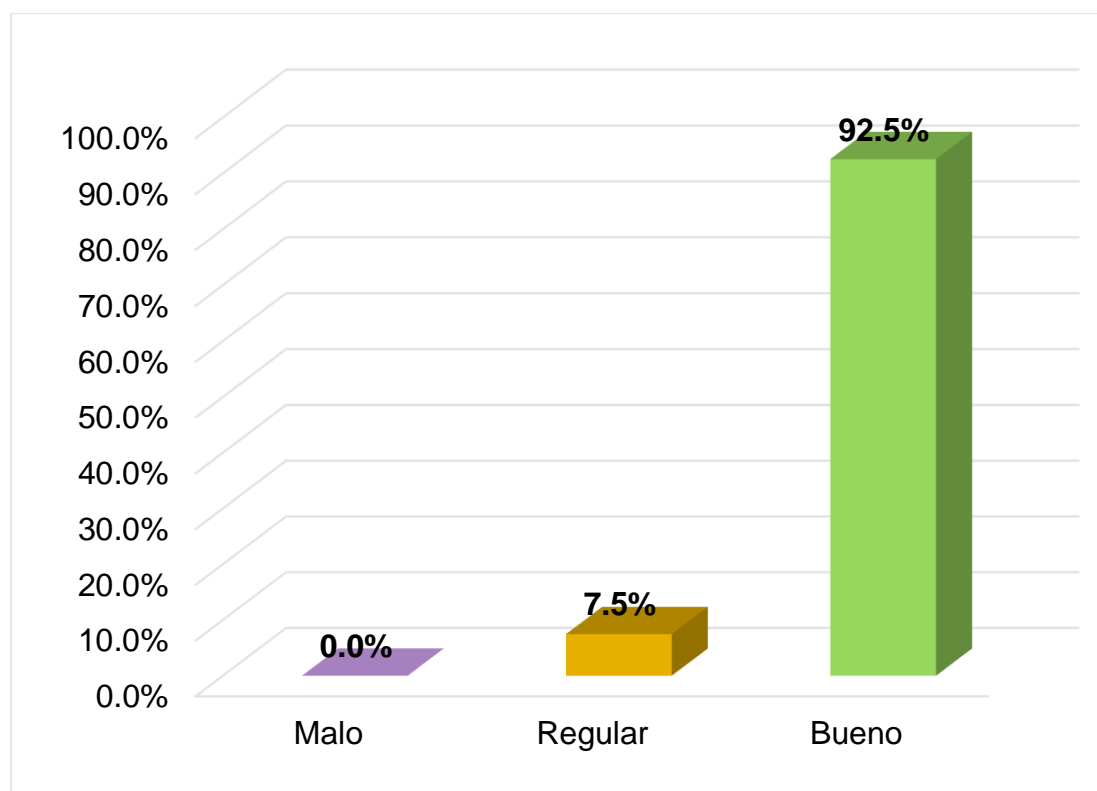
Tabla 9

Niveles de la variable 2: Satisfacción del usuario

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Malo	0	0,0%
Regular	25	7,5%
Bueno	310	92,5%
Total	335	100,0%

Figura 3

Niveles de la variable 2: Satisfacción del usuario



Se evidencia que el 92,5% de los usuarios indicó que tuvo nivel bueno de satisfacción producto de los estudios que lleva en las instituciones educativas de

educación superior de Lima. Le continúa el 7,5% que tuvo indicó que tuvo nivel regular de satisfacción

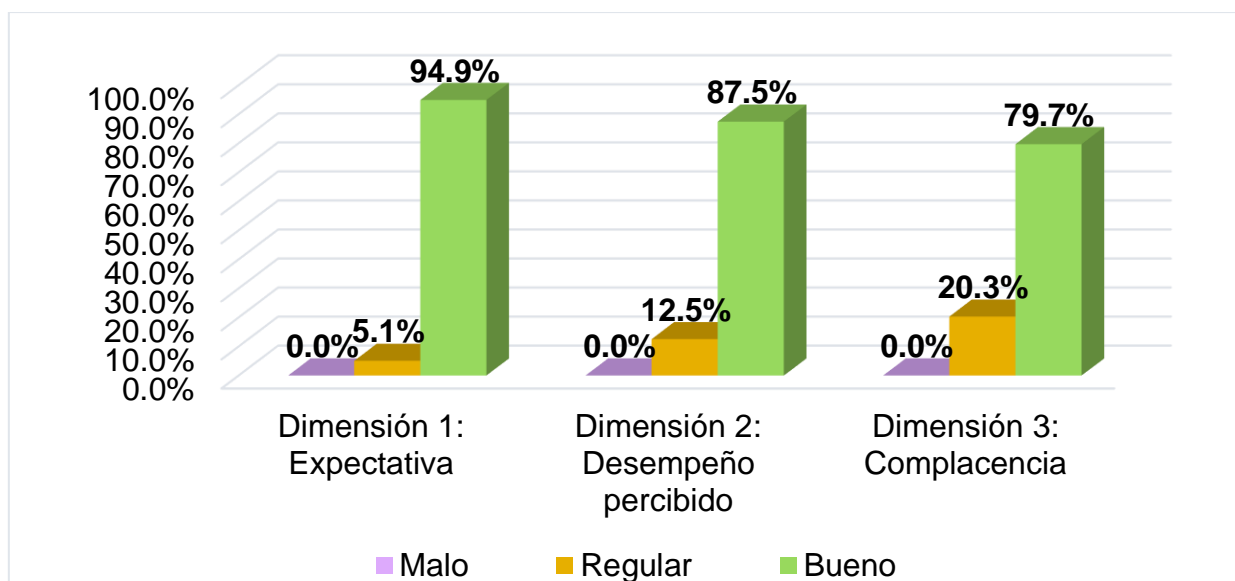
Tabla 10

Niveles de las dimensiones de la variable 2: Satisfacción del usuario

Nivel	Dimensión 1: Expectativa		Dimensión 2: Desempeño percibido		Dimensión 3: Complacencia	
	f	%	f	%	f	%
Malo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Regular	17	5,1%	42	12,5%	68	20,3%
Bueno	318	94,9%	293	87,5%	267	79,7%
Total	335	100,0%	335	100,0%	335	100,0%

Figura 4

Niveles de las dimensiones de la variable 2: Satisfacción del usuario



Se observa que, en lo correspondiente a la dimensión 1, el 94,9% de los usuarios indicó que tuvo nivel bueno de expectativas satisfechas producto de las clases impartidas en las instituciones educativas de educación superior de Lima; seguido por el 5,1% que tuvo nivel regular de expectativas satisfechas. Por otro lado, en lo concerniente a la dimensión 2, el 87,5% de los usuarios indicó que tuvo nivel bueno de percepción del desempeño de las profesionales de las instituciones educativas de educación superior; seguido por el 12,5% que indicó que tuvo nivel regular de percepción del desempeño. Por otro lado, en cuanto a la dimensión 3, 79,7% de los estudiantes tuvo nivel bueno de complacencia por

los servicios proporcionados en las instituciones educativas; seguido por el 20,3% que tuvo nivel regular de complacencia.

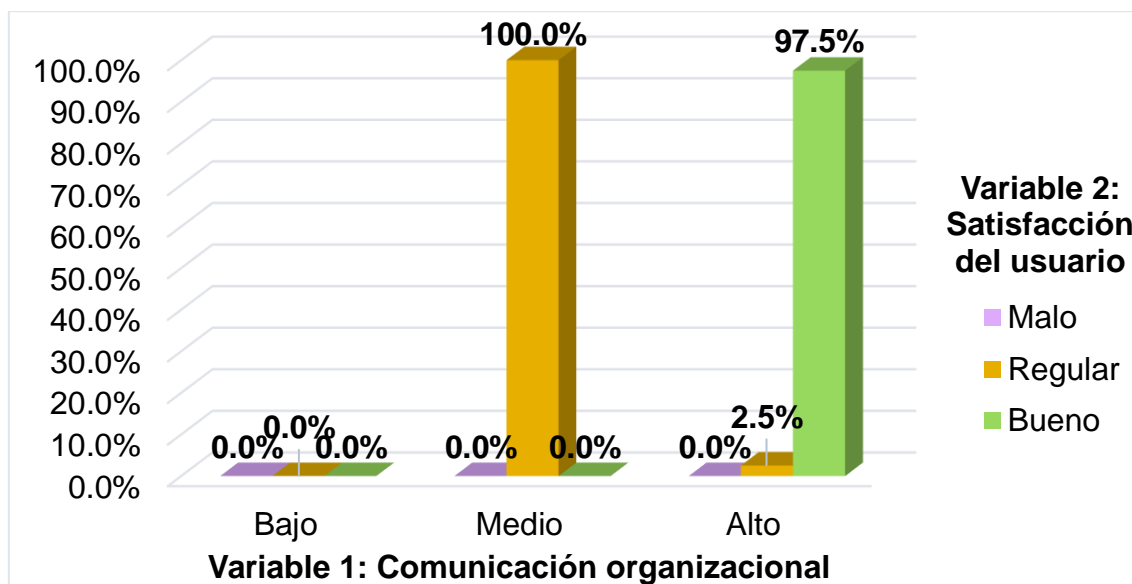
Tabla 11

Cruce entre la variable 1 Comunicación organizacional y la variable 2 Satisfacción del usuario

Variable 1: Comunicación organizacional	Variable 2: Satisfacción del usuario						Total	
	Malo		Regular		Bueno			
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Medio	0	0,0%	17	100,0%	0	0,0%	17	100,0%
Alto	0	0,0%	8	2,5%	310	97,5%	318	100,0%
Total	0	0,0%	25	7,5%	310	92,5%	335	100,0%

Figura 5

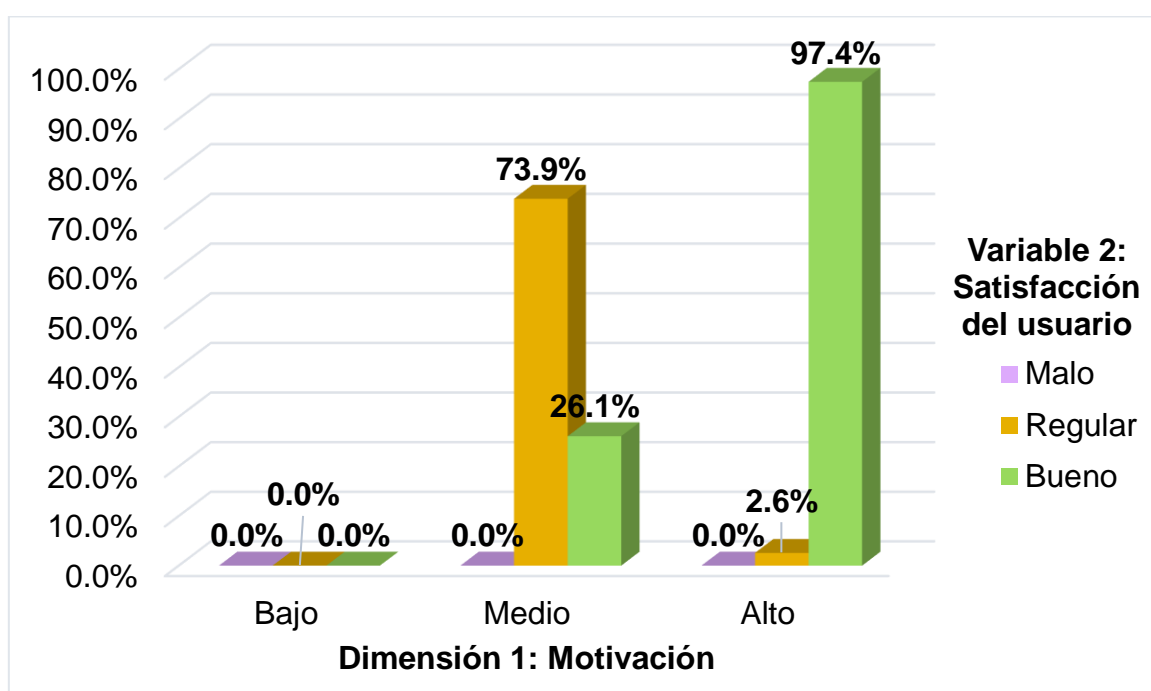
Cruce entre la variable 1 Comunicación organizacional y la variable 2 Satisfacción del usuario



Se aprecia que, el 100% de los usuarios de las instituciones educativas de educación superior de Lima indicó que tuvo nivel medio de comunicación organizacional y también tuvo nivel regular de satisfacción. Por otro lado, del 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel alto de comunicación organizacional, el 97,5% tuvo nivel bueno de satisfacción; seguido por el 2,5% que tuvo nivel regular de satisfacción.

Tabla 12*Cruce entre la dimensión 1 Motivación y la variable 2 Satisfacción del usuario*

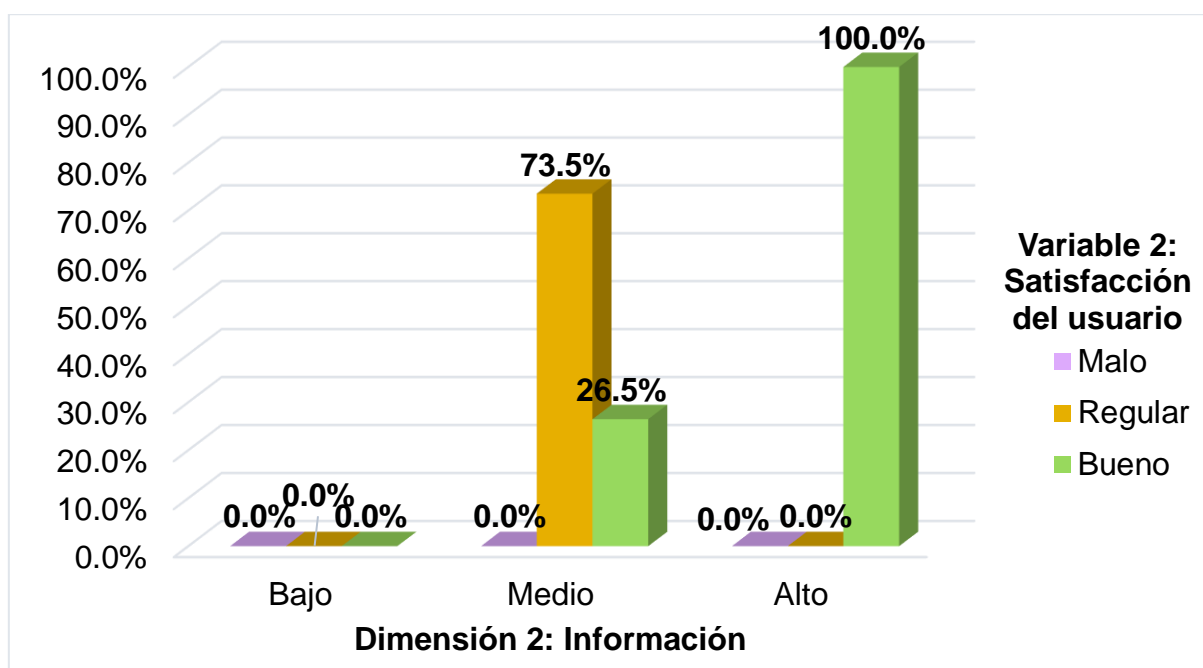
Dimensión 1: Motivación	Variable 2: Satisfacción del usuario						Total	
	Malo		Regular		Bueno		f	%
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Medio	0	0,0%	17	73,9%	6	26,1%	23	100,0%
Alto	0	0,0%	8	2,6%	304	97,4%	312	100,0%
Total	0	0,0%	25	7,5%	310	92,5%	335	100,0%

Figura 6*Cruce entre la dimensión 1 Motivación y la variable 2 Satisfacción del usuario*

Se observa que, del 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel medio de motivación por las clases impartidas, el 73,9% tuvo nivel regular de satisfacción; seguido por el 26,1% que tuvo nivel bueno de satisfacción. Por otro lado, del 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel alto de motivación por las clases s impartidas, el 97,4% tuvo nivel bueno de satisfacción; seguido por el 2,6% que tuvo nivel regular de satisfacción.

Tabla 13*Cruce entre la dimensión 2 Información y la variable 2 Satisfacción del usuario*

Dimensión 2: Información	Variable 2: Satisfacción del usuario						Total	
	Malo		Regular		Bueno		f	%
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Medio	0	0,0%	25	73,5%	9	26,5%	34	100,0%
Alto	0	0,0%	0	0,0%	301	100,0%	301	100,0%
Total	0	0,0%	25	7,5%	310	92,5%	335	100,0%

Figura 7*Cruce entre la dimensión 2 Información y la variable 2 Satisfacción del usuario*

De acuerdo a lo que se evidencia, del 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel medio de información para desarrollar sus estudios en las instituciones educativas de educación superior de Lima, el 73,5% tuvo nivel regular de satisfacción; seguido por el 26,5% que tuvo nivel bueno de satisfacción. Por otro lado, el 100,0% de los usuarios que tuvo nivel alto de información para desarrollar sus estudios también nivel bueno de satisfacción.

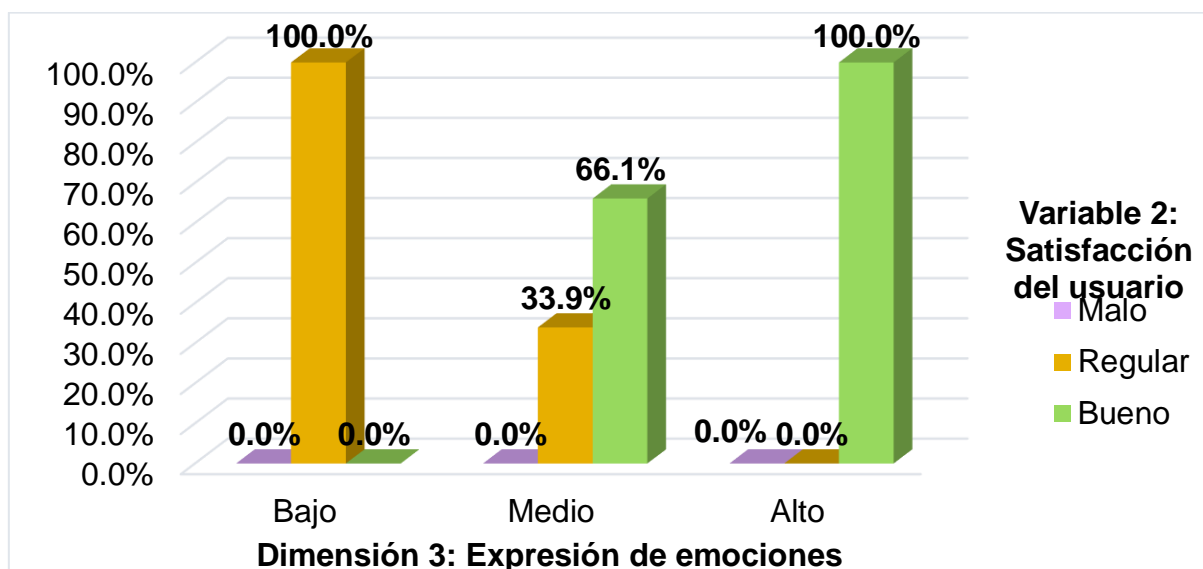
Tabla 14

Cruce entre la dimensión 3 Expresión de emociones y la variable 2 Satisfacción del usuario

Dimensión 3: Expresión de emociones	Variable 2: Satisfacción del usuario						Total	
	Malo		Regular		Bueno			
	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	6	100,0%	0	0,0%	6	100,0%
Medio	0	0,0%	19	33,9%	37	66,1%	56	100,0%
Alto	0	0,0%	0	0,0%	273	100,0%	273	100,0%
Total	0	0,0%	25	7,5%	310	92,5%	335	100,0%

Figura 8

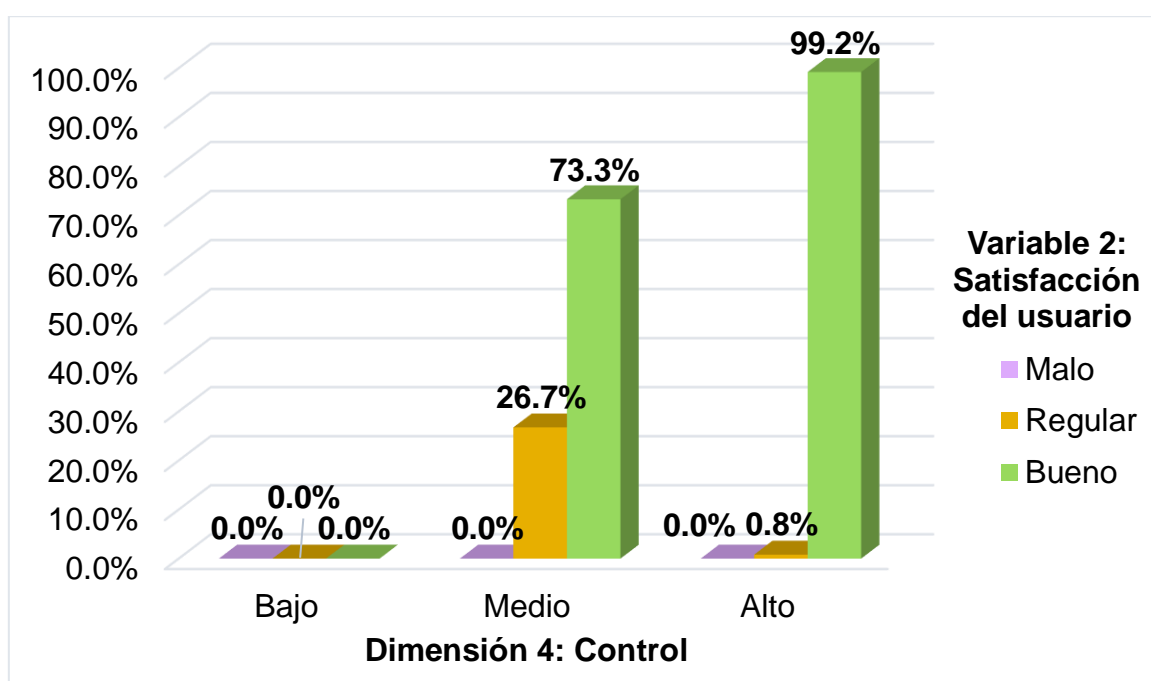
Cruce entre la dimensión 3 Expresión de emociones y la variable 2 Satisfacción del usuario



Se observa que el 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel bajo de expresión de emociones en las instituciones educativas tuvo también nivel regular de satisfacción. Por otro lado, del 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel medio de expresión de emociones, el 66,1% tuvo nivel bueno de satisfacción; seguido por el 33,9% que tuvo nivel regular de satisfacción. Por otro lado, el 100,0% de los estudiantes indicó que tuvo nivel alto de expresión de emociones y también tuvo nivel bueno de satisfacción.

Tabla 15*Cruce entre la dimensión 4 Control y la variable 2 Satisfacción del usuario*

Dimensión 4:	Variable 2: Satisfacción del usuario						Total	
	Malo		Regular		Bueno		f	%
Control	f	%	f	%	f	%	f	%
Bajo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Medio	0	0,0%	23	26,7%	63	73,3%	86	100,0%
Alto	0	0,0%	2	0,8%	247	99,2%	249	100,0%
Total	0	0,0%	25	7,5%	310	92,5%	335	100,0%

Figura 9*Cruce entre la dimensión 4 Control y la variable 2 Satisfacción del usuario*

Se aprecia que del 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel medio de control de sus actitudes y conductas en las instituciones educativas para desarrollar adecuadamente sus estudios, el 73,3% tuvo nivel bueno de satisfacción; seguido por el 26,7% que tuvo nivel regular de satisfacción. Por otro lado, del 100,0% de los usuarios que indicó que tuvo nivel alto de control de sus actitudes y conductas, el 99,2% tuvo nivel bueno de satisfacción, y únicamente el 0,8% tuvo nivel regular de satisfacción.

4.2. Resultados inferenciales

En lo concerniente a los resultados inferenciales, en primer lugar fue preciso utilizar la prueba de Kolmogorov-Smirnov. La cual permite evaluar si hay o no distribución normal. Esta prueba resulta adecuada al tener más de 50 datos (en caso contrario se hubiera aplicado la prueba de Shapiro-Wilk). Asimismo, de hallarse normalidad se aplicaría la prueba de correlación de Pearson. De lo contrario, de no obtenerse normalidad, se aplicaría la prueba de correlación de Spearman. Por su parte, para la evaluación de las pruebas estadísticas se aplicó una confiabilidad del 95% o un nivel de significancia de 0,05.

Tabla 16

Pruebas de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1: Comunicación organizacional	0,177	335	0,000
Dimensión 1: Motivación	0,240	335	0,000
Dimensión 2: Información	0,310	335	0,000
Dimensión 3: Expresión de emociones	0,244	335	0,000
Dimensión 4: Control	0,147	335	0,000
Variable 2: Satisfacción del usuario	0,207	335	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se muestra en la tabla que se dieron significancias inferiores al nivel de 0,05. De manera que ambas variables y las dimensiones de la variable Comunicación organizacional no presentan distribución normal. A raíz de ello es adecuado indicar que se debe aplicar la prueba no paramétrica de Spearman para evaluar si existe relación entre la comunicación organizacional (con sus dimensiones) y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

Hipótesis general

H1. Existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

H0. No existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

Nivel de significancia utilizado

0,05

Tabla 17

Correlación de Spearman entre la variable 1: Comunicación organizacional y la variable 2: Satisfacción del usuario

			Variable 1: Comunicación organizacional	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Variable 1: Comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	0,893**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	335	335
	Variable 2: Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,893**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	335	335

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

Se observa en la tabla que se tuvo una significancia de 0,000 (Sig.<0,05). Por lo cual es apropiado rechazar la hipótesis nula. Asimismo, se permite decir que existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. A su vez, se observa un coeficiente de correlación de 0,893. Esto indica, según Hernández et al (2017), que hubo una correlación positiva y muy fuerte. Es decir, a una mayor comunicación organizacional, la satisfacción del usuario aumenta de manera muy fuerte.

Hipótesis específica 1

H1. Existe relación entre la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

H0. No existe relación entre la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

Nivel de significancia utilizado

0,05

Tabla 18

Correlación de Spearman entre la dimensión 1: Motivación y la variable 2: Satisfacción del usuario

		Dimensión 1: Motivación	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión 1: Motivación	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,826**
		N	335
	Variable 2: Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,826**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	335

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

De acuerdo a la tabla se aprecia que la prueba de Spearman entregó un valor de significancia de 0,000 (Sig.<0,05). Esto quiere decir que se debe rechazar la hipótesis nula; y por tanto es posible indicar que existe relación entre la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. Por otro lado, el coeficiente Rho de Spearman dio un valor de 0,826. El cual se interpreta, de acuerdo a Hernández et al (2017), que hubo una correlación positiva y muy fuerte. En otras palabras, a una mayor motivación para los usuarios, su satisfacción aumenta de manera muy fuerte.

Hipótesis específica 2

H1. Existe relación entre la información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

H0. No existe relación entre la información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

Nivel de significancia utilizado

0,05

Tabla 19

Correlación de Spearman entre la dimensión 2: Información y la variable 2: Satisfacción del usuario

			Dimensión 2: Información	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión 2: Información	Coeficiente de correlación	1,000	0,816**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	335	335
	Variable 2: Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,816**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	335	335

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

Se evidencia en la tabla que se tuvo una significancia de 0,000 (Sig.<0,05). Por lo cual es adecuado rechazar la hipótesis nula. Asimismo, se permite decir que existe relación entre la información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. A su vez, se observa un coeficiente de correlación de 0,816. Esto indica, según Hernández et al (2017), que hubo una correlación positiva y muy fuerte. Es decir, a una mayor información proporcionada, la satisfacción del usuario aumenta de manera muy fuerte.

Hipótesis específica 3

H1. Existe relación entre la expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

H0. No existe relación entre la expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

Nivel de significancia utilizado

0,05

Tabla 20

Correlación de Spearman entre la dimensión 3: Expresión de emociones y la variable 2: Satisfacción del usuario

			Dimensión 3: Expresión de emociones	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión 3: Expresión de emociones	Coeficiente de correlación	1,000	0,855**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	335	335
	Variable 2: Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	335	335

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

Tal como se aprecia en la tabla la prueba de Spearman entregó un valor de significancia de 0,000 (Sig.<0,05). Esto quiere decir que se debe rechazar la hipótesis nula; y por tanto es posible indicar que existe relación entre la expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. Por otro lado, el coeficiente Rho de Spearman dio un valor de 0,855. El cual se interpreta, de acuerdo a Hernández et al (2017), que hubo una correlación positiva y muy fuerte. En otras palabras, a mayores facilidades para que los usuarios puedan expresar sus emociones adecuadamente, su satisfacción aumenta de manera muy fuerte.

Hipótesis específica 4

H1. Existe relación entre el control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

H0. No existe relación entre el control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022.

Nivel de significancia utilizado

0,05

Tabla 21

Correlación de Spearman entre la dimensión 4: Control y la variable 2: Satisfacción del usuario

			Dimensión 4: Control	Variable 2: Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión 4: Control	Coeficiente de correlación	1,000	0,713**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	335	335
	Variable 2: Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0,713**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	335	335

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

Se aprecia en la tabla que se tuvo una significancia de 0,000 (Sig.<0,05). Por lo cual es apropiado rechazar la hipótesis nula. Asimismo, se permite decir que existe relación entre el control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. A su vez, se observa un coeficiente de correlación de 0,713. Esto indica, según Hernández et al (2017), que hubo una correlación positiva y considerable. Es decir, a un mejor manejo del control para desarrollar las actitudes y conductas de los usuarios, su satisfacción aumenta de manera considerable.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general del presente proceso investigativo consiste en determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, lo cual se cumple mediante la obtención de la información aportada por la muestra, la cual manifiesta una alta significancia en este sentido, denotándose entonces, que tal relación existe realmente y se manifiesta de forma contundente.

Respecto al primer objetivo específico de la investigación, se indica que los resultados descriptivos obtenidos, reflejan que en un gran porcentaje, los estudiantes consultados poseen una un alto nivel de motivación como consecuencia de la educación impartida en las instituciones educativas de educación superior de Lima; lo que determina un grado vinculatorio alto entre esa motivación y la satisfacción correspondiente.

En cuanto al segundo objetivo específico, se indica que los resultados obtenidos reflejan que un gran porcentaje de la muestra cataloga en un nivel alto la información para el desarrollo de sus estudios, cuestión que a su vez, se desprende del proceso educativo desarrollado en las referidas instituciones.

Respecto al tercer objetivo específico, los resultados obtenidos expresan que la muestra considera que existe un alto nivel referido a las condiciones y estímulos para la expresión emocional, generándoles esto, un alto nivel de satisfacción en torno a las mencionadas casas de estudio.

En torno al cuarto objetivo específico, los resultados obtenidos dejaron ver que la muestra abordada alude que el control se encuentra en un nivel alto, lo cual permite inferir que existe a la vez una satisfacción de los estudiantes en cuanto a las universidades en las que desarrollan su formación profesional.

En cuanto a las hipótesis planteadas, la primera de estas, expresa que existe relación entre la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, en este particular, los datos obtenidos en el proceso de recolección de información, determinó que la misma se afirma, significando esto que en la medida en que la motivación de los usuarios es mayor, también se incrementa su satisfacción.

La segunda hipótesis plantea que la información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, cuestión que queda confirmada, teniendo en cuenta los datos resultantes de la recolección de información, lo cual apunta a que cuando existe un amplio nivel de información por parte del usuario, a su vez habrá un mayor nivel de satisfacción en el mismo

La tercera hipótesis plantea que existe relación entre la expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. Este hecho queda por demás comprobado al examinar los resultados obtenidos del abordaje efectuado a la muestra, los cuales permiten inferir que cuando las condiciones son factibles para que los usuarios expresen sus emociones, su nivel de satisfacción tiende a incrementarse.

La cuarta hipótesis plantea que existe una relación entre el control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022. En este sentido los datos logrados en función de la muestra seleccionada confirman esta noción de forma categórica, implicando esto, que cuando existen condiciones propicias para el control en el desarrollo de las actitudes y conductas de los usuarios, la satisfacción de estos se potencia considerablemente.

Tal como indicaron los resultados emanados del recojo y procesamiento de la información correspondiente, existe una relación directa y significativa entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, esto se corresponde con los resultados esgrimidos en los trabajos de Piedra (2020), Yauri (2018), Vasco (2021) y Syakur et al. (2020), respectivamente, quienes hacen alusión precisamente a la comunicación como un factor que puede potenciar no solo aspectos relativos al equilibrio organizacional, sino también, una proyección favorable a los usuarios dependientes de los servicios prestados, cuestión que a la larga se traduce en un ciclo favorable de avance y manifestación genuina de calidad.

En ese sentido, la comunicación como elemento implícito en la gestión de cualquier organización, siempre debe ser un aspecto en el que debe invertirse tiempo y esfuerzo, pues de su equilibrio, dependerá en gran medida el equilibrio

del sistema en sí. Hoy en día, no puede entenderse este proceso como un simple intercambio de información entre individuos que comparten una tarea determinada, muy por el contrario, debe concebirse como un proceso vital en el cual la información va a generar significados compartidos, metas comunes, confrontación y consenso, aclaratorias, redefinición de propósitos, evaluación, retroalimentación y un sinnúmero de elementos que definitivamente impactaran en el acontecer de la empresa y de quienes la conforman.

Por su parte, trabajos como los de Ore y Hoces (2022), González (2018), Estrada y Gallegos (2020), Bendezu (2020), y Pedraza (2020), coinciden igualmente con los resultados obtenidos en el presente estudio, determinando que la educación llevada a cabo en las universidades, puede ser considerado como un servicio integral, en el cual, se toman en cuenta los aspectos referidos al proceso de enseñanza aprendizaje, pero también y con un rol determinante, la organización que presente el centro de estudio a razón de la plana docente, el clima organizacional, las gestiones administrativas y la conducción del talento humano, significando todo esto, una estructura sobre la cual se podrán proyectar los alcances verdaderos que tendrá la institución en función de los objetivos que se ha trazado como tal.

Asimismo, las universidades, como todos los entornos de tipo institucional, se caracterizan por poseer normativas a las cuales deben ajustarse los actores que le componen garantizando con esto, tanto el respaldo como la legitimidad correspondiente. En este marco, se hace esencial entender que las reglas bien direccionadas dan como resultado una organización firme, consistente en sus decisiones y metas bien planteadas, lo cual es sumamente positivo, pero no deja de ser igualmente complejo. Entonces, superar esta complejidad y brindar un servicio de calidad en todo sentido, debe ser el norte esencial de toda casa de estudios superiores, ya que, esto es lo único que puede asegurar que su dinámica este acorde con los requerimientos del presente y del futuro inmediato.

Igualmente, Chen et al. (2020) y los resultados del estudio desarrollado acá, guardan una estrecha relación, tomando en cuenta que la accesibilidad a la información en cualquiera de sus formas niveles u objetivos, constituye un importante estimulante en la satisfacción del personal que forma parte de las instituciones educativas, así como de los usuarios o estudiantes pertenecientes

a las mismas, y es que en la llamada “Era de la Información”, esta representa una pieza clave en la estructura general de las organizaciones y sus respectivas tareas o funciones.

Ahora bien, la sociedad moderna posee cada vez más apoyo de la capacidad de innovar que presenten los elementos que le componen y muy en particular de las universidades, pues de esta y de sus respectivas investigaciones, dependerá el desarrollo del saber y la ampliación del conocimiento científico. La trascendencia de la universidad en la sociedad tiene una amplia justificación, por lo que su gestión efectiva, el volumen y asertividad de los recursos empleados en su funcionamiento y la complejidad de los ciclos decisivos, hacen indispensable una gestión de suma eficacia, basada indiscutiblemente en mecanismos informativos acordes a las necesidades cada vez más demandantes del mundo actual.

Tal como quedó en evidencia, la motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior de Lima-2022 son dos elementos que poseen una relación sólida y significativa. En este sentido, la teoría expresada por Alsina (2018), refiere un interesante respaldo, ya que, en la misma, se plantea la multiplicidad de paradigmas que prevalecen en la comunicación organizacional y como estos pueden contribuir en la ampliación de su efectividad en varios sentidos, incluidos los referentes a la satisfacción de las personas que forman parte activa de los procesos.

En este contexto particular, es de suma importancia la utilización de diversos medios que acerquen a la organización a los públicos que aspira, garantizando con ello, por lo menos en cierta medida, coherencia y la expresión de factores sinérgicos de orden sistémico. De esta forma, y atendiendo a los requerimientos de esta era, es imprescindible que las organizaciones y en especial las que se vinculan al ámbito educativo, por albergar grandes masas de población, consideren establecer un mayor uso de recursos tecnológicos de vanguardia, procurando con ello, un puente de acceso directo a la cotidianidad del presente y sus respectivos actores.

Por otra parte, el postulado teórico señalado, menciona también aspectos como el equilibrio interno de la comunicación organizacional, lo cual, se refiere particularmente a la conciliación de las expectativas de la alta gerencia con los funcionarios directamente encargados de los procesos, en aras de brindar una

atención uniforme, enmarcada en criterios de calidad y sintonizada con indicadores plenamente consensuados, en los cuales se adviertan fines comunes, sin menoscabo de particularidades y de situaciones que requieran un trato eventual o específico (Alsina, 2018).

Asimismo, la información debe ser una misma en los diferentes niveles de la organización, esto garantiza de algún modo, que no existan vacíos comunicativos, que la organización apunte a directrices claras y que los resultados obtenidos no sean producto de la casualidad, sino de un tratamiento efectivo de los parámetros comunicacionales implícitos en cada una de las funciones desarrolladas en el ámbito interno, solo de esta manera se lograra una administración eficiente y un camino fundamentado y orientado a calar verdaderamente en el público que forma parte de su razón de ser.

Por su parte, las teorías reseñadas por Mago (2018), que cita a Maslow, Campira (2021), que menciona a Vroom, y Terrazas (2020) en alusión a Herzberg, coinciden en manifestar que las necesidades de las personas se manifiestan de una forma infinita, mientras que los recursos para atender o cubrir estas necesidades tienden a ser escasos, razón por la cual se deben establecer mecanismos para obtener y gestionar eficientemente estos recursos y con ello aspirar a un orden mínimo de satisfacción de necesidades.

En este sentido, los usuarios de los sistemas educativos universitarios de Lima, poseen un conjunto de necesidades que serán solo cubiertas, en la medida en que las instituciones referidas amplíen o en todo caso, afinen sus aspectos comunicativos tanto internos como externos, abarcando elementos como la información, la expresión de emociones y el control, que en definitiva dimensionan en una manera lógica el ámbito de la comunicación.

Las mencionadas teorías enfatizan además que la satisfacción de las personas o en este caso de los usuarios estará determinada por la capacidad en que las organizaciones creen sistemas informativos oportunos y adaptados a las necesidades siempre dinámicas de las personas. La satisfacción es un resultado que el sistema aspira obtener y para ello busca que dependa bien de los servicios prestados, como de los valores y expectativas de los propios usuarios, además de considerarse otros factores, como el tiempo invertido, el desempeño del personal y la calidad demostrada en cada tarea.

En síntesis, la satisfacción del usuario no corresponde a un simple

indicador del rendimiento, más bien se trata de un indicador de calidad de funcionamiento y de esta forma puede declararse entonces que las universidades abordadas en esta investigación por medio de sus respectivos usuarios, poseen actualmente, índices favorables en cuanto a la calidad de los servicios prestados y esto no es mera coincidencia, se trata por el contrario de un trabajo orientado por una gestión eficaz que tiende a la adaptación a los nuevos entornos, por medio de la adopción de pautas cada vez más aferradas al acontecer tecnológico y a la comunicación como pieza fundamental del clima organizacional (Martínez, 2020; Andrade et al., 2021).

Teóricamente hablando, la investigación desarrollada y sus correspondientes resultados, significó una posibilidad de cuantiosa valía para lograr una representación diáfana del estado del arte correspondiente a la comunicación organizacional y a la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, como variables esenciales del estudio en cuestión. Esta representación se constituyó a la vez como una sólida plataforma, que posibilitó el hecho de mirar el fenómeno de forma objetiva, consistente y con un marco referencial ampliamente enriquecedor desde todo punto de vista.

En la óptica práctica, se tiene que el estudio representó formulado representa un inciso absolutamente productivo, especialmente para las autoridades de las universidades y el personal que les conforma, puesto que, el conocer la realidad que les circunda y los elementos fundamentales de esta, influirán de una manera favorable en las decisiones que pretendan tomarse en cuanto a las mejoras que puedan efectuarse para fortalecer la atención a los usuarios, careciendo estas de superficialidad o improvisación y más bien haciendo gala de validez y contextualización plena. Finalmente, y en cuanto a lo metodológico, se admite una favorable implicación de la investigación en término reciente, debido a que se precisaron las variables involucradas en profundidad, pero también se logró el establecimiento de los factores relacionales entre ambas, siendo estos directos y significativos, según se preveía en las hipótesis y objetivos trazados inicialmente. Ante la propiedad y contundencia de estos hallazgos, se proyecta igualmente que la investigación, puede y debe servir como una orientación concisa para otras investigaciones que sobre esta temática puedan efectuarse en lo sucesivo.

Conviene declarar que el estudio desarrollado, no encontró más limitaciones que las propias de los procesos investigativos de gran envergadura, tales como, el siempre apremiante factor temporal o las dificultades para concretar la información según las metas previstas. Sin embargo, las mismas fueron plenamente superadas y el trabajo alcanzó término efectivo.

VI. CONCLUSIONES

PRIMERA: En cumplimiento del objetivo general, se concluye que existe relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, conforme al valor de significancia 0,000 y $Rho = 0,893$. Con ello, se demuestra la hipótesis.

SEGUNDA: En cumplimiento del objetivo específico 1, se concluye que existe relación entre la dimensión motivación y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, conforme al valor de significancia 0,000 y $Rho = 0,826$. Con ello, se demuestra la hipótesis.

TERCERA: En cumplimiento del objetivo específico 2, se concluye que existe relación entre la dimensión información y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, conforme al valor de significancia 0,000 y $Rho = 0,816$. Con ello, se demuestra la hipótesis.

CUARTA: En cumplimiento del objetivo específico 3, se concluye que existe relación entre la dimensión expresión de emociones y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, conforme al valor de significancia 0,000 y $Rho = 0,855$. Con ello, se demuestra la hipótesis.

QUINTA: En cumplimiento del objetivo específico 4, se concluye que existe relación entre la dimensión control y la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022, conforme al valor de significancia 0,000 y $Rho = 0,713$. Con ello, se demuestra la hipótesis.

VII. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda que se realicen capacitaciones y evaluaciones para mejorar las relaciones interpersonales en los usuarios, se advierta la comunicación organizacional en la institución educativa a fin de lograr una mejor satisfacción del usuario.

SEGUNDA: Se recomienda a los futuros investigadores realizar indagaciones para evaluar la comunicación organizacional en las instituciones educativas del nivel superior por las implicancias que trae.

TERCERA: Se recomienda a los directores de las instituciones educativas de educación superior evaluar los niveles de comunicación organizacional a fin de conocer las percepciones de sus estudiantes y también a nivel interno en los trabajadores.

CUARTA: Se recomienda a los directores de las instituciones educativas de educación superior evaluar los niveles de satisfacción del usuario para que se conozcan las percepciones de sus estudiantes y se mejore la calidad de servicio con la cual se asegure la fidelización de estos clientes y se conserve la rentabilidad de la empresa educativa.

REFERENCIAS

- Alonso, C. (2017). *Obtención de información de trascendencia tributaria del contribuyente*. Editorial Elearning, S.L.
<https://books.google.com.pe/books?id=C19WDwAAQBAJ&pg=PA287&dq=comunicacion+organizacional+ascendente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwia-7Sz4cb3AhXvBrkGHTyPBY4Q6AF6BAglEAI#v=onepage&q=comunicacion%20organizacional%20ascendente&f=false>
- Alsina, M. (2018). *Teorías de la comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*. Universitat de València, 2018 M11 20.
<https://books.google.com.pe/books?id=Oep6DwAAQBAJ&pg=PA161&dq=comunicacion+organizacional+teorias&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjNu9yo6Mb3AhV0ALkGHSwNDNUQ6AF6BAggJEAI#v=onepage&q=comunicacion%20organizacional%20teorias&f=false>
- Alvarado, M. (2015). Factores de Impacto para la Satisfacción de Estudiantes en Carreras Profesionales en Proceso de Autoevaluación. *Investigación y Amazonía* 5 (1 y 2), 30-36
<http://45.5.58.104/index.php/revia/article/viewFile/55/42>
- Andrade, M., Ribeiro. F. A., & Coelho. T. (2020). Strategy or Legitimacy? Analysis of the Role of Institutional Development Plans in Brazilian Universities. *BBR. Brazilian Business Review*, 17, (1), 66-96.
<https://www.redalyc.org/journal/1230/123062398004/>
- Avramkova, I. S., Anufrieva. N. I., Vladlenovich, A. & Kamyansets, A. (2021). Monitoring studies of university graduates' satisfaction with the quality of education: the main approaches. *Revista on line de Política e Gestão Educacional*, 25 (Esp. 1), 638-653.
<https://www.redalyc.org/journal/6377/637767290026/>
- Barakhsanov, V.P., Gotovtseva, O.G., & Danilova, A. I. (2021). Development of Distant Online Learning in Universities of Yakutia during the Covid-19 Pandemic. *Revista on line de Política e Gestão Educacional*, 25, (2), pp. 1071-1083. <https://www.redalyc.org/journal/6377/637769126003/>
- Bendezú P., Karen I. (2020). *Gestión del talento humano y la satisfacción*

- laboral de los trabajadores de una institución educativa privada*. Rev. Investigación Valdizana, vol. 14, núm. 1, pp. 22-28, 2020.
<https://www.redalyc.org/journal/5860/586062237004/>
- Bucheli, V. A. (2019). Towards an Analysis of Efficiency in Research, The Case of Colombian Universities. *Ingeniería y competitividad*, 21, (2), 8048.
<https://www.redalyc.org/journal/2913/291362343003/>
- Campira, F.P., Silva, L., & Araújo, A.M. (2021). Academic satisfaction: a qualitative study with university students from Mozambique. *Educação & Formação*, 6, (3), e4913.
<https://www.redalyc.org/journal/5858/585868284005/>
- Castro, A. (2017). *Manual práctico de Comunicación Organizacional*. Editorial Verbum.
https://books.google.com.pe/books?id=1PRDDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicacion+organizacional&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjC4bSO_8X3AhVSILkGHV9IBvMQ6AF6BAgJEAl#v=onepage&q&f=false
- 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*, 8 (3).
<https://doi.org/10.3390/healthcare8030200>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. (3ra. Ed.). McGraw-Hill.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>
- Choque, R. (2021). Calidad educativa y satisfacción del estudiante en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Adventista de Bolivia. *Revista Boliviana de Educación*, 3 (4).
<https://revistarebe.org/index.php/rebe/article/view/285>
- Dalongaro, R. C. (2014). La satisfacción del cliente con el supermercado en áreas frontera. *Ciencias Administrativas*, (4), 35-49.
<https://www.redalyc.org/pdf/5116/511651380005.pdf>
- Coello, J. (2019). Análisis de la percepción y satisfacción del cliente de una empresa pública ecuatoriana. *Revista ESPACIOS*, 40 (32).
<http://www.revistaespacios.com/a19v40n32/19403228.html>
- Dávila, M. (2019). Work-life balance practices and organizational commitment

- of academics at a Chilean University. *Revista Academia & Negocios*, 4(2), 13-22.
<https://www.redalyc.org/journal/5608/560859050005/>
- Díaz, S. y Guzmán, C. (2020). *Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional*. Editorial Universitaria (Cuba).
https://books.google.com.pe/books?id=6V74DwAAQBAJ&dq=comunicacion+organizacional+concepto&source=gbs_navlinks_s
- Escobedo, F. (2020). Clima organizacional y la satisfacción de los docentes en las MYPES del sector educación Tumbes. *ECA Sinergia*, 11 (3).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8226602>
- Estrada A. Edwin G. y Gallegos R. Néstor A. (2021). *Satisfacción laboral y compromiso organizacional en docentes de la Amazonía peruana*. *Revista Educação & Formação*, vol. 6, núm. 1, 2021.
<https://www.redalyc.org/journal/5858/585865900006/>
- Fernández-Oliva D, RevillaVelásquez M, Kolevic-Roca L, CabrejosCastilla I, Muchaypiña-Gallegos I, Sayas-Avilés I, Chávez-Conde L, Mamani-Urrutia V. Clima organizacional y satisfacción del usuario externo en los servicios de hospitalización del Instituto Nacional de Salud del Niño, 2017. *An Fac med*. 2019; 80 (2): 188-92. [https:// 10.15381/anales.802.15745](https://10.15381/anales.802.15745)
- García, D., Londoño Bolívar, C., & Ortiz Pérez, L. (2016). Factores internos y externos que inciden en la motivación laboral. *Revista Psyconex*, 8 (12), 1-9.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/326981/20784207>
- George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by Step: A simple guide and reference*. 11.0. (4ta ed.). Boston, Allyn y Bacon.
- González, S. (2018). *Satisfacción Laboral y Clima Organizacional en Docentes Universitarios Colombianos*. Año 34, Especial No.18 (2018): 797-826
 ISSN 1012-1587/ISSNe: 2477-9385.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8369871>
- Gosso, F. (2010). *Hiper satisfacción del cliente*. Panorama.
- Guerrero Bejarano, M. A., Parra Suárez, R. J., & Arce Vera, M. F. (2018). La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *INNOVA Research Journal*, 3 (8), 140-146.

<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.879>

- Hernández, R., Fernández, C., & Bautista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (5ta. ed.). McGraw-Hill.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGrawHillEducation.
- Katz D., & Kahn, R. (1999). *Psicología social de las organizaciones*. Trillas.
- Kotler, K. (2012). *Dirección de marketing*. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. (11ma. Ed.). https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Kusumawati, A., Wusko, A. U. & Suharyono, A. (2021). Relational Benefits on Customer Satisfaction: Sharia Empirical Study in Indonesia. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 26, (Esp. 1), 312-320. <https://www.redalyc.org/journal/279/27966119030/>
- Leite Braga, C., S.E., Arruda S.E. y Barreira Forte, S.A. (2021). Organizational Assessment Methodology of Corporate Universities. *Revista de Administração da UFSM*, 13, (4), 709-727. <https://www.redalyc.org/journal/2734/273467419003/>
- Lizote, S. A., Silva, C. & Cavalheiro C. C. (2019). Perceived Organizational Factor, Internal Marketing and Organizational Commitment in University Teachers. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 13, (2), 88-107. <https://www.redalyc.org/journal/4417/441759687007/>
- Mago, M. (2018). *Manual. Habilidades de venta (COMT053PO). Especialidades formativas*. Editorial CEP, 2018 M02 9. https://books.google.com.pe/books?id=JUxMDwAAQBAJ&dq=teorias++satisfacci%C3%B3n+del+cliente&source=gbs_navlinks_s
- Manrique, K. A. (2015). *La comunicación organizacional: elemento fundamental para el éxito de una institución de Educación Superior*. *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, (23), 10-15.
- Manjarrez, N. N. (2020). La motivación en el desempeño laboral de los empleados hoteleros en el Cantón Quevedo, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 11 (5), 359-365. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-359.pdf>
- Martínez, J. (2020). *Trabajo de campo en la investigación comercial*. Ediciones

- Paraninfo, S.A.
https://books.google.com.pe/books?id=rR_gDwAAQBAJ&dq=teoria+mas+low+++satisfacci%C3%B3n+del+cliente&source=gbs_navlinks_s
- Mohammadisadr, M., Siadat, S. A., & Hoveida, R. (2018). Identification and validation of coaching skill components among faculty members of universities. *Educação e Pesquisa*, 44, e185441.
<https://www.redalyc.org/journal/298/29858802128/>
- Nájera, O y Sánchez, G. (2020). La comunicación organizacional y los ambientes laborales en la actualidad. Acercamientos y variaciones. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 39.
<https://ric.iberomx/index.php/ric/article/view/129>
- Núñez, L.I. y Juárez, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 7 (1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6457295>
- Oré R. Juan J.; Hoces L. Zeida P. (2022). *Gestión pedagógica y satisfacción de los usuarios en la Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Huancavelica*. Horizonte de la Ciencia, vol. 12, núm. 22, pp. 171-188, 2022. <https://www.redalyc.org/journal/5709/570969250013/>
- Papic Domínguez, Katia. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10 (1), http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S1688-93042019000100063&script=sci_arttext
- Parra Fernández, M., Visbal Franco, O., Duran, S., & Badde, G. (2019). Calidad de la comunicación y actitud de los empleados ante procesos de cambio organizacional. *Interdisciplinaria*, 36 (1), 155-170.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-70272019000100011&lng=es&tlng=es
- Pedraza M, Norma A. (2020). *Satisfacción laboral y compromiso organizacional del capital humano en el desempeño en instituciones de educación superior*. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. Vol. 10, Núm. 20 Enero - Junio 2020, e051.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v10n20/2007-7467-ride-10-20->

e005.pdf.

- Pereyra, L. (2020). *Capacitación en administración IV (módulo I)*. Editorial Klik, 2020 M01 1.
<https://books.google.com.pe/books?id=YNg9EAAAQBAJ&pg=PA20&dq=comunicacion+organizacional+descendente&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj8pPrW4sb3AhX-HrkGHbsxA5AQ6AF6BAgJEAl#v=onepage&q=comunicacion%20organizacional%20descendente&f=false>
- Piedra A., María G. (2020). *Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana*. Tesis de Posgrado Universidad Ricardo Palma.
http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/3541/M-COMP-T030_41117346_M%20%20%20PIEDRA%20AMAYA%20MARITZA%20GRACIELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Real Academia de la Lengua Española (2021). Satisfacción. Consultado el 23 de abril de 2022 en <https://dle.rae.es/satisfacci%C3%B3n>
- Robbins, S., & Judge. (2013). *Fundamentos de la administración: conceptos esenciales y aplicaciones*.
- Shana, Z., Alwaely, S. y Lahiani, H. (2020). University and community: A plan for communication. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25 (Esp. 2), 303-311. <https://www.redalyc.org/journal/279/27963185031/>
- Syakur, A., Budi, T., Wike, A. & Ahmadi, R. (2020). *Sustainability of Communication, Organizational Culture, Cooperation, Trust and Leadership Style for Lecturer Commitments in Higher Education*. Budapest International Research and Critics Institute Journal. Vol 3, No 2 (2020). DOI: <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.980>.
- Terrazas Argote, Brenda J., & Almeida Cardona, Rodrigo. (2020). Análisis de los principales indicadores de satisfacción estudiantil en la calidad de vida universitaria en las universidades privadas. *Revista Perspectivas*, (45), 7-32.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000100002&lng=es&tlng=es
- Urbiola Solís, A., & Levin Kosberg, S. (2018). Una propuesta para el estudio de

la comunicación organizacional y la construcción de significados desde lo procesual y simbólico. *Administración y organizaciones*, 21(40), 51-72.

Recuperado a partir de

<https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/18>

Valderrama, S. y Jaimes, C. (2019). *El desarrollo de la tesis descriptiva-comparativa, correlacional y cuasiexperimental*. Editorial San Marcos.

Vasco V., Jorge A. (2021). *El análisis del clima organizacional y su relación en la satisfacción laboral del personal administrativo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Tesis de Posgrado Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3231/1/77390.pdf>

Vieira, G. & Gonçalves, G. (2018). Organizational Culture, Internal Marketing, and Perceived Organizational Support in Portuguese Higher Education Institutions. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 34 (1), 38-41.

<https://www.redalyc.org/journal/2313/231355465005/>

Yauri, S., Oswaldo, M. (2018). *Comunicación interna y satisfacción del usuario interno en una universidad de Lima*. Tesis de Posgrado. Universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/16980>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
Comunicación organizacional	La comunicación es un proceso por el cual los seres humanos tienen la capacidad de realizar intercambios al interior de sus empresas u organizaciones. En consecuencia, es un proceso fundamental para el desarrollo y la adecuada gestión institucional (Chiavenato, 2009).	La variable comunicación organizacional será analizada a través de sus dimensiones, cuyos ítems en escala ordinal de 5 valores aparecerán en un cuestionario.	Motivación	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	Ordinal Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Niveles: Alto Medio Bajo
			Información	9, 10, 11, 12, 13		
			Expresión de emociones	14, 15, 16, 17, 18		
			Control	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25		
Satisfacción del usuario	La satisfacción del usuario se relaciona con el buen servicio al cliente, esto es, tener conocimiento de lo que busca el cliente y cuáles son sus necesidades. Otro aspecto son el compromiso reflejado en el desempeño mostrado al cliente, así como la confianza y la buena atención reflejada en complacer a otros (Kotler, 2000, citado por Dalongaro, 2014).	La variable satisfacción del usuario será analizada a través de sus dimensiones, cuyos ítems en escala ordinal de 5 valores aparecerán en un cuestionario.	Expectativa	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	Ordinal Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Niveles: Bueno Regular Malo
			Desempeño percibido	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18		
			Complacencia	19, 20, 21, 22		

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

INSTRUCCIONES:

Estimado participante, en el siguiente cuestionario, encontrará un listado de preguntas sobre comunicación organizacional e las instituciones educativas de nivel superior. Por ello, solicitamos su participación. Usted indicará su opinión mediante el marcado de una X en una de las opciones sugeridas.

La escala de valoración es la siguiente:

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

N.º	VARIABLE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	VALORES				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: MOTIVACIÓN		1	2	3	4	5
1	La institución educativa hace esfuerzos por mejorar la comunicación entre todos los estudiantes.					
2	Cuando te sientes motivado colaboras en el mejoramiento de la comunicación con los profesores y personal en general.					
3	Si hay una comunicación adecuada por los profesores y el personal, sientes mayor motivación y procuras mejorar tu comportamiento.					
4	La institución educativa te motiva adecuadamente para que mejores tu conducta según lo establecido en las normas del estudiante.					
5	Las actividades que realizas como estudiante están relacionadas directamente con las metas de la institución educativa.					
6	Cuando tienes mayor motivación expresas mejor tus inquietudes y dudas a los profesores y personal de la institución educativa.					
7	La motivación que te brinda la institución educativa está relacionada con sus objetivos como organización.					
8	Los estudiantes tienen la facilidad de intercambiar información con los profesores y el personal de la institución educativa.					
DIMENSIÓN 2: INFORMACIÓN		1	2	3	4	5
9	La comunicación entre estudiantes y profesores y/o personal de la institución educativa permite transmitir información rápidamente.					
10	La información que tienes como estudiante te ayuda a tomar decisiones coherentes dentro de la institución educativa.					
11	Como estudiante consideras que la institución educativa superior te brinda una comunicación oportuna.					
12	La información que te facilitan los profesores y el personal de la institución te ayuda a elegir alternativas de forma eficiente y rápida.					
13	Los profesores y el personal de la institución te proporcionan información suficiente para dar solución a cualquier inconveniente.					
DIMENSIÓN 3: EXPRESIÓN DE EMOCIONES		1	2	3	4	5

14	La institución educativa valora ampliamente mis sentimientos y emociones en cualquier circunstancia.					
15	Como estudiante, demuestro, por medio de mis expresiones, los sentimientos que tengo hacia la institución educativa.					
16	La institución educativa toma en consideración el sentimiento de satisfacción que poseo como estudiante.					
17	Expreso regularmente la satisfacción que tengo de estudiar en la institución educativa a los profesores y personal.					
18	Las actividades complementarias o extracurriculares que desarrolla la institución educativa mejoran mi satisfacción.					
DIMENSIÓN 4: CONTROL		1	2	3	4	5
19	La normativa actual de la institución educativa favorece la comunicación entre los estudiantes, profesores y personal.					
20	La institución educativa superior me comunica las normas de comunicación para controlar mis actitudes y conductas.					
21	Los procesos que desarrolla la institución educativa son positivos para la comunicación entre estudiantes, docentes y personal.					
22	El trato de los profesores y el personal es importante para mejorar el control de los estudiantes en la institución educativa.					
23	El comportamiento de los diferentes grupos en la institución es importante para mejorar el control en la comunicaciones.					
24	Los problemas laborales que puedan tener los profesores o el personal de la institución educativa tienen un efecto negativo en el control de la comunicación brindada a los estudiantes					
25	La falta de control ocasiona problemas en la comunicación existente entre estudiantes, docentes y personal de la institución educativa.					

Instrumento adaptado para el estudio por el investigador.

CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

INSTRUCCIONES:

Estimado participante, en el siguiente cuestionario, encontrará un listado de preguntas sobre satisfacción del usuario en las instituciones educativas de nivel superior. Por ello, solicitamos su participación. Usted indicará su opinión mediante el marcado de una X en una de las opciones sugeridas.

La escala de valoración es la siguiente:

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

N.º	VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	VALORES				
DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVA		1	2	3	4	5
1	La institución educativa mejora las expectativas de los estudiantes cuando cumple sus promesas de enseñanza.					
2	El cumplimiento de las promesas es una política que la institución educativa promueve en los profesores y el personal.					
3	La pronta atención en la entrega de documentos hace que los estudiantes se sientan complacidos.					
4	Los profesores y el personal de la institución educativa ofrecen todo de sí por brindar una pronta atención a los estudiantes.					
5	La información que brinda el profesor y el personal a los estudiantes es siempre confiable.					
6	El profesor y el personal informan oportunamente al estudiante evitando contratiempos en los requerimientos solicitados.					
7	El profesor y el personal que atiende en la institución educativa tiene empatía con los estudiantes.					
8	El profesor y el personal de la institución educativa comprenden las necesidades de los estudiantes con el fin de mejorar sus expectativas.					
9	Los procesos de atención de solicitudes se realizan comprendiendo la necesidad de los estudiantes.					
10	La solución oportuna de los problemas en la institución educativa superior permite que los estudiantes tengan más confianza en el servicio brindado.					
DIMENSIÓN 2: DESEMPEÑO PERCIBIDO		1	2	3	4	5
11	No contar con información oportuna hace que los resultados no sean los adecuados en la atención al estudiante.					
12	La actualización de la base de datos permite que los resultados obtenidos benefician a los estudiantes.					
13	El estudiante tiene una percepción positiva de la atención cuando siente que es comprendido por el profesor o el personal de la institución educativa.					
14	La entrega de la información precisa a los estudiantes mejora la					

	percepción de la atención en la institución educativa.					
15	Las actitudes positivas del profesor y el personal impactan en el desempeño percibido por el estudiante.					
16	Las actitudes del profesor y del personal colaboran en la entrega oportuna de la información a los estudiantes.					
17	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.					
18	La asignación de las actividades influye en las relaciones entre el personal y los estudiantes de la institución educativa.					
DIMENSIÓN 3: COMPLACENCIA		1	2	3	4	5
19	Los estudiantes están satisfechos porque reciben lo que ellos esperan en la institución educativa.					
20	La flexibilidad en las instalaciones de la institución educativa permite que el estudiante reciba más de lo que espera.					
21	La gratitud de los estudiantes por el servicio brindada en la institución educativa es frecuente por la atención recibida.					
22	Los profesores y el personal de la institución educativa valoran las recomendaciones de los estudiantes para la mejora de los servicios.					

Instrumento adaptado para el estudio por el investigador.

Anexo 3. Validación de instrumentos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: MOTIVACIÓN							
1	La institución educativa hace esfuerzos por mejorar la comunicación entre todos los estudiantes.	X		X		X		
2	Cuando te sientes motivado colaboras en el mejoramiento de la comunicación con los profesores y personal en general.	X		X		X		
3	Si hay una comunicación adecuada por los profesores y el personal, sientes mayor motivación y procuras mejorar tu comportamiento.	X		X		X		
4	La institución educativa te motiva adecuadamente para que mejores tu conducta según lo establecido en las normas del estudiante.	X		X		X		
5	Las actividades que realizas como estudiante están relacionadas directamente con las metas de la institución educativa.	X		X		X		
6	Cuando tienes mayor motivación expresas mejor tus inquietudes y dudas a los profesores y personal de la institución educativa.	X		X		X		
7	La motivación que te brinda la institución educativa está relacionada con sus objetivos como organización.	X		X		X		
8	Los estudiantes tienen la facilidad de intercambiar información con los profesores y el personal de la institución educativa.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: INFORMACIÓN							
9	La comunicación entre estudiantes y profesores y/o personal de la institución educativa permite transmitir información rápidamente.	X		X		X		
10	La información que tienes como estudiante te ayuda a tomar decisiones coherentes dentro de la institución educativa.	X		X		X		
11	Como estudiante consideras que la institución educativa superior te brinda una comunicación oportuna.	X		X		X		
12	La información que te facilitan los profesores y el personal de la institución te ayuda a elegir alternativas de forma eficiente y rápida.	X		X		X		
13	Los profesores y el personal de la institución te proporcionan información suficiente para dar solución a cualquier inconveniente.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: EXPRESIÓN DE EMOCIONES							
14	La institución educativa valora ampliamente mis sentimientos y emociones en cualquier circunstancia.	X		X		X		
15	Como estudiante, demuestro, por medio de mis expresiones, los sentimientos que tengo hacia la institución educativa.	X		X		X		
16	La institución educativa toma en consideración el sentimiento de satisfacción que poseo como estudiante.	X		X		X		

17	Expreso regularmente la satisfacción que tengo de estudiar en la institución educativa a los profesores y personal.	X		X		X	
18	Las actividades complementarias o extracurriculares que desarrolla la institución educativa mejoran mi satisfacción.	X		X		X	
DIMENSION 4: CONTROL							
19	La normativa actual de la institución educativa favorece la comunicación entre los estudiantes, profesores y personal.	X		X		X	
20	La institución educativa superior me comunica las normas de comunicación para controlar mis actitudes y conductas.	X		X		X	
21	Los procesos que desarrolla la institución educativa son positivos para la comunicación entre estudiantes, docentes y personal.	X		X		X	
22	El trato de los profesores y el personal es importante para mejorar el control de los estudiantes en la institución educativa.	X		X		X	
23	El comportamiento de los diferentes grupos en la institución es importante para mejorar el control en las comunicaciones.	X		X		X	
24	Los problemas laborales que puedan tener los profesores o el personal de la institución educativa tienen un efecto negativo en el control de la comunicación brindada a los estudiantes.	X		X		X	
25	La falta de control ocasiona problemas en la comunicación existente entre estudiantes, docentes y personal de la institución educativa.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **HAY SUFICIENCIA**

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

Apellidos y nombres del juez validador. **D^a/ Mg: DRA. QUINTANA TENORIO, Bethy de Jesús** **DNI: 07778139**

Especialidad del validador: **Dra. en Educación (Metodóloga)**

22 de Junio del 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



BETHY QUINTANA TENORIO
DOCTORA EN EDUCACION

Firma del Experto Informante.

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

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVA							
1	La institución educativa mejora las expectativas de los estudiantes cuando cumple sus promesas de enseñanza.	X		X		X		
2	El cumplimiento de las promesas es una política que la institución educativa promueve en los profesores y el personal.	X		X		X		
3	La pronta atención en la entrega de documentos hace que los estudiantes se sientan complacidos.	X		X		X		
4	Los profesores y el personal de la institución educativa ofrecen todo de sí por brindar una pronta atención a los estudiantes.	X		X		X		
5	La información que brinda el profesor y el personal a los estudiantes es siempre confiable.	X		X		X		
6	El profesor y el personal informan oportunamente al estudiante evitando contratiempos en los requerimientos solicitados.	X		X		X		
7	El profesor y el personal que atiende en la institución educativa tiene empatía con los estudiantes.	X		X		X		
8	El profesor y el personal de la institución educativa comprenden las necesidades de los estudiantes con el fin de mejorar sus expectativas.	X		X		X		
9	Los procesos de atención de solicitudes se realizan comprendiendo la necesidad de los estudiantes.	X		X		X		
10	La solución oportuna de los problemas en la institución educativa superior permite que los estudiantes tengan más confianza en el servicio brindado.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: DESEMPEÑO PERCIBIDO	Si	No	Si	No	Si	No	
11	No contar con información oportuna hace que los resultados no sean los adecuados en la atención al estudiante.	X		X		X		
12	La actualización de la base de datos permite que los resultados obtenidos beneficien a los estudiantes.	X		X		X		
13	El estudiante tiene una percepción positiva de la atención cuando siente que es comprendido por el profesor o el personal de la institución educativa.	X		X		X		
14	La entrega de la información precisa a los estudiantes mejora la percepción de la atención en la institución educativa.	X		X		X		
15	Las actitudes positivas del profesor y el personal impactan en el desempeño percibido por el estudiante.	X		X		X		

16	Las actitudes del profesor y del personal colaboran en la entrega oportuna de la información a los estudiantes.	X		X		X		
17	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X		
18	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X		
DIMENSION 3: COMPLACENCIA		Si	No	Si	No	Si	No	
19	Los estudiantes están satisfechos porque reciben lo que ellos esperan en la institución educativa.	X		X		X		
20	La flexibilidad en las instalaciones de la institución educativa permite que el estudiante reciba más de lo que espera.	X		X		X		
21	La gratitud de los estudiantes por el servicio brindada en la institución educativa es frecuente por la atención recibida.	X		X		X		
22	Los profesores y el personal de la institución educativa valoran las recomendaciones de los estudiantes para la mejora de los servicios.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia: HAY SUFICIENCIA)

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dra/ Mg: Dra. QUINTANA TENORIO, Bethy de Jesús DNI: 07778139

Especialidad del validador: Dra., en Educación (Metodóloga)

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

22 de Junio del 2022



BETHY QUINTANA TENORIO
DOCTORA EN EDUCACION

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: MOTIVACIÓN								
1	La institución educativa hace esfuerzos por mejorar la comunicación entre todos los estudiantes.	X		X		X		
2	Cuando te sientes motivado colaboras en el mejoramiento de la comunicación con los profesores y personal en general.	X		X		X		
3	Si hay una comunicación adecuada por los profesores y el personal, sientes mayor motivación y procuras mejorar tu comportamiento.	X		X		X		
4	La institución educativa te motiva adecuadamente para que mejores tu conducta según lo establecido en las normas del estudiante.	X		X		X		
5	Las actividades que realizas como estudiante están relacionadas directamente con las metas de la institución educativa.	X		X		X		
6	Cuando tienes mayor motivación expresas mejor tus inquietudes y dudas a los profesores y personal de la institución educativa.	X		X		X		
7	La motivación que te brinda la institución educativa está relacionada con sus objetivos como organización.	X		X		X		
8	Los estudiantes tienen la facilidad de intercambiar información con los profesores y el personal de la institución educativa.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: INFORMACIÓN								
9	La comunicación entre estudiantes y profesores y/o personal de la institución educativa permite transmitir información rápidamente.	X		X		X		
10	La información que tienes como estudiante te ayuda a tomar decisiones coherentes dentro de la institución educativa.	X		X		X		
11	Como estudiante consideras que la institución educativa superior te brinda una comunicación oportuna.	X		X		X		
12	La información que te facilitan los profesores y el personal de la institución te ayuda a elegir alternativas de forma eficiente y rápida.	X		X		X		
13	Los profesores y el personal de la institución te proporcionan información suficiente para dar solución a cualquier inconveniente.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: EXPRESIÓN DE EMOCIONES								
14	La institución educativa valora ampliamente mis sentimientos y emociones en cualquier circunstancia.	X		X		X		
15	Como estudiante, demuestro, por medio de mis expresiones, los sentimientos que tengo hacia la institución educativa.	X		X		X		
16	La institución educativa toma en consideración el sentimiento de satisfacción que poseo como estudiante.	X		X		X		
17	Expreso regularmente la satisfacción que tengo de estudiar en la institución educativa a los profesores y personal.	X		X		X		
18	Las actividades complementarias o extracurriculares que desarrolla la institución educativa mejoran mi satisfacción.	X		X		X		

DIMENSIÓN 4: CONTROL							
19	La normativa actual de la institución educativa favorece la comunicación entre los estudiantes, profesores y personal.	X		X		X	
20	La institución educativa superior me comunica las normas de comunicación para controlar mis actitudes y conductas.	X		X		X	
21	Los procesos que desarrolla la institución educativa son positivos para la comunicación entre estudiantes, docentes y personal.	X		X		X	
22	El trato de los profesores y el personal es importante para mejorar el control de los estudiantes en la institución educativa.	X		X		X	
23	El comportamiento de los diferentes grupos en la institución es importante para mejorar el control en las comunicaciones.	X		X		X	
24	Los problemas laborales que puedan tener los profesores o el personal de la institución educativa tienen un efecto negativo en el control de la comunicación brindada a los estudiantes	X		X		X	
25	La falta de control ocasiona problemas en la comunicación existente entre estudiantes, docentes y personal de la institución educativa.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: MGTR. FERNÁNDEZ MONGE, Lida Marlene DNI: 10167870

Especialidad del validador: Asesora de tesis y Metodóloga

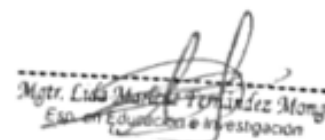
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

23 de Junio del 2022



Mgtr. Lida Marlene Fernández Monge
Exp. en Educación e Investigación

Firma del Experto Informante.

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

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVA							
1	La institución educativa mejora las expectativas de los estudiantes cuando cumple sus promesas de enseñanza.	X		X		X		
2	El cumplimiento de las promesas es una política que la institución educativa promueve en los profesores y el personal.	X		X		X		
3	La pronta atención en la entrega de documentos hace que los estudiantes se sientan complacidos.	X		X		X		
4	Los profesores y el personal de la institución educativa ofrecen todo de sí por brindar una pronta atención a los estudiantes.	X		X		X		
5	La información que brinda el profesor y el personal a los estudiantes es siempre confiable.	X		X		X		
6	El profesor y el personal informan oportunamente al estudiante evitando contratiempos en los requerimientos solicitados.	X		X		X		
7	El profesor y el personal que atiende en la institución educativa tiene empatía con los estudiantes.	X		X		X		
8	El profesor y el personal de la institución educativa comprenden las necesidades de los estudiantes con el fin de mejorar sus expectativas.	X		X		X		
9	Los procesos de atención de solicitudes se realizan comprendiendo la necesidad de los estudiantes.	X		X		X		
10	La solución oportuna de los problemas en la institución educativa superior permite que los estudiantes tengan más confianza en el servicio brindado.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: DESEMPEÑO PERCIBIDO							
11	No contar con información oportuna hace que los resultados no sean los adecuados en la atención al estudiante.	X		X		X		
12	La actualización de la base de datos permite que los resultados obtenidos beneficien a los estudiantes.	X		X		X		
13	El estudiante tiene una percepción positiva de la atención cuando siente que es comprendido por el profesor o el personal de la institución educativa.	X		X		X		
14	La entrega de la información precisa a los estudiantes mejora la percepción de la atención en la institución educativa.	X		X		X		
15	Las actitudes positivas del profesor y el personal impactan en el desempeño percibido por el estudiante.	X		X		X		
16	Las actitudes del profesor y del personal colaboran en la entrega oportuna de la información a los estudiantes.	X		X		X		

17	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X		
18	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X		
	DIMENSION 3: COMPLACENCIA	Si	No	Si	No	Si	No	
19	Los estudiantes están satisfechos porque reciben lo que ellos esperan en la institución educativa.	X		X		X		
20	La flexibilidad en las instalaciones de la institución educativa permite que el estudiante reciba más de lo que espera.	X		X		X		
21	La gratitud de los estudiantes por el servicio brindada en la institución educativa es frecuente por la atención recibida.	X		X		X		
22	Los profesores y el personal de la institución educativa valoran las recomendaciones de los estudiantes para la mejora de los servicios.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia: HAY SUFICIENCIA)

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

Apellidos y nombres del juez validador. D^{ra}/ Mg: MGTR. FERNÁNDEZ MONGE, Lida Marlene **DNI: 10167870**

Especialidad del validador: Asesora de tesis y Metodóloga

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

23 de Junio del 2022


Mgtr. Lida Marlene Fernández Monge
Esa. en Educación e Investigación

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: MOTIVACIÓN								
1	La institución educativa hace esfuerzos por mejorar la comunicación entre todos los estudiantes.	X		X		X		
2	Cuando te sientes motivado colaboras en el mejoramiento de la comunicación con los profesores y personal en general.	X		X		X		
3	Si hay una comunicación adecuada por los profesores y el personal, sientes mayor motivación y procuras mejorar tu comportamiento.	X		X		X		
4	La institución educativa te motiva adecuadamente para que mejores tu conducta según lo establecido en las normas del estudiante.	X		X		X		
5	Las actividades que realizas como estudiante están relacionadas directamente con las metas de la institución educativa.	X		X		X		
6	Cuando tienes mayor motivación expresas mejor tus inquietudes y dudas a los profesores y personal de la institución educativa.	X		X		X		
7	La motivación que te brinda la institución educativa está relacionada con sus objetivos como organización.	X		X		X		
8	Los estudiantes tienen la facilidad de intercambiar información con los profesores y el personal de la institución educativa.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: INFORMACIÓN								
9	La comunicación entre estudiantes y profesores y/o personal de la institución educativa permite transmitir información rápidamente.	X		X		X		
10	La información que tienes como estudiante te ayuda a tomar decisiones coherentes dentro de la institución educativa.	X		X		X		
11	Como estudiante consideras que la institución educativa superior te brinda una comunicación oportuna.	X		X		X		
12	La información que te facilitan los profesores y el personal de la institución te ayuda a elegir alternativas de forma eficiente y rápida.	X		X		X		
13	Los profesores y el personal de la institución te proporcionan información suficiente para dar solución a cualquier inconveniente.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: EXPRESION DE EMOCIONES								
14	La institución educativa valora ampliamente mis sentimientos y emociones en cualquier circunstancia.	X		X		X		
15	Como estudiante, demuestro, por medio de mis expresiones, los sentimientos que tengo hacia la institución educativa.	X		X		X		
16	La institución educativa toma en consideración el sentimiento de satisfacción que poseo como estudiante.	X		X		X		
17	Expreso regularmente la satisfacción que tengo de estudiar en la institución educativa a los profesores y personal.	X		X		X		
18	Las actividades complementarias o extracurriculares que desarrolla	X		X		X		

	la institución educativa mejoran mi satisfacción.						
	DIMENSIÓN 4: CONTROL						
19	La normativa actual de la institución educativa favorece la comunicación entre los estudiantes, profesores y personal.	X		X		X	
20	La institución educativa superior me comunica las normas de comunicación para controlar mis actitudes y conductas.	X		X		X	
21	Los procesos que desarrolla la institución educativa son positivos para la comunicación entre estudiantes, docentes y personal.	X		X		X	
22	El trato de los profesores y el personal es importante para mejorar el control de los estudiantes en la institución educativa.	X		X		X	
23	El comportamiento de los diferentes grupos en la institución es importante para mejorar el control en las comunicaciones.	X		X		X	
24	Los problemas laborales que puedan tener los profesores o el personal de la institución educativa tienen un efecto negativo en el control de la comunicación brindada a los estudiantes	X		X		X	
25	La falta de control ocasiona problemas en la comunicación existente entre estudiantes, docentes y personal de la institución educativa.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **HAY SUFICIENCIA**


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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **DR. BARBOZA ZELADA LUIS ALBERTO** **DNI: 07068974**
 Especialidad del validador: **Dr. en Psicología (Metodólogo)**

27 de Junio del 2022

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

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


 Luis Alberto Barboza Zelada
 Doctor en Psicología
 C. P. P. 3516



ESCUELA DE POSTGRADO

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

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVA								
1	La institución educativa mejora las expectativas de los estudiantes cuando cumple sus promesas de enseñanza.	X		X		X		
2	El cumplimiento de las promesas es una política que la institución educativa promueve en los profesores y el personal.	X		X		X		
3	La pronta atención en la entrega de documentos hace que los estudiantes se sientan complacidos.	X		X		X		
4	Los profesores y el personal de la institución educativa ofrecen todo de sí por brindar una pronta atención a los estudiantes.	X		X		X		
5	La información que brinda el profesor y el personal a los estudiantes es siempre confiable.	X		X		X		
6	El profesor y el personal informan oportunamente al estudiante evitando contratiempos en los requerimientos solicitados.	X		X		X		
7	El profesor y el personal que atiende en la institución educativa tiene empatía con los estudiantes.	X		X		X		
8	El profesor y el personal de la institución educativa comprenden las necesidades de los estudiantes con el fin de mejorar sus expectativas.	X		X		X		
9	Los procesos de atención de solicitudes se realizan comprendiendo la necesidad de los estudiantes.	X		X		X		
10	La solución oportuna de los problemas en la institución educativa superior permite que los estudiantes tengan más confianza en el servicio brindado.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: DESEMPEÑO PERCIBIDO								
11	No contar con información oportuna hace que los resultados no sean los adecuados en la atención al estudiante.	X		X		X		
12	La actualización de la base de datos permite que los resultados obtenidos beneficien a los estudiantes.	X		X		X		
13	El estudiante tiene una percepción positiva de la atención cuando siente que es comprendido por el profesor o el personal de la institución educativa.	X		X		X		
14	La entrega de la información precisa a los estudiantes mejora la percepción de la atención en la institución educativa.	X		X		X		
15	Las actitudes positivas del profesor y el personal impactan en el desempeño percibido por el estudiante.	X		X		X		
16	Las actitudes del profesor y del personal colaboran en la entrega oportuna de la información a los estudiantes.	X		X		X		

17	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X		
18	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: COMPLACENCIA		Si	No	Si	No	Si	No	
19	Los estudiantes están satisfechos porque reciben lo que ellos esperan en la institución educativa.	X		X		X		
20	La flexibilidad en las instalaciones de la institución educativa permite que el estudiante reciba más de lo que espera.	X		X		X		
21	La gratitud de los estudiantes por el servicio brindada en la institución educativa es frecuente por la atención recibida.	X		X		X		
22	Los profesores y el personal de la institución educativa valoran las recomendaciones de los estudiantes para la mejora de los servicios.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia: HAY SUFICIENCIA)

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **DR. BARBOZA ZELADA LUIS ALBERTO** **DNI: 07068974**

Especialidad del validador: **Dr. en Psicología (Metodólogo)**


27 de Junio del 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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


 Luis Alberto Barboza Zelada
 Doctor en Psicología
 C. P. P. 3516

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: MOTIVACION							
1	La institución educativa hace esfuerzos por mejorar la comunicación entre todos los estudiantes.	X		X		X		
2	Cuando te sientes motivado colaboras en el mejoramiento de la comunicación con los profesores y personal en general.	X		X		X		
3	Si hay una comunicación adecuada por los profesores y el personal, sientes mayor motivación y procuras mejorar tu comportamiento.	X		X		X		
4	La institución educativa te motiva adecuadamente para que mejores tu conducta según lo establecido en las normas del estudiante.	X		X		X		
5	Las actividades que realizas como estudiante están relacionadas directamente con las metas de la institución educativa.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
6	Cuando tienes mayor motivación expresas mejor tus inquietudes y dudas a los profesores y personal de la institución educativa.	X		X		X		
7	La motivación que te brinda la institución educativa está relacionada con sus objetivos como organización.	X		X		X		
8	Los estudiantes tienen la facilidad de intercambiar información con los profesores y el personal de la institución educativa.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: INFORMACIÓN							
9	La comunicación entre estudiantes y profesores y/o personal de la institución educativa permite transmitir información rápidamente.	X		X		X		
10	La información que tienes como estudiante te ayuda a tomar decisiones coherentes dentro de la institución educativa.	X		X		X		
11	Como estudiante consideras que la institución educativa superior te brinda una comunicación oportuna.	X		X		X		
12	La información que te facilitan los profesores y el personal de la institución te ayuda a elegir alternativas de forma eficiente y rápida.	X		X		X		
13	Los profesores y el personal de la institución te proporcionan información suficiente para dar solución a cualquier inconveniente.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: EXPRESION DE EMOCIONES							
14	La institución educativa valora ampliamente mis sentimientos y emociones en cualquier circunstancia.	X		X		X		
15	Como estudiante, demuestro, por medio de mis expresiones, los sentimientos que tengo hacia la institución educativa.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
16	La institución educativa toma en consideración el sentimiento de satisfacción que poseo como estudiante.	X		X		X		"revise la redacción"
17	Expreso regularmente la satisfacción que tengo de estudiar en la institución educativa a los profesores y personal.	X		X		X		

18	Las actividades complementarias o extracurriculares que desarrolla la institución educativa mejoran mi satisfacción.	X		X		X	
DIMENSIÓN 4: CONTROL							
19	La normativa actual de la institución educativa favorece la comunicación entre los estudiantes, profesores y personal.	X		X		X	
20	La institución educativa superior me comunica las normas de comunicación para controlar mis actitudes y conductas.	X		X		X	
21	Los procesos que desarrolla la institución educativa son positivos para la comunicación entre estudiantes, docentes y personal.	X		X		X	
22	El trato de los profesores y el personal es importante para mejorar el control de los estudiantes en la institución educativa.	X		X		X	
23	El comportamiento de los diferentes grupos en la institución es importante para mejorar el control en las comunicaciones.	X		X		X	
24	Los problemas laborales que puedan tener los profesores o el personal de la institución educativa tienen un efecto negativo en el control de la comunicación brindada a los estudiantes.	X		X		X	
25	La falta de control ocasiona problemas en la comunicación existente entre estudiantes, docentes y personal de la institución educativa.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia, sin embargo, debe mejorar algunos ítems, además debe contar con permiso del autor para realizar modificaciones al instrumento.

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Fernando Joel Rosario Quiroz DNI: 32990613

Especialidad del validador: Psicólogo educacional

24 de Junio del 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Fernando Joel Rosario Quiroz
PSICÓLOGO
C.P.N.P. 29721

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

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVA							
1	La institución educativa mejora las expectativas de los estudiantes cuando cumple sus promesas de enseñanza.	X		X		X		
2	El cumplimiento de las promesas es una política que la institución educativa promueve en los profesores y el personal.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
3	La pronta atención en la entrega de documentos hace que los estudiantes se sientan complacidos.	X		X		X		
4	Los profesores y el personal de la institución educativa ofrecen todo de sí por brindar una pronta atención a los estudiantes.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
5	La información que brinda el profesor y el personal a los estudiantes es siempre confiable.	X		X		X		
6	El profesor y el personal informan oportunamente al estudiante evitando contratiempos en los requerimientos solicitados.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
7	El profesor y el personal que atiende en la institución educativa tiene empatía con los estudiantes.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
8	El profesor y el personal de la institución educativa comprenden las necesidades de los estudiantes con el fin de mejorar sus expectativas.	X		X		X		
9	Los procesos de atención de solicitudes se realizan comprendiendo la necesidad de los estudiantes.	X		X		X		
10	La solución oportuna de los problemas en la institución educativa superior permite que los estudiantes tengan más confianza en el servicio brindado.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: DESEMPEÑO PERCIBIDO							
11	No contar con información oportuna hace que los resultados no sean los adecuados en la atención al estudiante.	X		X		X		Evite uso de negaciones
12	La actualización de la base de datos permite que los resultados obtenidos beneficien a los estudiantes.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
13	El estudiante tiene una percepción positiva de la atención cuando siente que es comprendido por el profesor o el personal de la institución educativa.		x		x		x	Evalué la pertinencia de este ítem
14	La entrega de la información precisa a los estudiantes mejora la percepción de la atención en la institución educativa.	X		X		X		
15	Las actitudes positivas del profesor y el personal impactan en el desempeño percibido por el estudiante.	X		X		X		
16	Las actitudes del profesor y del personal colaboran en la entrega oportuna de la información a los estudiantes.	X		X		X		

17	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X	
18	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	X		X		X	
DIMENSION 3: COMPLACENCIA		Si	No	Si	No	Si	No
19	Los estudiantes están satisfechos porque reciben lo que ellos esperan en la institución educativa.	X		X		X	
20	La flexibilidad en las instalaciones de la institución educativa permite que el estudiante reciba más de lo que espera.	X		X		X	
21	La gratitud de los estudiantes por el servicio brindada en la institución educativa es frecuente por la atención recibida.	X		X		X	
22	Los profesores y el personal de la institución educativa valoran las recomendaciones de los estudiantes para la mejora de los servicios.	X		X		X	

Observaciones precisar si hay suficiencia: Existe suficiencia, sin embargo, debe mejorar algunos ítems, además debe contar con permiso del autor para realizar modificaciones al instrumento.

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

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Fernando Joel Rosario Quiroz DNI: 32990613

Especialidad del validador: Psicólogo educacional


¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

24 de Junio del 2022



Fernando Joel Rosario Quiroz
PSICÓLOGO
C.P.P. 29721

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

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVA								
1	La institución educativa mejora las expectativas de los estudiantes cuando cumple sus promesas de enseñanza.	✓		✓		✓		
2	El cumplimiento de las promesas es una política que la institución educativa promueve en los profesores y el personal.	✓		✓		✓		
3	La pronta atención en la entrega de documentos hace que los estudiantes se sientan complacidos.	✓		✓		✓		
4	Los profesores y el personal de la institución educativa ofrecen todo de sí por brindar una pronta atención a los estudiantes.	✓		✓		✓		
5	La información que brinda el profesor y el personal a los estudiantes es siempre confiable.	✓		✓		✓		
6	El profesor y el personal informan oportunamente al estudiante evitando contratiempos en los requerimientos solicitados.	✓		✓		✓		
7	El profesor y el personal que atiende en la institución educativa tiene empatía con los estudiantes.	✓		✓		✓		
8	El profesor y el personal de la institución educativa comprenden las necesidades de los estudiantes con el fin de mejorar sus expectativas.	✓		✓		✓		
9	Los procesos de atención de solicitudes se realizan comprendiendo la necesidad de los estudiantes.	✓		✓		✓		
10	La solución oportuna de los problemas en la institución educativa superior permite que los estudiantes tengan más confianza en el servicio brindado.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: DESEMPEÑO PERCIBIDO								
11	No contar con información oportuna hace que los resultados no sean los adecuados en la atención al estudiante.	✓		✓		✓		
12	La actualización de la base de datos permite que los resultados obtenidos beneficien a los estudiantes.	✓		✓		✓		
13	El estudiante tiene una percepción positiva de la atención cuando siente que es comprendido por el profesor o el personal de la institución educativa.	✓		✓		✓		
14	La entrega de la información precisa a los estudiantes mejora la percepción de la atención en la institución educativa.	✓		✓		✓		
15	Las actitudes positivas del profesor y el personal impactan en el desempeño percibido por el estudiante.	✓		✓		✓		
16	Las actitudes del profesor y del personal colaboran en la entrega oportuna de la información a los estudiantes.	✓		✓		✓		

17	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	✓		✓		✓	
18	La percepción del desempeño mejora cuando hay adecuada relación entre profesor, personal y estudiantes en la institución educativa.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: COMPLACENCIA		Si	No	Si	No	Si	No
19	Los estudiantes están satisfechos porque reciben lo que ellos esperan en la institución educativa.	✓		✓		✓	
20	La flexibilidad en las instalaciones de la institución educativa permite que el estudiante reciba más de lo que espera.	✓		✓		✓	
21	La gratitud de los estudiantes por el servicio brindada en la institución educativa es frecuente por la atención recibida.	✓		✓		✓	
22	Los profesores y el personal de la institución educativa valoran las recomendaciones de los estudiantes para la mejora de los servicios.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia: HAY SUFICIENCIA)

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Dr. ALVIZURI GÓMEZ, Edgar Lucas DNI: 15428474

Especialidad del validador: Doctor en Educación (Metodólogo)

¹Perinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

22 de Junio del 2022

Edgar L. Alvizuri Gómez

DOCTOR EN EDUCACIÓN

DNI 15428474

Firma del Examinador

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

N°	DIMENSIONES / Ítem	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: MOTIVACIÓN								
1	La institución educativa hace esfuerzos por mejorar la comunicación entre todos los estudiantes.	✓		✓		✓		
2	Cuando te sientes motivado colaboras en el mejoramiento de la comunicación con los profesores y personal en general.	✓		✓		✓		
3	Si hay una comunicación adecuada por los profesores y el personal, sientes mayor motivación y procuras mejorar tu comportamiento.	✓		✓		✓		
4	La institución educativa te motiva adecuadamente para que mejores tu conducta según lo establecido en las normas del estudiante.	✓		✓		✓		
5	Las actividades que realizas como estudiante están relacionadas directamente con las metas de la institución educativa.	✓		✓		✓		
6	Cuando tienes mayor motivación expresas mejor tus inquietudes y dudas a los profesores y personal de la institución educativa.	✓		✓		✓		
7	La motivación que te brinda la institución educativa está relacionada con sus objetivos como organización.	✓		✓		✓		
8	Los estudiantes tienen la facilidad de intercambiar información con los profesores y el personal de la institución educativa.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: INFORMACIÓN								
9	La comunicación entre estudiantes y profesores y/o personal de la institución educativa permite transmitir información rápidamente.	✓		✓		✓		
10	La información que tienes como estudiante te ayuda a tomar decisiones coherentes dentro de la institución educativa.	✓		✓		✓		
11	Como estudiante consideras que la institución educativa superior te brinda una comunicación oportuna.	✓		✓		✓		
12	La información que te facilitan los profesores y el personal de la institución te ayuda a elegir alternativas de forma eficiente y rápida.	✓		✓		✓		
13	Los profesores y el personal de la institución te proporcionan información suficiente para dar solución a cualquier inconveniente.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: EXPRESIÓN DE EMOCIONES								
14	La institución educativa valora ampliamente mis sentimientos y emociones en cualquier circunstancia.	✓		✓		✓		
15	Como estudiante, demuestras, por medio de mis expresiones, los sentimientos que tengo hacia la institución educativa.	✓		✓		✓		
16	La institución educativa toma en consideración el sentimiento de satisfacción que poseo como estudiante.	✓		✓		✓		
17	Expreso regularmente la satisfacción que tengo de estudiar en la institución educativa a los profesores y personal.	✓		✓		✓		

18	Las actividades complementarias o extracurriculares que desarrolla la institución educativa mejoran mi satisfacción.	✓	✓	✓	
DIMENSIÓN 4: CONTROL					
19	La normativa actual de la institución educativa favorece la comunicación entre los estudiantes, profesores y personal.	✓	✓	✓	
20	La institución educativa superior me comunica las normas de comunicación para controlar mis actitudes y conductas.	✓	✓	✓	
21	Los procesos que desarrolla la institución educativa son positivos para la comunicación entre estudiantes, docentes y personal.	✓	✓	✓	
22	El trato de los profesores y el personal es importante para mejorar el control de los estudiantes en la institución educativa.	✓	✓	✓	
23	El comportamiento de los diferentes grupos en la institución es importante para mejorar el control en las comunicaciones.	✓	✓	✓	
24	Los problemas laborales que puedan tener los profesores o el personal de la institución educativa tienen un efecto negativo en el control de la comunicación brindada a los estudiantes.	✓	✓	✓	
25	La falta de control ocasiona problemas en la comunicación existente entre estudiantes, docentes y personal de la institución educativa.	✓	✓	✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **HAY SUFICIENCIA**

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

Apellidos y nombres del juez validador. *Dr/ Mg:* **DR. ALVIZURI GÓMEZ, Edgar Lucas** **DNI: 15428474**

Especialidad del validador: **Doctor en Educación (Metodólogo)**

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

22 de Junio del 2022

Edgar L. Alvizuri Gómez

DOCTOR EN EDUCACIÓN

DNI 15428474

Cel.: 973886032

Firma del Experto Informante.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, DIAZ MANRIQUE JIMMY, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Comunicación organizacional y su relación con la satisfacción de los usuarios en las instituciones educativas de educación superior, Lima-2022", cuyo autor es MENDOZA MINCHAN HOUSTON WILY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, 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 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, 17 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
DIAZ MANRIQUE JIMMY DNI: 25713875 ORCID: 0000-0002-5240-1522	Firmado electrónicamente por: DMANRIQUEJ el 17- 08-2022 09:25:47

Código documento Trilce: TRI - 0417687