



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**La cultura organizacional y su relación con la comunicación  
interna en una empresa pública de Lima, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Jara Barnett, Daniel Antonio (ORCID: 0000-0002-2573-5201)

Porras Alama, Stefany Carolay (ORCID: 0000-0002-2263-1693)

**ASESOR:**

Mg. Celis Castillo, Edward (ORCID: 0000-0002-4697-3532)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Comunicación para el Desarrollo Humano

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

Lima – Perú

2022

## DEDICATORIA

Esta tesis se la dedicamos a Dios, a nuestras familias y seres queridos, ya que gracias a su apoyo logramos cumplir nuestros objetivos. Para nuestros padres por su apoyo incondicional ante las adversidades de la vida.

## AGRADECIMIENTO

A nuestros padres y familiares quienes nos brindaron su apoyo para seguir cumpliendo nuestras metas. De igual manera, a nuestro Asesor quien nos orientó para culminar el presente trabajo

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y Operacionalización	13
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	37
ANEXOS	44

## Índice de tablas

Tabla 1. Correlación de variable y dimensiones	23
Tabla 2. Cultura organizacional	79
Tabla 3. Comunicación interna	79
Tabla 4. Cultura organizacional y comunicación interna	80
Tabla 5. Cultura organizacional y los patrones de comunicación	80
Tabla 6. La cultura organizacional y las barreras de comunicación	81
Tabla 7. Cultura organizacional y la retroalimentación	82
Tabla 8. Pruebas de normalidad	83
Tabla 9. Confiabilidad cuestionario cultura organizacional	84
Tabla 10. Confiabilidad cuestionario de comunicación interna	85
Tabla 11. Juicio de expertos	85

## Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Cultura Organizacional	17
Figura 2. Comunicación Interna	18
Figura 3. Cultura organizacional y comunicación interna	19
Figura 4. Cultura organizacional y los patrones de comunicación	20
Figura 5. Cultura organizacional y las barreras de comunicación	21
Figura 6. Cultura organizacional y la retroalimentación	22

## Resumen

La presente investigación se planteó como objetivo determinar la relación entre la cultura organizacional y la comunicación interna en una empresa pública de Lima. 2022. La población estuvo conformada por 120 trabajadores profesionales de la empresa pública de Lima, la muestra fue tipo censal, en quienes se ha estudiado las variables cultura organizacional y comunicación interna, el método que se empleó en la investigación fue hipotético-deductivo, esta investigación utilizó para su propósito el tipo descriptivo, correlacional, transaccional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo, que se desarrolló al aplicar el cuestionario de cultura organizacional de Cahua, H y comunicación interna de GF Asesores, ambos con escala de Likert que brindaron información acerca de la variable de estudio, en sus distintas dimensiones. El resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,725 indica que existe relación positiva entre las variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye que: La cultura organizacional se relaciona con la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022

*Palabras clave: Cultura Organizacional, Comunicación Interna, Gestión.*

## **Abstract**

The present investigation was raised as a general objective to determine the relationship between organizational culture and its relationship with internal communication in a public company in Lima. 2022. The population consisted of 120 professional workers from the public company in Lima, the sample was census type, in whom the variables organizational culture and internal communication have been studied, the method used in the research was hypothetical-deductive, this The research used for its purpose the descriptive, correlational, transactional type, non-experimental design, quantitative approach, which was developed by applying the questionnaire of organizational culture of Cahua, H and internal communication of GF Asesores, both with a Likert scale that provided information about of the study variable, in its different dimensions; Results: Regarding the general hypothesis, the result of the Spearman's Rho correlation coefficient of 0.725 indicates that there is a positive relationship between the variables, it is also at the high correlation level and the level of bilateral significance is  $p=0.000<0.01$  (highly significant). , the null hypothesis is rejected and the general hypothesis is accepted; it is concluded that: The organizational culture is related to internal communication in a Public Company of Lima, 2022

*Keywords: Organizational Culture, Internal Communication, Management*



## I. INTRODUCCIÓN

La problemática más importante en las empresas públicas a nivel mundial, están en concordancia con un gestionamiento deficiente comunicacional formal, lo que genera problemas que pueden perjudicar la efectividad y el ambiente de trabajo ,los factores comunicacionales infieren positivamente en la entidad, pues un 77% de empleados lo percibe como un valioso apoyo para sus obligaciones y a un 66% les es más fácil relacionarse, el no abordar estos problemas de manera oportuna puede tener consecuencias que, en última instancia, impactarán en los objetivos de la entidad, así como en sus comunicaciones, reputación e imagen, por ello lo primero es el diagnóstico para comprender el momento en que se encuentra la empresa y permitir que se implementen acciones, medios e información, identifiquen audiencias y se enfoquen en promover la realización de la estrategia y metas de la entidad (Gonzales, 2021).

Por ello, en América Latina existe la tendencia que el comportamiento de los empleados puede resultar en actitudes que afecten las actividades y esfuerzos dentro de la empresa, en ese caso el entorno de trabajo de un empleado afecta la forma en que interactúa con otras personas (ya sean internas o externas), generalmente lo que sucede a menudo en una organización puede ser la preferencia de la alta dirección, lo que puede causar problemas entre los trabajadores y conflictos que pueden llevar a la quiebra de la empresa, por ello es importante identificar el entorno que influye en su cultura organizacional ayudando a la entidad a entender las razones del compromiso y la motivación de los empleados, entre ellos mantener un canal de comunicación fluida para la buena marcha de la empresa (Reyes, 2019).

Por lo tanto, en la realidad empresarial actual del Perú, debido a la preocupación del estado dentro de sus procesos de modernización infiere que la cultura de la entidad es vital en las entidades estatales , para lograr la calidad integral de los servicios cumpliendo con sus metas pero generalmente solo estudia los aspectos internos de la empresa pública , sin mencionar cómo estos procesos afectan a los beneficiarios directos de los servicios prestados y es por ello que la comunicación interna no solo debe servir para disminuir las brechas para comunicarse sino también como apoyo al

logro de objetivos (Sotelo ,2019).

En tal sentido en el Perú, la problemática es la falta de ratios comunicacionales dentro de la entidad que sean válidos, lo real es que solo algunas organizaciones tienen sistematización de la escucha integral que les ayude en el monitoreo y supervisión de los pormenores que le permita monitorear diferentes características comunicacionales dentro de la entidad regularmente, por ello, no cabe duda de que la falta de estándares de medición específicos es el principal obstáculo para la mejora (Pazmay, 2019).

Asimismo, la cultura organizacional de la Empresa Pública de Lima, 2022, está dividida por actitudes sobre todo en el personal, directivas institucionales y las políticas o normativas de la empresa de gestión, la toma de decisiones personales y la confusión provocada por los diferentes estilos de liderazgo, debido a ello la comunicación entre los trabajadores es insuficiente, lo que hace que los empleados se encuentren divididos e incapaces de trabajar plenamente en equipo, se observa que los trabajadores reciben información segmentada y no oportuna , lo que ocasiona problemas en las reprogramaciones del POI y en la parte presupuestal, lo que trae como consecuencia una cultura organizacional adversa, creándose grupos de compartimentos estancos, consecuentemente estas segmentaciones laborales dan origen a conflictos laborales de diversa índole que en sumatoria con los expuesto anteriormente afecta el manejo gerencial de la entidad.

La formulación de los problemas es: Problema general: ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la comunicación interna en una empresa pública de Lima 2022?; se plantearon tres problemas específicos: PE1, ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y los patrones de comunicación en una empresa pública de Lima 2022?; en ese sentido, PE2, ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y las barreras de comunicación en una empresa pública de Lima 2022?; por ello, PE3, ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la retroalimentación en una empresa pública de Lima 2022?

En ese sentido en la justificación teórica sus basamentos teóricos avalan lo auténtico de lo que se busca o se propone conseguir, aportando resultados y

conclusiones que benefician a todos los actores del proceso, en cómo implementar mejoras en las variables, mejorando con ello la gestión; Así mismo en lo práctico es solucionar los problemas que se presentan para beneficio de los involucrados, en este caso se busca mejorar la cultura organizacional y la comunicación interna, hecho que beneficia a todos los actores del proceso usuarios y comunidad en general; por ello la justificación epistemológica se da en el conocimiento y comprensión de la valorización científica, desde la aportación de autores más significativos en el desarrollo del pensamiento, justificándose en los datos científicos, considerando los factores que entran y se encuentran dentro de la presente investigación; En tal sentido en la justificación metodológica se establece que todo el contenido de la investigación conlleva un ordenamiento metodológico con propuesta de herramientas, análisis, resultados, con instrumentos con validación y confiabilidad, además de conclusiones y recomendaciones en relación a la problemática encontrada.

En relación a los objetivos se plantea como Objetivo General: Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y la comunicación interna en una empresa pública de Lima 2022; en tal sentido se plantearon tres objetivos específicos: OE1, Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y los patrones de comunicación en una empresa pública de Lima 2022; Entonces , OE2, Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y las barreras de comunicación en una empresa pública de Lima 2022; igualmente OE3, Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y la retroalimentación en una empresa pública de Lima 2022.

En cuanto a la hipótesis se plantearon: Hipótesis General, La cultura organizacional se relaciona con la comunicación interna en una empresa pública de Lima 2022; se plantearon tres hipótesis específicas: HE1, la cultura organizacional se relaciona con los patrones de comunicación en una empresa pública de Lima 2022; asimismo, HE2, la cultura organizacional se relaciona con las barreras de comunicación en una empresa pública de Lima 2022; además, HE3, la cultura organizacional se relaciona con la retroalimentación en una empresa pública de Lima 2022.

## II.MARCO TEÓRICO

Así mismo en los antecedentes nacionales, Charry (2018), publicó gestiónamiento de los factores comunicacionales y cultura organizacional en el sector estatal, cuya finalidad fue determinar la relación entre ambas variables, siendo la metodología descriptiva, de tipo correlacional, no experimental y enfoque cuantitativa por ello se tomó muestra 200 trabajadores, en las conclusiones se evidencia una correlación significativa entre ambas variables; Por ello, Pezo (2020) publicó, Comunicación interna, cultura organizacional y promoción de la Salud, su finalidad fue establecer la correlación, aunado esto es descriptiva, correlacional, no experimental, cuantitativa, muestra 140 trabajadores, en ese sentido concluyó que el soporte a la CO es la factibilidad que gana su entidad, motivando a sus trabajadores para lograr sus metas.

Por lo tanto, Ferrando (2017), publicó su trabajo sobre análisis de la cultura organizacional de las empresas cuya finalidad fue determinarlos niveles de la CO en las empresas, al respecto se detalla cómo descriptiva, no experimental, cuantitativa, muestra 300 trabajadores, para lo cual concluyó que en estas entidades la efectividad de la cultura organizacional es de 67.8%, que en un comportamiento generalizado estimula con efectividad a completar sus metas de economía y comunitarias.

En tal sentido, Quiñones (2021), publicó su trabajo comunicación interna en RRHH, cuya finalidad fue determinar los niveles de comunicación interna, por ello fue descriptiva, no experimental, cuantitativa, muestra 139 trabajadores, para lo cual concluyó que son diferentes la percepción de la CI en los empleados de la entidad. Entonces, Cabrera (2020), publicó su trabajo comunicación interna en un mercado,

cuya finalidad fue determinar los niveles de comunicación interna, es una investigación descriptiva, no experimental, cuantitativa, muestra 110 trabajadores, concluyó que la CI es efectiva, relacionada con la experiencia de los trabajadores, la empatía estimula los aspectos comunicacionales mejorándolas permanentemente

En relación a los antecedentes internacionales, Wardhani (2020), su finalidad fue establecer la correlación de variables, fue de carácter descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 206 trabajadores, en tal sentido concluyó que la comunicación interna tiene su contribución para mejorar la cultura organizacional y también mejorando la administración haciéndola más fluida , sin embargo, los esfuerzos sólo no son suficientes si no se ayuda mejorando la calidad del rendimiento.

Igualmente, Sebastião (2017), su finalidad fue, establecer la correlación de ambas variables, identificándose para ello como descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 802 trabajadores, concluyó que, están centrados en el público interno (fuerza laboral) de la organización y sus percepciones sobre el uso y el establecimiento posterior de la CO hacia la definición de planes de comunicación interna y cómo gestionan esta interacción.

Asimismo, León (2019), publicó su trabajo “Propuesta de comunicación interna para el departamento de relaciones públicas”, cuyo objetivo fue establecer la correlación de las variables, siendo por ello fue descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 422 trabajadores, en ese sentido concluyó que la importancia de la CI es conectar comunicacionalmente a todos los trabajadores de la entidad, mejorando el entorno de trabajo, haciéndolo más dinámico y efectivo, lo que lo lleva a conseguir sus metas en los tiempos planificados; Además, Cen (2020), su finalidad fue, determinar la relación de ambas variables, presentándose como descriptiva, correlacional, no experimental, cuantitativa, muestra 482 trabajadores, concluyó que los resultados mostraron que tanto la comunicación interna simétrica desarrollo un ambiente laboral óptimo que estimuló a los empleados

En efecto, Díaz (2019) público su trabajo The role of communication in organizational culture, cuyo objetivo fue establecer la correlación de las variables, por ello fue descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 40 trabajadores,

para concluir que el entorno interno empresarial está relacionado con diferentes factores, siendo el principal el comunicacional.

Es por ello que, sobre los fundamentos teóricos de la variable cultura organizacional, Wei y Miraglia (2017), consideran que las características compartidas en la entidad se van aprendiendo y fomentando con el trato diario de los trabajadores y que les permite adaptarse a los entornos; En esta línea, Nazarian (2017), considera que es la característica principal de actitudes de sus colaboradores que permiten mantenerla siempre con efectividad; En este sentido, Klimas (2016) lo define como el desarrollo del sentido de identificación y pertenencia colectivo; De otra parte Lee (2016) lo considera como un entorno compuesto por diversos factores como simbología, comunicación, actitudes, comportamientos y costumbres de la entidad (Marulanda, 2018).

Por ello, la CO es importante porque hay que tener en cuenta las duras condiciones del entorno, el cambio organizacional se considera una prioridad máxima. Para lograr el cambio organizacional esperado, se debe cambiar la actitud de los trabajadores por que está orientado a valores, se debe cambiar la cultura de la organización para lograr un verdadero cambio organizacional (Mena, 2019).

Por lo tanto, es necesario desarrollar en la labor diaria el trabajo cooperativo en todas las actividades empresariales de orden interno y externo, es beneficioso ya que la sinergia laboral lleva a cumplir con las metas, se hace más placentero desarrollar su labor y genera empatía (Mendez, 2018).

En tal sentido, el entorno de la entidad, es vital para ella en el sentido que el capital más valioso que tiene es el RRHH, por tanto, su desempeño y rendimiento está ligado a la comodidad para desarrollar su trabajo y cómo armoniza con los demás trabajadores, innovando y estimulando su creatividad además de generar cumplimiento y mejora continua de la labor, propiciando mayor compromiso y valores en su desarrollo (Carrillo, 2016).

Entonces, en las teorías de CO estas son: la teoría de Terrence A. Deal & Allan

A. Kennedy (1985), propone que una entidad tiene éxito por la actitud uniforme de sus trabajadores que están propiciadas y compartidas por ellos mismos manteniendo un alto nivel de rendimiento; la teoría de Dioses de Handy es una modelación filosófica, se basa en roles que cumplen individualmente algunos trabajadores logrando captar seguidores, tiene mucha similitud con el liderazgo y modifica las actitudes comportamentales de los individuos (Sánchez, 2017).

Igualmente, en relación a las dimensiones de CO se presentan: Participación del personal se basa en el trabajo cooperativo que genera empoderamiento al trabajador logrando un compromiso laboral personal creando pertenencia y participación; Asimismo, Consistencia del personal son actitudes uniformes de los trabajadores en la entidad propicia un ambiente seguro y tienen un norte común relacionado con la misión, visión de la entidad, marcha sincronizadamente y uniformemente; Además, Adaptabilidad del personal, los cambios no los alteran más bien tienen capacidad de adaptación rápida y efectiva lo que mantiene un incremento permanente de actividades que llevan al cumplimiento de lo que propone y necesita la entidad (Contreras, 2018).

En efecto , en relación a las definiciones de comunicación interna, según García (2018), son un conjunto de acciones comunicacionales que realiza la entidad para mantener conectados e informados a sus trabajadores; Por ello, Apolo (2017), es una de las principales acciones que toma la entidad para la coordinación de sus actividades y que les permite gestionar, administrar y producir en los rangos en los que se desempeña; Por lo tanto, Pazmay (2017), los aspectos comunicacionales no son una tendencia sino una acción estratégica que permite a la entidad cumplir con su misión basada en la conectividad entre sus trabajadores de todas las jerarquías; En tal sentido, Anton (2019), es lo que le dice a la organización lo que está haciendo la organización; Entonces, Méndez (2020), un modelo de mensaje compartido entre los miembros de la entidad; es la acción de comunicación entre los empleados para el funcionamiento de la misma.

Así pues, la CI es importante porque su alta calidad es responsable de la interacción y el compromiso de los empleados porque, en primer lugar, les permite estar al tanto de los problemas de la entidad. Es más fácil para los empleados comprender los cambios, los nuevos objetivos o las situaciones a las que se enfrenta

la entidad en un momento dado (Concha, 2020).

Es así como los aspectos comunicacionales empresariales han tenido un crecimiento exponencial considerando también el desarrollo de la tecnología de punta, las nuevas corrientes administrativas y la gestión de los RRHH en la última década, por ello en el siglo XX, nombrado como el comunicacional, porque se desarrollaron los factores de comunicación por las redes sociales y la era digital, destacándose el valioso rol de comunicarse no solo socialmente sino también laboralmente, se desarrollaron los metadatos y su difusión comunicacional avanzando prósperamente al siglo XXI con mayores impulsos tecnológicos de comunicación social e individual (Gonzales, 2020).

Aunado a esto, existen diferentes clases de CI: Comunicación descendente es aquella que desciende desde las jerarquías más altas a todos los demás niveles. Igualmente, Comunicación ascendente es a la inversa de la anterior fluye desde niveles inferiores y sube a los niveles superiores fomenta el feedback; Además, Comunicación horizontal es la red de información entre pares en la entidad (La Torre, 2019).

Al respecto, la gestión de los aspectos comunicacionales dentro de la entidad logran la optimización de la corriente informativa distribuyéndola en toda la entidad de acuerdo a sus niveles fomenta la empatía y el trabajo en equipo, fortalece el ambiente interno, conecta todos, no hay noticias sueltas y disminuye los errores de gestión dándole efectividad a la misma, estimula los valores mejorando la consecución de metas aumentando la innovación y la creatividad. (Oyarvide, 2017).

Al mismo tiempo, entre las ventajas de implementar factores comunicacionales efectivos es el mejoramiento del desempeño individual y colectivo, estimula la realización de las tareas, desarrolla identificación y pertenencia, encamina al logro de metas (Belén, 2018); Igualmente, por otro lado, las desventajas de factores comunicacionales negativos afectan la motivación personal y laboral, crea brechas que dificultan la interrelación, soslaya la problemática, aumenta la incertidumbre, etc. (Palafox, 2019).

Por ello, la Teoría de sistemas propone que la entidad por el giro de su negocio es socialmente abierta y se determina por sí misma. La Teoría contingente de Woodward, J, debe considerar el entorno y su estado actual ya que su progreso está



ligado a su adaptabilidad y a los cambios que se presenten en su entorno (Contreras, 2020).

Por lo tanto, la CI presenta las siguientes dimensiones: Patrones de la comunicación: Es una estructura sólida permanente y fluida que se transmite para informar hechos, si estos ocurren de casualidad no existen estos patrones; Igualmente; las Barreras de la Comunicación: Son los problemas que se originan en algún componente comunicacional haciendo que el mensaje emitido se interrumpa o se distorsione incumpliendo su propósito; Asimismo, la Retroalimentación: Consiste en la revisión de hechos anteriores para evitar caer en los mismos errores, se aprende con el ejemplo y se aproveche el aprendizaje de lo ya acontecido, (Barría, 2021).

### III. METODOLOGÍA.

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

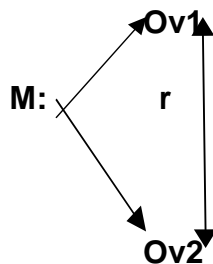
Por ello, es básica, porque incrementa y aporta al conocimiento científico (Mc Dowell, 2018). En el caso del estudio se evaluaron las teorías que sustentan las variables.

Por ello es de tipo descriptivo correlacional porque a través del estudio de las variables se pretendió establecer una relación (Nassaji, 2018).

Por lo tanto, el diseño será no experimental, porque no existe manipulación de las variables, de corte transversal, porque se colectará data en un momento específico (Hernández-Sampieri et al, 2014). El estudio se realizó en el mismo medio natural en que se encontraron las variables sin manipularlas.

En tal sentido, el enfoque será cuantitativo, ya que los datos recolectados se procesaron de manera numérica (De Franzo, 2015). Se procesaron mediante métodos estadísticos.

Esquema de diseño:



En dónde:

M = Trabajadores profesionales de una empresa pública de Lima.

O1= Cultura Organizacional

O2= Comunicación interna

r= Correlación

### 3.2. Variables y Operacionalización

Entonces la **Cultura Organizacional**: está compuesta de simbología, lenguas, ideas, costumbres de la entidad (Marulanda, 2018).

Igualmente, la **Comunicación interna**: es una de las principales actividades comunicacionales al interior de la entidad (Apolo, 2017).

#### Operacionalización

Indica que es cuando la variable se descompone en todas sus partes para su estudio (Reguant, 2015).

Así mismo la **Variable 1 Cultura organizacional**, se trabajará en tres dimensiones, participación del personal con ocho ítems, consistencia del personal con siete ítems y adaptabilidad del personal con siete ítems, haciendo un total de 22 ítems

ordinales, los indicadores son de escala ordinal, la recepción de los datos será vía presencial utilizando una encuesta, validada por expertos en el tema. (Ver anexo 3)

Además, la **Variable 2 Comunicación interna**: La variable se medirá en tres dimensiones: patrones de comunicación con veinte ítems, Barreras de comunicación con nueve ítems y retroalimentación con cinco ítems, haciendo un total de 34 ítems ordinales, los indicadores son de escala ordinal, la técnica será la encuesta, la recepción de los datos será vía presencial utilizando una encuesta, validada por expertos en el tema.

### 3.3. Población, muestra y muestreo

En efecto, es cuando se agrupan todos los individuos que tienen las mismas características y que sirven al estudio (Malthusian, 2018). Como población se consideran 120 trabajadores profesionales de la Empresa Pública de Lima.

#### Muestra

Al respecto, se define muestra cómo un grupo de la población seleccionada, para obtener información para el estudio y en la cual se medirán y observarán las variables estudiadas (Mugo, 2020).

Por ello, para el estudio se contará con la muestra de 120 trabajadores profesionales

de una Empresa Pública de Lima, siendo una muestra censal por ser igual a la población.

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

Son los métodos de obtención de información (Syed,2016). Se empleó la encuesta y se recogieron los datos con el cuestionario como instrumento. El instrumento son un conjunto de Ítems, conjugados con lo que se quiere estudiar (Webster, 2020). Dichos instrumentos presentarán las respectivas fichas técnicas.

#### **Ficha técnica: Cuestionario 1**

#### **Ficha Técnica del cuestionario de Cultura Organizacional.**

**Instrumento:** Cuestionario de CO.

**Autor:** Cahua, H.

**Año:** 2021.

**Lugar:** Lima - Perú

**Fecha de Aplicación:** 04/2022

**Objetivo:** Analizar la cultura organizacional en trabajadores profesionales de una Empresa pública de Lima, 2022.

**Administrado a:** Trabajadores profesionales de una Empresa pública de Lima, 2022.

**Tiempo:** 60'.

**Margen de error:** 0.05 %

**Observaciones:** S/O

## **Ficha técnica: Cuestionario 2**

### **Ficha Técnica del cuestionario de Comunicación Interna.**

**Instrumento:** Cuestionario de CI.

**Autor:** G y F Asesores.

**Año:** 2003.

**Lugar:** Lima - Perú

**Fecha de Aplicación:** 04/2022

**Objetivo:** Analizar la comunicación interna en trabajadores profesionales de una Empresa pública de Lima, 2022.

**Administrado a:** Trabajadores profesionales de una Empresa pública de Lima, 2022.

**Tiempo:** 60'.

**Margen de error:** 0.05 %

**Observaciones:** S/O

**Validación:** Aplicable (Anexos).

Validez Aikeen cultura organizacional: 0.95. Validez fuerte

Validez Aikeen comunicación interna: 0.98. Validez fuerte

### **Confiabilidad**

Cultura Organizacional: 0.938, de acuerdo al Alfa de Cronbach es muy buena.

Comunicación Interna: 0.977, de acuerdo a Alfa de Cronbach es muy buena.

## **3.5 Procedimientos**

Se describe con simplicidad los pasos para la toma de datos con el cuestionario en la población seleccionada como muestra (Campbell, 2019, p,2).

En ese sentido, se procedió a elaborar el cuestionario. Se aplicó la encuesta de forma presencial, se realizó una base de datos para ordenar la data, que se trabajó con el

SPSS 26 y Rho Serman.

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

En ese sentido, una vez obtenida la data esta se procesó para su posterior análisis mediante gráficos y tablas (Durcevic, 2019). Para ese fin, se ordenó la data obtenida en el Excel, el producto de las encuestas, se tabuló en la parte descriptiva para obtener las figuras y tablas de frecuencia.

Prueba de Normalidad, la prueba de Kolmogorov–Smirnov (K-S) contrastación no paramétrica con la finalidad de establecer si las frecuencias de dos conjuntos de datos distintos continúan con su distribución alrededor de su media.

#### **Estadística descriptiva**

En ese sentido, se minimizó los datos para comprenderlos y analizarlos convirtiéndolos en gráficos (Kenton, 2019).

#### **Estadística inferencial y prueba de hipótesis**

Igualmente, se utilizó prueba de Rho de Spearman, para la medir la relación entre variables y que facultó la contrastación de las hipótesis (Trochim, 2019).

### **3.7 Aspectos éticos**

A los encuestados se brindó inducción sobre la naturaleza de la encuesta, sus características de ser anónima, protegiendo la identidad y los aspectos jurídicos y que lo que se obtenga solo serán utilizados en el estudio (Artal, 2018).

Aunado a esto, en el trabajo que se llevó a cabo, se cuidó de respetar el derecho de los autores en las citas correspondientes y en las referencias correctamente, siempre mencionando la fuente, lo cual se verifica en las referencias bibliográficas. Se operó conforme a los lineamientos indicados por la guía de la UCV, respetando las normas del APA 7. Se tuvo en cuenta la consulta previa a los encuestados mediante el consentimiento informado que se incluyó al inicio del cuestionario virtual. Se mantuvo la privacidad de las personas encuestadas y la data obtenida, se respetó no siendo manipulada.

## **IV. RESULTADOS.**

### **4.1. Descripción de resultados.**

Es así como, respecto a la Cultura Organizacional, la cultura organizacional se encuentra que en nivel baja representa el 10.8%, media 41.7% y alta 47.5%.

Aunado a esto, la comunicación interna en la muestra encuestada se encuentra que en un nivel baja representa un 4.2%, media 62.5% y alta 33.3%.

Al respecto, en relación a la cultura organizacional y comunicación interna en la encuesta se encuentra que la comunicación interna en nivel de baja 4.2% estima que la cultura organizacional es baja; Comunicación interna nivel de media el 40.8% estima que la cultura organizacional es media. Comunicación interna nivel de alta el 32.5% estima que la cultura organizacional es alta.

Al mismo tiempo, sobre la cultura organizacional y patrones de comunicación en la muestra encuestada se encuentra que, los patrones de comunicación nivel de baja el 10% estima que la cultura organizacional es baja; Patrones de comunicación nivel de media, el 40.8% estima que la cultura organizacional es media. Patrones de comunicación nivel de alta el 25% estima que la cultura organizacional es alta.

Por ello, en relación a la cultura organizacional y barreras de comunicación en la muestra encuestada se encuentra que, las barreras de comunicación en nivel de baja el 10% estima que la cultura organizacional es baja; Barreras de comunicación nivel de media el 39.2% estima que la cultura organizacional es media. Barreras de comunicación nivel alta el 47.5% estima que la cultura organizacional es alta.

Por lo tanto, sobre la cultura organizacional y la retroalimentación en la muestra encuestada se encuentra que, la retroalimentación en nivel de baja el 5% estima que la cultura organizacional es baja; Retroalimentación nivel media el 35% estima que la cultura organizacional es media. Retroalimentación nivel de alta el 29.2% estima que la cultura organizacional es alta.

#### 4.2. Prueba de hipótesis

Tabla 1

*Correlación de variable y dimensiones*

Tabla 1

*Correlaciones cultura organizacional y comunicación interna*

Hipótesis General

Hi. La cultura organizacional se relaciona con la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Ho La cultura organizacional no se relaciona con la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.

#### Correlaciones

			CO	CI
Spearman	CO	Coefic. Correl.	1,000	,725**
		Sig. (bilat.)	.	,000
		N	120	120
	CI	Coefic. Correl.	,725**	1,000
		Sig. (bilat.)	,000	.
		N	120	120

\*\* . Correl. Signific. Niv. 0,01 (bilateral).

#### Interpretación

Como se observa en la tabla 1, respecto a la HG, Spearman de 0,725 indica relación positiva de variables, correlación alta y signific. Bilat.  $p=0.000 < 0.01$  (altament. Signif.),



se descarta hipótesis nula y se acepta la HG, concluyendo que, la cultura organizacional se relaciona con la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Tabla 2

*Correlaciones cultura organizacional y patrones de comunicación*

Hipótesis específica 1

Hi. La cultura organizacional se relaciona con los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Ho. La cultura organizacional no se relaciona con los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Correlaciones

			CO	Patrón. Comunic.
Spearman	CO	Coefic. Correl.	1,000	,677**
		Sig. (bilat.)	.	,000
		N	120	120
	Patrón Comunic.	Coefic. Correl.	,677**	1,000
		Sig. (bilat.)	,000	.
		N	120	120

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

Interpretación

En la tabla 2, sobre la HE1, Spearman de 0,677 indica relación positiva de variables con correlación moderada y signific. Bilat.  $p=0.000 < 0.01$  (altamente significativo), se descarta Ho y se valida HE1, concluyendo que la cultura organizacional se relaciona con los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Tabla 3.

*Correlaciones cultura organizacional y barreras de comunicación*

Hipótesis Especifica 2.

Hi. La cultura organizacional se relaciona con las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Ho. La cultura organizacional no se relaciona con las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Correlaciones

			CO	Barreras de Comunic.
Spearman	CO	Coefic. Correl.	1,000	,934**
		Sig. (bilat.)	.	,000
		N	120	120
	Barreras de Comunic.	Coefic. Correl.	,934**	1,000
		Sig. (bilat.)	,000	.
		N	120	120

\*\* Correlac. Signific. Nivel 0,01 (bilat.).

Interpretación

Así mismo, en la tabla 3, sobre la HE2, Spearman de 0,934 indica relación positiva de variables, correlación muy alta y signific. Bilat.  $p=0.000 < 0.01$  (altamen. Signific.), se descarta Ho y se valida HE2, concluyendo que, la cultura organizacional se relaciona con las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Tabla 4

*Correlaciones cultura organizacional y retroalimentación*

Hipótesis Específica 3

Hi. La cultura organizacional se relaciona con la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2021.

Ho. La cultura organizacional no se relaciona con la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

Correlaciones

			CO	Retroaliment.
Spearman	CO	Coefic. Correl.	1,000	,374**
		Sig. (bilat.)	.	,000
		N	120	120
	Retroaliment.	Coefic. Correlac.	,374**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	120	120

\*\* . Correl. Signific. Nivel 0,01 (bilat.).

### Interpretación

Por otro lado, sobre la HE3, Spearman de 0,374 indica relación positiva de variables, nivel de correlación baja y signific. Bilat  $p=0.000 < 0.01$  (altamente. Signific.), se descarta  $H_0$  y se valida HE3 concluyendo que, la cultura organizacional se relaciona con la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

## V. DISCUSIÓN

Respecto al objetivo general, Spearman de 0,725 indicó relación positiva de variables, correlación alta, signific. Bilate.  $p=0.000<0.01$  (altamente. Signific.), se descarta  $H_0$  y se valida  $H_G$ , concluyó que: La cultura organizacional se relacionó con la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022; lo que descriptivamente implicó que la comunicación interna en nivel baja el 4.2% percibió que la cultura organizacional fue baja; por otro lado, la CI nivel media, el 40.8% percibió cultura organizacional media. Así mismo, la comunicación interna nivel alta el 32.5% percibió cultura organizacional alta; lo que de acuerdo con , Charry (2018), publicó gestión de la CI y el CO en el sector estatal, su finalidad fue determinar la relación entre ambas variables, siendo la metodología descriptiva, de tipo correlacional, no experimental y enfoque cuantitativa por ello se tomó muestra 200, en las conclusiones se obtiene promedio de 3.48 para el clima organizacional, siendo desfavorable, evidencia correlación entre ambas variables, además que el 56.5% califica la comunicación interna ineficaz, siendo coincidente con los resultados del presente trabajo de investigación además de ello para que la comunicación sea efectiva en una organización, los directivos deben estar comprometidos con la filosofía y comportamiento, que la comunicación con los empleados es además de importante es crítico para lograr las metas de la organización, debe relacionarse palabras y hechos consistentes, comunicación bidireccional. (abajo y arriba), enfatizando la comunicación cara a cara, mantener informados a los miembros de la organización sobre los cambios y toma de decisiones dentro de la organización que da confianza y valor a los empleados, diseñar un programa de comunicación para transmitir la información requerida por cada departamento o empleado, por lo tanto, la autoridad como organización debe luchar porque la información tenga un flujo continuo; Por ello, Pezo (2020) Entre muchas otras cosas, propuso que una política de comunicación interna beneficia a una entidad con el aumento de la eficiencia de la empresa: Cuanta más información tengan sus empleados, mejor será su trabajo en equipo y su trabajo individual. Los empleados se sienten plenamente integrados en la organización y, por tanto, se implican en ella; sensibiliza a los empleados sobre todo lo que ocurre en la empresa: nadie queda gratamente sorprendido, todos son conscientes de los cambios (tanto positivos como negativos) que se están produciendo en su ambiente; permite

resolver problemas con mayor facilidad: si se pide a los trabajadores que den su opinión sobre un tema, puede ser más fácil resolver conflictos a medida que se aportan más ideas, permite que la organización responda más rápidamente al cambio; promueve la confianza y las buenas relaciones entre los trabajadores porque evita cuestiones regionales, por lo tanto es coincidente con la investigación ; Así mismo Ferrando (2017), publicó su trabajo sobre análisis de la cultura organizacional de las empresas cuya finalidad fue determinar los niveles de la CO en las empresas, al respecto se detalla cómo descriptiva, no experimental, cuantitativa, muestra 300 trabajadores, para lo cual concluyó que en estas entidades la efectividad de la cultura organizacional es de 67.8%, que en un comportamiento generalizado estimula con efectividad a completar sus metas de economía y comunitarias, coincidió en que la realidad del comportamiento organizacional de empresas, para brindar servicios, consideró que es necesario explorar cómo la cultura organizacional siempre está evolucionando, en sus actividades y como la gestión tuvo un impacto en su comprensión y en la gestión por sus colaboradores de una manera que le sea beneficiosa y con rendimiento. Existen modelos de cultura organizacional, lineamientos, que determinan el comportamiento del componente. Los grupos organizados, como marco de referencia además de los miembros de la organización y condiciones estipuladas sobre cómo deben comportarse sus miembros dentro de ella. Esto no es muy notorio en organizaciones pequeñas, pero cada uno de ellos desarrolla su propia cultura, especialmente en la diferenciación y fortalecidos a medida que evoluciona el currículo tiempo, puesto que efectivamente queda demostrado que la variable cultura organizacional tiene relación con la CI como ha quedado demostrado en las correlaciones encontradas entre las variables y las dimensiones.

Respecto al objetivo específico 1, Spearman de 0,677 indica relación positiva de variables con correlación moderada y signific. Bilat.  $p=0.000<0.01$  (altamente significativo), se descarta  $H_0$  y se valida  $H_{E1}$ , concluyendo que la cultura organizacional se relaciona con los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022, lo que descriptivamente implicó que los patrones de comunicación en un nivel de baja el 10% percibió que la cultura organizacional fue baja; por otro lado, los patrones de comunicación en un nivel de media el 40.8% percibió que la cultura organizacional fue

media. Así mismo, los patrones de comunicación nivel de alta el 25% percibió que la cultura organizacional fue alta; lo que corroboró lo planteado por Quiñones (2021), publicó su trabajo comunicación interna en RRHH, cuya finalidad fue determinar los niveles de comunicación interna, por ello fue descriptiva, no experimental, cuantitativa, muestra 139 trabajadores, para lo cual concluyó que son diferentes la percepción de la CI en los empleados de la entidad, coincidiendo con la investigación en lo referente a que la gestión de la comunicación en todas las entidades públicas debe responder al mundo actual, rápidamente cambiante y competitivo, con un nivel de comunicación sistemático e interactivo, capaz de escuchar a sus colaboradores buscando transmitir puntos de vista iguales y nivelados, estimulando el sentido de la comunicación y la relación; Igualmente León (2019), publicó su trabajo “Propuesta de comunicación interna para el departamento de relaciones públicas, cuyo objetivo fue establecer la correlación de las variables, siendo por ello fue descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 422 trabajadores, en ese sentido concluyó que la importancia de la CI es conectar comunicacionalmente a todos los trabajadores de la entidad, mejorando el entorno de trabajo, haciéndolo más dinámico y efectivo, lo que lo lleva a conseguir sus metas en los tiempos planificados, coincidiendo con el estudio en el sentido que las comunicaciones oficiales siempre deben llegar primero a los trabajadores para minimizar el impacto de las comunicaciones informales y los rumores. Invertir en comunicación interna es invertir en capital humano para obtener beneficios intangibles a largo plazo, y esa inversión significa lograr beneficios organizacionales generando sentido de pertenencia, solidaridad, participación e identificación, como una organización privada. La comunicación interna debe ser una herramienta organizativa sistemática que nos permita ser más eficientes y eficaces; Del mismo modo Cen (2020), publicó su trabajo *Examining the Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees’ Organizational Identification*, cuya finalidad fue determinar la relación de ambas variables, presentándose como descriptiva, correlacional, no experimental, cuantitativa, muestra 482 trabajadores, concluyó que Los resultados mostraron que tanto la comunicación interna simétrica como el uso del lenguaje motivador por parte de los líderes, incluidos los lenguajes de creación de significado, empáticos y de dirección, indujeron la percepción de los empleados de una cultura emocional positiva de alegría, amor de compañía, orgullo y gratitud, lo que a su vez mejoró la identificación

organizacional de los empleados, coincidiendo igualmente con el estudio, exponiendo que para entender la comunicación como un sistema horizontal de una agencia puede ser incorporado a la política de la agencia, no solo instrumental. La comunicación interna es el alma y el espíritu de una organización, es el sistema nervioso central de cada institución, toda empresa, incluidas las de servicios, debe tener una buena cultura organizacional con la que sus recursos humanos se identifiquen, recordándoles lo importante y relevante que es mantener un buen comportamiento organizacional a través de esta cultura. Siempre ha sucedido donde se reflejan resultados, logros, alcances, lo que le permite liderar el camino en el entorno en el que se desenvuelve. Sin embargo, también hay muchas empresas que fracasan porque no tienen la cultura organizacional sólida y auténtica propia de los tiempos modernos, ni son adversas al riesgo, ignoran las ventajas de tener una buena cultura organizacional, sobre todo si es un producto real, de las actividades que se han realizado; Es por ello que , Díaz (2019) publicó su trabajo *The role of communication in organizational culture*, cuyo objetivo fue establecer la correlación de las variables, por ello fue descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 40 trabajadores, para concluir que el entorno interno empresarial está relacionado con diferentes factores, siendo el principal el comunicacional, quien coincide con el estudio sobre que la gestión de la cultura organizacional contribuye a la mejora continua de la organización porque, a través de intervenciones efectivas, pueden mejorar la calidad de vida laboral de los trabajadores y, en consecuencia, la calidad de la atención médica que se brinda a la población, debido al impacto de este fenómeno. en la motivación y el desempeño de los empleados tienen un impacto que puede tener un impacto significativo en la productividad, la satisfacción, el compromiso y la calidad del trabajo, puesto que efectivamente en todos estos estudios se coincide en demostrar que la variable cultura organizacional es una variable de gran importancia en las organizaciones y que se relaciona con otras variables administrativas como es el caso de los patrones de comunicación que son determinantes en todo grupo social en donde existe una cultura presente.

Respecto al objetivo específico 2, Spearman de 0,934 indica relación positiva de variables, correlación muy alta y signific. Bilat.  $p=0.000<0.01$  (altamen. Signific.), se descarta  $H_0$  y se valida  $H_{E2}$ , concluyendo que, la cultura organizacional se relaciona

con las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022, lo que descriptivamente implicó que las barreras de comunicación nivel de baja el 10% percibió que la cultura organizacional fue baja; por otro lado, las barreras de comunicación nivel de media el 39.2% percibió que la cultura organizacional fue media. Así mismo, las barreras de comunicación en un nivel de alta el 47.5% percibió que la cultura organizacional es alta; lo que corrobora lo planteado por Quiñones (2021) Construir un diálogo en un entorno interprofesional crea una relación integrada entre las personas implicadas, posibilitando el reconocimiento del trabajo de cada uno y de su especificidad, que es la clave para una comunicación eficaz entre profesionales y contribuye a un entorno de trabajo más seguro y humano. Es por esto que las organizaciones deben brindar un soporte o modelo de gestión para sus comunicaciones, considerar el uso de nuevas tecnologías, con el fin de difundir información, mejorar el clima organizacional y dar paso a la mejora continua de la organización; En ese sentido Cabrera (2020), publicó su trabajo comunicación interna en un mercado, cuya finalidad fue determinar los niveles de comunicación interna, es una investigación descriptiva, no experimental, cuantitativa, muestra 110 trabajadores, concluyó que la CI es efectiva, relacionada con la experiencia de los trabajadores, la empatía estimula los aspectos comunicacionales mejorándolas permanentemente, siendo también coincidente con lo expresado en el estudio ya que desde una perspectiva corporativa y administrativa, el rol de la comunicación interna define la comunicación como una actividad administrativa con dos propósitos básicos: inculcar la postura necesaria para generar motivación, compromiso y satisfacción laboral, y transmitir la información e inquietudes necesarias a las personas para que se desempeñen bien. trabajo. La comunicación es uno de los procesos fundamentales de la organización humana y social, que requiere de un código para formar un mensaje y enviarlo en forma de símbolos a través de un determinado canal al receptor, quien lo decodifica y aclara. Sin dejar de lado la gestión de la comunicación interna de manera horizontal, utiliza estrategias que infieran a los distintos niveles de la organización como emisores de mensajes, no sólo como receptores de información, puesto en todas estas investigaciones se encontró correlaciones altas entre las variables estudiadas, además se coincide en afirmar que la cultura organizacional se ve asociada a una serie de variable administrativas como lo es el caso de la barreras de comunicación, como



ha quedado demostrado.

Respecto al objetivo específico 3, Spearman de 0,374 indica relación positiva de variables, nivel de correlación baja y signific. Bilat  $p=0.000<0.01$  (altamen. Signific.), se descarta  $H_0$  y se valida  $H_{E3}$  concluyendo que, la cultura organizacional se relaciona con la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022, lo que descriptivamente implica que la retroalimentación nivel de baja el 5% percibió que la cultura organizacional fue baja; por otro lado, la retroalimentación nivel de media el 35% percibió que la cultura organizacional fue media. Así mismo, la retroalimentación nivel de alta el 29.2% percibió que la cultura organizacional fue alta; lo que corrobora lo planteado por Wardhani (2020), Wardhani (2020), quien publicó su trabajo *Internal Communication in Building Organizational Culture and Organizational Branding of Government Institution*, cuya finalidad fue establecer la correlación de las variables, fue de carácter descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 206 trabajadores, en tal sentido concluyó que la comunicación interna tiene su contribución para mejorar la cultura organizacional y también mejorando la administración haciéndola más fluida, siendo coincidente con el estudio, sin embargo, los esfuerzos sólo no son suficientes si no se ayuda mejorando la calidad del rendimiento. Lo básico es equiparar percepciones sobre los objetivos, la visión y la misión de la organización. La equiparación de esta percepción se puede hacer a través de la comunicación interna en la institución, el proceso de intercambio de información o mensajes que son sostenibles pueden construir una comprensión de miembros de la institución sobre los objetivos, la visión y misión. La comunicación interna no se limita a compartir información, pero hay un elemento de inculcar valores culturales. La comunicación es la clave para inculcar una cultura organizacional que conducirá a la realización de una mejor marca de la institución gubernamental; Igualmente, Sebastião (2017), quien publicó su trabajo *Internal communication and organizational culture: The management interplay in the view of the Portuguese communication consultant*, cuya finalidad fue establecer la correlación de ambas variables, identificándose para ello como descriptivo, relacional, no experimental, cuantitativo, muestreo 802 trabajadores, concluyó que, están centrados en el público interno (fuerza laboral) de la organización y sus percepciones sobre el uso y el desarrollo posterior de la cultura organizacional

hacia la definición de planes de comunicación interna y cómo gestionan esta interacción. Coincidiendo con la investigación que la (CI), se encontró asociaciones bajas entre la variable cultura organizacional y la retroalimentación en la comunicación, esto se explica que si bien la comunicación interna en general es determinante en un ambiente donde existe una cultura organizacional, la dimensión de retroalimentación muchas veces falta gestionar adecuadamente, sobre todo en las organizaciones complejas.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se evidencia una alta relación de la Cultura organizacional y la comunicación interna, en cuanto al clima organizacional, existe un gran porcentaje de funcionarios que conocen y entienden la filosofía de la organización debido a que todos los trabajadores y funcionarios reciben una introducción o manual al ingresar a la entidad donde pueden adquirir este tipo de conocimientos. Información, dado que es relevante al momento de realizar la actividad, en cuyo caso la comunicación interna de la entidad investigadora se posiciona como la principal fuente de acceso a la información, según los datos encontrados por la mayoría de los colaboradores que conocen las funciones que realiza el departamento de comunicación.

2. Se evidencia una moderada relación de la Cultura organizacional y los patrones de comunicación en el interior de la entidad, se denota la estandarización medianamente relativa de los patrones de la comunicación, lo que deviene en brechas comunicacionales que si bien es cierto momentáneamente se resuelven por el buen clima organizacional a mediano plano van a ser una dificultad para la entidad.

3. Se evidencia una alta relación de la Cultura organizacional con la dimensión barreras de la comunicación, En este caso, todo tipo de comunicación puede tener filtros que distorsionan el mensaje, puede expresar emociones que malinterpretan el mensaje, puede utilizar un lenguaje coloquial inapropiado, dificultar la comprensión del receptor, por lo que la entidad comunica a pesar de la proporción de la relación con el clima organizacional Muy alto, pero debe estar alineado con los objetivos de la empresa, reducir la carga de los gerentes, limitar los rumores y controlar la información en la fuente, de modo que se evite la interpretación personal. Los eventos de crisis pueden aumentar el estrés y la incertidumbre y afectar el ambiente de trabajo.

4. Se evidencia una baja relación de la Cultura organizacional con la dimensión retroalimentación, , esto es un problema para las entidades porque la retroalimentación es un elemento fundamental en el proceso de comunicación y otro punto es que un buen

clima organizacional ayuda a subsanar algunas de estas brechas, por lo que la estrategia para lograr una buena comunicación dentro de uno es dos - así, los colaboradores no proporcionó suficiente retroalimentación, lo que dificultó la comprensión de la información con mayor precisión porque el emisor y el receptor del mensaje compartían la oportunidad de hacer sugerencias o modificaciones.

## **VII. RECOMENDACIONES**

En relación a la primera recomendación, se sugiere a los directivos de la entidad, realizar el fortalecimiento de capacidades orientado hacia el logro del trabajo cooperativo e integrar reuniones para buscar mejorar y fortalecer su cultura organizacional y cumplir con el compromiso de los trabajadores con el logro de las metas y objetivos institucionales, prestando especial atención a las recompensas y reconocimientos a la labor de los empleados. Es importante reconocer los pequeños logros, por lo que implementar un programa de reconocimiento motivará más al equipo, por lo tanto, implementar un modelo integrado de comunicación interna donde todos los miembros de la organización sean considerados como transmisores de comunicación para mejorar la comunicación interna de la entidad.

En relación a la segunda recomendación, se sugiere a los directivos de la entidad, establecer un sistema de comunicación integral, vincular las necesidades de gestión en diferentes campos y llevar a cabo una comunicación organizacional efectiva en todos los niveles. Este sistema de comunicación debe ser horizontal a la organización con el fin de potenciar la capacidad de hacer efectiva su gestión para que mantengan un mejor clima organizacional, por lo que deben fortalecer el proceso de comunicación interna, maximizar el uso de los medios de comunicación y promover el logro de los negocios. metas.

En relación a la tercera recomendación, se sugiere a los directivos de la entidad, desarrollar un mapa de procesos hasta nivel 2, sobre comunicación interna en donde se visualicen las actividades y la identificación de brechas que producen las barreras de comunicación y poder corregir oportunamente estos eventos para la mejora de la comunicación integral y un mejor clima organizacional.

En relación a la cuarta recomendación, se recomienda a los directivos de la entidad , a fin de que la comunicación sea lo más eficaz posible, fortalecer el MOF de la entidad, en el que se establezca claramente la información relacionada con las tareas y operaciones de cada área, instrucciones actualizadas relacionadas con el procesamiento de información relacionada con órdenes, reglas y directivas, pero lo más importante mecanismos de retroalimentación y retroalimentación, así como como revisiones periódicas del plan anual de comunicaciones de la entidad para evaluar el logro de los objetivos y la adecuación de los recursos.

## REFERENCIAS

- Artal, R. (2018). *Ethical issues in research*. Recovered from:  
<https://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1521693417300056&prev=search>
- Apolo, D. et al. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 521-539. ISSN: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81952828027>
- Antón, Ch. et al. (2019). Comunicación interna en organizaciones agrarias administradoras de agua, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2, 557-572. ISSN: 1315-9984. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446031>
- Belén, P. (2018). Gestión de la comunicación interna a través de las aplicaciones para móviles. Caso de estudio *Prisma Social: revista de investigación social*, ISSN- e 1989-3469, N°. 22, 2018, págs. 113-126.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6562959>
- Barría, G. et al. (2021). Evaluación de Clima Organizacional: propiedades psicométricas del ECALS. *Anales de Psicología*, 37(1), 168-177. Epub 21 de junio de 2021. <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.37.1.417571>
- Blanco, D. (2016). Charles Handy: 4 dioses del management: Zeus, Apolo, Atenea y Dionisios. <https://manuelgross.blogspot.com/2016/01/charles-handy-4-dioses-del-management.html>
- Contreras, D. et al. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. Epub 01 de diciembre de 2020. <https://dx.doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>
- Carrillo, A. (2016). Medición de la cultura organizacional. *Ciencias Administrativas*, 8, 1-23. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5116/511653788007/html/index.html>

- Cabrera, V. et al. (2020). Comunicación interna en los socios de un mercado de la Sierra Central del Perú. *Socialium*, 4(2), 459-470.  
<https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2020.4.2.673>
- Contreras, A., & Gómez, A. (2018). Aplicación de los cuestionarios de Denison para determinar las características de la cultura organizacional. *Revista de Investigación Sigma*, 5(1), 59–86.  
<https://www.bing.com/search?q=Contreras%2C+A.%2C+%26+Gómez>
- Campbell, J. (2019). *Sampling Techniques for Thesis Writing*. Recovered from: <https://classroom.synonym.com/info-7893250-sampling-techniques-thesis-writing.html>.
- Concha, G. (2020). Progreso en Comunicación Interna, qué ha cambiado en los últimos años. [Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos](#), ISSN 1130-8117, N° 357, 2020.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7607019>
- Cen, A. et al. (2020). Examining the Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees' Organizational Identification. March 2020. [Journal of Business Communication](#) 58(7). DOI:[10.1177/2329488420914066](https://doi.org/10.1177/2329488420914066)
- Charry, C. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Rev. Comuni@cción*, 9(1), 25-34.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es).
- Duarte, D. (2019). La comunicación interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa A.J. & J.A. Redolfi S.R.L
- Denison, D. (1989). *Organizational Culture and Organizational effectiveness: A theory and Some Preliminary Empirical Evidence*. [denison-1989-preliminary-evidence\\_0.pdf \(denisonconsulting.com\)](#)



- Durcevic, S. (2020). *Your Modern Business Guide To Data Analysis Methods And Techniques*. Recuperado de: <https://www.datapine.com/blog/data-analysis-methods-and-techniques/>
- Dellinger, A. (2020). *Validity and the review of Literature*. Recovered from: [https://www.researchgate.net/publication/248293906\\_Validity\\_and\\_the\\_review\\_of\\_literature](https://www.researchgate.net/publication/248293906_Validity_and_the_review_of_literature)
- De Franzo, S. (2015). *What's the difference between qualitative and quantitative research?* Recovered from: <https://www.snapsurveys.com/blog/qualitative-vs-quantitative-research/>
- Díaz, S. (2019). The role of communication in organizational culture. Is there a pattern in Spanish fashion companies? *Profesional De La Información*, 28(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.06>
- Ferrando, P. (2017). Análisis de la cultura organizacional de las empresas de servicios de Lima Metropolitana. *Anales Científicos*, 76 (1): 168-176 (2017) ISSN 0255-0407 (Versión impresa) ISSN 2519-7398 (Versión electrónica) © Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima - Perú DOI: <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v76i1.778>
- Gómez, D. et al. (2021). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. *Pensamiento Psicológico*, 9(17), 57-68. Retrieved January 06, 2022 [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-89612011000200006&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89612011000200006&lng=en&tlng=es).
- García, U. (2018). Gestión estratégica de la comunicación interna. Un caso de red informal en una organización educativa. *Rev. Opción*, 32(7),684-706. ISSN: 1012-1587: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048480039>
- Gonzales, B. (2020). La Comunicación Interpersonal y la Comunicación Interna en las empresas. [Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la](#)

[comunicación y humanidades](#), ISSN 1885-365X, N<sup>o</sup>. 16,  
2020.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7302676>

García, J. (2018). La teoría de la comunicación como matriz práctica para la resolución de conflictos. *Comunicación y sociedad*, (23), 45-65.

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2015000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100003&lng=es&tlng=es).

Haradhan, M. (2017). *Two Criteria for Good Measurements in Research: Validity and Reliability*. Recovered from: [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/83458/1/MPRA\\_paper\\_83458.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/83458/1/MPRA_paper_83458.pdf)

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta Edic). Mc Graw Hill.

Klimas, P. (2016). Organizational culture and coopetition: An exploratory study of the features, models and role in the Polish Aviation Industry. *Rev. Industrial Marketing Management*, (53), 91-102.  
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.11.012>

Kenton, W. (2019). *Descriptive Statistics*. Recovered from: [https://www.investopedia.com/terms/d/descriptive\\_statistics.asp](https://www.investopedia.com/terms/d/descriptive_statistics.asp)

Lee, J. et al. (2016). Examining the impacts of organizational culture and top management support of knowledge sharing on the success of software process improvement. *Rev. Computers in Human Behavior*, (54), 462-474.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.030>

La torre, G. (2019). Evaluación de la comunicación interna en organizaciones del sector productivo. [Ciencia América: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica](#), ISSN-e 1390-9592, Vol. 8, N<sup>o</sup>. 2 (julio-diciembre), 2019, págs. 30-58.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6999130>

Mugo, F. (2020). *Sampling In Research*. <http://neumann.hec.ca/sites/cours/51-651->

[02/Sampling in Research.htm](#)

- Marulanda, C. et al. (2018). La Cultura Organizacional, Factor Clave para la Transferencia de Conocimiento en los Centros de Investigación del Triángulo del Café de Colombia. *Información tecnológica*, 29(6), 245- 252. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000600245>
- Mena, M. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & Gestión*, (46), 11-47. <https://doi.org/10.14482/pege.46.1203>
- Méndez, C. et al. (2020). Análisis de la Gestión de Comunicación Organizacional en empresas vinculadas a normas de comercio seguro. *Revista Scientific*, 5(18), 67–84. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.18.3.67-84>
- Malthusian, A: (2018). *The concept of a stable population*. Recovered from: <https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/manuals/model/stablepopulation/chap1.pdf>
- Mc Dowell, R. (2018). *Basic Investigative Techniques*. Recovered from: <https://legalbeagle.com/5671775-basic-investigative-techniques.html>
- Nassaji, H. (2018). *Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis*. Recovered from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1362168815572747>
- Nazarian, A., Atkinson, P. y Foroudi, P. Influence of national culture and Balanced organizational culture on the hotel industry's performance, *International Journal of Hospitality Management*, (63), 22-32 (2017). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.01.003>
- Oyarvide, R. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Rev. Dom. Cien.*, ISSN: 2477-8818 Vol. 3, núm. 4, octubre, 2017, pp. 296-309. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.4.oct.296-309>

- Pazmay, R. (2019). Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua-Ecuador. *Rev. Pódium*, (36), 23-34. <https://doi.org/10.31095/podium.2019.36.2>
- Pittman, N. (2020). *What is a unit of analysis vs variables in social research (with examples)?* <https://www.quora.com/What-is-a-unit-of-analysis-vs-variables-in-social-research-with-examples>
- Palafox, S. et al. (2019). La cultura organizacional como base para la permanencia en las organizaciones. *Revista San Gregorio*, (35), 198-207. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1109>
- Pezo, A. (2020). Comunicación interna, cultura organizacional y promoción de la Salud: la visión de los promotores peruanos de salud. *Fonseca, Journal of Communication*, (20), 125–142. Recuperado a partir de <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc202020125142>
- Pazmay, R. et al. (2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación. *Rev. Acta de Investigación Psicológica - Psychological Research Records*, 7(2),2704-2716.ISSN: 2007-4832. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=358953728007>
- Quiñones, L.et al. (2021). Comunicación interna en la Oficina General de Gestión de Recursos Humanos caso Perú. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 5(21), 1544–1553. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i21.296>
- Reyes, H. et al. (2019). La cultura organizacional: principales desafíos teóricos y metodológicos para su estudio. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 201-217. Epub 01 de septiembre de 2019. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308).
- Reguant, A. (2015). *Operationalization of concepts / variables*. Recovered from: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/57883/1/Indicadores-Repository.pdf>

Syed, M. (2016). *Methods of data collection*. Recovered from: [https://www.researchgate.net/publication/325846997\\_methods\\_of\\_data\\_collection](https://www.researchgate.net/publication/325846997_methods_of_data_collection)

Sánchez. B. (2017). Análisis sobre las diferencias de percepción de la cultura organizacional en instituciones de educación superior del sur de Sonora. *Comunicación*, 8(1), 61-71. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-)

Sánchez, O. (2019). *Comunicación y cultura organizacional como estrategia de consolidación en el mercado de la empresa SAFELIFE S.A.* (Tesis Universidad Católica de Guayaquil). <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13532/1/T-UCSG-PRE-FIL->

Sebastião, S. (2017). Internal communication and organizational culture: The management interplay in the view of the Portuguese communication consultant. *Public Relations Review*. Volume 43, Issue 4, November 2017,

Trochim, W. (2019). *Inferential Statistics*. Recovered from: <https://conjointly.com/kb/inferential-statistics/>

Wei, Y. Miraglia, S. (2017). Organizational culture and knowledge transfer in project-based organizations: Theoretical insights from a Chinese construction firm, *International Journal of Project Management*, (35), 571-585. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2017.02.010>.

Webster, M. (2020). *Survey*. <https://translate.google.com.pe/translate?hl=es->

Wardhani, S. (2020). D. Internal Communication in Building Organizational Culture and Organizational Branding of Government Institution. *Proceedings of the 2nd International Conference on Inclusive Business in the Changing World* (ICIB2019), Pages 506-514 ISBN: 978-989-758-408-4. DOI: 10.5220/0008433005060514 In

**ANEXOS**

# MATRIZ DE CONSISTENCIA

**“LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN INTERNA EN UNA EMPRESA PÚBLICA DE LIMA. 2022.**

**AUTORES: BACH. STEFANY PORRAS ALAMA Y BACH. DANIEL JARA BARNETT -**

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022?	Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.	La cultura organizacional se relaciona con la comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.	<b>Variable Independiente:</b> Cultura Organizacional	Participación del personal. Consistencia del personal Adaptabilidad del personal (Contreras, 2018)	<b>Tipo:</b> Básica, descriptiva correlacional. <b>Diseño:</b> No experimental, transversal. <b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Método:</b> Hipotéticamente deductivo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022?</p> <p>¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022?</p> <p>¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022?</p>	<p>Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022</p> <p>Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022</p> <p>Determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022.</p>	<p>La cultura organizacional se relaciona con los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.</p> <p>La cultura organizacional se relaciona con las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.</p> <p>La cultura organizacional se relaciona con la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022.</p>	<b>Variable Dependiente:</b> Comunicación interna	Patrones de comunicación Barreras de comunicación Retroalimentación (Barria, 2021)	<p><b>Población:</b> 120 trabajadores administrativos de una Empresa Pública de Lima</p> <p><b>Muestra:</b> 120 trabajadores administrativos de una Empresa Pública de Lima. Es no probabilística</p> <p><b>Muestreo:</b> No se considera por ser una población censal en donde la población al ser menor es tomada en su totalidad como muestra.</p> <p><b>Estadística Descriptiva:</b> Tablas de contingencia, Figuras</p> <p><b>Estadística Inferencial:</b> Se utilizará el software estadístico SPSS en su versión 26, y para la prueba de hipótesis se utilizará la prueba Rho de Spearman, por medio de la cual se realizará la contratación de la hipótesis y determinar relación y conclusiones.</p>

## ANEXO INSTRUMENTOS

### Instrumentos.

#### Instrumento de cultura organizacional.

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

N°	DIMENSIÓN 1 Participación del personal	1	2	3	4	5
1	La mayoría de los servidores de la institución están muy comprometidos con su trabajo					
2	Las decisiones con frecuencia se toman en el nivel que dispone de la mejor información					
3	El trabajo se organiza de modo que cada persona entienda la relación entre su labor y los objetivos institucionales					
4	La autoridad se delega de modo que las personas puedan actuar por sí mismas					
5	La institución invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros					
6	La capacidad de las personas es vista como una fuente importante de ventaja competitiva					
7	Disponemos de los materiales necesarios para hacer el trabajo					
8	Existe un conjunto de valores claros y consistentes que rigen la forma en que nos conducimos					
	<b>DIMENSIÓN 2 Consistencia del personal</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
9	Los líderes y directores practican lo que pregonan					
10	Existe un estilo de dirección característico con un conjunto de prácticas distintivas					
11	Trabajar con alguien de otra unidad de esta institución es como trabajar con alguien de otra organización					
12	Existe un código ético que guía nuestro comportamiento y nos ayuda a distinguir lo correcto					
13	Cuando existen desacuerdos, trabajamos intensamente para encontrar soluciones a estas discrepancias					
14	Las personas de diferentes unidades o áreas de esta institución tenemos una perspectiva común					
15	Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos					



	<b>DIMENSION 3 Adaptabilidad del personal</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>16</b>	Respondemos bien a los cambios del entorno					
<b>17</b>	Adoptamos continuamente nuevas y mejores formas de hacer las cosas					
<b>18</b>	Los diferentes grupos de esta organización cooperan a menudo para introducir cambios					
<b>19</b>	Los comentarios y recomendaciones de nuestros usuarios conducen a menudo a introducir cambios					

<b>20</b>	Todos tenemos una comprensión profunda de los deseos y necesidades de nuestro entorno					
<b>21</b>	Fomentamos el contacto directo de nuestra gente con los usuarios					
<b>22</b>	La innovación es algo que fomenta la institución					

## Instrumento de Comunicación Interna.

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

DIMENSIONES E ITEMS						
PATRONES DE COMUNICACIÓN.		1	2	3	4	5
1	Mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo.					
2	La comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los superiores.					
3	Intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización.					
4	Transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo.					
5	Obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato.					
6	La información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
7	La información relacionada con resultados financieros de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
8	Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona.					
9	Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.					
10	Mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar.					
11	Cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido.					
12	La información relacionada con nuevos negocios, productos y servicios de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
13	Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.					
14	Existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo.					
15	Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho.					
16	Mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus ordenes.					
17	La información relacionada con campañas comerciales de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.					
18	Tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato.					
19	Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego					

	en otros.					
20	La información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable					
	<b>DIMENSION BARRERAS DE LA COMUNICACION</b>	1	2	3	4	5
21	Obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato.					
22	La información relacionada con instrucciones operativas de la organización, me llega a través de mi superior inmediato					
23	Mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas.					
24	Me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo.					
25	La distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación.					
26	En la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente.					
27	Las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato.					
28	Tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo.					
29	En la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras.					
	<b>DIMENSION DE RETROALIMENTACION</b>	1	2	3	4	5
30	La explicación de cuál es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad.					
31	En la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras.					
32	La descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato.					
33	Me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato.					
34	En general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera.					

## ANEXO VALIDACIONES

### VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Estimado experto, a continuación, para validar el cuestionario, debe tomar en cuenta:


**A.-** Los criterios de calidad: la representatividad, consistencia, pertinencia, coherencia, claridad en la redacción, de los indicadores y sus respectivos reactivos del cuestionario:

<b>Representatividad</b>	<b>Consistencia</b>	<b>Pertinencia</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Claridad</b>
Es lo más representativo.	Está fundamentado en bases teóricas consistentes.	Convenientes por su importancia y viabilidad.	Los indicadores e ítems se encuentran relacionados hay correspondencia.	Redactado con lenguaje claro.

**B.-** Para valorar a cada indicador con sus respectivos ítems use la siguiente escala:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

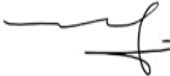
**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y	Jorge, Diaz Dumont	DNI N°	06698815
Nombre del Instrumento	Cuestionario de Cultura Organizacional		
Dirección domiciliaria		Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Docente Universitario en Comunicaciones	Teléfono Celular	999140920
Grado Académico	Doctor		
Mención	Educación		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 11/03/2022

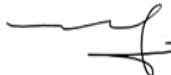
## DATOS DEL EXPERTO

Nombres y	Kingsley Jonathan, Bonilla Herrera	DNI N°	09972826
Nombre del Instrumento	Cuestionario de Cultura Organizacional		
Dirección domiciliaria		Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Docente Universitario en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	
Grado Académico	Magister		
Mención	Periodismo de Agencia		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 11/03/2022

## DATOS DEL EXPERTO


Nombres y	César Martín, Carranza Gonzales	DNI N°	07971215
Nombre del Instrumento	Cuestionario de Cultura Organizacional		
Dirección domiciliaria	Calle N. Meza 177, Urb. Ingeniería. SMP.	Teléfono domicilio	4812239
Título Profesional/Especialidad	Docente Universitario en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	999193359
Grado Académico	Magister		
Mención	Periodismo y Comunicación Multimedia		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 11/03/2022

## DATOS DEL EXPERTO

Nombres y	César Martín, Carranza Gonzales	DNI N°	07971215
Nombre del Instrumento	Cuestionario de Comunicación interna		
Dirección domiciliaria	Calle N. Meza 177, Urb. Ingeniería. SMP.	Teléfono domicilio	4812239
Título Profesional/Especialidad	Docente Universitario en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	999193359
Grado Académico	Magister		
Mención	Periodismo y Comunicación Multimedia		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 11/03/2022



## DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Kingsley Jonathan, Bonilla Herrera	DNI N°	09972826
Nombre del Instrumento	Cuestionario de Comunicación interna		
Dirección domiciliaria		Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Docente Universitario en Ciencias de la Comunicación	Teléfono o Celular	
Grado Académico	Magister		
Mención	Periodismo de Agencia		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 11/03/2022

## DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Kingsley Jonathan, Bonilla Herrera	DNI N°	09972826
Nombre del Instrumento	Cuestionario de Comunicación interna		
Dirección domiciliaria		Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Docente Universitario en Ciencias de la Comunicación	Teléfono o Celular	
Grado Académico	Magister		
Mención	Periodismo de Agencia		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Lima, 11/03/2022

## **ANEXO TABLAS**

Tabla 2.

Operacionalización de Variables.

Matriz de operacionalización

“La cultura organizacional y la comunicación interna en una empresa pública de Lima. 2022”

Autores: Bach. Stefany Porras Alama y Bach. Daniel Jara Barnett

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE CALIFICACIONES
-----------	--------------------------	---------------------------	-------------	-------------	-------	-----------------------------

VI: Cultura organizacional	Son los valores, las creencias y los principios fundamentales que constituyen los cimientos del sistema gerencial de una organización, (Gómez, 2018).	La variable se medirá en tres dimensiones, cuenta con 22 ítems. Los indicadores son de escala ordinal, la técnica fue la encuesta, y el instrumento fue el cuestionario elaborado por la autora. La obtención de los datos será virtual utilizando una encuesta que se llevará a cabo vía online por medio de los formularios	Participación del personal	Capacidad	<p>1. La capacidad de las personas es vista como una fuente importante de ventaja competitiva</p> <p>2. Las decisiones con frecuencia se toman en el nivel que dispone de la mejor información</p> <p>3. El trabajo se organiza de modo que cada persona entienda la relación entre su labor y los objetivos institucionales</p>	Escala de Likert  Nunca. Casi Nunca. A veces. Casi siempre. Siempre.
				Compromiso	<p>4. La mayoría de los servidores de la institución están muy comprometidos con su trabajo.</p> <p>5. La institución invierte en el desarrollo de las capacidades de sus miembros</p>	
		validados por expertos en el tema.		Organización	<p>6. La autoridad se delega de modo que las personas puedan actuar por sí mismas.</p> <p>7. Disponemos de los materiales necesarios para hacer el trabajo.</p> <p>8. Existe un conjunto de valores claros y consistentes que rigen la forma en que nos conducimos</p>	
				Consistencia del personal	Diálogo	

					11. Trabajar con alguien de otra unidad de esta institución es como trabajar con alguien de otra organización
				Ética	12. Existe un código ético que guía nuestro comportamiento y nos ayuda a distinguir lo correcto. 13. Cuando existen desacuerdos, trabajamos intensamente par a encontrar soluciones a estas discrepancias.
				Empatía.	14. Las personas de diferentes unidades o áreas de esta institución tenemos una perspectiva Común 15. Existe una buena alineación de objetivos
					entre los diferentes niveles jerárquicos
			Adaptabilidad del personal	Adecuación	16. Respondemos bien a los cambios del entorno 17. Adoptamos continuamente nuevas y mejores formas de hacer las cosas. 18. Los diferentes grupos de esta organización cooperan a menudo para introducir cambios
				Proactividad.	19. Los comentarios y recomendaciones de nuestros usuarios conducen a menudo a introducir cambios.

					20. Todos tenemos una comprensión profunda de los deseos y necesidades de nuestro entorno	
				Creatividad	21. Fomentamos el contacto directo de nuestra gente con los usuarios. 22. La innovación es algo que fomenta la institución	
<b>VD:</b> Comunicación Interna	La define como el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la entidad, es la	La variable se medirá en tres dimensiones, cuenta con 34 ítems. Los indicadores son de	Patrones de comunicación	Manejo de información	1. Mi superior inmediato, me proporciona toda la información que necesito para realizar mi trabajo. 2. La comunicación en la organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base	<b>Escala de Likert</b>  Nunca. Casi nunca.
	interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas, (Morales, 2016).	escala ordinal, la técnica fue la encuesta, y el instrumento fue el cuestionario elaborado por el autor. La obtención de los datos será virtual utilizando una encuesta que se llevará a cabo vía online por medio de los formularios validados por expertos en el tema.			a los superiores. 3. Intercambio información con mis compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de la organización. 4. Transmito a mi superior inmediato toda la información que recibo. 5. Obtengo información directa y clara acerca de mi desempeño, a través de mi superior inmediato. 6. La información relacionada con el proyecto de empresa (misión, visión, valores) de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.	A veces. Casi siempre. Siempre.

				<p>Confianza</p> <p>7. La información relacionada con resultados financieros de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.</p> <p>8. Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona.</p> <p>9. Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos y resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.</p> <p>10. Mi superior inmediato me da más información de la que puedo usar.</p> <p>11. Cuando mi superior inmediato me da una orden de cualquier tipo, se asegura de que yo la haya entendido.</p> <p>12. La información relacionada con nuevos negocios, productos y</p>	
				<p>servicios de la organización, me llega a través de mi superior inmediato.</p> <p>13. Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.</p>	
				<p>Tratamiento de la información</p> <p>14. Existe un buen clima de apoyo y entendimiento entre los miembros de mi grupo de trabajo.</p> <p>15. Cuando recibo demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, selecciono una parte de ella y el resto la desecho.</p>	

					<p>16. Mi superior inmediato verifica el cumplimiento de sus órdenes.</p> <p>17. La información relacionada con la organización, me llega a través de mi superior inmediato.</p> <p>18. Tengo inconvenientes para comentar los problemas de mi puesto de trabajo con mi superior inmediato.</p> <p>19. Cuando recib o demasiada información de mi superior inmediato y no sé cómo usarla, la delego en otros.</p> <p>20. La información que proviene de mi superior inmediato es creíble y confiable.</p>	
			Barreras de comunicación	Línea de mando	<p>21. Obtengo información sobre mi proyección profesional en la organización, a través de mi superior inmediato.</p> <p>22. La información me llega a través de mi superior inmediato</p> <p>23. Mi superior inmediato conoce y comprende los problemas que yo enfrento en la realización de mis tareas.</p>	
				Barreras	<p>24. Me salto los canales formales de la organización cuando requiero información dentro o fuera de mi área de trabajo.</p> <p>25. La distancia y la distribución física entre mi superior inmediato y yo, obstaculiza la comunicación.</p>	



					<p>26. En la organización, cuando alguna información resulta amenazante o crítica, las personas actúan defensivamente.</p>
				Canales de comunicación	<p>27. Las instrucciones de cómo realizar una tarea me llegan a través de mi superior inmediato.</p> <p>28. Tengo libertad y confianza al discutir, con mi superior inmediato, asuntos importantes relacionados al trabajo.</p> <p>29. En la organización, la información que proviene de los niveles superiores parece ser interpretada de distintas maneras.</p>
			Retroalimen.	Manejo de la información	<p>30. La explicación de cuáles es la mejor metodología para realizar una tarea me llega a través de mis compañeros de área o unidad.</p> <p>31. En la organización, las instrucciones provenientes de los compañeros de la misma área o unidad, parece ser interpretada de distintas maneras.</p>
				Identificación	<p>32. La descripción del trabajo que el equipo debe llevar a cabo, se me informa a través de mi superior inmediato.</p> <p>33. Me entero de los problemas que necesitan atención por mi superior inmediato.</p> <p>34. En general, mi superior inmediato y yo comprendemos las cosas de la misma manera.</p>

Tabla 3

*Cultura organizacional en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Baja	13	10,8
Media	50	41,7
Alta	57	47,5
Total	120	100,0

Fuente: Cuestionario de Cultura Organizacional (Anexo 2)

Tabla 4

*Comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Baja	5	4,2
Media	75	62,5
Alta	40	33,3
Total	120	100,0

Fuente: Cuestionario de Comunicación Interna (Anexo 2)

Tabla 5

*Cultura organizacional y comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

		Cultura organizacional			Total
		Baja	Media	Alta	
Comunicación interna	Baja	5	0	0	5
		4,2%	0,0%	0,0%	4,2%
	Media	8	49	18	75
		6,7%	40,8%	15,0%	62,5%
	Alta	0	1	39	40
		0,0%	0,8%	32,5%	33,3%
Total		13	50	57	120
		10,8%	41,7%	47,5%	100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

Tabla 6

*Cultura organizacional y los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

		Cultura organizacional			Total
		Baja	Media	Alta	
Patrones de comunicación	Baja	12	0	0	12
		10,0%	0,0%	0,0%	10,0%
	Media	0	49	27	76

		0,0%	40,8%	22,5%	63,3%
	Alta	1	1	30	32
		0,8%	0,8%	25,0%	26,7%
Total		13	50	57	120
		10,8%	41,7%	47,5%	100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

Tabla 7

*La cultura organizacional y las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

	Cultura organizacional			Total
	Baja	Media	Alta	
Barreras de comunicación Baja	12	0	0	12
	10,0%	0,0%	0,0%	10,0%
Media	0	47	0	47
	0,0%	39,2%	0,0%	39,2%
Alta	1	3	57	61
	0,8%	2,5%	47,5%	50,8%
Total	13	50	57	120
	10,8%	41,7%	47,5%	100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

Tabla 8

*Cultura organizacional y la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

		Cultura organizacional			Total
		Baja	Media	Alta	
Retroalimentación	Baja	6	1	1	8
		5,0%	0,8%	0,8%	6,7%
	Media	0	42	21	63
		0,0%	35,0%	17,5%	52,5%
	Alta	7	7	35	49
		5,8%	5,8%	29,2%	40,8%
Total		13	50	57	120
		10,8%	41,7%	47,5%	100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

### **Prueba de normalidad**

Hipótesis de normalidad

Ho: La distribución de la variable de estudio no difiere de la distribución normal.

Ha: La distribución de la variable de estudio difiere de la distribución normal.

Regla de decisión;

Si Valor  $p > 0.05$ , se acepta la Hipótesis Nula (Ho)

Si Valor  $p < 0.05$ , se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ ). Y, se acepta  $H_a$

Tabla 9.

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	,245	120	,000	,769	120	,000
Cultura organizacional	,207	120	,000	,864	120	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

La prueba de normalidad de las variables, presentan un valor  $p=0.000 < 0.05$  y  $p=0.000 < 0.05$  (Kolmogorov-Smirnov  $n=>30$ ). Luego, siendo en todos los casos, el valor  $p < \alpha$  cuando  $\alpha = 0.05$  (Distribuciones diferentes a la normal).

Ante las evidencias presentadas se rechaza el  $H_0$  y se concluye que los datos de las variables no provienen de una distribución normal, por lo cual se justifica el empleo del estadístico no paramétrico.

**ANEXO CONFIABILIDAD**

Tabla 11

*Confiabilidad cuestionario cultura organizacional*

Estadísticos de fiabilidad	
Alpha Cronbach	N de elementos
,938	22

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

Interpretación:

Considerando la siguiente escala (De Vellis, 2006, p.8)

Por debajo de .60 es inaceptable

De .60 a .65 es indeseable.

Entre .65 y .70 es mínimamente aceptable.

De .70 a .80 es respetable.

De .80 a .90 es buena

De .90 a 1.00 Muy buena

Siendo el coeficiente de Alpha Cronbach superior a 0.90 indicaría que el grado de confiabilidad del instrumento es muy buena.

Tabla 12

*Confiabilidad cuestionario de comunicación interna*

**Estadísticos de fiabilidad**

Alpha Cronbach	N de elementos
,977	34

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

Interpretación:

Considerando la siguiente escala (De Vellis, 2006, p.8)

Por debajo de .60 es inaceptable

De .60 a .65 es indeseable.

Entre .65 y .70 es mínimamente aceptable.

De .70 a .80 es respetable.

De .80 a .90 es buena

De .90 a 1.00 Muy buena

Siendo el coeficiente de Alpha Cronbach superior a 0.90 indicaría que el grado de confiabilidad del instrumento es muy buena.

Tabla 13

*Expertos que validaron el cuestionario Conocimiento Actitudes y Prácticas*

<b>Expertos</b>	<b>Grado</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Aplicabilidad</b>
Jorge Diaz Dumont	Doctor	Sí	Es aplicable
Kingsley Jonathan Bonilla Herrera	Magister	Sí	Es aplicable
Cesar Martin Carranza Gonzales	Magister	Sí	Es aplicable

Tabla 1

*Cultura organizacional en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Baja	13	10,8
Media	50	41,7
Alta	57	47,5
Total	120	100,0

Fuente: Cuestionario de Cultura Organizacional (Anexo 2)



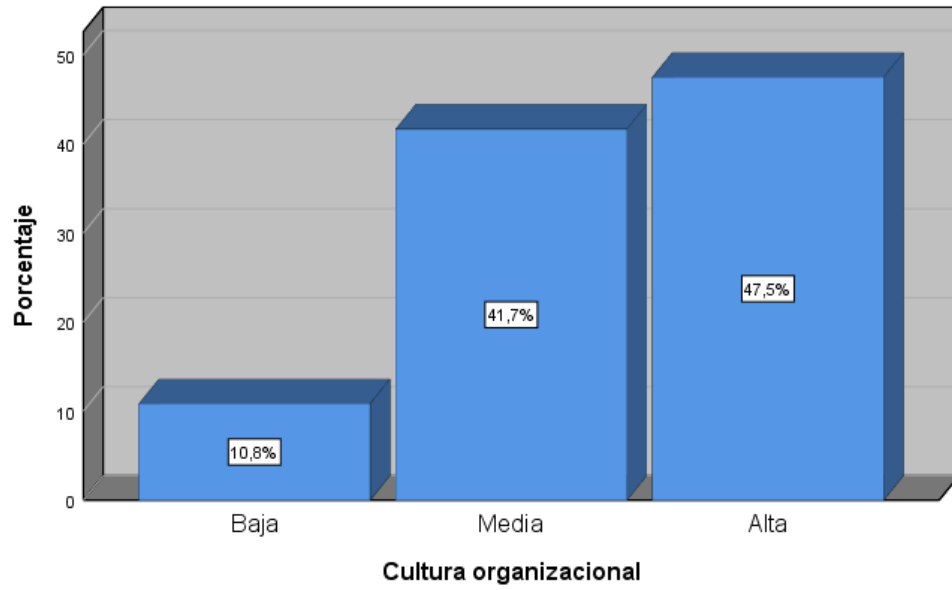


Figura 1. Diagrama frecuencia de la Cultura Organizacional

Tabla 3

*Comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Baja	5	4,2
Media	75	62,5
Alta	40	33,3
Total	120	100,0

Fuente: Cuestionario de Comunicación Interna (Anexo 2)

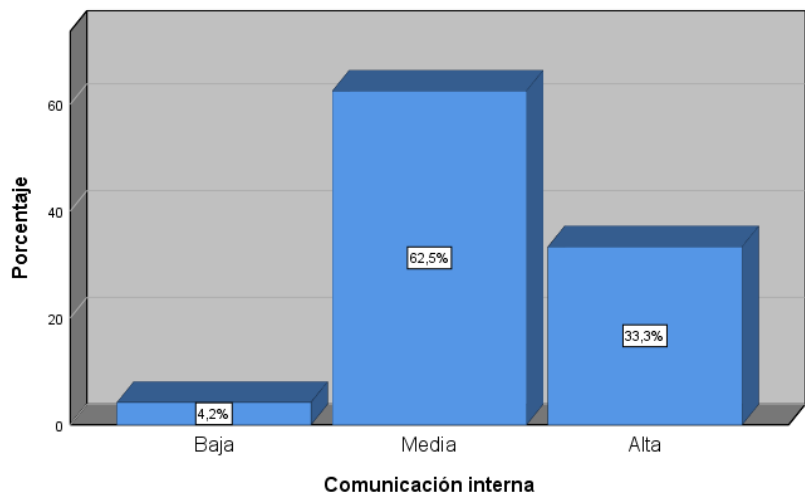


Figura 2. Diagrama de frecuencias de la Comunicación Interna

Tabla 4

Cultura organizacional y comunicación interna en una Empresa Pública de Lima, 2022.

		Cultura organizacional			Total
		Baja	Media	Alta	
Comunicación interna	Baja	5 4,2%	0 0,0%	0 0,0%	5 4,2%
	Media	8 6,7%	49 40,8%	18 15,0%	75 62,5%
	Alta	0 0,0%	1 0,8%	39 32,5%	40 33,3%
Total		13 10,8%	50 41,7%	57 47,5%	120 100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

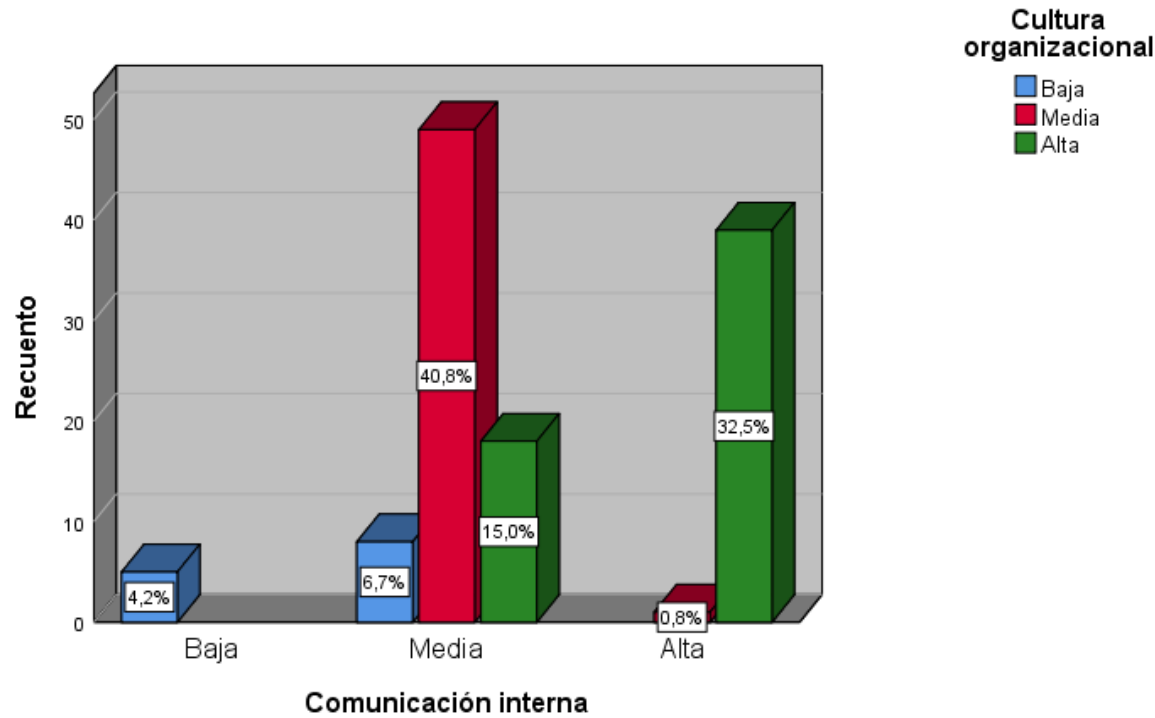


Figura 3. Diagrama de barras agrupadas de la cultura organizacional y comunicación interna

Tabla 5

*Cultura organizacional y los patrones de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

		Cultura organizacional			Total
		Baja	Media	Alta	
Patrones de comunicación	Baja	12 10,0%	0 0,0%	0 0,0%	12 10,0%
	Media	0 0,0%	49 40,8%	27 22,5%	76 63,3%
	Alta	1 0,8%	1 0,8%	30 25,0%	32 26,7%
Total		13 10,8%	50 41,7%	57 47,5%	120 100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

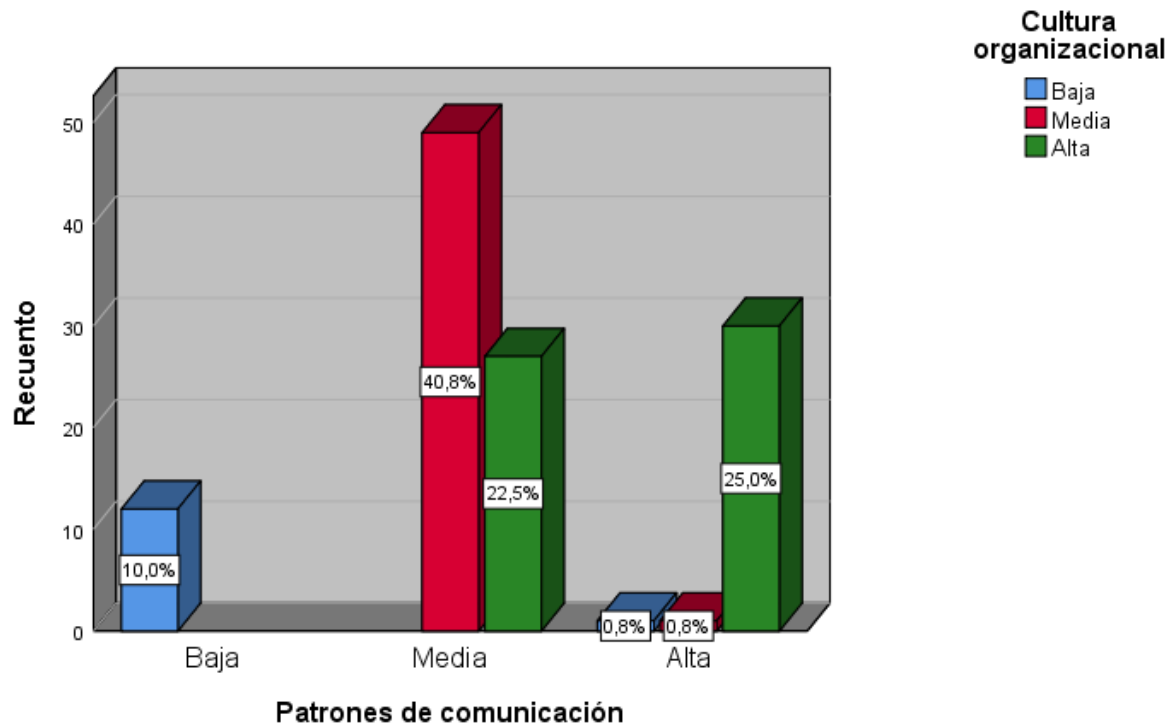


Figura 4. Diagrama de barras agrupadas de la cultura organizacional y los patrones de comunicación

Tabla 6

*La cultura organizacional y las barreras de comunicación en una Empresa Pública de Lima, 2022.*

		Cultura organizacional			Total
		Baja	Media	Alta	
Barreras de comunicación	Baja	12 10,0%	0 0,0%	0 0,0%	12 10,0%
	Media	0 0,0%	47 39,2%	0 0,0%	47 39,2%
	Alta	1 0,8%	3 2,5%	57 47,5%	61 50,8%
Total		13 10,8%	50 41,7%	57 47,5%	120 100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

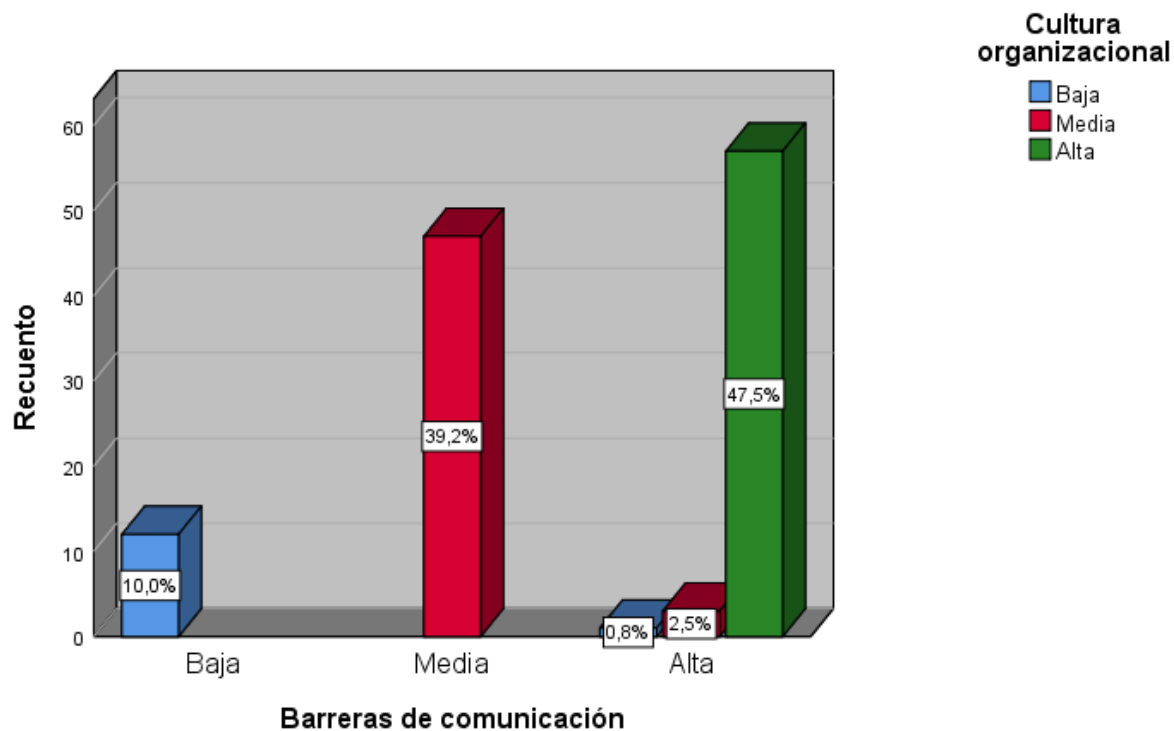


Figura 5. Diagrama de barras agrupadas de la cultura organizacional y las barreras de comunicación

Tabla 5

Cultura organizacional y la retroalimentación en una Empresa Pública de Lima, 2022.

		Cultura organizacional			Total
		Baja	Media	Alta	
Retroalimentación	Baja	6	1	1	8
		5,0%	0,8%	0,8%	6,7%
	Media	0	42	21	63
		0,0%	35,0%	17,5%	52,5%
	Alta	7	7	35	49
		5,8%	5,8%	29,2%	40,8%
Total		13	50	57	120
		10,8%	41,7%	47,5%	100,0%

Fuente: Cuestionario de cultura organizacional y comunicación interna (Anexo 2)

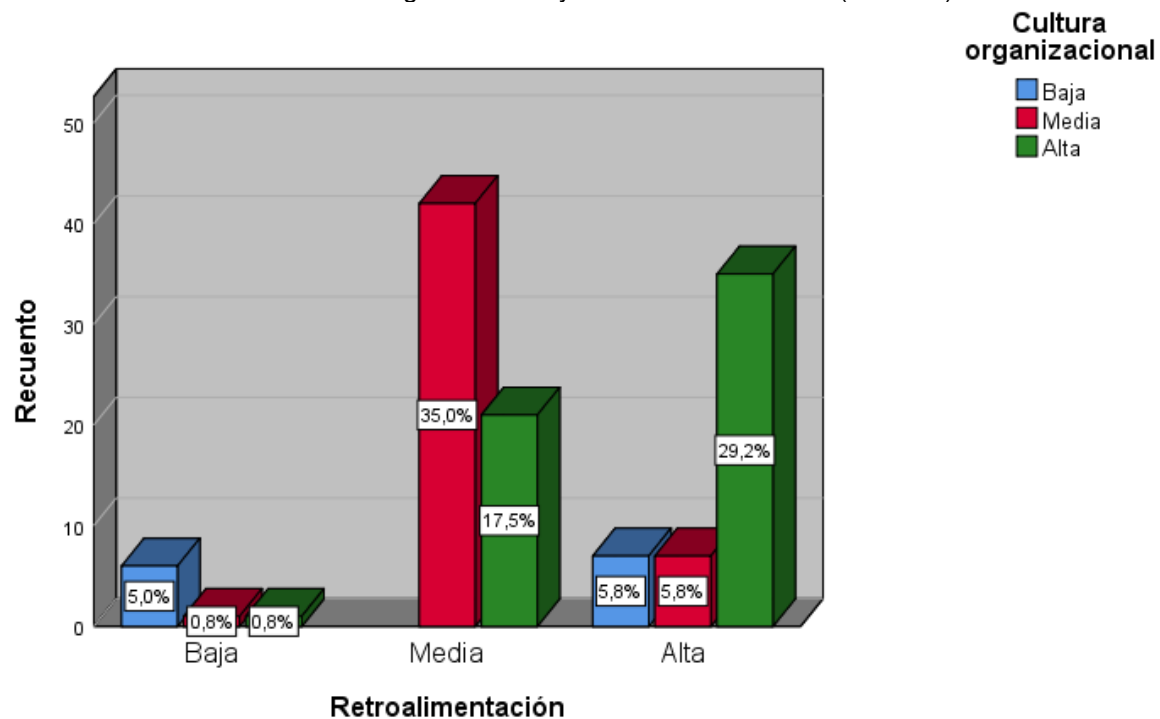


Figura 4. Diagrama de barras agrupadas de la Cultura organizacional y la retroalimentación

## ANEXO

### TABLA DE INTERPRETACIÓN DEL COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN

El coeficiente r de Spearman puede variar de -1.00 a + 1.00

De -0.91 a -1	correlación muy alta
De -0.71 a -0.90	correlación alta
De -0.41 a -0.70	correlación moderada
De -0.21 a -0.40	correlación baja
De 0 a -0.20	correlación prácticamente nula
De 0 a 0.20	correlación prácticamente nula
De + 0.21 a 0.40	correlación baja
De + 0.41 a 0.70	correlación moderada
De + 0.71 a 0.90	correlación alta
De + 0.91 a 1	correlación muy alta

Fuente: Bisquerra (2004), Metodología de la Investigación Educativa. Madrid, Trilla, p.212