



EN LA UAP
TÚ ERES PARTE
DEL CAMBIO

**VICERECTORADO ACADÉMICO
ESCUELA DE POSGRADO**

TESIS

**COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA ORGANIZACIONAL DEL
PERSONAL DE SEGURO INTEGRAL DE SALUD DE LA UNIDAD
DESCONCENTRADA REGIONAL UCAYALI, 2023**

PRESENTADO POR

Bach: KEILY ISABEL MEJÍA CHAPIAMA

CODIGO ORCID: 0000-0002-7882-5593

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN:
GESTIÓN PÚBLICA Y CONTROL GUBERNAMENTAL**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**GESTIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA FORMACIÓN
PROFESIONAL EN CONEXIÓN AL TRABAJO Y EL
CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO**

ASESOR: Dr. MAXIMO RAMIREZ JULCA

CODIGO ORCID: 0000-0002-1385-3139

PUCALLPA – PERÚ

2023

COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL DE SEGURO INTEGRAL DE SALUD DE LA UNIDAD DESCONCENTRADA REGIONAL UCAYALI, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	7%
2	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.pcm.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%

9

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

<1 %

10

repositorio.unam.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

11

archive.org

Fuente de Internet

<1 %

12

Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Trabajo del estudiante

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

Al creador de nuestro universo por la perseverancia de lograr mis metas.

A mis hijas Kiara y Lua por ser mi motivación y sea ejemplo para ellas.

A mi madre Jesús y mis hermanas María y Dahna por su inmenso amor

AGRADECIMIENTO

A mis Tíos Pablo y María por su cariño y motivación constante.

A todas las personas de mi entorno (Charles y Marilú) que me dieron aliento para culminar mi posgrado.

RECONOCIMIENTO

A los profesores que siempre me
dieron su apoyo incondicional.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RECONOCIMIENTO	IV
ÍNDICE.....	V
INDICE DE TABLAS.....	8
INDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 Descripción de la realidad problemática	14
1.2 Delimitación de la investigación	17
1.3 Problemas de investigación	18
1.3.1 Problema principal.....	18
1.3.2 Problemas secundarios.....	18
1.4 Objetivos de la investigación	19
1.4.1 Objetivo general	19
1.4.2 Objetivos específicos	19
1.5 Justificación e importancia de la investigación	19
1.5.1 Justificación.....	19
1.5.2 Importancia.....	20
1.6 Factibilidad de la Investigación.....	20
1.7 Limitaciones del estudio	21
CAPITULO II.....	22
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	22
2.1 Antecedentes de la investigación	22
2.1.1 Antecedentes internacionales	22
2.2 Bases teóricas o Científicas.....	28

2.2.1 Definición de la variable Comunicación Interna.....	28
2.3 Definición de términos básicos.....	37
CAPITULO III	40
HIPÓTESIS Y VARIABLES	40
3.1 Hipótesis General.....	40
3.2 Hipótesis Específicas.....	40
3.3 Definición conceptual y operacional de las variables.....	41
3.3.1 Variable X: Comunicación Interna	41
3.4 Cuadro de Operacionalización de Variables	43
CAPITULO IV	44
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
4.1 Tipo, Enfoque y nivel de investigación	44
4.1.1 Tipo de investigación	44
4.1.2 Nivel de investigación.....	44
4.2 Métodos y diseño de la investigación	45
4.2.1 Método de la investigación	45
4.2.2 Diseño de la investigación	45
4.3 Población y muestra de la investigación.....	46
4.3.1 Población	46
4.3.2 Muestra.....	46
4.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	46
4.4.1 Técnicas para la recolección de datos	46
4.4.2 Instrumentos	47
4.4.3.1.1 Validez y confiabilidad	47
4.4.4 Procesamiento y análisis de datos.....	48
4.4.5 Ética de la investigación	48
RESULTADOS	49
5.1 Análisis Descriptivo.....	49
5.1.1 La comunicación Interna.....	49
5.1.2 Cultura Organizacional.....	55
5.2 Estadística Inferencial	59

CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	66
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
ANEXO N° 1: Matriz de consistencia.....	74
ANEXO N° 2.....	75
Cuestionario sobre Comunicación Interna.....	75
Cuestionario: Cultura Organizacional	76
ANEXO N° 3 Ficha de Validación.....	77
ANEXO N° 4 Copia de la data procesada	80
Anexo N°5: Consentimiento informado	82
Anexo N°6: Autorización de la entidad donde se realizó el trabajo de campo.....	84
ANEXO 7: Declaratoria de autenticidad de Tesis	85

INDICE DE TABLAS

Tabla 1:La comunicación Interna	51
Tabla 2:D1 Vínculo	53
Tabla 3: D2 Efectividad.....	54
Tabla 4: D3 Orgullo	55
Tabla 5: D4 Identidad.....	56
Tabla 6: Cultura Organizacional	57
Tabla 7: D1 Artefactos.....	58
Tabla 8: D2 Valores	59
Tabla 9: D3 Tecnología.....	60
Tabla 10:D4 Símbolos.....	61
Tabla 11:Prueba de Normalidad	62
Tabla 12:Contrastación de Hipótesis General	63
Tabla 13:Contrastación de Hipótesis Específica 1	64
Tabla 14:Contrastación de Hipótesis Específica 2.....	65
Tabla 15:Contrastación de Hipótesis Específica 3.....	66
Tabla 16:Contrastación de Hipótesis Específica 4.....	67

INDICE DE FIGURAS

Figura 1:La comunicación Interna.....	52
Figura 2:D1 Vínculo	53
Figura 3: D2 Efectividad	54
Figura 4: D3 Orgullo	55
Figura 5: D4 Identidad	56
Figura 6: Cultura Organizacional.....	57
Figura 7: D1 Artefactos	58
Figura 8: D2 Valores.....	59
Figura 9: D3 Tecnología	60
Figura 10:D4 Símbolos	61

RESUMEN

El objetivo fue determinar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023.

El estudio desarrolló las variables comunicación interna y la cultura organizacional con sus dimensiones vinculo, efectividad, orgullo e identidad para la primera variable y las dimensiones artefactos, tecnología, símbolos y valores para la segunda variable.

La investigación fue tipo básica, descriptiva correlacional, hipotético deductivo y no experimental, la técnica empleada fue la encuesta y dos cuestionarios de 16 preguntas cada uno, con una población de 42 colaboradores y una muestra censal de los mismos.

Para la estadística descriptiva se obtuvo los siguientes resultados: El 67 % de los colaboradores considera que casi siempre se establece una adecuada comunicación interna, seguido del 19% de a veces; El 59.5 % de los colaboradores manifiestan que casi siempre es adecuado el desarrollo de la cultura organizacional, seguido del 21.4 % de a veces.

Según la prueba de R., de Pearson 0,901 nos indica una correlación positiva muy alta y por la significancia bilateral de 0,000 que es menor a $P = 0,05$ nos permite rechazar la H_0 y aceptar que: Existe relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023. Por lo que se concluye que un adecuado desarrollo de la comunicación interna permite un adecuado desarrollo de la cultura organizacional.

PALABRAS CLAVE: Cultura organizacional y Comunicación Interna.

ABSTRACT

The objective was to determine the relationship between internal communication and organizational culture in the Comprehensive Insurance of the Regional Decentralized Unit of Ucayali, 2023.

The study developed the internal communication and organizational culture variables with their bond, effectiveness, pride and identity dimensions for the first variable and the artifacts, technology, symbols and values dimensions for the second variable.

The research was basic, descriptive, correlational, hypothetical deductive and non-experimental, the technique used was the survey and two questionnaires of 16 questions each, with a population of 42 collaborators and a census sample of them.

For the descriptive statistics, the following results were obtained: 67% of the collaborators consider that adequate internal communication is almost always established, followed by 19% of sometimes; 59.5% of the collaborators state that the development of the organizational culture is almost always adequate, followed by 21.4% of sometimes.

According to R.'s test, Pearson's 0.901 indicates a very high positive correlation and due to the bilateral significance of 0.000, which is less than $P = 0.05$, allows us to reject H_0 and accept that: There is a significant relationship between internal communication and the organizational culture in the Comprehensive Health Insurance of the Ucayali Regional Decentralized Unit, year 2023. Therefore, it is concluded that an adequate development of internal communication allows an adequate development of the organizational culture.

KEY WORDS: Organizational culture and Internal Communication.

INTRODUCCIÓN

En toda organización sea del ámbito público o privado se buscan alcanzar los objetivos organizacionales para ello es necesario contar con herramientas de gestión que mejore la competitividad y el clima laboral, es allí donde cobra relevancia la comunicación interna la cual debe ser efectiva con el público interno, la que permita que tengan un sentido y claridad a las actividades que cada integrante de una organización desempeña y que estas reafirmen su identidad en la organización. Asimismo, esta es complementaria con la cultura organizacional donde esta debe ayudarse de la comunicación interna para generar el espacio participativo en el que se puedan consolidar los valores compartidos por toda la empresa.

En tal sentido, con este trabajo de investigación se pretende analizar la gestión de la comunicación y cultura organizacional en el seguro integral de salud de la unidad desconcentrada regional Ucayali, 2023, dado que en el Seguro integral de salud se viene observando que los objetivos organizacionales no son alcanzados debido entre otros por falta de una comunicación efectiva que permita que los colaboradores tengan claras sus funciones y que esto permite una cohesión con la cultura organizacional. Por lo que se hace necesario investigar la comunicación interna y la cultura organizacional en la Unidad Desconcentrada Regional (SIS), a fin de brindar una mejor atención al público usuario y por ende alcanzar los objetivos institucionales planeados.

En la presente tesis busca sustentar la importancia de la Gestión de la comunicación y la cultura organizacional, para lo cual se desarrollarán los siguientes capítulos:

En el Capítulo I se desarrolla el planteamiento, las interrogantes del trabajo, lo relacionado a justificación, delimitaciones, viabilidad entre otros

En el Capítulo II se desarrolla el marco teórico referencial donde se tiene como contenido mejorar la productividad como efecto de la motivación en el personal de salud que brinda atención en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional Ucayali.

En el Capítulo III se desarrolla el planteamiento de las hipótesis y la definiciones conceptual y operacional de las variables del presente trabajo de investigación.

En el Capítulo IV se desarrolla el método de investigación científica que considera tipo, nivel descriptivo correlacional, ética, etc; necesarios para dicha investigación.

En el Capítulo V se desarrolla los resultados. En el VI la discusión de estos y las conclusiones y respectivamente las recomendaciones al presente trabajo. Al final del trabajo se anexan la matriz, cuestionarios, data procesada y declaración de autenticidad de tesis.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

En el sector salud es importante el desarrollo de la comunicación y se halla desarrollado a nivel mundial, a pesar de ello en los centros de enseñanza de comunicación y de la salud pública a nivel América es relativamente débil ya que ambas disciplinas no se entrelazan a excepción de áreas muy específicas. Busse y Godoy (2016)

A nivel internacional en **China**, en el 2019, la filial de la OMS en ese país fue notificada de problemas de neumonía de etiología de causa no conocida en Wuhan, Hubei del mencionado país. Ciertos problemas informados abrían laborado o estado de visita en el mercado de productos del mar de Huanan. Citado mercado fue impactado y es el mas grande mayorista de productos del mar para la demanda Wuhan, la misma que cuenta con más de seiscientas jaulas y quince mil colaboradores, el cual fue cerrado el enero de 2020 debido a requerirse saneamiento del ambiente y por desinfección.

En enero del 2020 fue descubierto un tipo nuevo de coronavirus, anteriores pruebas descartaron SARS-CoV, MERS-CoV, influenza aviar y otros tipos de afecciones de carácter respiratorio de origen bacteriano o viral. Según el análisis de secuenciación genética el coronavirus es parecido al SARSCoV detectado en año 2003.

Dada la alerta emitida por OMS sobre este nuevo coronavirus COVID-19 comunicada en enero 2020 y a marzo de citado año se reportaron 95,333 casos a nivel mundial.

En el **Ecuador** en febrero 2020 se comunica la presentación de un caso Covid-19 de una persona que había retornado de España. A marzo del mismo año se reportaron 13 casos para Covi19, lo que permitió se estipulara el Plan Nacional de Comunicación y Educomunicación para contener los efectos de esta enfermedad. Minsa, Ecuador 2020.

A nivel nacional en **Perú**, mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 238-2014-SERVIR-PE se aprueba la Directiva N° 002-2014-SERVIR/GDSRH “Normas para la gestión del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos en las entidades públicas” que detalla siete subsistemas entre los cuales, se cuenta con el Subsistema de Gestión de Relaciones Humanas y Sociales, contando éste con cinco procesos, dentro de los cuales se encuentra el proceso de Comunicación Interna. Con Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 151-2017-SERVIR-PE, se aprueba la Guía para la Gestión de Proceso de Comunicación Interna, que tiene como propósito determinar los criterios y brindar pautas para que las entidades públicas gestionen el proceso de Comunicación Interna que forma parte del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humano, La comunicación se ha convertido en uno de los factores imprescindibles para el desarrollo y buen funcionamiento de una organización, al ser entendida como un conjunto de procesos que lleva a cabo una entidad con el fin de hacer que la información fluya, tanto a nivel interno, entre los servidores de sus diferente áreas, así como a nivel externo, entre la opinión pública. En este sentido, la responsabilidad de la comunicación interna estará en el afianzamiento de la cultura organizacional y la puesta en marcha de herramientas y canales de comunicaciones que permitan la interacción entre los miembros de la entidad, reducir la incertidumbre, prevenir la desinformación, así como fortalecer la motivación y mejorar el clima laboral, que podrá dar como resultado, servidores informados alineados, involucrados y comprometidos. Plan de Comunicación Interna Minsa (2022).

A nivel del país, ciertas organizaciones le dan la importancia adecuada a la comunicación en forma asertiva lo cual les ha permitido desarrollar culturas de excelencia, logrando más allá de los objetivos institucionales que le vienen brindando

un liderazgo en la sociedad, así como ser actores de una cultura organizacional de identidad, responsabilidad y ética que hace que cada vez sean tomados como modelos para otras organizaciones, pero también siguen existiendo instituciones del sector público que debido a la falta de una comunicación efectiva, capacitaciones, trato interpersonales, intrapersonales, tenue identidad no les permite dar un adecuado servicio a la comunidad, lo que viene generando dificultades en el desarrollo de sus actividades y se ve aún más álgida esta situación debido a la alta rotación de sus integrantes, así como a la poca decisión de sus líderes de enfocarse en un dinamismo elevado por mejorar la comunicación interna y fortalecer la cultura organizacional. Todo se ve reflejado en las continuas quejas de los usuarios de los diversos sectores que atienden las instituciones del estado, en la cual se tiene poco presupuesto y dedicación para mejorar y fortalecer la comunicación interna y la cultura que les permita mejorar su atención en forma integral e inclusiva hacia la sociedad en general.

La organización es el lugar donde pasan el mayor tiempo por lo que se hace necesario tener bien definidas sus actividades, las mismas que deben ser reguladas mediante constantes relaciones interpersonales intrapersonales a nivel ascendente, descendente lo cual permite que las organizaciones desarrollen sus actividades y logren los objetivos institucionales de forma competitiva, esto se viene dando en organizaciones altamente competitivas a nivel mundial donde constantemente se realizan capacitaciones in house y en forma extrainstitucional para que esa comunicación sea efectiva y asertiva así como se consolide la cultura organizacional. Siendo de esta manera la cultura y la comunicación ejes que constituyen el correcto funcionamiento organizacional a nivel internacional.

Así en el sector salud, se tienen muchas dificultades presupuestales, de liderazgo, comunicación y cultura, como carencias dentro de dicha institución, cabe mencionar que la organización con una cultura elevada tendrá como efecto una comunicación de contexto alto, en función a sus valores y normas, por lo que teniendo como base dicha información se puede desglosar que cada organización refleja una cultura propia,

A nivel de **Ucayali** el Seguro Integral de Salud se encuentra con dicha problemática, debido a las deficiencias en la gestión. El SIS, denominado Seguro Integral de Salud, es señalado como un organismo público, que tiene como fin brindar servicio de

aseguramiento a los pobladores vulnerables en el Perú; actualmente se evidencian síntomas en que es necesario poner en énfasis a la gestión comunicativa, puesto que es considerado como una de las principales problemáticas que afronta este sector, debido al mal manejo de los servicios, generando resultados negativos dentro de la organización, así mismo cabe señalar que la comunicación, determina el grado de comprensión y entendimiento para una buena coordinación de las funciones que se desempeñan, por lo que la falta de comunicación efectiva y asertiva impide el desarrollo de un proceso eficiente en los trámites que se realizan en las diferentes áreas del sector. Lo cual se ve reflejado en que las atenciones programadas no se cumplen en el tiempo y espacio, no se pueden entablar diálogos con las personas que deben solucionar los problemas, no existen directivos que salgan a explicar las carencias o falta de atención adecuada, no enfrentan las coyunturas y los colaboradores deben solamente ser receptores de toda esta mala atención, asimismo existen ciertas divergencias en cuanto a los diferentes departamentos que atienden al público como por ejemplo son atendidos en la cita programada, pero no se les asigna la medicina recetada, entre otros tampoco se cuenta ciertas especialidades para atención y que deben ser derivadas a otras sedes. Por lo que se hace necesario investigar las causas que vienen originando esta situación entre las cuales se encuentra la comunicación interna y la cultura organizacional. De no realizarse una investigación a esta problemática se pronostica una situación que se podría dar en caótica o grave por lo que mediante el presente estudio se plantearan alternativas de control del pronóstico en la que permitan contribuir a la solución de la problemática planteada.

1.2 Delimitación de la investigación

- **1.2.1 Delimitación espacial**

El presente trabajo se realizó en el local de la UDR de Ucayali del SIS, situada en el jirón Antonio Raymondi número 394.

- **1.2.2 Delimitación temporal**

El trabajo se inició en febrero y culminó en julio del 2023

- **1.2.3 Delimitación social**

Se consideró al personal de la UDR de Ucayali del SIS.

- **1.2.4 Delimitación conceptual**

La investigación estuvo sustentada en las bases teóricas de la comunicación interna con sus dimensiones vínculo, efectividad, orgullo e identidad correlacionada con la variable cultura organizacional; asimismo la variable cultura organizacional será desarrollada con sus dimensiones artefactos, tecnología, símbolos y valores.

1.3 Problemas de investigación

1.3.1 Problema principal

¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023?

1.3.2 Problemas secundarios

¿Cómo se relaciona el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023?

¿Cómo se relaciona la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023?

¿Cómo se relaciona el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023?

¿Cómo se relaciona la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Establecer la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

1.4.2 Objetivos específicos

Establecer la relación entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Precisar la relación entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Especificar la relación entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Analizar la relación entre la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

1.5 Justificación e importancia de la investigación

1.5.1 Justificación

Teórica. – La presente investigación se enfoca en el estudio de la comunicación interna basada en las bases teóricas que permiten su aplicación en las organizaciones a fin de

emitir y recibir disposiciones con claridad y precisión cuyo propósito es el de obtener las metas y objetivos organizacionales.

Metodológica. – Para el desarrollo del presente trabajo se empleó el método científico dentro del cual se emplearon técnicas e instrumentos validados y confiables a fin de recoger información que posteriormente fueron procesadas para determinar la validez de las hipótesis propuestas mediante las contrastaciones respectivas.

Práctica. – Los resultados del presente trabajo permitirán plantear alternativas de solución a la problemática presentada en la institución y de la misma manera mejorara el desarrollo de la cultura organizacional permitiendo superar las metas y objetivos institucionales.

Social. – El presente estudio podrá ser considerado como trabajos previos para otras investigaciones, así como los resultados serán de utilidad para otras instituciones en la solución de problemas de índole de comunicación interna y cultura organizacional, logrando tener una comunicación fluida y oportuna y la mejora de la cultura en la organización

1.5.2 Importancia

En toda organización es relevante emitir y recibir instrucciones por medio de una comunicación interna eficiente, transparente y clara, siendo de esta manera una herramienta de gestión relevante para el cumplimiento por parte de los colaboradores de los 3 niveles a fin de poder realizar actividades que permitan alcanzar los logros, metas y objetivos planeados. Al tener una comunicación adecuada permitirá mejorar el desarrollo de la cultura organizacional propiciando mejores resultados.

1.6 Factibilidad de la Investigación

Para la realización del presente trabajo se contó con los medios necesarios, los cuales fueron asumidos por la investigadora concerniente a los recursos humanos y materiales que demandó. Por lo que fue factible su realización.

1.7 Limitaciones del estudio

Se tuvo ciertas limitaciones en la obtención de datos por parte de los colaboradores debido a la disponibilidad de tiempo, por lo que se realizó en momentos de refrigerio o cuando ingresaban o salían de las instalaciones a fin de no interrumpir sus labores asignadas.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Guerrero (2019) en su trabajo *“La comunicación interna. Una herramienta estratégica para la gestión del trabajo de las personas en la nueva organización.”*

El trabajo se enfoca en la comunicación interna al interior de instituciones actuales. Se fundamenta en la evaluación de los componentes que han impactado en los nuevos modelos laboral y de comunicación, donde trata de ampliar como la comunicación interna se viene expandiendo y consolidando como una nueva forma estratégica y transeccional para mejorar la administración de labores de los colaboradores en las empresas del siglo XXI.

Como marco integral de la comunicación organizacional, la parte interna cobra relevante importancia en forma estratégica fundamental. Tal es así que se considera a esta como una de las mas relevantes para la construcción y transmisora de la cultura de las organizaciones. De esta manera el colaborador se sienta identificado y este motivado con los valores inculcados por la institución en la que labora complementando su compromiso.

Teniendo en consideración esta transaccionalidad, es necesario brindar una dimensión formal y estratégica a la comunicación interna en todo tipo de organización. Lo cual tiene implicancia en la dirección y el involucramiento de todos los colaboradores en esta actividad, de esta manera en forma planificada y estructuralmente brindara la obtención de los objetivos de la institución. El trabajo también considera la casuística de una empresa en la cual considera las características de este nuevo modelo de trabajo

y de la nueva organización. Así para el nuevo ingreso de un programa de liderazgo se propone una nueva estrategia con la que se pretende concretar de manera cotidiana los contenidos analizados en la presente investigación.

Rodríguez (2018) en su trabajo *“Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil”*.

El trabajo de investigación se llevo a cabo a fin de establecer la relación de la comunicación interna y la cultura organizacional de los trabajadores del ámbito administrativo de Universidad Católica a fin de implementar un plan de mejora que sea de guía para la organización adopte medidas adecuadas y relevantes para la corrección de ausencias que se evidencien posterior a la aplicación de los instrumentos y la obtención de resultados. Para el enfoque cuantitativo se empleo el cuestionario como instrumento, para determinar la hipótesis verdadera. La técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, a fin de recoger datos de las variables en estudio (Casas, 2003). Luego de obtener los resultados por medio de la técnica de la encuesta, se determino la necesidad de elevar la comunicación interna de los trabajadores del ámbito administrativo de la universidad así como elevar las fortalezas referidas a la cultura organizacional, una propuesta de mejora enfocada en las estrategias de potencializar los canales, mensajes de la comunicación interna, desarrollo e integración de los colaboradores y elevar la cultura organizacional, todo lo cual mejorara la comunicación interna así como tener un mejor conocimiento de la organización a fin de que la universidad se integre, realice cooperación e identificación.

Parada (2020) en su trabajo *“Comunicación interna en la cultura organizacional del sistema de desarrollo integral de Puebla”*.

Mediante la comunicación hace posible la identificación tanto ascendente o descendente. El tramite se da desde lo mas alto de la organización, sitio donde nace la estrategia y se toman las decisiones. Los valores son corregidos por parte de la opinión de la sociedad, incluso son ajustados y permiten apoyar para una reflexión, donde según la responsabilidad y la justicia podría cambiar en la parte estratégica. En ese rumbo el desempeño es causado desde una adecuada identificación con las metas de la organización y la que esta genere expectativas del colaborador. Cada integrante basa

sus demandas personales, pero a su vez también se retroalimenta de otras que recibe de parte de la colectividad. Donde las promociones externas de imagen crean la estima al interior de las organizaciones, generalmente generan identificación, pertenencia y motivación que vienen a ser condiciones para fijar confianza si ambos agentes realizan un desempeño con sinceridad, fiabilidad y rigor. Por parte de las organizaciones no solo es alcanzar los objetivos institucionales sino alinearse con lo que predica. De esa forma su comunicación con todos los grupos de interés permitirá que el colaborador se integre en los proyectos de la directiva. Generar confianza por parte de la organización crea garantía en las expectativas de cada colaborador. Lo que permite ser el motor emocional colectivo por medio del empleo de la comunicación interna, generando datos, desarrollando la identidad y reduciendo el rol de la comunicación a un punto mínimo.

Valencia y Rivera (2021) en su trabajo *“Gestión de la comunicación interna en la Universidad de Guayaquil año 2020”*.

El trabajo desarrollado evidencia la relevancia de la comunicación interna al interior de las organizaciones de educación superior tanto a nivel privado como público. Es considerada la comunicación el factor que incide directamente en todo el ámbito universitario, debido al mal empleo que se brinda a los medios de comunicación, a su esto genera una imagen adversa, lo cual impacta a la institución universitaria, así como a sus directivos que integran la comunicación interna de estas. Es un proceso estratégico y básico el desarrollado por la comunicación interna en el cual se envía un determinado mensaje con la finalidad que el usuario interno de la organización cuente con información adecuada para desarrollar sus actividades, se motive, mejore el clima y mediante la aplicación de un plan estructurado permita el desarrollo de sus actividades en forma efectiva contribuyendo con el logro de los objetivos de la organización. El trabajo tiene como propósito efectuar una evaluación de la administración de la comunicación interna en la Universidad de Guayaquil con la masiva participación de profesores, administrativos y estudiantes que aporten al desarrollo organizacional. En adición se realizó la evaluación del desarrollo de los canales comunicativos que administra la universidad, tales como satisfacción, así como la eficacia que brindan estos canales hacia la parte interna es decir la comunidad universitaria y establecer las debilidades que se evidencien en los canales. Por lo la presente investigación su objetivo es aportar para la elaboración de un planeamiento estratégico de promociones

comunicacionales eficaces para la universidad, el cual desarrolla las acciones necesarias para elevar la comunicación, el empleo de canales y el establecimiento del clima institucional.

Miliani y Flores (2022) en su trabajo *“Efecto de las comunicaciones internas en públicos externos debido al uso de RRSS de los colaboradores de las organizaciones”*.

El advenimiento del empleo de las redes sociales, ha ocasionado que las organizaciones empresariales enfrenten diversos retos enfocados en su imagen y reputación, hay que la existencia de factores externos impacta positivamente o adversamente por solo una simple comunicación o publicación. Por lo que el propósito del trabajo es evaluar el impacto en la audiencia externa de la comunicación de nivel interno no efectivas de las instituciones emanadas por los trabajadores, al hacer uso de las redes sociales para comunicar su descontento debido a una ausencia de información formal por parte de las instituciones. Se desarrollaron como objetivos secundarios la parte del comportamiento de la cultura institucional, característica de los tipos de comunicación que se administra en ciertas organizaciones, determinar el manejo formal de la comunicación interna, empleo de medios accesibles a toda la organización y finalmente saber la naturaleza del uso de las redes sociales por parte de los trabajadores que no están contentos. El trabajo está inmerso en las comunicaciones de orden corporativas, no experimental, transversal y exploratorio. Posterior a la aplicación del cuestionario los resultados fueron que se determinó la comunicación con los colaboradores permite el éxito empresarial según percepción de los colaboradores, y que es lo fundamental para establecer relaciones, funciones y roles de los diferentes estamentos de la organización. Así mismo se estableció la calidad de los valores tales como visión misión, trabajo en equipo y apoyo mutuo se encuentran basados en la cultura de la organización, cabe mencionar que la comunicación formal establece la garantía de tener comprensión y entrega de los mensajes por los canales de la empresa y finalmente que si se cumple los estándares de formalidad el desarrollo de la comunicación interna.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Flor (2018) en su trabajo *“Comunicación interna y cultura organizacional en la Escuela Profesional de Gestión Pública y Desarrollo Social de la Universidad Nacional de Moquegua, 2018”*.

El trabajo tuvo como propósito establecer la asociación de la comunicación interna y la cultura organizacional.

Se planteo como hipótesis la existencia de una relación directa de la comunicación interna y la cultura organizacional. La metodología empleada fue descriptiva correlacional no experimental, básica, se empleo la encuesta y el cuestionario, la población estuvo conformada por 105 trabajadores y una muestra probabilística de 105 conformada por profesores y alumnos. Se obtuvieron como resultados luego de la aplicación de los cuestionarios y por medio del software SPSS con un nivel de confianza del noventaicinco por ciento y un error del cinco por ciento se determino la existencia de una asociación directa entre ambas variables de estudio: comunicación interna y cultura organizacional, asimismo se determinó un nivel regular de la comunicación interna y la comunicación.

Trujillo (2017) en su trabajo *“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector Energía y Minas, 2017”*

El propósito del trabajo fue establecer la influencia de la comunicación interna en el clima organizacional. La metodología empleada fue descriptiva correlacional, cuantitativa, no experimental, transeccional. La población estuvo conformada por 627 trabajadores. El muestreo fue probabilístico y conformado por 238 trabajadores con un cinco por ciento de error.

Mediante la encuesta y el cuestionario de treinta seis pregunta y escala ordinal de Likert , como confiabilidad se tuvo de 0,977 se estableció un elevada percepción de comunicación intrapersonal en 69.3 por ciento, media percepción de comunicación interpersonal 52.9 por ciento, baja percepción de comunicación institucional 32.2 por ciento, moderada percepción de liderazgo 43.3 por ciento, moderada percepción de trabajo en equipo 32.4 por ciento y baja percepción de motivación 33.2 por ciento. Para la estadística inferencial se empleo Pearson con un coeficiente de correlación de 0,872 con un nivel de significancia de 0,000 lo que permitió concluir que la comunicación interna influye en forma positiva en el clima organizacional, indicándose una comunicación interna en forma integral y se integre a los todos los trabajadores de la institución como agentes emisores de la comunicación.

Orbegoso (2018) en su trabajo “*Comunicación interna y percepción de la Organización de los trabajadores de una universidad pública de Huánuco, 2018*”.

Actualmente la comunicación que se realizaba a nivel administrativo o de escritorio se ha convertido en la parte mas relevante de las instituciones para establecer estrategias y tácticas según el diagnostico situacional para determinar debilidades o requerimientos en esta área. Toda institución debe realizar la mejora continua, por lo que la universidad de Huánuco no esta excluida de esta regla y aún más aquellas áreas relacionadas con la imagen institucional. Los trabajadores son referentes determinar si la comunicación esta promoviendo una imagen de institución académica, científica y la percepción que deben tener como integrantes de ella. La metodología fue de enfoque cuantitativo, básica, nivel correlacional, analítico, sintético a fin de establecer la aceptación de las hipótesis planteadas La población estuvo conformada por 160 individuos. Las conclusiones más relevantes fueron que los procesos de comunicación son relevantes para los trabajadores internos, brindando una percepción positiva de la institución. Asimismo, también es adecuado realizar correcciones para mejorar los procesos comunicaciones dentro y fuera de la organización.

Vidalón (2019) en su trabajo “*La comunicación interna y su influencia en la cultura organizacional del Instituto de Educación Superior Pedagógico América de la ciudad de Trujillo-2019*”.

El propósito del estudio fue establecer la influencia de la comunicación interna en la cultura organizacional, planteándose como pregunta general ¿De qué manera la comunicación interna influye en la cultura organizacional del Instituto de Educación Superior Pedagógico Privado América de la ciudad de Trujillo – 2019?

Como hipótesis se planteó La comunicación interna influye en la cultura organización. Los objetivos específicos fueron determinar las características de la comunicación interna, las características de la cultura organización y el nivel de relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional, todas ellas referidas al Instituto de Educación Superior Pedagógico Privado América. La población estuvo conformada por 47colaboradores entre administrativos, docentes, directos y estudiantes femeninas. La metodología empleada fue descriptiva correlacional, transversal, la encuesta, el resultado fue que no existe clara comunicación entre los colaboradores, una deficiente

comunicación formal que obstruye la recepción adecuada de la información. Como conclusión se determinó que la comunicación interna influye en la cultura organizacional, la cual se realizó mediante el Chi cuadrado a un nivel de significancia menor del 0,05, por lo que se concluye que una buena comunicación interna influye de manera positiva en la cultura organizacional percibida por los usuarios y trabajadores.

Lucen (2021) en su trabajo *“Influencia de la comunicación interna y la cultura organizacional en una institución educativa 2021”*.

El presente trabajo tuvo como propósito evaluar la influencia de la comunicación interna en la cultura organizacional. El enfoque fue cuantitativo, científico deductivo, descriptivo correlacional, no experimental transeccional.

Se empleó la encuesta y cuestionarios con escala de Likert para ambas variables, para la cultura organizacional se empleó la evaluación cultura organizacional de Cameron & Quinn, las cuales fueron validadas por especialistas y la confiabilidad por el Alfa de Cronbach con un 0,9152, los datos fueron no paramétricos y se empleó Rho de Spearman. Se aceptó la hipótesis alterna la cual indica que la comunicación interna influye en la cultura organizacional con una asociación positiva alta de 0,669, el resultado número dos indica que la comunicación formal influye en la cultura organizacional con una asociación alta de 0,678 y el resultado número 3 indica que la comunicación informal no influye en la cultura organización con un coeficiente de asociación bajo de 0,394.

2.2 Bases teóricas o Científicas

2.2.1 Definición de la variable: Comunicación Interna

Según Reyes (2012) “Las comunicaciones internas sirven para alinear, comprometer e integrar”. Esta conceptualización, alinear indica conectar con los objetivos estratégicos y los valores implementados en la cultura de la institución; comprometer significa que los colaboradores consideran lo que la organización realiza por ellos y su familia; e integrar, nos indica que es todos se apoyan en todos los estamentos de la institución donde se interiorizan y se valoran. (p. 128).

Los integrantes de la comunicación interna es apoyar a que las instituciones sean mas efectivas. Par lograrlo los responsables deben sostener un equilibrio de la comunicación realizada para mejorar los lazos de los trabajadores con la institución, manteniendo desafíos de la organización, elaborar identidad adecuada y en el día a día influenciar en que los trabajadores estén orgullosos de la institución donde labora y que esta aporta valor a sociedad donde realiza actividades.

Cada vez que exista diálogos en forma interpersonal, de frente a frente, entre grupos, jefaturas permitirá la realización de mejores resultados para las instituciones.

Resulta relevante explicar que la parte de la comunicación frente a frente, el dialogo jefe trabajador, fue y será la forma mas efectiva para realizar la comunicación interna. Siendo la responsabilidad de los que conducen la comunicación interna el de mejorar, innovar el uso de medios y canales, así como también participar en la formación de la parte académica para mejorar las competencias y habilidades entre lideres, jefaturas con el propósito de establecer comunicaciones internas efectivas y eficaces. Reyes (2012)

Se pone en desarrollo un modelo de administración de las comunicaciones internas en función a 4 componentes: el vínculo, la efectividad, la identidad y el orgullo

Dimensión 1. El Vinculo

La organización y su necesidad de tener vínculos, asociaciones y afectos con los colaboradores con las que generalmente interactuamos en forma diaria.

Los colaboradores desarrollan la parte emocional mediante el afecto hacia la institución, así como también la institución es reciproca y los considerar por ser parte de esta comunidad. El valor clave es la reciprocidad en la que la institución es la que proporciona valor hacia los integrantes o trabajadores y de esta forma desarrolla niveles de afecto a diferencia de aquellas instituciones que no las hacen. Reyes (2012)

Tres áreas conforman este foco:

El relativo con el desarrollo profesional, para ello se evidencia la evaluación del desempeño, la distinción, las retribuciones y la formación especializada;

El relacionado con el aspecto familiar en la que se desarrolla los niveles de estándar de vida, los beneficios adquiridos, el equilibrio entre la vida laboral con la personal y enfocada en el disfrute o recreación.

Finalmente, lo asociado a los equipos humanos del cual los colaboradores forman parte, que considera el mutuo conocimiento de los que integran el grupo o equipo, sección área u organización, y enfocado la forma como se administra el egreso masivo de los colaboradores. Lo referente al vinculo se amplía o reduce debido a actividades o acciones que impactan en forma positiva o negativa de la percepción tales como justo trato, la respetacion, la equidad. Por este motivo es importante gestionar la comunicación en forma cuidadosa cuando los trabajadores consideren que una decisión empresarial afecta los atributos Generalmente la comunicación brinde beneficios, por lo que es menester de los directivos tener preocupación sobre ellas. Por lo que se tiene resultados o medidos no se puede realizar mejoras, así de esta manera lo que no se comunica no es posible recordar. Por lo que resulta relevante comunicar los beneficios que se dan periódicamente, regular o periódicamente. Reyes (2012)

Dimensión 2. La efectividad

Las personas más profundamente motivadas se encuentran felices y asocian sus deseos a un motivo mas alto que lo que ellos aspiran.

Esta área está relacionada a la forma conductual, donde el meollo del asunto es llegar a convences que los trabajadores desarrollen un comportamiento adecuado o que permitan lograr los objetivos que proyecto la organización. Donde la parte de la comunicación es factor preponderante para la elaboración de pertinencia y de alcanzar los logros. Asimismo, como personas nos agrada pertenecer a grupo empresariales que tenga éxito o que logran sus metas y objetivos. En un estudio realizado se observó que luego de realizar una capacitación en comunicación interna, eran los trabajadores quienes solicitaban entender en forma explícita el rumbo de la institución. Donde se realizada una percepción consensuada en los diferentes estratos de la organización de conocer en forma exacta la estrategia aplica por la empresa, donde le sería más rápida y fácil la toma de decisiones e inclusive llevar a cabo asociaciones entre los diferentes equipos de las otras áreas de la organización. Reyes (2012) Al desarrollar esta dimensión en forma adecuada se obtiene que la institución este alineada en los

departamentos realizan coordinaciones y esfuerzos para lograr el objetivo general, dejando en forma complementaria sus objetivos secundarios, lo que le da mayor sustento al todo empresarial. Esta situación es mucho mejor que solo compartir definiciones conceptuales de misión, visión, valores, objetivos entre otros. No es suficiente poner solo afiches. Es necesario que la plana gerencial desarrolle el contenido de la organización. Principalmente frente a frente, que es la mejor forma de establecer en forma activa el leit motiv institucional de prender la pasión y de hacer participe a todos los departamento y niveles de la gran afrenta empresarial. En función a este eje es oportuno elaborar la posición del gerente o presidente ejecutivo. Los trabajadores por percepciones de la psique, requieren tener confianza en alguien que los dirija, que tenga una visión profunda y transparente sobre la proyección futura y que realice la toma de decisiones para alcanzar los objetivos proyectados. Donde esta parte dimensional es relevante no solo por el futuro empresarial sino también por la esperanza generada. Donde el mañana será mejor, con un adecuado liderazgo y conocimiento. Generalmente las organizaciones desarrollan eventos anuales con la participación del gerente general y los trabajadores lo cual genera pasión en el citado encuentro.

Posteriores a esa fecha en el día a día y lo cotidiana se absorben buenas vibras y se olvidan del mensaje socializado. Donde la forma de actualizarlos recae en las jefaturas y gerencias de departamentos o secciones. Donde estos jefes son los que deben mantener esta pasión viva así el contenido del mensaje. Donde a este nivel los jefes deben traducir el objetivo específico en la que los colaboradores puedan realizar apoyo y aportes para lograr los objetivos empresariales. Reyes (2012)

Dimensión 3. El orgullo

La realización de algo valorativo concebido por otros, o el ser realizar acciones o beneficios a la sociedad en general. Lo primordial es la comunicación porque permita ser validado o nivel social. Donde existe diferencia en las que el colaborador trabaja en una organización que beneficia con sus acciones a la sociedad y es reconocida por estos aportes o calidad de sus productos versus una organización que no es conocida y que es percibida como una que realiza daños al medio ambiente o presta servicios de mala calidad al usuario. Este punto está enfocado como la parte relacional, pues es aquella que permite la asociación entre los colaboradores y la empresa con la sociedad y los

usuarios. Donde las empresas que brindan servicios y productos de calidad no solo satisfacen al cliente, a la empresa sino además permite que los que laboran en ella se identifiquen y se sientan orgullosos de pertenecer a ella. De esta forma las mejoras realizadas a los bienes y servicios producidos por la empresa benefician a la comunicación interna. Esta situación es similar a lo normado por la responsabilidad social empresarial o RSE. Por lo que la participación a nivel empresarial o por parte de los trabajadores en la RSE determinan engrandecer el orgullo de pertinencia a la empresa. De esta forma va avanzando lo valorativo de realizar cosas o acciones sobre la parte monetaria, la que la realización de cosas permite reducir las externalidades adversas de una determinada organización. Reyes (2012)

La comunicación interna permite generar el intercambio de información generando un impacto adecuado. Ya que permite analizar el contexto y verificar el aporte que realizan los trabajadores que intervienen en los proyectos de RSE, así como las opiniones de los directivos de las instituciones que recibieron las acciones y se vieron favorecidas con estas actividades. La forma de participación intensa de los trabajadores es fundamental para lograr el éxito de la comunicación interna, donde es relevante evidenciar que los directivos realicen actividades y socialicen lo que vienen realizando para elevar la calidad de los productos y servicios o comunicando las acciones realizadas por los colaboradores y los beneficios generados en su vida personal. Reyes (2012)

Dimensión 4. La identidad

Se enfoca a que el colaborador se considere parte del equipo o grupo con señales particulares y diferenciadas, tal es así como ser parte de una elite, de una organización referente en el ámbito social. Esta situación está relacionada con las creencias de los colaboradores la que esta fundamentada en la identidad fijada por la convicción de aquello que es adecuado y lo que no es. Por medio de la comunicación se realiza por medio la consistencia, mediante frase así se realizan las cosas, esta es la forma adecuada. Donde se proyecta que todos los colaboradores socialicen sus valores éticos. Reyes (2012) En ciertas organizaciones se proyecta el alcanzar la distinción de excelencia o méritos, la pasión por alcanzar resultados, sin priorizar lo impecable y en otras la proyección de cada vez generar más innovación. En cualquiera de las situaciones las

instituciones cada una proyecta tener una diferenciación cultural que las haga diferente a las otras de su sector.

La comunicación interna en conjunto con el marketing proyecta promociones de cultura o de identidad, que no son las más adecuadas, ya que el marketing su rol es de realizar campañas, mientras que la comunicación interna debe elaborar una cultura y eso no solo se obtiene por medio de solo campañas. Por el contrario el desarrollo debe ser formal y continuo mediante mensajes, claro está que el merchandising complementa la comunicación de la identidad corporativa.

Siendo el reto para la comunicación interna asociar los diversos proyectos o innovación en los negocios con los valores a lo largo del tiempo mediante los canales de comunicación. Donde el rol de los jefes de departamento realice un papel relevante pues los trabajadores estarán pendientes de la más mínima inconsistencia de la declaración de valores de la empresa y el comportamiento de estos directivos en el desarrollo diario de sus actividades. De ser socializada a la empresa como organización de carácter innovador, y el directivo no está abierto a recibir ideas, proyectos de parte de los trabajadores, esto hace que sea adversa y no se realice la credibilidad de la emisión de mensajes de comunicación interna. Reyes (2012)

2.2.2 Definición de la variable Cultura Organizacional

Para Schein, la cultura es: Una agrupación de principios que un equipo asimila y acepta como conclusión de la solución de una problemática del entorno o de integración al interior de una organización. Estos principios son funcionales y permiten ser aceptados y validados y ser socializados a nuevos colaboradores como las nuevas formas de realizar sus actividades, percibir y así alinear la parte externa con la interna de la organización.

Según Amaru (2009) Toda agrupación social requiere solucionar problemáticas tales como integrarse en la convivencia y poder adaptarse al entorno. Lo que comprende las asociaciones con otros equipos, el sentido de vivir. Una de las alternativas de cómo se solucionan esta problemática es mediante la evaluación de la cultura o grupo de experiencias, saberes y valores que se llevan a cabo y se transmiten a otros nuevos que se incorporan a la organización. (p.265)

Es compleja realizar la evaluación de la cultura de una organización. Debido a que todos sus integrantes no pueden ser observados, por lo que se deben diferenciar aquellos si son observables de aquellos que demandan una evaluación detallada.

Las partes que se hallan en los estratos mas alto de la organización son identificables en forma directa: Tales como su lenguaje, historias, comportamientos diarios. Los que se sitúan en los estratos mas bajos tales como los valores, principios no se determinan con la observación en forma directa ya que son difíciles de observar.

2.2.2.1 Dimensiones de la cultura organizacional

Dimensión 1 Artefactos

Las edificaciones, transportes, vestimentas y otros bienes que emplean las personas conforman los artefactos de la cultura organizacional

Se diferencian las organizaciones así por su infraestructura. Las instituciones del sector publica hacen diferenciación en función al tamaño, capacidad, arquitectónica de cada organizacional. Ciertas organizaciones continúan con un modelo así como buscan presentar una imagen moderna con perspectivas tecnológicas mediante el empleo de materiales con carácter ambiental entre otros. Amaru (2009)

Otra característica se refiere al espacio, en el que se observa la distribución. En el cual se observa si este presenta igualdad, o se evidencian diferenciación de posición de los altos directivos, los cuales tienen espacios amplios, modernos y bien equipados.

El área presenta alegría, esta oscuro, es fresco. Donde todas las áreas desde la administrativa, producción, de servicios, forma de realizar las actividades, la presentación, color, nos presentan la forma como se utiliza el espacio.

La forma de vestimenta de los colaboradores, nos da una característica de la forma de cultura que se desarrolla. Si se emplea vestimenta formal o informas, la totalidad emplea forma de vestimenta diferente o empelan uniformes. Todo lo cual es considerado como imagen de presentación adecuada o no.

La diversidad, cantidad y vista de los materiales y recursos evidencian formas de como desarrollan las actividades, hábitos y el stock de recursos. Donde se puede apreciar suficiencia o falta de ellos, existen gran cantidad de artefactos o pocos, la institución es pobre o rica en recursos, por lo que los artefactos dan una imagen impresionante o son escuetos.

Donde estos artefactos son a primera vista que impacta a un colaborador que es nuevo o alguien que viene como visitante y por ello tiene una percepción de la cultura organizacional. También esto permite que los que se incorporan recientemente adopten un comportamiento sobrio, donde tras de estos artefactos se hallan actitudes, hábitos y valores que para poder comprenderlos se requiere permanecer mas tiempo en la organización.

Dimensión 2 Tecnología

Generalmente toda organización el conocimiento y la experiencia adquirida emplean en recursos, bienes y servicio desde la producción de pan hasta la exploración de la genética humana

Conceptualmente la tecnología abarca los conocimientos de los individuos y de las instituciones emplean para solucionar problemas. A pesar que el uso del término tecnología se relacione con los artefactos, no esta limitado a este. Donde cada vez que redactamos ya estamos empleando tecnología. Donde abarca la forma de escribir y los medios para realizarlo, no interesando si es un terminal personal, lapicero, papel, pizarra.

Las variadas formas de herramientas que se emplea en la sociedad así como en las organizaciones políticas y las diversas formas de asociación conforman el conocimiento que se utilizan para resolver problemas de carácter básico el cual interaccione con medio ambiente y la convivencias de forma interna que la totalidad de grupos enfrentamos Amaru (2009)

Dimensión 3 Símbolos

Lo conforman los objetos y la forma de comportamiento que emiten mensajes y forma de significación al interior de una institución. Son aquellas actividades tales como ceremonias, procesos, imagen, forma de hablar, costumbres. Donde hace que las empresas por medio de ese componente sean de alta relevancia, ya que pone en evidencia los valores y permite sentido de identidad grupal.

Toda empresa tiene imágenes o símbolos, donde en algunos son sobrios y sólidos. Luego que el poder judicial, las fuerzas armadas, el clero de diversas religiones y las universidades son evidencias de los símbolos que crean una impresión en sus colaboradores como en la sociedad por parte del público en general. Amaru (2009)

El más relevante de todos los símbolos es el lenguaje, el cual se realiza mediante el idioma y los tipos de argot que se emplean. Ciertos idiomas son singulares, otros son de carácter universal. El hecho que la gran mayoría de individuos se comuniquen en idioma inglés no quiere decir que estas personas tienen una cultura similar.

Un papel relevante lo realizan la arquitectura y la vestimenta, la infraestructura, debido a que son símbolos que son visibles y que permiten la identificación y diferenciación de los trabajadores y de la empresa.

Los cuentos, mitos y personalidades son características tradicionales en forma verbal que se emiten a las nuevas generaciones para sostener en el tiempo la cultura predominante en la empresa. Donde los mitos historias son descripciones de actividades realizadas por quienes fundaron la empresa, las situaciones de éxito o crisis y otros pasajes importantes en el desarrollo de vida de la institución. Los mitos o cuentos son irreales. Las personalidades o héroes son personas destacadas de las historias o mitos. Se consideran personalidades o héroes a aquellos que fundaron la institución, personal que solucionan problemática, grandes deportistas, libertadores de naciones, nuevas formas de religión e ideologías. Amaru (2009)

Las ceremonias y rituales, son actividades que se encuentran diseñadas y con todo un proceso significativo que se llevan a cabo para realizar celebraciones de éxito y que permiten mantener las tradiciones de la organización. Las reuniones de aniversario, de

obtención de grados, de cambio de mando, actos solemnes y el festival de octubre llevado a cabo en la ciudad de Munich son claros ejemplos de dichos eventos.

Dimensión 4 Valores

Es aquel componente más íntimo de la cultura. Abarca las costumbres, forma de actuar, emisión de juicios, creencias, prejuicios e ideas que comparten los que conforman una organización en función de un determinado componente interno o externo. Ciertos autores consideran a los valores ya establecidos o declarados en forma oficial de los que realmente orientan la forma de comportarse de los integrantes en la institución.

La forma de pensar, los prejuicios y los valores son la base de que estipulan la conducción e intervienen en diversos puntos del comportamiento de los colaboradores en las empresas. Así por ejemplo la forma en que los directivos tratan a los colaboradores, la manera en que los colaboradores tratan al usuario, y de forma general la manera en que se asocian o relacionan con las demás personas. Amaru (2009)

2.3 Definición de términos básicos

Convivencia Interna

La regulación de las asociaciones entre los colaboradores de una institución en una de las reglas principales de la cultura donde se consideran la interacción, el trato y la resolución de conflictos. Amaru (2009)

Reglas de conducta en las relaciones con el mundo exterior

La regulación entre equipos y grupos asociado al ambiente total de la organización es considerada como función número dos en la cultura, donde se establece como relacionarse con el ambiente externo y como debe ser el trato con los individuos de otras organizaciones. Amaru (2009)

Mecanismo de socialización

La forma de asociarse o socializarse se realiza a través del aprendizaje de reglas o comportamientos conductuales en función a los roles que se realizan en la institución.

Estas normas están relacionadas a las funciones, por lo que en toda institución cada persona es encargada de funciones y roles diferentes. Amaru (2009)

Lenguaje

Este término concepciona a la cultura en dos formas básicas Las de alto entorno las que se sostienen en la parte de la confianza de las personas y las frases formuladas, y que dan relevancia a la socialización y compartir humano, para los individuos se vaya conociendo y se analicen. La otra por el contrario la de bajo entorno aceptan aquellas que están normadas y son formales. Amaru (2009)

Universalismo contra particularismo

Determina hasta que momento las normas son rígidas y duraderas o son flexibles para determinadas situaciones. Si los reglamentos se aplican a la totalidad de la organización se dice que la cultura es universal. Si existen dos formas diferentes y medidas la cultura es asumida como particularista. Amaru (2009)

Orientación hacia el cliente

Aquellas culturas organizacionales que se orienten hacia el entorno se denominan adaptativas debido a que su principal objetivo son los usuarios, accionistas y colaboradores. Amaru (2009)

Control

Para realizar el control del comportamiento de la organización es necesario emplear una comunicación adecuada. De esta manera los colaboradores cumplen normas y disposiciones al informar sobre algún tipo de problema a su inmediato superior, de esta forma la comunicación se presenta como una función de control. Se genera el respeto hacia los niveles jerárquicos y los reglamentos y de esta forma la comunicación corrobora si esta se está realizando. En la comunicación informal también ocurre algo similar cuando un grupo de individuos fastidia a otro o existen quejan de los individuos por la productividad que realizan. Chiavenato (2009)

Motivación

La motivación es generada por una comunicación oportuna, por lo que se establece lo que debe realizar un colaborador, se analiza su desempeño, así como se le define las metas y resultados a alcanzar. A fin de realizar la retroalimentación sobre lo avanzado, mejorar el comportamiento, elevar la motivación se requiere de la comunicación. Chiavenato (2009)

Expresión de emociones

La expresión de estar satisfechos o sentirse cómodos se realiza mediante la comunicación, la que es que indica las emociones de los colaboradores, así como de que tan satisfechos se encuentren o las demandas que requieren. Chiavenato (2009)

Información

La información de datos que se proporciona a los colaboradores mediante la comunicación permite una toma de decisiones adecuada en forma personal o grupal así permite el análisis de acciones alternativas. Chiavenato (2009)

Comunicación humana

Pese al avance tecnológico, la comunicación sigue estando limitada y es interferida. Se continúa con la misma forma de transmitir y recibir mensajes como tradicionalmente se realizaba.

Donde cada persona es diferente por sus rasgos, cultura, educación, motivación etc y que determina la forma de comunicarse. Chiavenato (2009)

CAPITULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis General

Existe relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

3.2 Hipótesis Específicas

Existe relación significativa entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Existe relación significativa entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Existe relación significativa entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Existe relación significativa entre la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

3.3 Definición conceptual y operacional de las variables

3.3.1 Variable X: Comunicación Interna

Definición conceptual:

Según Reyes (2012) Las comunicaciones internas sirven para alinear, comprometer e integrar”. Esta conceptualización, alinear indica conectar con los objetivos estratégicos y los valores implementados en la cultura de la institución, comprometer significa que los colaboradores consideran lo que la organización realiza por ellos y su familia; e integrar, nos indica que es todos se apoyan en todos los estamentos de la institución donde se interiorizan y se valoren. (p. 128).

Definición operacional:

Las dimensiones que se emplearán para el desarrollo de esta variable serán, El vínculo, la efectividad, el orgullo y la identidad.

3.2.2 Variable Y: Cultura Organizacional

Definición conceptual

Según Amaru (2009) Toda agrupación social requiere solucionar problemáticas tales como integrarse en la convivencia y poder adaptarse al entorno. Lo que comprende las asociaciones con otros equipos, el sentido de vivir, Una de las alternativas de cómo se solucionan esta problemática es mediante la evaluación de la cultura o grupo de experiencias, saberes y valores que se llevan a cabo y se transmiten a otros nuevos que se incorporan a la organización. (p.265)

Definición operacional:

Se consideran las dimensiones siguientes: Artefactos, tecnología, símbolos y valores.

3.4 Cuadro de Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Items	Escala de valores
Comunicación Interna	Reyes. (2012). Las comunicaciones internas sirven para alinear, comprometer e integrar”. Esta conceptualización, alinear indica conectar con los objetivos estratégicos y los valores implementados en la cultura de la institución; comprometer significa que los colaboradores consideran lo que la organización realiza por ellos y su familia; e integrar, nos indica que es todos se apoyan en todos los estamentos de la institución donde se interiorizan y se valoren. (p. 128).	Aplicar el cuestionario a fin de obtener información sobre la comunicación interna	Vínculo	1,2,3,4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			Efectividad	5,6,7,8	
			Orgullo	9,10,11,12	
			Identidad	13,14,15,16	
Cultura organizacional	Amaru, A. (2009) Toda agrupación social requiere solucionar problemáticas tales como integrarse en la convivencia y poder adaptarse al entorno. Lo que comprende las asociaciones con otros equipos, el sentido de vivir, Una de las alternativas de cómo se solucionan esta problemática es mediante la evaluación de la cultura o grupo de experiencias, saberes y valores que se llevan a cabo y se transmiten a otros nuevos que se incorporan a la organización. (p.265)	Aplicar el instrumento a fin de obtener información sobre la cultura organizacional	Artefactos	1,2,3,4	
			Valores	5,6,7,8	
			Tecnología	9,10,11,12	
			Símbolos	13,14,15,16	

CAPITULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo, Enfoque y nivel de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

Básica: Básica: la investigación científica básica es la que tiene interrogantes más generales y abstractas y aspira a generar conocimiento mediante la formulación de teorías. Sus resultados ayudan a comprender mejor el mundo que nos rodea. Hernández y Mendoza (2018)

El enfoque que se empleará será el Cuantitativo, el cual utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Hernández y Mendoza (2018)

4.1.2 Nivel de investigación

Descriptiva correlacional: Es descriptiva porque tiene como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. Es correlacional porque tienen como propósito conocer la relación o grado de asociación que

existe entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos en un contexto en particular. Hernández y Mendoza (2018).

4.2 Métodos y diseño de la investigación

4.2.1 Método de la investigación

Según Tamayo y Tamayo (2004). El método Hipotético deductivo se enfoca que se plantea una propuesta afirmativa como una hipótesis y se determinar aceptar o rechazar esta, emitiendo una conclusión en relación con los aspectos analizados

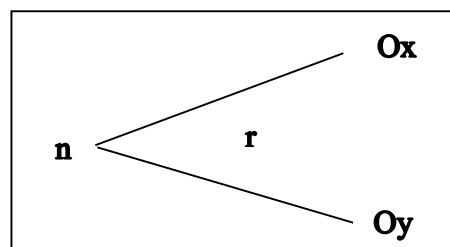
Se determina la aceptación o rechazo de las hipótesis planteadas, las cuales no pueden ser determinada por naturaleza, ley o base teórica, las mismas que se obtienen mediante la deducción de estas hipótesis y de esta manera se establezcan la verdad o falsedad de estas. (Behar, 2008. p.40).

4.2.2 Diseño de la investigación

Según Velásquez y Rey (2010) indica:

La investigación fue no experimental, la cual estuvo basada en cómo se obtuvo la información del contexto real, sin manipular o influencia por parte del personal que realizó la investigación. (p.121)

Presentación de gráfica del diseño:



Fuente: Elaboración propia

Donde:

n	=	Muestra
O	=	Observación
x	=	Comunicación Interna
y	=	Cultura Organizacional
r	=	Relación entre las variables

4.3 Población y muestra de la investigación

4.3.1 Población

Según Carrasco (2019) es aquella agrupación de todos los elementos conformantes de un determinado ámbito geográfico donde se establece el trabajo de tesis.

La cual estuvo constituida por 42 colaboradores de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali del Seguro Integral de Salud.

4.3.2 Muestra

El tipo de muestreo utilizado fue el no probabilístico por conveniencia de la investigadora que considera a toda la población para lo cual la muestra total fueron los 42 colaboradores.

Según Bernal (2016) la muestra es aquella fracción de la población que se toma como selección y de la cual se recibe datos e información para llevar a cabo el trabajo investigativo y se medirá mediante la observación de las variables de investigación.

4.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

4.4.1 Técnicas para la recolección de datos

La encuesta forma parte de la metodología cuyo fin es obtener la percepción u opinión de una parte de la población o muestra de un determinado problema que se está investigando, según Arias, (2006).

4.4.2 Instrumentos

Según Hernández (2014), El cuestionario es el grupo de elementos que se encuentra ordenado y estructurado que permite la obtención de datos por parte de las personas u objeto que forman parte de la investigación. En el presente trabajo se consideraron cuestionarios conformados por dieciséis preguntas para cada instrumento.

4.4.3.1.1 Validez y confiabilidad

Hernández (2014) Para evaluar la validez de cada instrumento que se va a emplear, en este caso fue el cuestionario, el cual es una herramienta que permite medir la variable que estima medir. Para la presente investigación esta validez fue realizada por especialistas o expertos los cuales realizaron la validación de ambos instrumentos según lo siguiente:

Validez de instrumentos según expertos

Jueces expertos	Motivación	Productividad
Dr. Jorge Bringas Salvador	Excelente	Excelente
Dr. Pedro Solís Céspedes	Excelente	Excelente
Dr. Dennis Lovera Bernaola	Excelente	Excelente

Fuente: Juicio de Expertos

Resultados de Fiabilidad – Coeficiente de Alfa de Cronbach

Variables	Alfa de Cronbach	Preguntas
Comunicación Interna	0,901	16
Cultura Organizacional	0,859	16

Fuente: Prueba Piloto

Por lo que teniendo una alta confiabilidad por ser mayor a 0,8 en ambas variables se consideró confiable.

4.4.4 Procesamiento y análisis de datos

Los datos obtenidos del cuestionario de preguntas, fueron registrados en una base de datos, luego procesados, mediante el software estadístico SPSS, con el propósito de elaborar figuras y tablas para un enfoque de tipo cuantitativo referidos a sus componentes y variables en investigación.

El análisis descriptivo, trata de una explicación cuantitativa en porcentajes, mediante tablas y figuras, y el análisis inferencial sobre la aceptación o rechazo de las hipótesis formuladas, con el propósito de verificar la correlación entre variables. Para lo cual se realizó la prueba de normalidad a fin de determinar el estadístico apropiado para realizar las contrastaciones de hipótesis respectivas que fue el de Pearson.

4.4.5 Ética de la investigación

La presente tesis tuvo en consideración de manera estricta todas las normas que la universidad dispone en el reglamento de investigación, principalmente el referido al nivel de similitud no mayor al 20 por ciento. Se tuvo en cuenta la propiedad intelectual de los autores, citando respectivamente todas las fuentes de donde se obtuvo información. A su vez los resultados que se obtuvieron se respetarán el anonimato en

los cuestionarios, a su vez, estos resultados fueron usados exclusivamente para el trabajo de investigación. Código de Ética UAP (2022)

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Análisis Descriptivo

5.1.1 La comunicación Interna

Tabla 1:La Comunicación Interna

Válido	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	6	14,3
A veces	8	19,0
Casi siempre	28	66,7
Total	42	100,0

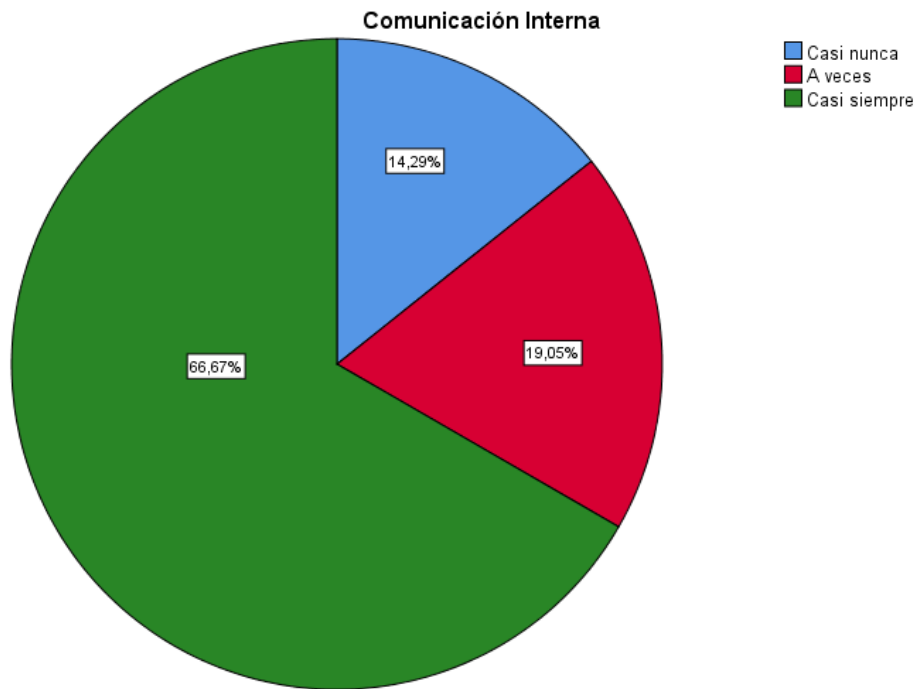


Figura 1: La Comunicación Interna

Interpretación: El 67 % de los colaboradores considera que casi siempre se establece una adecuada comunicación interna, seguido del 19% de a veces.

Tabla 2: D1 El Vínculo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	14	33,3
	A veces	11	26,2
	Casi siempre	8	19,0
	Siempre	9	21,4
	Total	42	100,0

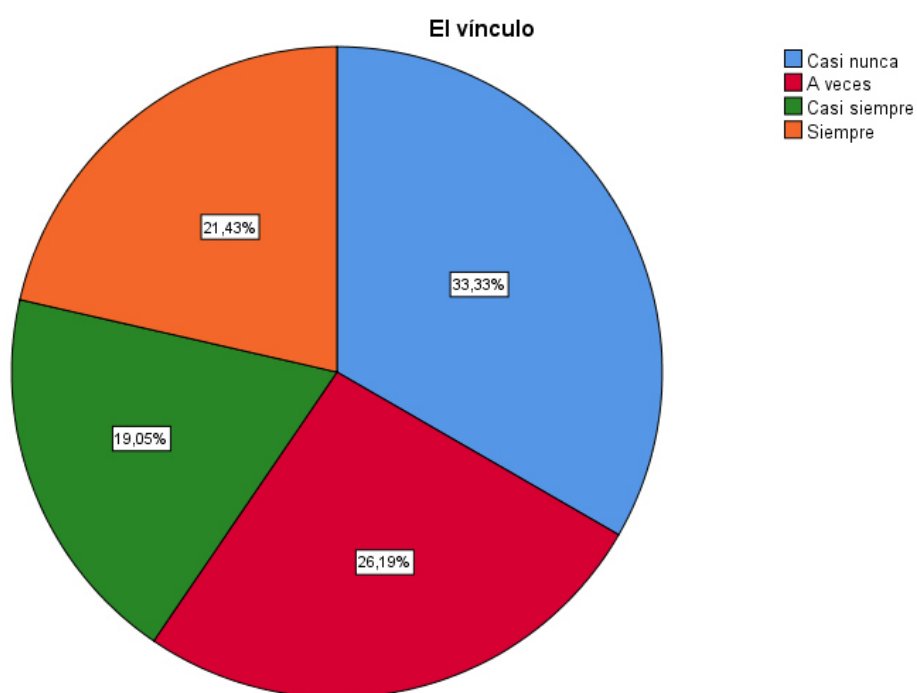


Figura 2: D1 El Vínculo

Interpretación: El 33.3 % de los colaboradores indican que casi nunca se establece un adecuado vínculo mediante la comunicación interna, seguido del 26.2 % de a veces.

Tabla 3: D2 La efectividad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	10	23,8
	A veces	8	19,0
	Casi siempre	11	26,2
	Siempre	13	31,0
	Total	42	100,0

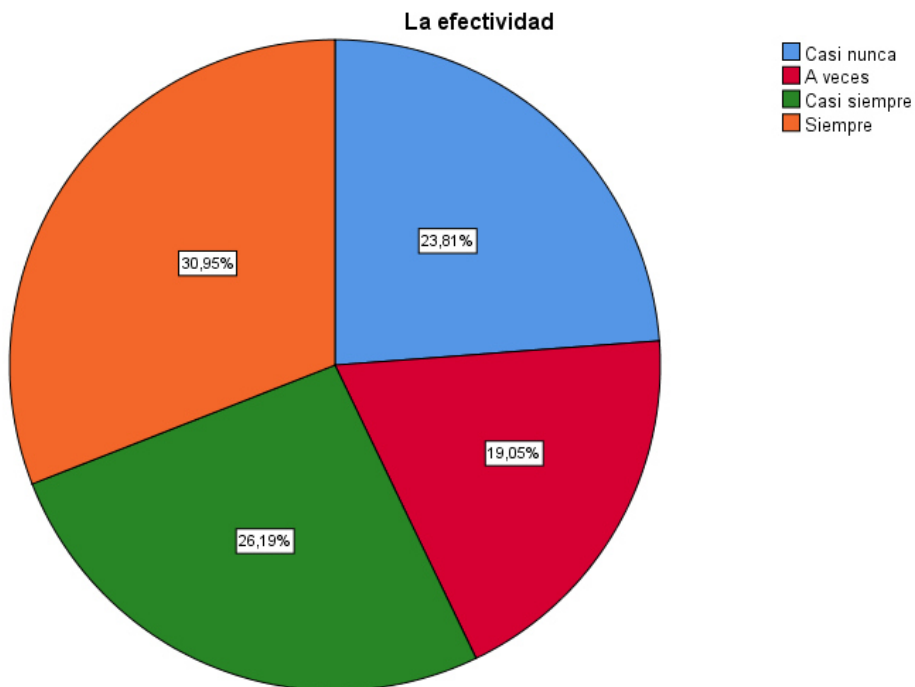


Figura 3: D2 La efectividad

Interpretación: El 31 % de los colaboradores indica que siempre la efectividad de la comunicación interna es adecuada, seguido del 26.2 % de casi siempre.

Tabla 4: D3 El Orgullo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	6	14,3
	A veces	10	23,8
	Casi siempre	22	52,4
	Siempre	4	9,5
	Total	42	100,0

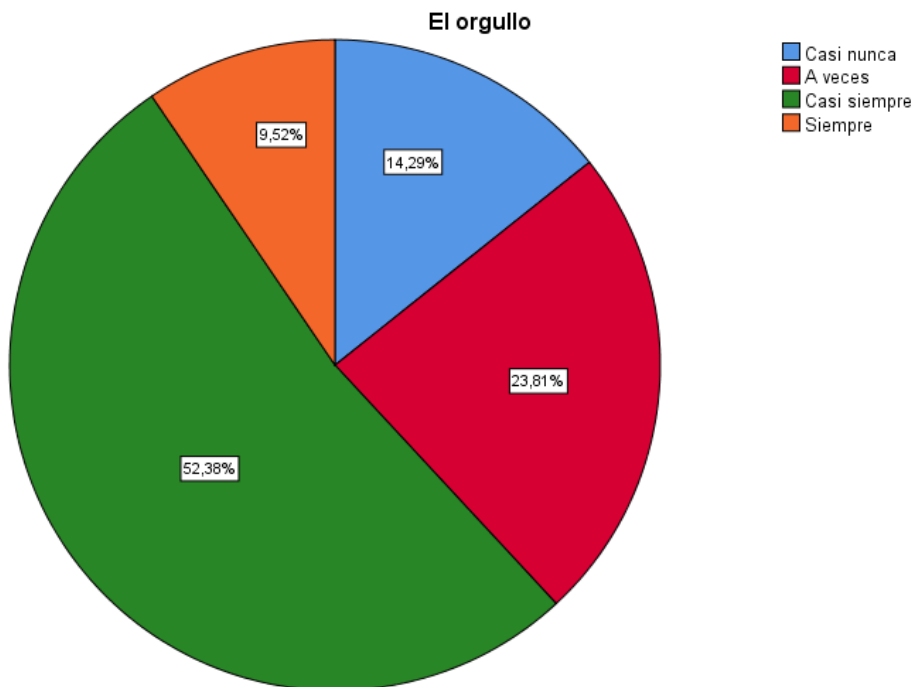


Figura 4: D3 El Orgullo

Interpretación: El 52.4 % de los colaboradores indican que casi siempre se realizan comunicaciones que elevan el orgullo, seguido del 23.8 % de a veces.

Tabla 5: D4 La identidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	1	2,4
	A veces	15	35,7
	Casi siempre	20	47,6
	Siempre	6	14,3
	Total	42	100,0

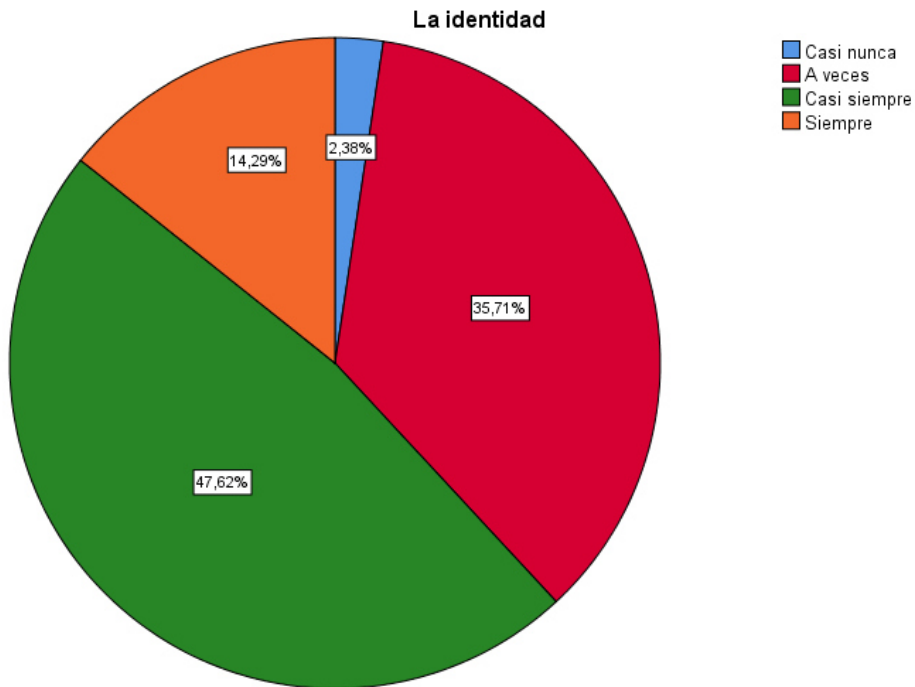


Figura 5 D4 La Identidad

Interpretación: El 47.6 % de los colaboradores indican que casi siempre la comunicación interna permite elevar la identidad, seguido del 35.7 % de a veces.

5.1.2 Cultura Organizacional

Tabla 6: Cultura Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	6	14,3
	A veces	9	21,4
	Casi siempre	25	59,5
	Siempre	2	4,8
	Total	42	100,0

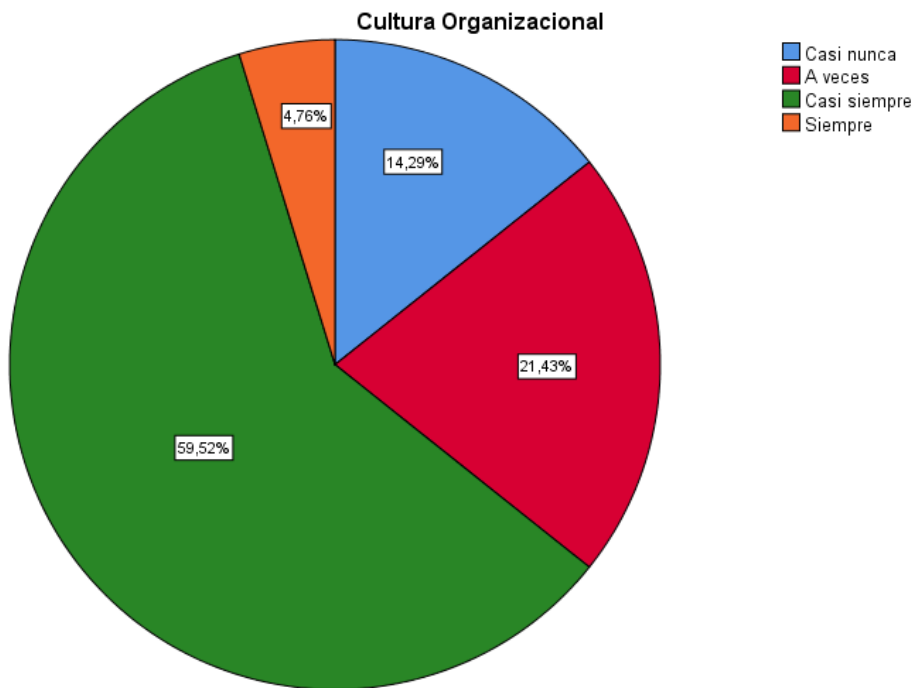


Figura 6: Cultura Organizacional

Interpretación: El 59.5 % de los colaboradores manifiestan que casi siempre es adecuado el desarrollo de la cultura organizacional, seguido del 21.4 % de a veces.

Tabla 7: D1 Artefactos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	6	14,3
	A veces	10	23,8
	Casi siempre	18	42,9
	Siempre	8	19,0
	Total	42	100,0

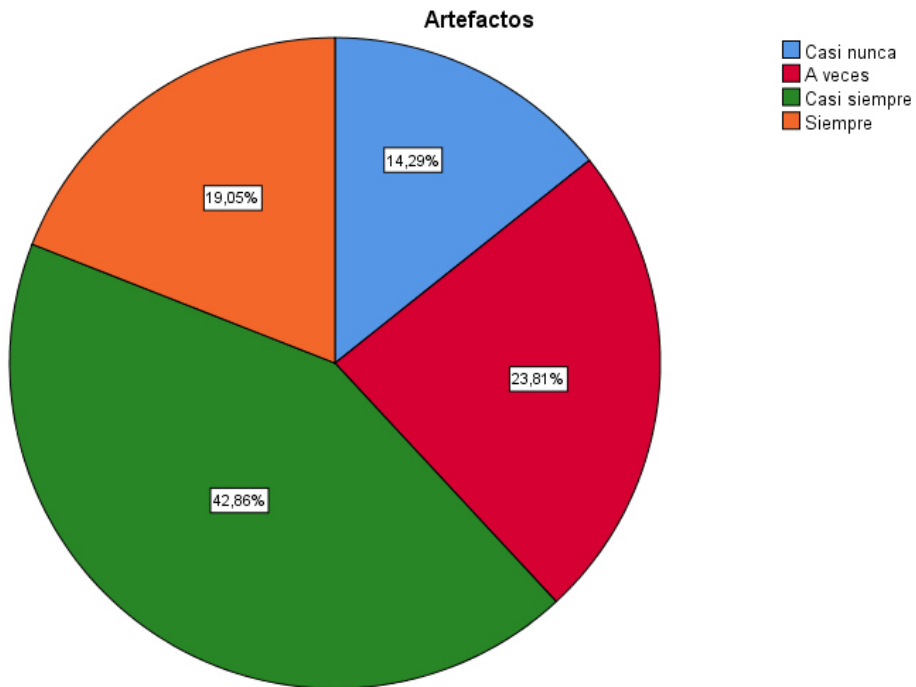


Figura 7: D1 Artefactos

Interpretación: El 42.9 % de los colaboradores indican que es adecuada la presentación de infraestructura, ambientes y otros artefactos, seguido del 23.8 % de a veces.

Tabla 8: D2 Valores

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	1	2,4
	A veces	11	26,2
	Casi siempre	25	59,5
	Siempre	5	11,9
	Total	42	100,0

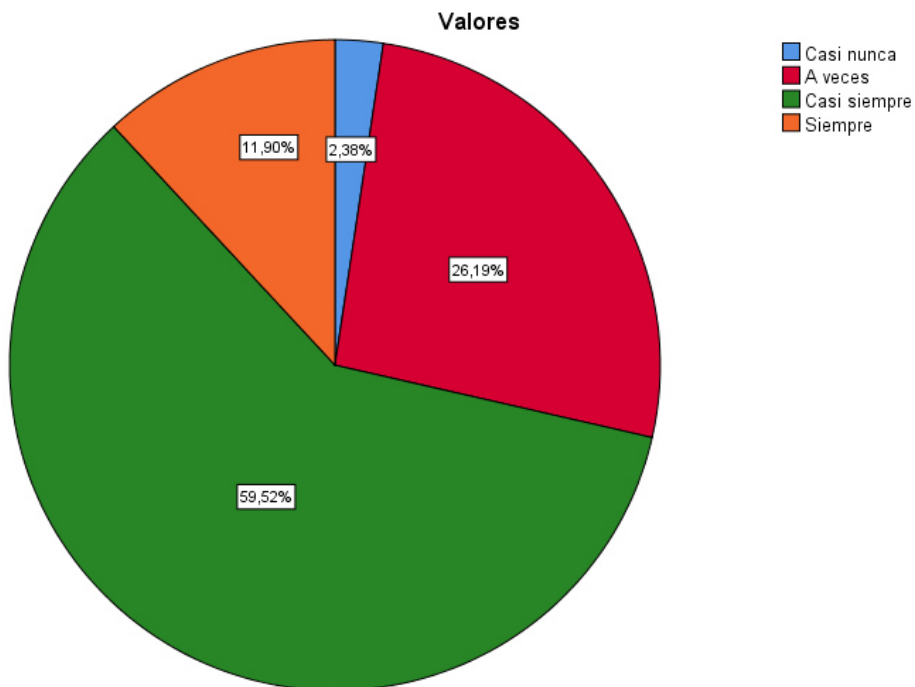


Figura 8: D2 Valores

Interpretación: El 59.5 % de los colaboradores indican que casi siempre se desarrollan valores adecuados en la organización, seguido del 26.2 % de a veces.

Tabla 9: D3 Tecnología

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	3	7,1
	A veces	12	28,6
	Casi siempre	18	42,9
	Siempre	9	21,4
	Total	42	100,0

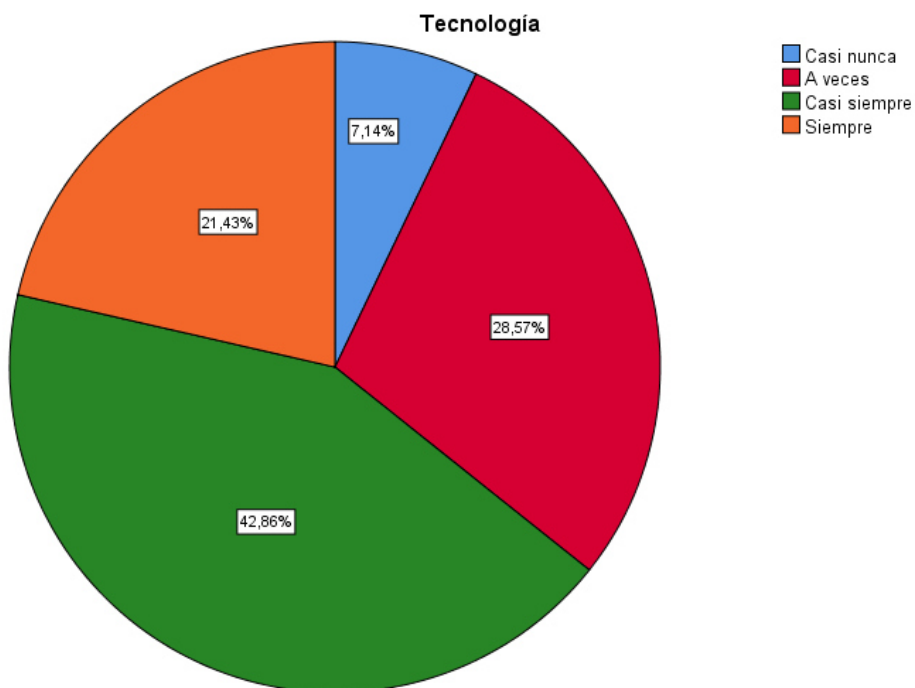


Figura 9: D3 Tecnología

Interpretación: El 42.9 % de los colaboradores manifiestan que la aplicación de la tecnología en el desarrollo de las actividades es casi siempre adecuada, seguido del 28.6 % de a veces.

Tabla 10: D4 Símbolos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi nunca	6	14,3
	A veces	14	33,3
	Casi siempre	14	33,3
	Siempre	8	19,0
	Total	42	100,0

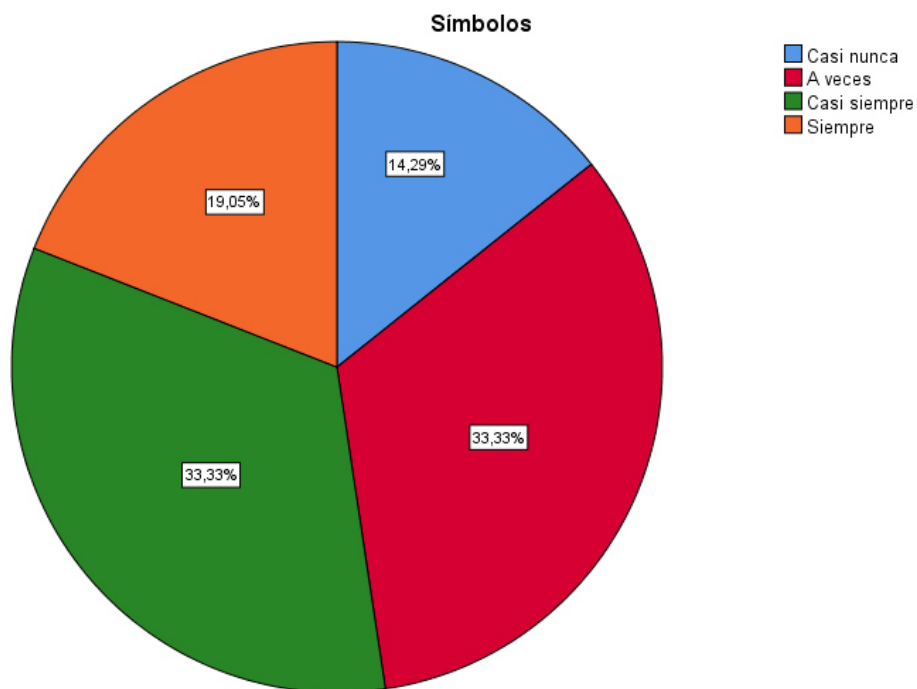


Figura 10: D4 Símbolos

Interpretación: El 33.3 % de los colaboradores indican que casi siempre se identifican con los símbolos de la institución, seguido del 33.3 % de a veces.

5.2 Estadística Inferencial

Prueba de Distribución normal:

H₀: Los datos tienen distribución normal.

H_a: Los datos no tienen distribución normal.

Nivel de significancia: 5%

Prueba estadística:

Tabla 11: Prueba de Normalidad

Cultura Organizacional	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación Interna	Nunca	. 2	.	. 2	.	.
	Casi nunca	,114 2	,06	,111 2	,07	,07
	Algunas veces	,344 14	,07	,315 14	,07	,07
	Casi siempre	,313 22	,07	,402 22	,06	,06
	Siempre	. 2	.	. 2	.	.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Según la muestra indicada es de 42 y menor a 50, se utilizó la prueba de Shapiro Wilk, donde los resultados de la prueba estadística (sig.= 0.0) fue mayor al 5% (0.05), por lo tanto, se rechazó la hipótesis alterna, los datos tienen una distribución paramétrica y se empleó R. de Pearson.

Para determinar los niveles de correlación de R. de Pearson se empleó los criterios:

$r = 1$	correlación perfecta.
$0'8 < r < 1$	correlación muy alta
$0'6 < r < 0'8$	correlación alta
$0'4 < r < 0'6$	correlación moderada
$0'2 < r < 0'4$	correlación baja
$0 < r < 0'2$	correlación muy baja
$r = 0$	correlación nula

Contrastación de hipótesis general

Hi: Existe relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

Ho: No existe relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

Tabla 12: Contrastación Hipótesis General

Correlaciones

		Comunicación Interna	Cultura Organizacional
Comunicación Interna	Correlación de Pearson	1	,901**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	42	42
Cultura Organizacional	Correlación de Pearson	,901**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	42	42

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

Según la prueba de R., de Pearson 0,901 nos indica una correlación positiva muy alta y por la significancia bilateral de 0,000 que es menor a $P = 0,05$ nos permite rechazar la H_0 y aceptar que:

Existe relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 1

Hi: Existe relación significativa entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Ho: No existe relación significativa entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Tabla 13: Contrastación de Hipótesis Específica 1

Correlaciones

		El vínculo	Cultura Organizacional
El vínculo	Correlación de Pearson	1	,459**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	42	42
Cultura Organizacional	Correlación de Pearson	,459**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	42	42

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

Según la prueba de R., de Pearson 0,459 nos indica una correlación positiva moderada y por la significancia bilateral de 0,002 que es menor a $P = 0,05$ nos permite rechazar la H_0 y aceptar que:

Existe relación significativa entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 2

Hi: Existe relación significativa entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Ho: No existe relación significativa entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Tabla 14: Contrastación de Hipótesis Específica 2

Correlaciones

		La efectividad	Cultura Organizacional
La efectividad	Correlación de Pearson	1	,553**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	42	42
Cultura Organizacional	Correlación de Pearson	,553**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	42	42

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

Según la prueba de R., de Pearson 0,553 nos indica una correlación positiva moderada y por la significancia bilateral de 0,000 que es menor a $P = 0,05$ nos permite rechazar la H_0 y aceptar que

Existe relación significativa entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 3

Hi: Existe relación significativa entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Ho: No existe relación significativa entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Tabla 15: Contrastación de Hipótesis Especifica 3

Correlaciones

		El orgullo	Cultura Organizacional
El orgullo	Correlación de Pearson	1	,773**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	42	42
Cultura Organizacional	Correlación de Pearson	,773**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	42	42

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

Según la prueba de R., de Pearson 0,773 nos indica una correlación positiva alta y por la significancia bilateral de 0,000 que es menor a $P = 0,05$ nos permite rechazar la H_0 y aceptar que

Existe relación significativa entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 4

Hi: Existe relación significativa la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Ho: No existe relación significativa la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023

Tabla 16: Contrastación de Hipótesis Especifica 4

Correlaciones

		La identidad	Cultura Organizacional
La identidad	Correlación de Pearson	1	,622**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	42	42
Cultura Organizacional	Correlación de Pearson	,622**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	42	42

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

Según la prueba de R., de Pearson 0,622 nos indica una correlación positiva alta y por la significancia bilateral de 0,000 que es menor a $P = 0,05$ nos permite rechazar la H_0 y aceptar que:

Existe relación significativa la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Según la prueba de R., de Pearson 0,901 nos indica una correlación positiva muy alta y por la significancia bilateral de 0,000 que es menor a $P = 0,05$ nos permite rechazar la H_0 y aceptar que: Existe relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023.

Resultado similar tiene Miliani y Flores (2022) en su trabajo *Efecto de las comunicaciones internas en públicos externos debido al uso de RRSS de los colaboradores de las organizaciones*. Los resultados fueron que se determinó la comunicación con los colaboradores permite el éxito empresarial según percepción de los colaboradores, y que es lo fundamental para establecer relaciones, funciones y roles de los diferentes estamentos de la organización. Así mismo se estableció la calidad de los valores tales como visión, misión trabajo en equipo apoyo mutuo se encuentran basados en la cultura de la organización, cabe mencionar que la comunicación formal establece la garantía de tener comprensión y entrega de los mensajes por los canales de la empresa y finalmente que si se cumple los estándares de formalidad el desarrollo de la comunicación interna.

También concuerda con los resultados de Flor (2018) en su trabajo *“Comunicación interna y cultura organizacional en la Escuela Profesional de Gestión Pública y Desarrollo Social de la Universidad Nacional de Moquegua, 2018”*.

La metodología empleada fue descriptivo correlacional, no experimental, básica, se empleó la encuesta y el cuestionario, la población estuvo conformada por 105 trabajadores y una muestra probabilística de 105 conformada por profesores y alumnos. Se obtuvieron como resultados

luego de la aplicación de los cuestionarios y por medio del software SPSS con un nivel de confianza de noventaicinco por ciento y un error del cinco por ciento se determinó la existencia de una asociación directa entre ambas variables de estudio>: comunicación interna y cultura organizacional, asimismo se determinó un nivel regular de la comunicación interna y la comunicación.

Concuerdan con los estudios de: Trujillo (2017) en su trabajo *“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector Energía y Minas, 2017”*.

Mediante la encuesta y el cuestionario de treinta seis pregunta y escala ordinal de Likert , como confiabilidad se tuvo de 0,977 se estableció un elevada percepción de comunicación intrapersonal en 69.3 por ciento, media percepción de comunicación interpersonal 52.9 por ciento, baja percepción de comunicación institucional 32.2 por ciento, moderada percepción de liderazgo 43.3 por ciento, moderada percepción de trabajo en equipo 32.4 por ciento y baja percepción de motivación 33.2 por ciento. Para la estadística inferencial se empleó Pearson con un coeficiente de correlación de 0,872 con un nivel de significancia de 0,000 lo que permitió concluir que la comunicación interna influye en forma positiva en el clima organizacional, indicándose una comunicación interna en forma integral y se integre a los todos los trabajadores de la institución como agentes emisores de la comunicación.

Y de Lucen (2021) en su trabajo *“Influencia de la comunicación interna y la cultura organizacional en una institución educativa 2021”*.

Se empleo la encuesta y cuestionarios con escala de Likert para ambas variables, para la cultura organizacional se empleó la evaluación cultura organizacional de Cameron & Quinn, las cuales fueron validadas por especialistas y la confiabilidad por el Alfa de Cronbach con un 0,9152, los datos fueron no paramétricos y se empleó Rho de Spearman. Se acepto la hipótesis alterna la cual indica que la comunicación interna influye en la cultura organizacional con una asociación positiva alta de 0,669, el resultado nuero dos indica que la comunicación formal influye en la cultura organizacional con una asociación alta de 0,678 y el resultado numero 3 indica que la comunicación informal no influye en la cultura organización con un coeficiente de asociación bajo de 0,394.

CONCLUSIONES

1.-Existe relación significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023, por lo que se concluye que una adecuada comunicación interna permite un adecuado desarrollo de la cultura organizacional.

2.- Existe relación significativa entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023, por lo que se concluye que el desarrollo del adecuado vínculo permite un mejor desarrollo de la cultura organizacional.

3.- Existe relación significativa entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023, por lo que se concluye que el desarrollo de la efectividad de la comunicación interna permite un mejor desarrollo de la cultura organizacional.

4.- Existe relación significativa entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023, por lo que se concluye que el orgullo de la comunicación interna mejora la cultura organizacional.

5.- Existe relación significativa la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, año 2023, por lo que se concluye que el desarrollo adecuado de la identidad de la comunicación interna mejora el desarrollo de la cultura organizacional.

RECOMENDACIONES

- 1.-Recomendar a la Gerencia del Gobierno Regional la realización de capacitaciones de cursos de Comunicación Interna, se socialice la misión, visión, metas, objetivos organizacionales. Se realice difusión de los logros obtenidos por los integrantes de la organización, tales como que se cuenta con mejores horarios, nuevo equipamiento, personal capacitado, mejora de infraestructura entre otros, lo cual genere expectativas en los usuarios y permita una mejor identidad y valoren la organización por parte de los colaboradores. Brindar la identificación o ropa que los identifique en la organización y mejore el orgullo de pertenecer a ella.
- 2.-. La Gerencia debe implementar el desarrollo profesional de los colaboradores, evaluar la gestión del desempeño, el reconocimiento, las compensaciones y la formación continua, todo lo cual mejorar el vínculo entre la organización y los colaboradores.
- 3.-La Gerencia debe implementar cursos relacionados a la conducta a fin de que permita conseguir el comportamiento adecuado de los colaboradores y se alcancen los objetivos estratégicos de la organización y los colaboradores se encuentren gustosos de ser parte de ella.
- 4.-La Gerencia debe promover la validación social mediante el reconocimiento del beneficio que realiza la organización y donde los colaboradores forman parte de ella y que sus labores son valiosas para la comunidad.
- 5.- La gerencia promueva estándares de labores, de comportamientos, de valores, busca de la excelencia todo lo cual permita que los colaboradores se identifiquen con la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía referida al tema

- Amaru, A. (2009). *Fundamentos de administración. Teoría general y proceso administrativo*. Primera edición Pearson Educación México. <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/09/252175923-109426991-Fundamentos-de-Admin.pdf>
- Flor, R. (2018). *Comunicación interna y cultura organizacional en la Escuela Profesional de Gestión Pública y Desarrollo Social de la Universidad Nacional de Moquegua, 2018*. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33537/flor_cr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guerrero, M. (2019) *La comunicación interna: una herramienta estratégica para la gestión del trabajo de las personas en la nueva organización*. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/62469/1/T41953.pdf>
- Lucen, C. (2021) *Influencia de la comunicación interna y la cultura organizacional en una institución educativa 2021*. Universidad Continental. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/10364>
- Miliani, V. y Flores, G. (2022) *Efecto de las comunicaciones internas en públicos externos debido al uso de RRSS de los colaboradores de las organizaciones*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. <https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/20282/EFEECTO%20DE%20LAS%20COMUNICACIONES%20INTERNAS%20EN%20P%C3%9ABLICOS%20EXTERNOS%20DEBIDO%20AL%20USO%20DE%20RRSS%20DE%20LOS%20COLABORADORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Orbegoso, F. (2018). *Comunicación y percepción de la organización de los trabajadores de una universidad pública de Huánuco, 2018*. Universidad de San Martín de Porres. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8326/ORBEGOSO_FF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Parada, J. (2020). *Comunicación interna en la Cultura Organizacional del Sistema de Desarrollo Integral de Puebla*. Universidad Autónoma de Puebla. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/10327/20201213232411-7289-TL.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Reyes, J. (2012) *Las cuatro dimensiones de la comunicación interna*. Artículo Unirioja.es Dialnet
[file:///C:/Users/jbrin/Downloads/Dialnet-LasCuatroDimensionesDeLaComunicacionInterna-5263487%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/jbrin/Downloads/Dialnet-LasCuatroDimensionesDeLaComunicacionInterna-5263487%20(1).pdf)
- Rodríguez, A. (2018) *Relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional de los colaboradores administrativos de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10858/1/T-UCSG-POS-MAE-173.pdf>
- Schein, E. (1990). *Organizational culture*. *American Psychologist*, 45, (2), 109- 119.
- Trujillo, L. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector Energía y Minas: 2017*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf>
- Universidad Alas Peruanas (2022) *Código de Bioética y Ética para la investigación*. https://transparencia.uap.edu.pe/uploads/CODIGO_DE_BIOETICA_Y_ETICA_PARA_LA_INVESTIGACION_c2c7ce7898.pdf
- Valencia, D. y Rivera, R. (2021). *Gestión de la comunicación interna en la Universidad de Guayaquil año 2020*. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/55745/1/Tesis-Gestion%20de%20la%20comunicacion%20interna%20en%20la%20UG..pdf>
- Vidalón, R. (2019). *La comunicación interna y su influencia en la cultura organizacional del Instituto de Educación Superior Pedagógico América de la ciudad de Trujillo-2019*. Universidad Privada Antenor Orrego. https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/5683/1/REP_MAEST.COMU_ROS_A.VIDAL%c3%93N_COMUNICACI%c3%93N.INTERNA.INFLUENCIA.CULTURA.ORGANIZACION.AL.INSTITUTO.EDUCACI%c3%93N.SUPERIOR.PEDAG%c3%93GICO.AM%c3%89RICA.TRUJILLO.2019.pdf

Bibliografía referida a la metodología

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica 5ta Edición . Editorial Episteme Caracas-Venezuela.*
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales.* Tercera Edición. Pearson Educación. México.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación.* Shalom.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la Investigación Científica- San Cristóbal Libros SAC. Derechos Reservados (Editorial San Marcos EIRL Ltda Ed.: 2019.a ed.)*
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (1° ed.).* D.F, México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación. (6° ed.).* D.F, México: McGraw-Hill.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica. 4ª-ed* México: Limusa.
- Velásquez, A. y Rey, N. (2010). *Metodología de la investigación científica (1ra Ed.).* Editorial San Marcos

ANEXOS

ANEXO N° 1: Matriz de consistencia

Comunicación interna y cultura organizacional del personal de seguro integral de salud de la Unidad
desconcentrada Regional Ucayali, 2023

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA							
¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023?	Determinar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023	Existe relación Significativa entre la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023	Comunicación Interna	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativo TIPO DE INVESTIGACIÓN: Es de Tipo básica. NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo-correlacional MÉTODO: Hipotético-Deductivo DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: No experimental, transversal, relacional 							
			DIMENSIONES								
			Vínculo								
			Efectividad								
			Orgullo								
Identidad											
PROBL.ESPECÍFICOS	OBJ. ESPECÍFICOS	HIP. ESPECÍFICAS	Cultura Organizacional	POBLACIÓN: 42 colaboradores MUESTRA: 42 colaboradores TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario							
-¿Cómo se relaciona el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023?	Establecer la relación entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023	Existe relación significativa entre el vínculo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023	DIMENSIONES DE “Y”								
			Artefactos								
			Tecnología								
			Símbolos								
			Valores								
-¿Cómo se relaciona la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023?	Precisar la relación entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023.	Existe relación significativa entre la efectividad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023.									
				-¿Cómo se relaciona el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023?	Especificar la relación entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023	Existe relación significativa entre el orgullo de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023					
								-¿Cómo se relaciona la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023?	Analizar la relación entre la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023	Existe relación significativa entre la identidad de la comunicación interna y la cultura organizacional en el Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional de Ucayali, 2023	

ANEXO N° 2

Cuestionario sobre Comunicación Interna

La presente encuesta a aplicar tiene como finalidad educativa, de determinar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional del personal de Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional Ucayali, 2023, únicamente para la obtención de información: Indicaciones: Conteste las preguntas en forma sincera y marque con una "X" según corresponda Nunca = Muy inadecuado..... (1) Casi nunca = Inadecuado..... (2) A veces = Regular..... (3) Casi siempre= Adecuado..... (4) Siempre= Muy Adecuado..... (5)

DIMENSIONES						
N°	EL VÍNCULO	1	2	3	4	5
1	Las iniciativas y proyectos que brinda la institución contribuyen a tu desarrollo profesional					
2	Los beneficios y programas que brinda la institución contribuyen a mejorar tu calidad de vida					
3	Es importante la información que te brindan las personas de otros equipos de la organización					
4	Se efectúa el reconocimiento de las labores realizadas					
LA EFECTIVIDAD						
5	Considera que realiza labores alineadas a los objetivos de la organización					
6	Tiene claro el sentido y aporte de su trabajo a la organización					
7	Considera que las diferentes áreas están alineadas a los objetivos de la organización					
8	Tiene información de los resultados y estado de avance de la organización					
N°	EL ORGULLO	1	2	3	4	5
9	Se considera un promotor de su organización					
10	Considera que la organización realiza valiosos aportes a la región					
11	Considera que la organización brinda servicios beneficiosos a la comunidad y la sociedad					
12	Los colaboradores de la organización realizan acciones para mejorar la calidad del servicio					
N°	LA IDENTIDAD	1	2	3	4	5
13	Considera que la organización es reconocida por las actividades que realiza					
14	Se siente identificado con el grupo humano de la organización					
15	Considera que los integrantes de la organización hacen su trabajo en la forma correcta					
16	Se identifica con los valores y cultura de la organización					

Cuestionario: Cultura Organizacional

La presente encuesta a aplicar tiene como finalidad educativa, de determinar la relación entre la comunicación interna y la cultura organizacional del personal de Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional Ucayali, 2023 únicamente para la obtención de información: Indicaciones: Conteste las preguntas en forma sincera y marque con una "X" según corresponda Nunca = Muy inadecuado..... (1) Casi nunca = Inadecuado..... (2) A veces = Regular..... (3) Casi siempre= Adecuado..... (4) Siempre= Muy Adecuado..... (5)

Ítem	DIMENSIONES					
		1	2	3	4	5
ARTEFACTOS						
1	Considera que es adecuada la distribución física de la organización para realizar sus actividades de servicio					
2	La organización cuenta con el equipamiento moderno para sus actividades de servicio					
3	Los espacios de los ambientes de trabajo son alegres y agradables					
4	Se emplea ropa formal en el desarrollo de sus labores de atención al público					
VALORES		1	2	3	4	5
5	Comparte las actitudes y juicios de los integrantes de la organización					
6	Da cumplimiento a los valores declarados por la organización					
7	Los jefes tratan en forma adecuada a los colaboradores					
8	Considera que los colaboradores tratan en forma adecuada a los usuarios					
TECNOLOGÍA		1	2	3	4	5
9	Considera que los colaboradores transforman el conocimiento y la experiencia para brindar un buen servicio					
10	Considera que la organización emplea en forma adecuado los conocimientos para solucionar los problemas					
11	Considera que los conocimientos son empleados para resolver los problemas de interacción con el ambiente					
12	Considera que los conocimientos empleados permiten una convivencia interna adecuada					
SÍMBOLOS		1	2	3	4	5
13	Considera que el empleo de un adecuado lenguaje permite una buena atención a los usuarios					
14	Considera que la arquitectura, las instalaciones y el vestuario diferencian a la organización					
15	Considera que el comportamiento de los integrantes de la organización permite una buena imagen de la organización					
16	Considera que los hábitos y lenguaje refuerza la cultura de la organización					

ANEXO N° 3 Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Bringas Salvador, Jorge Luis.
- 1.2 Grado académico: Doctor
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DTC Universidad Alas Peruanas
- 1.4 Título de la Investigación: Comunicación Interna y cultura organizacional del personal de Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional Ucayali, 2023.
- 1.5 Autor del instrumento: Bach. Keily Isabel Mejía Chapiama
- 1.6 Maestría en Gestión Pública y Control Gubernamental
- 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

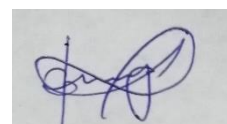
INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80%	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					100
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80%	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					100
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					100
SUB TOTAL					160	800
TOTAL						960/10=96

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total x 0.20) : 19.2

VALORACIÓN CUALITATIVA: Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lugar y fecha: 30 de junio del 2023



.....
Dr. Jorge Luis Bringas Salvador
DNI: 43319416

**VICERRECTORADO ACADEMICO
ESCUELA DE POSGRADO**

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

IDATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: SOLIS CESPEDES PEDRO ANIBAL
- 1.2 Grado académico: DOCTOR
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DTC UAP
- 1.4 Título de la Investigación: Comunicación Interna y cultura organizacional del personal de Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional Ucayali, 2023
- 1.5 Autor del instrumento: Bach. Keily Isabel Mejía Chapiama
- 1.6 Maestría/ Doctorado/ Mención: Maestría en Gestión Pública y Control Gubernamental
- 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					100
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					100
SUB TOTAL					160	800
TOTAL						950/10=95

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20) : 19.00

VALORACION CUALITATIVA : Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 30 junio 2023



.....
Dr. Pedro Solis Céspedes

ORCID: 0000-0002-7339-8721

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Lovera Bernaola Denny Rolando
- 1.2 Grado académico: Doctor en Administración
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DTP UNAC
- 1.4 Título de la Investigación: Comunicación interna y cultura organizacional del personal de Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional Ucayali, 2023
- 1.5 Autor del instrumento: Bach. Keily Isabel Mejía Chapiama
- 1.6 Maestría en Gestión Pública y Control Gubernamental
- 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
13. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					90
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					90
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
19. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					90
SUB TOTAL					160	720
TOTAL						880/10=88

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total x 0.20): $88 \times 0.20 = 17.60$

VALORACIÓN CUALITATIVA: Muy bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 30 de junio de 2023.



DR. DENNY ROLANDO LOVERA BERNAOLA
DNI:07581598
ORCID:0000-0003-4040-7537

Cuestab	Comunicación Interna																Cultura Organizacional																	
	El vínculo				La efectividad				El orgullo				La identidad				Artefactos				Valores				Tecnología		Símbolos							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16		
1	1	3	3	4	2	4	3	5	5	3	3	4	3	3	2	3	5	3	4	3	3	2	3	5	4	3	4	2	5	4	5	5	3	
2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	
3	3	3	3	4	3	5	3	4	5	4	5	3	5	2	4	3	5	5	3	5	2	4	3	5	3	2	4	2	3	5	5	3	5	
4	4	4	5	3	3	3	5	3	3	5	2	4	3	2	3	4	2	2	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	4	4	2	4	3	
5	5	4	4	2	3	3	4	5	4	2	4	4	3	5	5	2	5	4	4	3	5	5	2	5	5	3	4	4	4	4	4	5	3	
6	6	5	4	3	5	5	4	4	2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	
7	7	5	5	2	2	5	3	2	2	3	2	2	4	3	4	4	3	2	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	
8	8	3	2	3	4	5	5	2	5	5	3	5	2	5	4	3	5	3	5	2	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2
9	9	4	2	4	2	3	5	5	5	2	2	4	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	2	3	4	5	2	2	2	5	4	4	
10	10	3	3	5	2	4	4	5	5	5	3	4	5	2	4	5	2	3	4	5	2	4	5	2	5	5	5	5	3	4	3	5	5	
11	11	3	4	3	3	4	2	2	4	5	3	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	4	2	5	5	2	5	5	
12	12	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	2	5	4	3	5	4	5	2	5	4	3	5	4	3	2	2	4	5	5	2	2	
13	13	5	5	5	5	3	5	4	4	5	2	4	5	5	5	2	2	2	4	5	5	5	2	2	5	3	4	4	4	3	5	3	5	
14	14	5	5	4	5	4	5	5	2	2	5	4	4	5	2	5	5	5	4	4	5	2	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	
15	15	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	2	2	
16	16	2	5	3	4	2	4	5	3	2	4	3	2	4	2	3	3	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	2	5	3	3	2	
17	17	3	3	3	5	5	3	5	4	3	4	2	4	3	5	2	3	4	2	4	3	5	2	3	3	5	3	4	5	4	3	2	4	
18	18	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	5	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	3	
19	19	5	5	5	2	5	5	2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	5	4	2	5	5	
20	20	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2

24	21	3	4	5	2	5	2	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	3	2	5	5	4	3	4	2	4	
25	22	2	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	4	4	5	2	5	5	2	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
26	23	3	5	2	2	2	3	3	2	2	5	5	2	3	2	5	3	5	5	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	5	3	2	
27	24	5	3	3	3	4	2	5	4	3	4	4	4	3	2	5	5	4	4	4	3	2	5	5	2	3	4	2	3	3	3	2	4	
28	25	3	4	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
29	26	5	5	4	4	5	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	
30	27	4	4	3	4	2	5	4	5	5	4	4	4	2	5	2	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	4	5	4	5	4	5	4	
31	28	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	2	2	2	
32	29	2	5	3	4	2	4	5	3	2	4	3	2	4	2	3	3	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	2	5	3	3	2	
33	30	3	3	3	5	5	3	5	4	3	4	2	4	3	5	2	3	4	2	4	3	5	2	3	3	5	3	4	5	4	3	2	4	
34	31	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	5	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	3	
35	32	5	5	5	2	5	5	2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	5	4	2	5	5	
36	33	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
37	34	3	4	5	2	5	2	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	3	2	5	5	4	3	4	2	4	
38	35	2	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	4	4	5	2	5	5	2	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	
39	36	3	5	2	2	2	3	3	2	2	5	5	2	3	2	5	3	5	5	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	5	3	2	
40	37	5	3	3	3	4	2	5	4	3	4	4	4	3	2	5	5	4	4	4	3	2	5	5	2	3	4	2	3	3	3	2	4	
41	38	3	4	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
42	39	5	5	4	4	5	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	
43	40	4	4	3	4	2	5	4	5	5	4	4	4	2	5	2	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	4	5	4	5	4	5	4	
44	41	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	2	2	2	
45	42	5	5	5	2	5	5	2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	5	4	2	5	5	

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

NO APLICABLE

PROPÓSITO DEL ESTUDIO

(Para que se va a realizar el estudio)

PROCEDIMIENTO PARA LA TOMA DE INFORMACIÓN

(Metodología a seguir para la toma de información)

RIESGOS

(Riesgos que se podrían presentar para el que brinda información)

BENEFICIOS

(Beneficios que se podrían presentar para la institución del que brinda información). No representa ningún tipo de beneficio económico para el encuestado)

COSTOS

(Costos que se podrían presentar para el que brinda información). No representa ningún costo para el encuestado ni para su institución.

INCENTIVOS O COMPENSACIONES

(Incentivos o compensaciones que se le podrían dar a el que brinda información)

TIEMPO

(Duración de la toma de información)

CONFIDENCIABILIDAD

(Participación voluntaria y anónima, de ser el caso). Los datos recabados serán utilizados estrictamente en la presente investigación respetando su estrictamente su confidencialidad, los cuales serán eliminados al término del estudio.

CONSENTIMIENTO:

Acepto voluntariamente participar en esta investigación. Tengo pleno conocimiento del mismo y entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio si los acuerdos establecidos se incumplen.

En fe de lo cual firmo a continuación:

Apellidos y Nombres

DNI N° _____

Los cuestionarios fueron aplicados a los colaboradores, en forma directa cuando transitaban por lugares cercanos a sus viviendas o cercanos a su centro de laboral, los cuales lo realizaron en forma voluntaria, por lo que no se requirió autorización de alguna entidad para el trabajo de campo.

ANEXO 7: Declaratoria de autenticidad de Tesis

Yo, Keily Isabel Mejía Chapiama identificada con DNI 05409845, egresada del Programa de Maestría en Gestión Pública y Control Gubernamental, declaro bajo juramento que:

Soy autora de la tesis titulada: Comunicación Interna y Cultura Organizacional del personal de Seguro Integral de Salud de la Unidad Desconcentrada Regional Ucayali, 2023

En muestra de lo cual firmo la presente Declaratoria.

Lima, 10 de julio de 2023



KEILY ISABEL MEJIA CHAPIAMA
DNI 05409845