



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Comunicación interna y satisfacción del usuario interno
en una universidad de Lima**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Br. Oswaldo Martin Yauri Soriano

ASESOR:

Dr. Noel Alcas Zapata

SECCIÓN

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Administración del Talento Humano

PERÚ – 2018

Dr. Joaquin Vertiz Osores
Presidente

Mg. Santiago Aquiles Gallarday Morales
Secretario

Mg. Abner Chavez Leandro
Vocal

Dedicatoria

A mi familia, padres y hermanos por su apoyo y comprensión incondicional que me han brindado, y así poder avanzar hacia mi meta profesional que me he trazado en esta vida.

Agradecimiento

A todos los docentes de la Escuela de Postgrado de la "Universidad César Vallejo" por su valiosa enseñanza y permanente orientación, durante nuestros estudios de Maestría, al Dra. Isabel Menacho Vargas, por su asesoría; y al personal administrativo de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática; por su valiosa colaboración durante el desarrollo de la presente investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Oswaldo Martin Yauri Soriano, estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado “Comunicación interna y satisfacción del usuario interno en una universidad de Lima” presentada, en 118 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 10 de marzo de 2018

Oswaldo Martin Yauri Soriano

DNI: 25850531

Presentación

Señor presidente

Señores miembros del jurado calificador

Presento la Tesis titulada: “Comunicación interna y satisfacción del usuario interno en una universidad de Lima”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para optar el grado académico de Maestro en Gestión Pública.

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre comunicación interna y satisfacción del usuario de una universidad limeña. Espero que el aporte que brinde esta investigación contribuya en la solución de la problemática relacionada a la atención del usuario y el bienestar de la sociedad en general.

La información se ha estructurado en siete capítulos, teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad. En el primer capítulo se expone la introducción, la misma que contiene la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación del estudio, las hipótesis y los objetivos de investigación. Asimismo, en el segundo capítulo se presenta el método, en donde se abordan aspectos como: el diseño de investigación, las variables y su operacionalización, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos. Los capítulos III, IV, V, VI, y VII contienen respectivamente: los resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones y referencias.

Señores miembros del jurado, espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

El autor

Índice

	Página
Página del Jurado	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vi
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	xi
Resumen	xiii
Abstract	xiv
I. Introducción	xv
1.1. Realidad problemática	16
1.2. Trabajos previos	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	20
1.3.1. Bases teóricas de la comunicación interna	20
1.3.2. Bases teóricas de la variable satisfacción del usuario interno	28
1.4. Formulación del problema	36
1.5. Justificación del estudio	37
1.6. Hipótesis	38
1.7. Objetivos	39
II. Método	40
2.1. Diseño de investigación	41
2.2. Variables, operacionalización	42
2.3. Población y muestra	44
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
2.5. Métodos de análisis de datos	48
2.6. Aspectos éticos	48
III. Resultados	50
IV. Discusión	71
V. Conclusiones	74
VI. Recomendaciones	76

Referencias	78
Anexos	83
Anexo 1. Artículo científico	84
Anexo 2. Matriz de consistencia	90
Anexo 3. Autorización de aplicación de instrumentos	92
Anexo 4. Instrumento	93
Anexo 5. Certificado de validez	97
Anexo 6. Base de datos	109

Índice de tablas

		Página
Tabla 1.	Operacionalización de la variable comunicación interna	43
Tabla 2.	Operacionalización de la variable satisfacción del usuario interno	44
Tabla 3.	Baremo del cuestionario de comunicación interna	46
Tabla 4.	Baremo del cuestionario de satisfacción del usuario interno	46
Tabla 5.	Juicio de Expertos para los instrumentos de evaluación	47
Tabla 6.	Confiabilidad de los instrumentos de evaluación	48
Tabla 7.	Frecuencia de los niveles de vínculo en la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	51
Tabla 8.	Frecuencia de los niveles de efectividad de la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	52
Tabla 9.	Frecuencia de los niveles de orgullo en la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	53
Tabla 10.	Frecuencia de los niveles de identidad en la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	54
Tabla 11.	Frecuencia de los niveles de comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	55
Tabla 12.	Frecuencia de los niveles de satisfacción con la significación de la tarea del usuario interno de una universidad de Lima	56
Tabla 13.	Frecuencia de los niveles de satisfacción con las condiciones de trabajo del usuario interno de una universidad de Lima	57
Tabla 14.	Frecuencia de los niveles de satisfacción con el reconocimiento personal y/o social del usuario interno de una universidad de Lima	58

Tabla 15.	Frecuencia de los niveles de satisfacción con los beneficios económicos del usuario interno de una universidad de Lima	59
Tabla 16.	Frecuencia de los niveles de satisfacción del usuario interno de una universidad de Lima	60
Tabla 17.	Descripción de los niveles de comunicación interna y significación de la tarea desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	61
Tabla 18.	Descripción de los niveles de comunicación interna y condiciones de trabajo desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	62
Tabla 19.	Descripción de los niveles de comunicación interna y reconocimiento personal y/o social desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	63
Tabla 20.	Descripción de los niveles de comunicación interna y beneficios económicos desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	64
Tabla 21.	Descripción de los niveles de satisfacción del usuario interno de una universidad de Lima	65
Tabla 22.	Correlación de Spearman entre comunicación interna y satisfacción del usuario interno	66
Tabla 23.	Correlación de Spearman entre comunicación interna y significación de la tarea	67
Tabla 24.	Correlación de Spearman entre comunicación interna y condiciones de trabajo	68
Tabla 25.	Correlación de Spearman entre comunicación interna y reconocimiento personal y/o social	69
Tabla 26.	Correlación de Spearman entre comunicación interna y beneficios económicos	70

Índice de figuras

	Página
Figura 1. Niveles de vínculo en la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	51
Figura 2. Niveles efectividad de la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	52
Figura 3. Niveles de orgullo en la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	53
Figura 4. Niveles de identidad en la comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	54
Figura 5. Niveles de comunicación interna percibidos por el usuario interno de una universidad de Lima	55
Figura 6. Niveles de satisfacción con la significación de la tarea del usuario interno de una universidad de Lima	56
Figura 7. Niveles de satisfacción con las condiciones de trabajo del usuario interno de una universidad de Lima	57
Figura 8. Niveles de satisfacción con el reconocimiento personal y/o social del usuario interno de una universidad de Lima	58
Figura 9. Niveles de satisfacción con los beneficios económicos del usuario interno de una universidad de Lima	59
Figura 10. Niveles de satisfacción del usuario interno de una universidad de Lima	60
Figura 11. Niveles de comunicación interna y significación de la tarea desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	61
Figura 12. Niveles de comunicación interna y condiciones de trabajo desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	62

Figura 13.	Niveles de comunicación interna y reconocimiento personal y/o social desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	63
Figura 14.	Niveles de comunicación interna y beneficios económicos desde la percepción del usuario interno de una universidad de Lima	64
Figura 15.	Niveles de comunicación interna y satisfacción del usuario interno de una universidad de Lima	65

Resumen

La investigación tuvo el objetivo de determinar la relación que existe entre comunicación interna y satisfacción del usuario interno en una Universidad de Lima.

El tipo de investigación fue básica, el diseño no experimental, transversal y correlacional. La población estuvo compuesta por 73 trabajadores administrativos de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática, considerándose a toda esta población como muestra. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento para recolectar los datos fue el cuestionario. Con el fin de determinar la validez de los instrumentos se usó el juicio de expertos y la confiabilidad fue calculada utilizando el Coeficiente Alfa de Cronbach siendo el resultado 0.877, en el cuestionario de comunicación interna y 0.839 en el cuestionario de satisfacción del usuario interno.

Los resultados hicieron concluir que existe relación significativa ($\rho = 0,812$; $p < 0,05$) entre comunicación interna y satisfacción del usuario interno en una Universidad de Lima. Esto significa que a mejor comunicación interna mayor satisfacción del usuario interno de la organización.

Palabras clave: comunicación interna, satisfacción, usuario interno

Abstract

The investigation had the objective of determining the relationship that exists between internal communication and the internal user's satisfaction in an University of Lima.

The investigation type was basic, the design not experimental, traverse and correlacional. The population was composed by 73 administrative workers of the Ability of Countable and Financial Sciences of the University Peruvian Wings, being considered to this whole population like sample. The used technique was the survey and the instrument to gather the data it was the questionnaire. With the purpose of determining the validity of the instruments the trial of experts it was used and the dependability was calculated using the Coefficient Alpha of Cronbach being the result 0.877, in the questionnaire of of internal communication and 0.839 in the questionnaire of the internal user's satisfaction.

The results make conclude that significant relationship exists ($\rho = 0,812$; $p < 005$) between internal communication and the internal user's satisfaction in an University of Lima. This means that to the internal user's of the organization better communication bigger internal satisfaction.

Keywords: internal communication, satisfaction, internal user