

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
ESCUELA DE POSTGRADO
SECCIÓN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL**



**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PLANIFICADA COMO
MECANISMO PARA FORTALECER LA CULTURA
ORGANIZACIONAL DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE PIURA, 2016.**

PRESENTADO POR:

LIC. MANUEL CASTILLO TORRES

Linea de Investigación: Educación, familia y sociedad

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN COMUNICACIÓN**
con mención en Comunicación Social

PIURA – PERÚ

2021

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
ESCUELA DE POSTGRADO
SECCIÓN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL**



**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PLANIFICADA COMO
MECANISMO PARA FORTALECER LA CULTURA
ORGANIZACIONAL DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE PIURA, 2016.**

**LOS SUSCRITOS DECLARAMOS QUE EL PRESENTE TRABAJO
DE TESIS ES ORIGINAL, EN SU CONTENIDO Y FORMA.**

**DR. LUIS MARTÍN OJEDA SOSA
ASESOR**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "L. Ojeda Sosa", written over a horizontal line.

**LIC. MANUEL CASTILLO TORRES
EJECUTOR**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "M. Castillo Torres", written over a horizontal line.

**PIURA - PERÚ
2021**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
ESCUELA DE POSTGRADO
SECCIÓN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL**



**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PLANIFICADA COMO
MECANISMO PARA FORTALECER LA CULTURA
ORGANIZACIONAL DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE PIURA, 2016.**

APROBADA EN CONTENIDO Y ESTILO POR

**MG. MARIELA BARRIENTOS BENITES
PRESIDENTE**

**MG. CARLOS ALBÁN BACA
SECRETARIO**

**DR. DINA ESMERITA SAAVEDRA PINTADO
VOCAL**

PIURA – PERÚ

2021

© LIC. MANUEL CASTILLO TORRES 2021
Todos los derechos reservados

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios por ser mi guía, sostén, por darme las fuerzas día a día para salir adelante y no dejarme vencer pese a las adversidades de la vida.

Dedico este gran logro a mis padres, por ser mi motor y motivo de lucha para salir adelante, por impulsar mis ideas y mis planes.

Dedico esta tesis a mi esposa, mi gran amor, porque me enseñó lo valioso que es vivir y lograr objetivos, por su apoyo incondicional, por haber creído en mí, por caminar siempre de mi mano y por no perder la esperanza de que en esta vida todo es posible cuando uno se lo propone.

AGRADECIMIENTO

Aquí quedará grabado el más sincero y profundo agradecimiento a todas aquellas personas que significaron una bendición en mi vida y por las cuales logré alcanzar uno de mis mayores anhelos. Dios los Bendiga siempre, por su buen corazón y por ser seres humanos invaluable. Le agradezco principalmente a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Agradezco de manera muy especial -allá en el cielo- a mi madre Consuelo Torres Preciado, gracias por sembrar un granito de esperanza en mi corazón, por decirme siempre que es importante tener sueños en la vida, que es posible hacerlos realidad y que no me detenga hasta lograrlo, por creer en mí y tener la seguridad de que sería un gran profesional.

Agradezco a mi padre Ismael Castillo Prieto por haberme aconsejado sobre la importancia de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

Agradezco a mis hermanos Orlando y José, porque además de estar presentes aportando buenas ideas a mi vida, también aportaron grandes lotes de felicidad y de diversas emociones que siempre me han impactado positivamente.

Agradezco a mi compañera Margot, a mis hijos y nietos, por creer en mí y ser mi motivación, por entenderme en todo, por ser la felicidad encajada en una sola persona, y principalmente por estar conmigo en este tiempo tan importante de mi vida.

Agradezco a mi asesor, Doctor Martin Ojeda Sosa, por el apoyo proporcionado durante todo el trabajo de investigación, así como al jurado y a los expertos en ciencias de la comunicación, que respondieron a los cuestionarios, los mismos que fueron clave para la elaboración de la presente tesis.

Infinitamente gracias a todos ustedes, ya que sus palabras y consejos dieron buen fruto, y sobretodo aprendí más de lo que imaginé y gané más de lo que esperaba.

RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue determinar la relación entre las variables comunicación interna y la cultura organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación-Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura, periodo 2019. Sobre la metodología: el nivel de investigación fue correlacional con diseño transversal, la muestra fue de 1 trabajador administrativo, 4 docentes y 181 estudiantes seleccionados de manera sistemática. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron 2 cuestionarios estructurados sobre ambas variables. Una comunicación organizacional bien definida puede cultivar un mejor lugar para trabajar con trabajadores más humanos, lo que tiende a generar una mejor cultura organizacional con satisfacción laboral y comprensión del trabajo, generando un incremento en la productividad de cualquier organización. Los resultados son: existe relación positiva -aunque con escasa significancia estadística- entre comunicación organizacional y cultura organizacional. Un hallazgo interesante es que, al implementarse el mecanismo basado en la comunicación organizacional planificada, entonces se fortalecería la cultura organizacional de la Escuela Profesional estudiada. Otro hallazgo es que más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que sí existe una cultura organizacional y de nivel moderada, en la Escuela Profesional estudiada. Otro hallazgo es que más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que sí existe una comunicación organizacional planificada y de nivel moderado, en la Escuela Profesional estudiada.

Palabras clave: comunicación organizacional; cultura organizacional, comunicación horizontal; comunicación ascendente; comunicación descendente.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the relationship between the internal communication variables and the organizational culture of the School of Communication Sciences-Faculty of Social Sciences and Education of the National University of Piura, period 2019. About the methodology: the level Research was correlational with cross-sectional design, the sample consisted of 1 administrative worker, 4 teachers and 181 students selected in a systematic way. The data collection technique was the survey and the data collection instruments were 2 structured questionnaires on both variables. A well-defined organizational communication can cultivate a better place to work with more humane workers, which tends to generate a better organizational culture with job satisfaction and understanding of work, generating an increase in the productivity of any organization. The results are: there is a positive relationship -although with little statistical significance- between organizational communication and organizational culture. An interesting finding is that, by implementing the mechanism based on planned organizational communication, then the organizational culture of the Professional School studied would be strengthened. Another finding is that more than half of the teaching, administrative and student staff consider that there is an organizational culture and a moderate level in the Professional School studied. Another finding is that more than half of the teaching, administrative and student personnel consider that there is a planned organizational communication of a moderate level in the Professional School studied.

Keywords: organizational communication; organizational culture, horizontal communication; upward communication; downward communication.

ÍNDICE

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
Introducción	1
1. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO: REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
1.1. Investigaciones anteriores.	6
1.1.1. Nivel internacional	6
1.1.2. Nivel Nacional.....	7
1.2. Marco teórico.....	9
1.2.1. Teoría sobre la organización	9
1.2.2. Teoría sobre la cultura organizacional	10
1.2.3. Teoría sobre la comunicación organizacional:	11
1.3. Marco legal.....	15
1.4. Marco institucional.....	15
2. MATERIALES Y MÉTODOS.....	17
2.1. Tipo de investigación	17
2.2. El modelo teórico.....	17
2.3. El diseño de la investigación.....	18
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
2.5. Muestreo	20
2.6. Técnicas e instrumentos de análisis de datos.....	21
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	22

3.1.	Resultados	22
I.	Hallazgos significativos.....	22
II.	Contrastación de hipótesis.....	31
III.	Hallazgos complementarios	32
3.2.	Discusión.....	35
3.2.1.	Aportes de la investigación.....	35
3.2.2.	Importancia de los aportes de la investigación.....	35
3.2.3.	Diseño de propuesta de mejoramiento	36
4.	CONCLUSIONES	41
5.	RECOMENDACIONES	42
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	43
7.	ANEXOS.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2. 1	Variable, Dimensiones e indicadores	19
Tabla 2. 2	Distribución de la muestra.....	20
Tabla 2. 3	Técnicas e instrumentos de análisis de datos	21
Tabla 3. 1	Índice Alfa de Cronbach	22
Tabla 3. 2	Ficha técnica de la encuesta/cuestionarios	24
Tabla 3. 3	Correlación de variables.....	25
Tabla 3. 4	Grado y relación Spearman	25
Tabla 3. 5	Cultura organizacional según estamento	27
Tabla 3. 6	Prueba de proporciones	27
Tabla 3. 7	Comunicación organizacional según estamento.....	29
Tabla 3. 8	Prueba de proporciones	29
Tabla 3. 9	Valores.....	32
Tabla 3. 10	Filosofía	32
Tabla 3. 11	Creencias.....	33

Tabla 3. 12 Normas	33
Tabla 3. 13 Clima.....	33
Tabla 3. 14 Símbolos	34
Tabla 3. 15 Escrito	34
Tabla 3. 16 Oral	34

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2. 1 Modelo teórico de la investigación	17
--	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Matriz de consistencia.....	45
Anexo N° 2 Matriz de operacionalización.....	47
Anexo N° 3 Cuestionario sobre variable comunicación organizacional planificada en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.....	48
Anexo N° 4 Cuestionario sobre cultura organizacional.....	51

Introducción

La comunicación organizacional es el proceso intencional y planificado de emisión y recepción de mensajes acordes a los objetivos corporativos, empleando para ello el código más oportuno y el canal más efectivo. La comunicación organizacional debe tener la misma importancia al margen del ámbito, tamaño o público de la institución, pues constituye un instrumento de unidad y compromiso que concretará el éxito de la institución con la implementación de planes y programas comunicativos articulados.

No se pretende distinguir y diferenciar conceptualmente la comunicación organizacional de las relaciones públicas o de las relaciones industriales o disciplinas semejantes, lo que se pretende es emplear a la comunicación organizacional como un instrumento que se focaliza en optimizar los mensajes a través de los canales disponibles o implementados en la institución para hacer de ella un elemento estratégico que faculte el logro de los objetivos institucionales, a la par de fortalecer una identidad corporativa sólida.

Hay un aspecto que debemos señalar, en nuestro país (Perú) las empresas particulares o llamadas privadas se esmeran por su “imagen”, “servicio” y “comunicación” por el nivel competitivo en el que se encuentran en el mercado, pero esto no ocurre en una institución pública (o del Estado), donde éstos temas no son relevantes por la posición monopólica en el servicio que tienen.

Por ello, el estudio de la comunicación organizacional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura, fue prioritario, pues analizando cómo se da la comunicación ascendente, descendente y horizontal podremos reformular o instituir mecanismos que permitan su desarrollo pleno.

En una entrevista en profundidad realizada a inicios del año 2016 y aplicada con diez personas: un docente, un trabajador administrativo y ocho alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación; se encontró lo siguiente en cuanto a cultura organizacional se refiere:

- 1) Cinco de los diez entrevistados (50%), opinan que hay escasez de investigación científica.
- 2) Siete de los diez entrevistados (70%) perciben que se trabaja poco en equipo.
- 3) Cinco de los diez entrevistados (50%) sienten moderada calidad académica.
- 4) Ocho de los diez entrevistados (80%) afirman que existe limitada infraestructura, recursos y herramientas necesarias para formar profesionales de calidad.
- 5) Cinco de los diez entrevistados (50%) afirman que existen y no se cumplen normas respecto a la forma de vestir de los estudiantes, docentes y administrativos.
- 6) Seis de los diez entrevistados (60%) afirman que no existen incentivos para premiar las buenas acciones de estudiantes, docentes y administrativos.
- 7) Siete de los diez entrevistados (70%) perciben un escaso compromiso con el mejoramiento de las condiciones de vida de los estudiantes, docentes y administrativos.

Y sobre comunicación organizacional, se encontró lo siguiente:

- 8) Ocho de los diez entrevistados (80%) desconocen la existencia de libro de reclamos.
- 9) Cinco de los diez entrevistados (50%) afirman que existen periódicos murales desactualizados.
- 10) Ocho de los diez entrevistados (80%) afirman que no existen boletines informativos.
- 11) Cinco de los diez entrevistados (50%) afirman que existe revista desactualizada.
- 12) Siete de los diez entrevistados (70%) afirman que desconocen la existencia de programas de sugerencias.
- 13) Siete de los diez entrevistados (70%) afirman que desconocen la existencia de programa del tipo "yo opino".
- 14) Ocho de los diez entrevistados (80%) afirman que desconocen la existencia de programa de reconocimiento a los méritos.
- 15) Seis de los diez entrevistados (60%) afirman que no se siente convivencia familiar.
- 16) Seis de los diez entrevistados (60%) afirman que desconocen la existencia de charlas periódicas.

A la luz de dichos resultados, se tomó la decisión de realizar un trabajo de investigación, del tipo tesis, que pudiera en primera instancia verificar los hallazgos de la investigación exploratoria, los mismos que evidencian un bajo nivel de cultura organizacional y un bajo nivel de comunicación organizacional. Y, en segunda instancia que los resultados de la investigación concluyente puedan servir como referencia para orientar en la toma de decisiones de las autoridades de la Escuela Profesional estudiada.

Formulación del problema

Problema general:

¿Existe relación entre comunicación organizacional planificada y cultura organizacional que permita fortalecer a esta última en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura?

Problemas específicos:

- a) ¿Cuál es la evaluación de la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación?
- b) ¿Cuál es el análisis de la comunicación organizacional en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación?
- c) ¿Cuál es el diseño de estrategias de mejoramiento de la comunicación organizacional planificada orientadas a fortalecer la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación?

Formulación de objetivos

Objetivo general:

Determinar la existencia de relación entre comunicación organizacional planificada y cultura organizacional que permita fortalecer a esta última en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.

Objetivos específicos:

- 1) Evaluar la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

- 2) Analizar la comunicación organizacional en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
- 3) Delinear las estrategias de mejoramiento de la comunicación organizacional planificada orientas a fortalecer la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Hipótesis

Hipótesis general:

Si se implementa el mecanismo basado en la comunicación organizacional planificada, entonces se fortalecería la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.

Hipótesis específicas:

- 1) **Hipótesis específica 1:** más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que existe una cultura organizacional débil (bajo nivel) en la Escuela de Ciencias de Comunicación.
- 2) **Hipótesis específica 2:** más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que no existe una comunicación organizacional planificada en la Escuela de Ciencias de Comunicación.

Justificación:

Desde el punto de vista práctico, esta investigación es importante porque se plantean alternativas de solución a uno de los principales problemas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura: la falta de una cultura organizacional fuerte. Además, estas alternativas de solución parten del análisis de una de sus principales causas como lo es la falta de una comunicación organizacional planificada. Por lo tanto, los beneficiarios inmediatos de este trabajo serán los miembros de esta Escuela.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación es un espacio para revisar y analizar críticamente categorías o conceptos relacionados con la cultura y comunicación organizacional.

Delimitaciones:

Desde el punto de vista espacial, la investigación se realiza en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura y se tiene en cuenta como unidades de análisis a los docentes, administrativos y estudiantes de esta escuela matriculados e inscritos en el semestre académico 2019-2.

Desde el punto de vista temporal, los datos serán recopilados en el segundo semestre académico del año lectivo 2019; por lo tanto, esta información es válida para este periodo de estudio.

Desde el punto de vista conceptual, se toma en cuenta como variables de investigación las siguientes: cultura organizacional y comunicación organizacional planificada. Se excluyen otras variables de estudio.

1. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO: REVISIÓN DE LITERATURA

1.1. Investigaciones anteriores.

1.1.1. Nivel internacional

Cebrián (2013), Administradora de Ciclus Group asegura que “una buena comunicación interna en el trabajo es vital, ya que así los empleados se encuentran informados, escuchados y valorados al poder brindar sus opiniones y sugerencias” y esto es importante para lograr una mayor lealtad de los trabajadores así como una mayor identificación y compromiso con la institución, pues como sabemos, el peor enemigo de la institución, siempre está dentro y los problemas de comunicación le han permitido tal posición amenazante, circunstancia que debemos evitar. (Cebrian, 2013)

Balarezo (2014) *La comunicación organizacional interna y su incidencia del desarrollo organizacional de las empresas San Miguel Drive*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Realiza una investigación aplicada a 30 colaboradores de una empresa vinculada al tema transporte y hace referencia a la deficiente comunicación organizacional interna y su incidencia al desarrollo organizacional. Concluye que la comunicación organizacional influye directamente en la baja productividad, en el desarrollo organizacional y en las actitudes de los trabajadores. El instrumento empleado fue un cuestionario de siete preguntas de autoría del investigador, que analiza las dimensiones de la comunicación organizacional: objetivos, funciones, flujos, tipos y elementos. (Balarezo Toro, 2014)

Gómez (2007), en su tesis doctoral *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*, se planteó como objetivos mostrar como la información es un valor infrautilizado en la mayoría de las empresas e instituciones actuales y comprobar si esta información, organizada y tratada profesionalmente, mejora la productividad. La autora llegó a la conclusión que los cambios internos y del entorno de la organización, así como el logro de sus objetivos, convierten a la información, en la era de las tecnologías de la información y la comunicación, en una herramienta fundamental como lo son los recursos humanos, tecnológicos, económicos, etc. Además, esta información no debe ser privativa y exclusiva de los dirigentes de las entidades; sino de todos los miembros en sus distintas escalas de responsabilidad. Sin embargo, en las organizaciones andaluzas, comprobó a través de una encuesta que esta información se dirige en el 92 por ciento de los casos únicamente a los dirigentes, presidentes o altos ejecutivos; el 52 por ciento de las consultadas la distribuye,

también, entre los mandos intermedios; y tan sólo el 28 por ciento se la entrega a los empleados medios (engloban el grueso de las entidades). (Gómez, 2007)

Más aún, se busca conseguir que cada miembro disponga de la información necesaria para el desarrollo de sus funciones; una información que ha de ser personalizada, precisa y adaptada a las necesidades, perfil, formación e intereses de los empleados, ya que no todos realizan las mismas tareas, y por tanto, sus necesidades informativas también son distintas. Este hecho quedó patente a través del 'supuesto práctico' realizado entre miembros de empresas e instituciones andaluzas. El 70 por ciento de los empleados, que recibió periódicamente (durante cinco meses) información útil y personalizada a través de boletines, se mostró muy satisfecho, habiendo repercutido positivamente en su trabajo diario. Finalmente, señaló que debe haber un servicio de información y documentación donde se recopile, almacene, analice, elabore y distribuya la información de una manera rápida, eficaz y profesionalmente. Este servicio debe brindarlo el departamento de comunicación mediante diferentes medios de comunicación como las publicaciones periódicas; estos medios constituyen la principal fuente de información para las organizaciones.

1.1.2. Nivel Nacional

Barriga Rodríguez, (2016) "Clima Organizacional y Desempeño Docente en la Universidad " Jaime Bausate y Meza" Jesús María – 2016" Plantea que el clima organizacional se relaciona significativamente con el desempeño docente en la Universidad "Jaime Bausate y Meza" del distrito de Jesús María en el departamento de Lima en el año 2016. La población está conformada por 80 docentes y tiene una muestra de 40. El diseño de la investigación es transeccional, correlacional, causal, bivariada y transversal. Para la recolección de datos se confeccionaron dos cuestionarios estructurados como medición. La variable clima organizacional tiene las siguientes dimensiones: talento humano, diseño organizacional y cultura organizacional. La variable desempeño docente comprende las dimensiones: capacidad pedagógica, responsabilidad de desempeño, relaciones interpersonales y resultados de la labor educativa. Los instrumentos cumplen con las cualidades de validez y confiabilidad. Se encuentra que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,755 y el p_ valor es de 0,001 por lo tanto existe una relación directa y un nivel de significancia menor que 0,05 motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que sugiere que el clima organizacional de xi se relaciona con el desempeño docente. (**Barriga Rodríguez, 2016**)

Castro Pérez, Luis (2016). “La Cultura y Clima Organizacionales como Elementos Clave para la Acreditación de la Carrera de Administración” Determina si la cultura y clima organizacionales de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos contribuye al logro de la Acreditación de la carrera de Administración en el periodo 2011 al 2014. De los resultados obtenidos se puede señalar que, la Facultad no ha implementado un sistema de cultura organizacional, ya que la declaración de los valores organizacionales del plan estratégico solo se limita a su mención, pero no han sido inculcados, no se presta atención al desarrollo del personal de los servidores, ni se promueve la iniciativa para admitir y ejecutar innovaciones de gestión. Las relaciones interpersonales se encuentran perturbadas por la intranquilidad del ambiente laboral y la carencia de relaciones francas y directas, lo que informa de una cultura laboral inadecuada, debido a que la facultad ha descuidado el desarrollo personal de los servidores. **(Castro Pérez, 2016)**

Zavalín Almerco, (2012) “Gestión del Programa de Relaciones Públicas para el Mejoramiento de la eficacia de la Oficina de Imagen Institucional de la UNDAC de Cerro de Pasco, 2011” La imagen institucional de la UNDAC es la suma de las diversas actividades (Gestión, investigación, desarrollo de clases, servicios académicos, administrativos, planes, programas) que realizan las autoridades, docentes, administrativos, estudiantes, egresados. Asimismo, el estado de la infraestructura, con sus diferentes componentes como los talleres, laboratorios, servicios higiénicos, equipos, materiales; también van a evidenciar la formación de una imagen favorable o desfavorable. Por otra parte, las actitudes como el entusiasmo, apatía al cambio, puntualidad, tardanza, creatividad, mediocridad, profesionalismo, egoísmo, compañerismo, intereses de grupo, intereses institucionales, etc, van a formar una cultura organizacional positiva o negativa. Es en este sentido, como se configura la imagen de la universidad. **(Zavalín Almerco, 2012)**

1.2. Marco teórico

1.2.1. Teoría sobre la organización

En relación al tema de la organización, en el entorno sociocultural, se identifican una serie de organizaciones como la Facultad, los centros educativos, los sindicatos, los partidos políticos, etc. Pero, ¿qué entendemos por organización y qué categorías nos permiten comprender mejor esta realidad?

Para Robbins (1996) “Una organización es un convenio sistemático entre personas para llevar a cabo algún propósito específico”. También, sostiene que todas las organizaciones tienen como características comunes: un propósito que se expresa como una meta o conjunto de metas, y una estructura sistemática que define y limita la conducta de sus miembros. A partir de las características anteriores, Stoner y Walkel (1990) plantean la siguiente definición “dos o más personas que trabajan juntas en forma estructurada para alcanzar un objetivo específico o un conjunto de objetivos”.

Estructura de la organización:

En relación a la estructura de la organización, Robbins (2004) la conceptualiza como “el marco de referencia de una organización según lo expresan su grado de complejidad, centralización y formalización”. Luego, la estructura de una organización puede analizarse en tres dimensiones: la complejidad, la formalización y la centralización. (Robbins, 2004)

La complejidad se refiere al grado de diferenciación en una organización y tiene que ver con la división del trabajo y los niveles jerárquicos. Entre aquella y éstos existe una relación directa, es decir, a una mayor división del trabajo corresponde un mayor número de niveles en la jerarquía. Por lo tanto, una organización será muy compleja cuando exista mayor división del trabajo y mayores niveles jerárquicos. Luego, la formalización se refiere al grado en que una organización se basa en reglas y procedimientos para dirigir la conducta de sus empleados. Es decir, mientras más reglas y procedimientos existan en una organización, será más formal su estructura. Finalmente, la centralización se refiere al sitio en donde radica la autoridad. En algunas organizaciones, la toma de decisiones está muy centralizada y en otra pasa hacia niveles inferiores. (Robbins, 2004)

Clases o tipos de organizaciones:

Las tres dimensiones anteriores pueden combinarse para crear diferentes diseños organizacionales entre los cuales, tenemos: las organizaciones mecánicas y orgánicas. La organización mecánica o burocrática tiene una estructura muy compleja, muy formal y altamente centralizada. Esta organización se caracteriza por tener relaciones jerárquicas rígidas, actividades fijas, alta formalidad, canales formales de comunicación y autoridad centralizada para la toma de decisiones. La organización orgánica o adhocrática -cuya estructura tiene baja complejidad, formalización y centralización- se caracteriza por lo siguiente: colaboración tanto vertical como horizontal, actividades adaptables, baja formalización, comunicación informal y autoridad descentralizada para la toma de decisiones. (Robbins, 2004)

Por otro lado, las estructuras organizacionales, según la línea de mando o de control y el número de niveles jerárquicos, pueden ser verticales u horizontales. La estructura organizacional vertical se caracteriza por una línea de mando angosta y muchos niveles jerárquicos; esta estructura, en el entorno actual de constantes cambios, significa una lenta toma de decisiones y pérdida de oportunidades. Por otro lado, la estructura horizontal tiene una línea de mando amplia y pocos niveles jerárquicos; además, significa dinamismo en la toma de decisiones y aprovechamiento de oportunidades. (Robbins, 2004)

1.2.2. Teoría sobre la cultura organizacional

La cultura organizacional es el conjunto de valores que explica el perfil y las características de una organización. Vale decir, cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado; la expresión engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden. (Romero Rodríguez & Mancinas Chávez, 2016)

Un factor estratégico para el éxito de la gestión organizacional, paralelo a la organización formal, que influye significativamente, de manera positiva o negativa, en la realización de las actividades institucionales, lo constituye una serie de comportamientos y modelos conductuales demostrados por los miembros de una organización, denominados

cultura organizacional. Según Alvarado (2003), la cultura organizacional comprende el conjunto de conductas, valores, normas, tradiciones, (signos, símbolos, historias), costumbres, hábitos, lenguajes, esperanzas e intenciones compatibles que es propio del personal de una entidad y que distinguen a un grupo o a la organización de otras entidades similares. (Alvarado, 2003)

1.2.3. Teoría sobre la comunicación organizacional:

La comunicación organizacional es un instrumento fundamental para crear una cultura organizacional. La comunicación organizacional es estratégica para la organización empresarial, sea chica, mediana, grande o global, y una herramienta insustituible para fijar la cultura de la organización. Por tradición, el programa de comunicación interna es puesto bajo la responsabilidad del área administrativa y su ejecución puede recaer en un departamento de recursos humanos o de desarrollo de personal, o propiamente de comunicación; y los instrumentos usados son: revista interna con sus equivalentes digitales: intranet e internet, periódico mural o pizarrón de comunicaciones, programa de cartas y telegramas por aniversario, natalicios o fallecimientos, recorrido de inducción para el personal de nuevo ingreso, premios y obsequios, reuniones y fiestas, entrevistas cara a cara para la detección y solución de problemas. Y tal como lo han comprobado empresas exitosas en todo el mundo, las estrategias de comunicación interna funcionan mejor en la medida en que dependen directamente de la Presidencia o Dirección General; y la meta principal es hacer de cada uno de los integrantes de la empresa, sin importar ubicación o responsabilidad, un socio estratégico y proactivo de los programas de la empresa, así como relacionarlo íntimamente con la cultura empresarial del organismo. (Romero Rodríguez & Mancinas Chávez, 2016)

Homs, (2011) considera que “la comunicación organizacional es un flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes”. También añade que para Gerald Goldhaber la Comunicación Organizacional estudia el flujo de mensajes en las organizaciones. Y la comunicación organizacional es “un conjunto de programas tendientes a mejorar la comunicación de las organizaciones”. (Homs, 2011)

Funciones de la comunicación organizacional:

Si se asume que la comunicación organizacional es una realidad inevitable en cualquier organización, se puede establecer cuatro funciones centrales: (Homs, 2011)

- a) **Controlar** la conducta de los miembros de la organización de varias maneras; ésta tiene jerarquías de autoridad y lineamientos formales que deben seguir los empleados, por ej: cuando se pide a los empleados que primero comuniquen las quejas laborales a su jefe inmediato, que cumplan con las políticas de la empresa, que se limiten a la descripción de sus puestos, etc. Aunque también la comunicación informal controla la conducta, por ej: cuando los grupos de trabajo molestan o presionan a un miembro que produce demasiado, porque hace que el resto del grupo quede mal.
- b) **Motivar** a los empleados aclarándoles a los empleados qué deben hacer, cómo lo están haciendo y qué pueden hacer para mejorar un rendimiento deficiente.
- c) Así tenemos, la definición de metas concretas, la retroalimentación sobre el avance logrado hacia las metas y el reforzamiento de la conducta deseada estimulan la motivación y requieren que exista la comunicación.
- d) Ser un mecanismo fundamental que le permite a los miembros de la organización **expresar su afectividad, necesidades y frustraciones**.
- e) **Informar** a los miembros de la organización sobre los datos que permitan identificar y evaluar posibles soluciones a los problemas con el fin de tomar decisiones.

Objetivos de la comunicación organizacional:

Por otro lado, si se asume la comunicación organizacional como los programas o actividades planificadas tendientes a mejorar la comunicación de las organizaciones, entonces sus objetivos son: Creación y mantenimiento de una imagen institucional positiva. Establecimiento de canales de comunicación entre la institución y sus públicos (internos y externos). Establecimiento de una corriente de simpatía y aprecio; además de un clima de comprensión, apoyo y solidaridad entre la institución y sus públicos. (Homs, 2011)

Programas de comunicación

Los principales son: (*Homs, 2011*)

- a) La publicación interna.
- b) Los periódicos murales.

- c) El boletín ejecutivo.
- d) La síntesis informativa.
- e) El programa de sugerencias.
- f) El programa “yo opino” o “cartas al director”
- g) El programa de reconocimiento a los méritos.
- h) La convivencia familiar.

Comunicación interna y externa:

En relación a sus públicos, la comunicación organizacional hay dos grandes grupos: el primero es el externo, que está compuesto por clientes, proveedores, gobierno, sindicatos, cámaras, asociaciones, instituciones financieras. El otro es el interno, constituido por quienes trabajan en la empresa, así como también sus familias. Entre ellos: (Homs, 2011)

- a) Integrar en forma absoluta al empleado a los objetivos de la empresa.
- b) Crear un sentimiento de orgullo por pertenecer a la institución.
- c) Establecer un clima de comprensión entre la institución y sus trabajadores.
- d) Crear una disposición favorable hacia la institución por parte de la familia del trabajador.
- e) Fomentar la participación del personal en las actividades de la institución, ya sea de índole laboral, social o de cualquier tipo.
- f) Ayudar al personal de nuevo ingreso a integrarse lo más rápido posible, sin conflicto, a la institución.
- g) Abatir los índices de rotación de personal.
- h) Tener abiertos los canales de la comunicación entre los niveles directivos y el personal a fin de que los desacuerdos, insatisfacciones y conflictos no maduren y puedan ser abortados a tiempo.
- i) Fomentar las actividades sociales, culturales y deportivas dentro de la institución.
- j) Ayudar a elevar el nivel cultural del personal.
- k) Motivar al trabajador e incrementar su productividad.
- l) Cuidar internamente la imagen de la institución a fin de que ésta sea positiva.
- m) Evitar que el sindicato se vuelva un obstáculo para el entendimiento entre la institución y su personal.

Canales de la comunicación:

También las investigaciones recientes han encontrado que los canales difieren en su capacidad para transmitir información (la riqueza de un canal se refiere a la cantidad de información que se puede transmitir durante un episodio comunicativo). Algunos son ricos porque tienen capacidad para manejar muchas pistas de manera simultánea, facilitar que se proporcione retroalimentación de manera rápida y ser muy personales. Otros son débiles porque no tienen grandes calificaciones en estos sentidos. Así, se tiene: (Koontz, 1998)

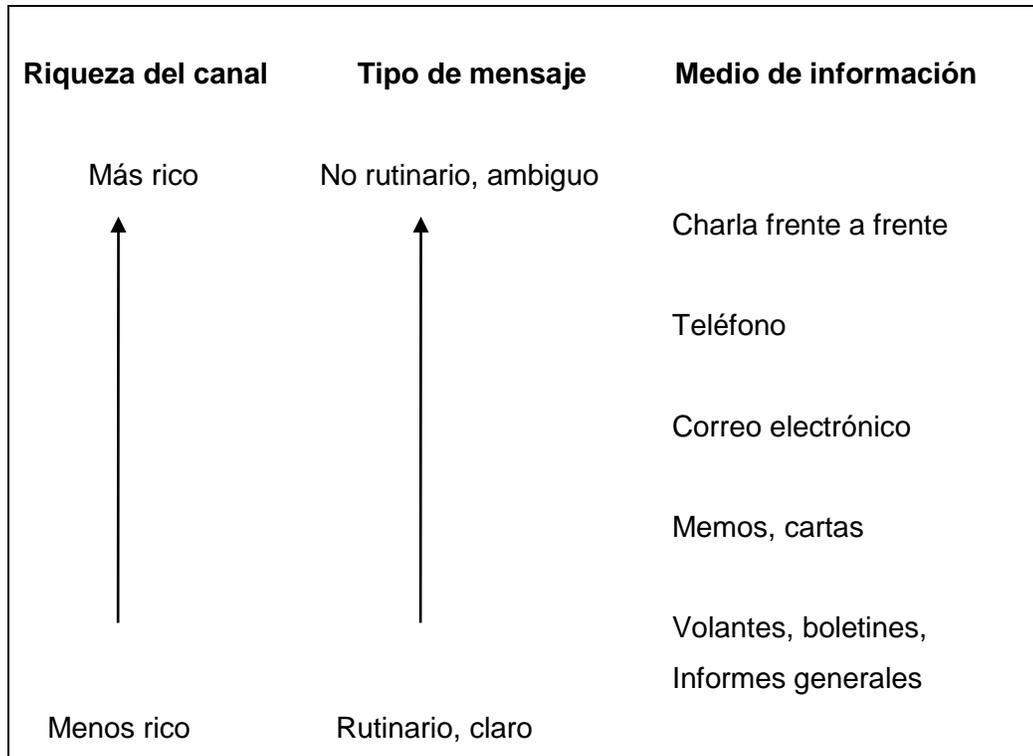


Figura N° 1 Jerarquía de la riqueza del canal.

1.3. Marco legal

- 1) Constitución Política del Perú (1993)
- 2) Ley N° 30220 Ley universitaria
- 3) Resolución de Consejo Directivo N° 006-2015-S UNEDU/CD. Modelo de Licenciamiento y su implementación en el Sistema Universitario Peruano del SUNEDU (Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria) noviembre 2015.

1.4. Marco institucional

La carrera nació en la Escuela de Ciencia y Tecnología de la Comunicación adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura. Fue creada en vías de regularización, el 27 de agosto de 2002 con resolución de Asamblea Universitaria 013-AU-2002 aunque empezó a funcionar desde agosto de 1999 con el primer examen de admisión autorizado con Resolución de Consejo Universitario 1418- CU-99 sobre la base de un proyecto en cuyo contenido se encontraba un Plan Curricular elaborado en 1999.

En el 2014 cambió de denominación a Ciencias de la Comunicación por acuerdo de Consejo de Facultad del 13 de marzo de 2014 y por Resolución de Consejo Universitario 0741-CU-2014 en concordancia con el artículo 90 de la Resolución de Consejo Universitario 519-CU-2011 y artículo 74 de la Resolución de Asamblea Universitaria 001- AU-2011. Los planes curriculares como Ciencia y Tecnología de la Información, y Ciencias de la Comunicación fueron regularizados con Resolución 077-16-D-FCCSSE-UNP del 22 de setiembre de 2016 y con Resolución de Consejo Universitario 776-CU-2016 del 27 de octubre de 2016. Las labores académicas se iniciaron en agosto de 1999 sin contar con infraestructura y con un solo docente para todas las asignaturas, situación que se agudizó con el ingreso de 51 alumnos más en el siguiente examen de admisión. Posteriormente, se contrató a un mayor número de docentes hasta que a fines del 2007 se consiguió el nombramiento de seis docentes. Al 2015, la oferta profesional de la formación es de 1024 bachilleres y 314 titulados como Licenciados en Ciencias de la Comunicación (Oficina de Planificación Universidad Nacional de Piura, 2016). Al ser una universidad pública se brinda educación superior gratuita.

La carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura tiene como eje, la formación de un profesional con competencias integrales en el campo de

los procesos de comunicación humana caracterizado por su comportamiento ético, su identificación con el entorno, interés por la investigación y la expresión escrita multi mediática. (Universidad Nacional de Piura, 2021)

La misión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es formar profesionales en Ciencias de la Comunicación con una sólida formación axiológica, humanista, científica y tecnológica, capaces de interpretar y presentar la realidad de manera imparcial, gestionar contenidos audiovisuales con dominio de las herramientas de registro y del diseño digital; articular y generar procesos de comunicación de manera creativa vinculados al desarrollo regional, con motivación e interés por la investigación en comunicación y firmeza en sus decisiones. (Universidad Nacional de Piura, 2021)

2. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación

Las investigaciones se tipifican de acuerdo a diferentes puntos de vista planteados por diversos autores. Desde el punto de vista del enfoque o paradigma de la investigación, Hernández, Fernández y Baptista (2010) clasifican las investigaciones en cuantitativas, cualitativas y mixtas. Desde otro punto de vista temporal, Esteban (2009) considera dos tipos de investigación: la horizontal o longitudinal y la transversal. De acuerdo a esta clasificación, esta investigación es transversal, ya que los datos de las variables de estudio serán recopilados en un solo momento.

El análisis de los datos recolectados incluye:

- 1) Se crean las dimensiones en base a las preguntas o ítem de los cuestionarios.
- 2) Se calculan los promedios obtenidos en cada dimensión.
- 3) Se crean las categorías en cada dimensión en base a lo siguiente:
 - a) Resultado entre 0.00 y 0.99 equivalente a un nivel de “Muy bajo”
 - b) Resultado entre 1.00 y 1.99 equivalente a un nivel de “Bajo”
 - c) Resultado entre 2.00 y 2.99 equivalente a un nivel de “Moderado”
 - d) Resultado entre 3.00 y 3.99 equivalente a un nivel de “Alto”
 - e) Resultado entre 4.00 y 4.99 equivalente a un nivel de “Muy alto”

2.2. El modelo teórico

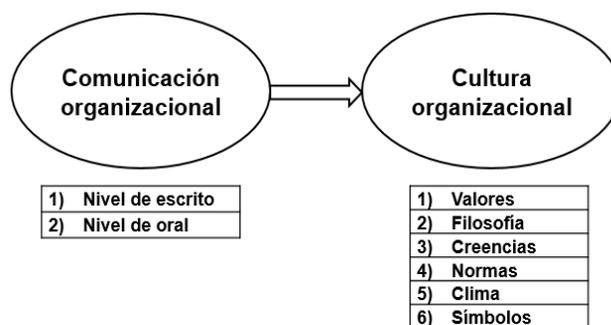


Figura 2. 1 Modelo teórico de la investigación

2.3. El diseño de la investigación

- a) Según su finalidad: es investigación aplicada, porque usa conocimientos obtenidos en las investigaciones en la práctica, y con ello traer beneficios a la sociedad.
- b) Según su alcance: es investigación descriptiva-correlacional porque permite determinar ciertas características de grupos de individuos y además permite conocer la relación entre dos variables.
- c) Según su diseño: es investigación no experimental pues carece de cambios intencionales en las variables, trabaja con los datos estudiados. Es decir, puesto que a un grupo de personas (trabajadores nombrados y contratados) se aplicó un cuestionario sobre imagen institucional, sin manipulación de ninguna variable por parte del tesista. (Jorge Tan, Giovanna Vera y Ricardo Oliveros, 2008)
- d) Según las fuentes de los datos: es investigación de campo pues los datos se obtienen con registro de fenómenos en un ambiente natural en el que están presentes las personas quienes cumplen el papel de ser la fuente de datos para ser analizados.
- e) Según su enfoque: es investigación cualitativa porque tiene características subjetivas y además cuantitativa pues se refiere a la investigación empírica sistemática de los fenómenos sociales con uso de técnicas estadísticas. Así mismo, la investigación fue de tipo transeccional o transversal, porque se realizó una recolección de datos con corte transversal (en un momento determinado que es el mes de noviembre del año 2019) y de forma descriptiva donde se miden las variables en estudio.

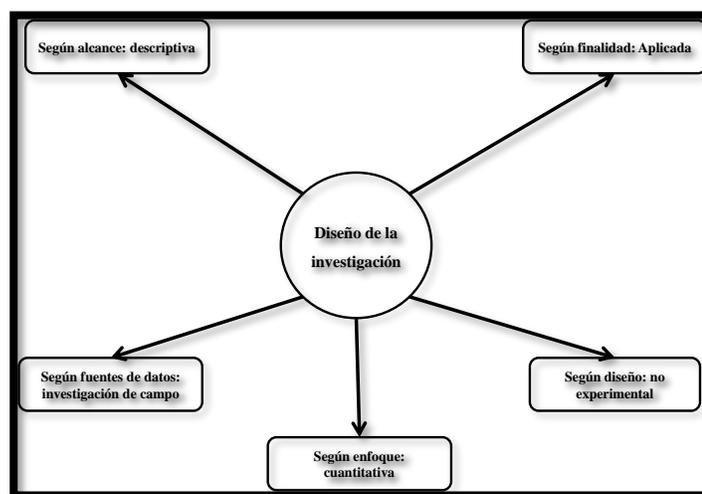


Figura N° 2 Diseño de la investigación

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- a) **Análisis exploratorio:** En la primera etapa se verificó la existencia del problema que se investigó. Más adelante, se revisaron documentos verificando que sean útiles para el informe final de tesis.
- b) **Estimación en forma global de las necesidades de información:** Se recogió y calculó para cada tarea el volumen aproximado de la información de entrada y de salida, considerando la frecuencia de ejecución de cada una. Se calculó el volumen total de información en conjunto.
- c) **Aplicación del cuestionario a los trabajadores:** El grupo de trabajadores (docentes, trabajadores administrativos y alumnos) fueron informados sobre la aplicación de dos cuestionarios, de cuyos datos se elaboraría el informe final de tesis.
- d) **Dimensiones, variables e indicadores**

Tabla 2. 1 Variable, Dimensiones e indicadores

Variable	Dimensión	Indicador
Cultura organizacional	Valores	Nivel de valores
	Filosofía	Nivel de filosofía
	Creencias	Nivel de creencias
	Normas	Nivel de normas
	Clima	Nivel de clima
	Símbolos	Nivel de símbolos
Comunicación organizacional	Escrita	Nivel de comunicación escrita
	Oral	Nivel de comunicación oral

2.5. Muestreo

A. Población

El número de trabajadores (docentes, trabajadores administrativos y alumnos) es de 358 (población finita).

B. Cálculo de la muestra

Dado que la población es finita, el cálculo de la muestra resultó siendo 158 personas. (Fernández Nogales, 1998)

C. Distribución de la muestra:

Tabla 2. 2 Distribución de la muestra

Estamento	Trabajadores	%	Muestra	%
Docentes	7	2	4	2
Trabajadores administrativos	1	1	1	1
Alumnos	350	97	181	97
Total:	358	100	186	100

D. Ética de la investigación

- a) La meta y el contenido de la tesis fue analizar las variables cultura organizacional y comunicación organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura (UNP).
- b) Es bastante posible que la tesis ha generado el impacto siguiente: las autoridades de la carrera de comunicaciones toman mayor conciencia sobre la importancia de la variable comunicación organizacional por cuanto repercute en su cultura organizacional.
- c) La investigación garantiza el anonimato de las personas a quienes se aplicaron las encuestas.
- b) El principio de servicio de la investigación está expresado en la importancia de aportar al conocimiento académico y en la toma de decisiones a cargo de la alta dirección de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura (UNP).

2.6. Técnicas e instrumentos de análisis de datos

Tabla 2. 3 Técnicas e instrumentos de análisis de datos

Técnicas	Instrumentos
Análisis cualitativo	a) Organización de los datos b) Codificación c) Frecuencia
Análisis cuantitativo o estadístico	a) Seleccionar software SPSS versión 22 b) Estadísticos descriptivos c) Medidas de tendencia central (media) d) Medidas de dispersión (desviación típica o estándar).

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo los resultados se presentan siguiendo el orden de las hipótesis planteadas, procurando una redacción concisa de los hallazgos significativos y los comportamientos especiales de las variables estudiadas. También, se realiza un análisis comparativo con los resultados encontrados por otros autores sobre el tema de investigación. Se incluyen tablas comentadas con los resultados de los análisis que los soportan.

3.1. Resultados

I. Hallazgos significativos

Tabla 3. 1 Índice Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,740	27

Interpretación: El cuestionario conformado por 27 preguntas tiene fiabilidad (0.936) ya que el indicador de Cronbach corresponde a un nivel de excelencia, cercano a la unidad. El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja. Por su parte, el valor máximo esperado es 1,00. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1, mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. Usualmente, se prefieren valores de alfa entre 0,80 y 0,90. Sin embargo, cuando no se cuenta con un mejor instrumento se pueden aceptar valores inferiores de alfa de Cronbach. El coeficiente alfa de Cronbach es la forma más sencilla y conocida de medir la consistencia interna. (Heidi Celina Oviedo & Adalberto Campo-Arias, 2005)

Ahora bien, como criterio general, las recomendaciones para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach generalmente son los siguientes: (Frías Navarro, 2014)

- a) Coeficiente alfa de Cronbach > 0.9 es excelente
- b) Coeficiente alfa de Cronbach > 0.8 es bueno
- c) Coeficiente alfa de Cronbach > 0.7 es aceptable
- d) Coeficiente alfa de Cronbach > 0.6 es cuestionable

- e) Coeficiente alfa de Cronbach > 0.5 es pobre
- f) Coeficiente alfa de Cronbach < 0.5 es inaceptable

En la presente tesis, el alfa de Cronbach resultó siendo 0.740 que es equivalente a la categoría de aceptable, con lo cual los resultados del cuestionario tienen fiabilidad.

Tabla 3. 2 Ficha técnica de la encuesta/cuestionarios

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN: Obtener información sobre la opinión que tienen los miembros de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura (UNP) sobre comunicación organizacional y cultura organizacional.			
1. DISEÑO MUESTRAL MUESTREO	2. TRABAJO DE CAMPO	3. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN:	4. ANÁLISIS DE DATOS:
1.1. POBLACIÓN: Hombres y mujeres de 3 estamentos.	2.1. PERIODO DE APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO: Del 18 al 22 de noviembre del año 2019.	3.1. TÉCNICA E INSTRUMENTO: Técnica encuesta. Instrumento: Cuestionarios estructurados N° 1 y N° 2	4.1. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS Alfa de Cronbach y medidas de tendencia central (media, porcentajes).
1.2. MUESTRA: 186 personas con predisposición para responder.	2.2. LUGAR DE APLICACIÓN: Aulas y oficinas administrativas.	3.2. MATERIAL AUXILIAR: Cuestionarios	4.2. PROGRAMAS INFORMÁTICOS: SPSS versión 22
1.3. ERROR PERMITIDO: +- 5%	2.3. HORARIO DE APLICACIÓN: Entre 9:00 y 13:00 horas.		
1.4. NIVEL DE CONFIANZA: 95%	2.4. SUPERVISIÓN: 100% de la muestra, personalmente.		
1.5. COBERTURA: Estamentos (docentes, trabajadores administrativos y alumnos)			
1.6. REPRESENTATIVIDAD: 95%			
1.7. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO: Predisposición para responder.			

Hipótesis general: Si se implementa el mecanismo basado en la comunicación organizacional planificada, entonces se fortalecería la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.

Tabla 3. 3 Correlación de variables

Rho de Spearman		COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
Cultura organizacional	Coeficiente de correlación	0,185
	Sig. (bilateral)	0,012
	N°	186

Interpretación: En estadística, el coeficiente de correlación de Spearman (rho) es una medida del grado de correlación, de asociación o interdependencia, entre dos variables. Oscila entre -1 y +1, e indica asociaciones negativas o positivas respectivamente, y cero (0) significa inexistencia de correlación o no correlación.

Mondragón (2014) en su artículo científico llamado “Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia” señala que el coeficiente de correlación de Spearman (rho) es una medida del grado de correlación, asociación o interdependencia entre dos variables y oscila entre -1 y +1, e indica asociaciones negativas o positivas respectivamente y cero (0) que significa inexistencia de correlación o no correlación. (Mondragón Barrera, 2014)

Luego, el grado de relación según el grado de correlación, con mayor uso es el siguiente:

Tabla 3. 4 Grado y relación Spearman

Grado	Relación
-0.91 a 1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a 0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa fuerte
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.000	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva fuerte
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Por otro lado, cuando $p \leq 0.05$ (sig. bilateral menor o igual a 0.05) entonces se rechaza la hipótesis nula y simultáneamente no se rechaza la hipótesis alternativa por ser más probable que sea verosímil, lo cual significa que existe correlación estadísticamente significativa entre la variable 1 (cultura organizacional) y la variable 2 (comunicación organizacional) con una probabilidad menor a 5% de obtener resultados atípicos o extraños. Y, cuando $p = 0$ (sig. bilateral) pues existe 0% de probabilidad de obtener resultados atípicos o extraños. Por otro lado, cuando se obtienen valores altos de “p” (0,095) es decir cuando $p > 0.01$ o también cuando $p > 0.05$ pues NO RECHAZAN la hipótesis nula o, dicho de forma correcta, no permiten rechazar la hipótesis nula.

Además, Wassertstein (2016) de la Societat Catalana D’Estadística señala que: (1) Los valores “p” pueden indicar cómo son los datos de incompatibles con cierto modelo estadístico. (2) Los valores “p” no miden la probabilidad de que la hipótesis nula sea cierta, ni tampoco la probabilidad de que los datos hayan sido producidos enteramente al azar. (3) Conclusiones científicas y decisiones políticas o empresariales no deberían basarse únicamente en el hecho de que un valor “p” supere un umbral especificado. (4) Una inferencia apropiada implica un informe completo y transparencia. (5) Ni el valor “p” ni la significación estadística miden el tamaño de un efecto o la importancia de un resultado. (6) En sí mismo, un valor “p” no es una medida apropiada de la evidencia de un modelo o hipótesis. (Wasserstein, 2016)

Con lo cual, en la presente investigación, existe correlación positiva entre cultura organizacional y comunicación organizacional, aunque no es estadísticamente significativa. Además, atendiendo a la apreciación N° 3 de la Societat Catalana D’Estadística donde señala que, las conclusiones científicas y decisiones políticas o empresariales no deberían basarse únicamente en el hecho de que un valor “p” supere un umbral especificado. Y también, atendiendo a la apreciación N° 5 de la Societat Catalana D’Estadística donde señala que, ni el valor “p” ni la significación estadística miden el tamaño de un efecto o la importancia de un resultado.

Consecuentemente, se puede colegir que, la cultura organizacional y la comunicación organizacional guardan relación.

Hipótesis específica 1: más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que existe una cultura organizacional débil (bajo nivel) en la Escuela de Ciencias de Comunicación.

Tabla 3. 5 Cultura organizacional según estamento

Cultura organizacional	Estamento			Total
	Docente	Trabajador Administrativo	Estudiante	
Bajo nivel de cultura organizacional	0	1	0	1
	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%
Moderado nivel de cultura organizacional	0	0	181	181
	0,0%	0,0%	97,3%	97,3%
Alto nivel de cultura organizacional	4	0	0	4
	2,2%	0,0%	0,0%	2,2%
Total	4	1	181	186
	2,2%	0,5%	97,3%	100,0%

Tabla 3. 6 Prueba de proporciones

Estadísticas de muestra única				
	N°	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Cultura organizacional	186	3,06	0,556	0,135

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 2					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Cultura organizacional	7,856	16	0,000	1,059	0,77	1,34

Prueba “t”:

Si “sig” es menor a 5% entonces no se acepta hipótesis, porque el valor de la media (3,06) es lejano al valor de hipótesis que es de “2” equivalente a bajo nivel de cultura organizacional o que existe una cultura organizacional débil.

Además, el siguiente gráfico ratifica el argumento de la no aceptación de la hipótesis, puesto que demuestra que más de la mitad (100%) del estamento trabajadores administrativos considera que existe una cultura organizacional débil (bajo nivel). En simultáneo, más de la mitad del estamento docente considera que existe una cultura

organizacional fuerte (alto nivel) y, el estamento estudiante considera que existe una cultura organizacional regular (moderado nivel):

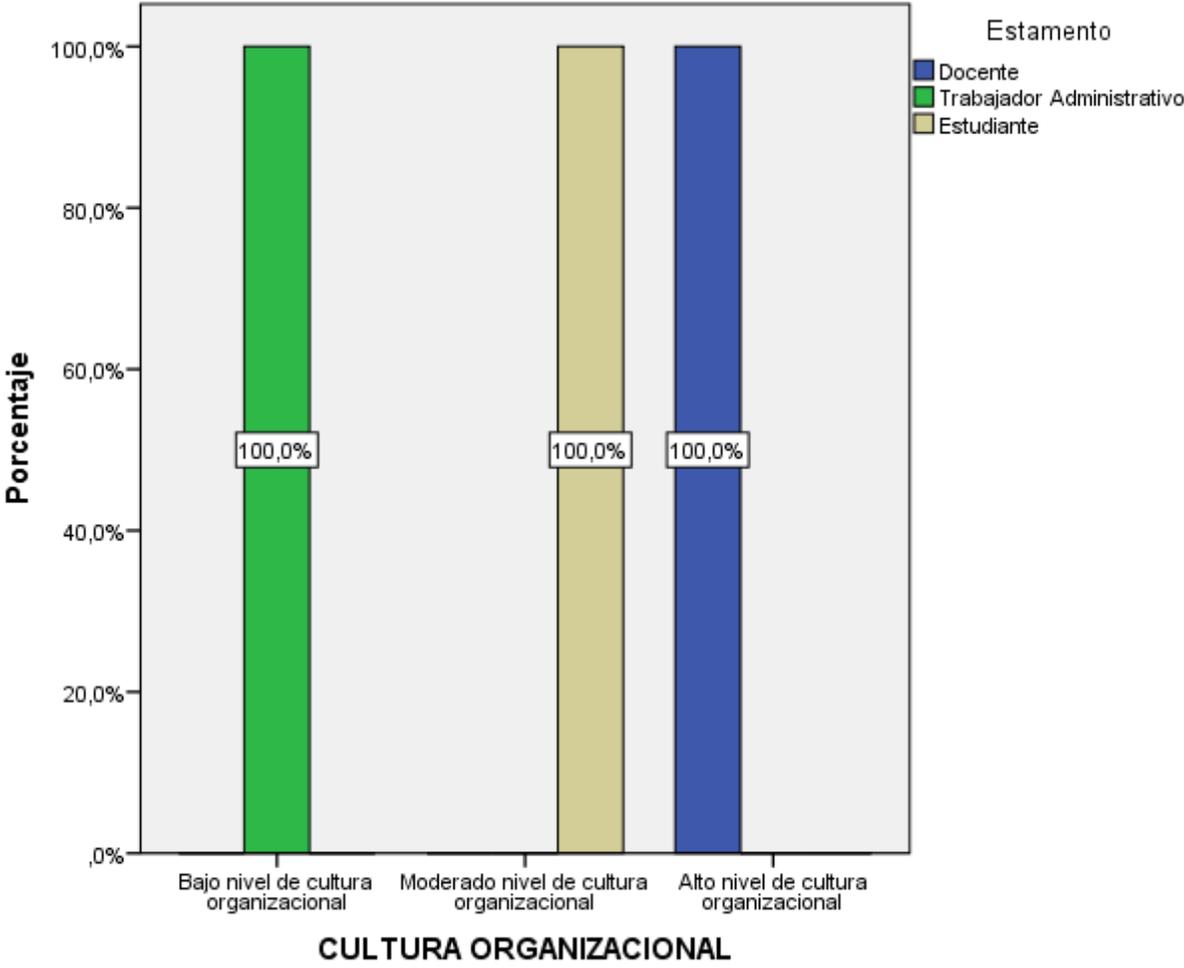


Gráfico 3. 1 Cultura organizacional según estamento

Objetivo específico 1: Evaluar la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Los resultados evidencian que, desde la perspectiva de los trabajadores administrativos sí existe una cultura organizacional débil (bajo nivel). En cambio, desde la perspectiva de los docentes sí existe una cultura organizacional fuerte (alto nivel). Mientras que, desde la perspectiva de los estudiantes existe una cultura organizacional regular (moderado nivel).

Hipótesis específica 2: más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que no existe una comunicación organizacional planificada en la Escuela de Ciencias de Comunicación.

Tabla 3. 7 Comunicación organizacional según estamento

Comunicación organizacional	Estamento			Total
	Docente	Trabajador Administrativo	Estudiante	
Muy bajo nivel de comunicación organizacional	0	0	15	15
	0,0%	0,0%	8,1%	8,1%
Bajo nivel de comunicación organizacional	1	1	136	138
	0,5%	0,5%	73,1%	74,2%
Moderado nivel de comunicación organizacional	3	0	30	33
	1,6%	0,0%	16,1%	17,7%
Total:	4	1	181	186
	2,2%	0,5%	97,3%	100,0%

Tabla 3. 8 Prueba de proporciones

Estadísticas de muestra única				
	N°	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Comunicación organizacional	186	2,18	0,529	0,128

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 1					
	"t" ¹	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Comunicación organizacional	9,1777	16	0,000	1,176	0,90	1,45

Prueba "t":

Si "sig" es menor a 5% entonces no se acepta hipótesis, porque el valor de la media (2,18) es lejano al valor de hipótesis que es de "1" equivalente a muy bajo nivel de comunicación organizacional o que no existe una comunicación organizacional planificada.

¹ Prueba "t": Si es mayor a 5% no se rechaza hipótesis nula y no se acepta hipótesis alternativa, porque el valor de la media es cercano al valor de hipótesis.

Además, el siguiente gráfico ratifica el argumento de la no aceptación de la hipótesis, puesto que demuestra que más de la mitad del estamento trabajadores administrativos (100%) considera que existe bajo nivel de comunicación lo cual es contrario a la hipótesis que afirma que no existe una comunicación organizacional planificada (o de muy bajo nivel). En simultáneo, más de la mitad del estamento docente (100%) considera que existe moderado nivel de comunicación organizacional lo cual difiere de la hipótesis que afirma que no existe comunicación organizacional (o de muy bajo nivel) y, finalmente más de la mitad del estamento estudiante (73.1%) considera que existe bajo nivel de comunicación organizacional lo cual difiere de la hipótesis que afirma que no existe comunicación organizacional (o de muy bajo nivel)

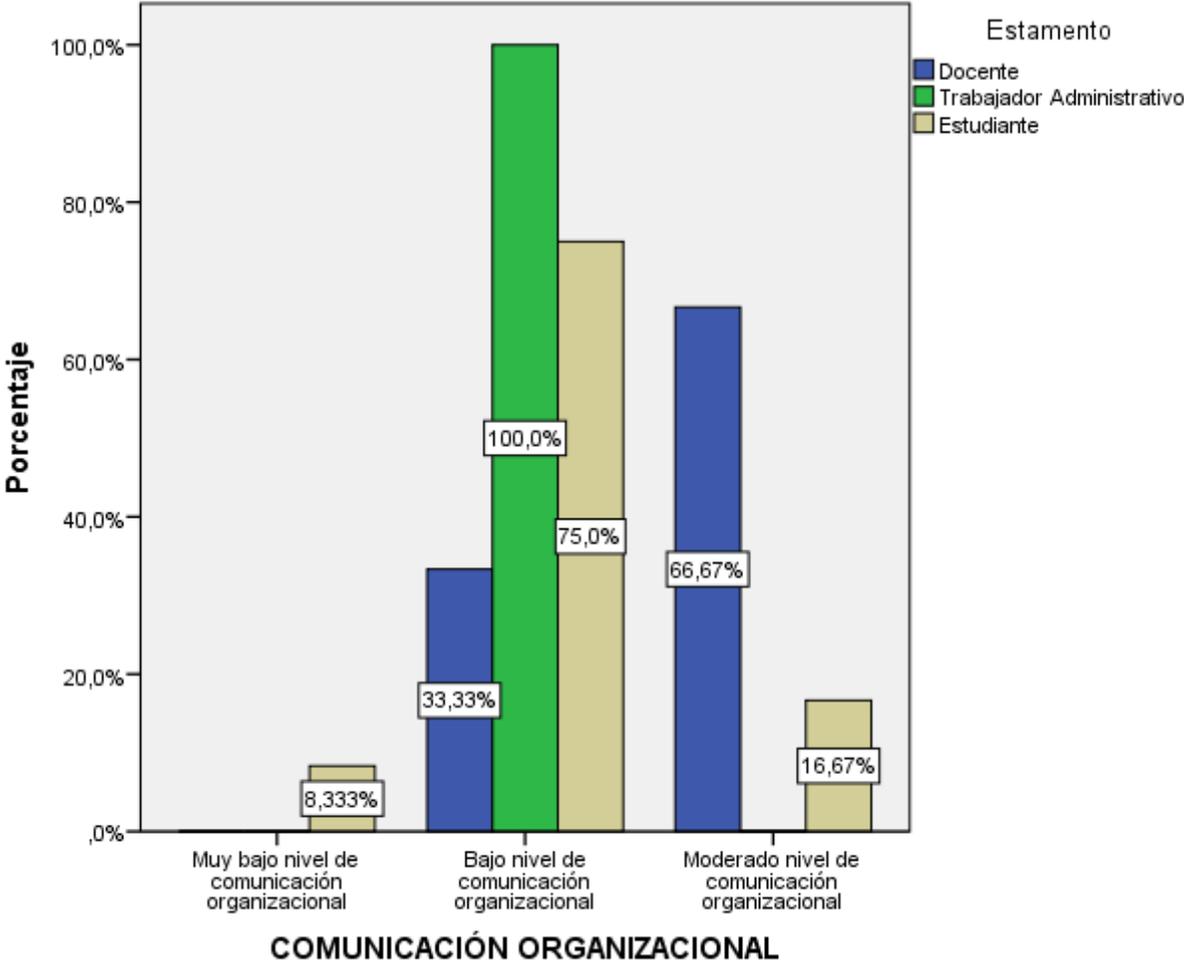


Gráfico 3. 2 Comunicación organizacional según estamento

Objetivo específico 2: Analizar la comunicación organizacional en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Los resultados evidencian que, desde la perspectiva de los trabajadores administrativos sí existe una comunicación organizacional débil (bajo nivel). En cambio, desde la perspectiva de los docentes sí existe una comunicación organizacional regular (moderado nivel). Mientras que, desde la perspectiva de los estudiantes existe una comunicación organizacional débil (bajo nivel).

Objetivo específico 3: Diseñar las estrategias de la comunicación organizacional planificada orientas a fortalecer la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Los resultados evidencian que, en primer lugar, sí existe una distribución normal en tanto que, desde la perspectiva de los trabajadores administrativos hay una cultura organizacional débil (bajo nivel), desde la perspectiva de los docentes hay una cultura organizacional fuerte (alto nivel) y desde la perspectiva de los estudiantes hay una cultura organizacional regular (moderado nivel). Y, en segundo lugar, existe una distribución poco normal en tanto que, desde la perspectiva de los trabajadores administrativos hay una comunicación organizacional débil (bajo nivel), luego, desde la perspectiva de los docentes hay una comunicación organizacional regular (moderado nivel), y, desde la perspectiva de los estudiantes existe una comunicación organizacional débil (bajo nivel). Esto demuestra que sí ameritaba investigar la existencia o no de una relación entre cultura organizacional y comunicación organizacional, para delinear las estrategias adecuadas.

II. **Contrastación de hipótesis**

- 1) La hipótesis general no se rechaza, porque sí existe relación con baja significancia estadística.
- 2) La hipótesis específica 1 se rechaza, porque los hallazgos difieren.
- 3) La hipótesis específica 2 se rechaza, porque los hallazgos difieren.

III. Hallazgos complementarios

Tabla 3. 9 Comunicación de valores

Dimensión 1: Valores	Frecuencia	Porcentaje
Bajo nivel de valores	90	48,4
Moderado nivel de valores	92	49,5
Alto nivel de valores	4	2,2
Total:	186	100,0

Es pertinente trabajar en el fomento de valores para mejorar la percepción.

Tabla 3. 10 Comunicación de la filosofía

Dimensión 2: Filosofía	Frecuencia	Porcentaje
Bajo nivel de filosofía	1	,5
Moderado nivel de filosofía	106	57,0
Alto nivel de filosofía	78	41,9
Muy alto nivel de filosofía	1	,5
Total:	186	100,0

Es pertinente trabajar en elevar la percepción de filosofía.

Tabla 3. 11 Comunicación de creencias

Dimensión 3: Creencias	Frecuencia	Porcentaje
Bajo nivel de creencias	1	,5
Moderado nivel de creencias	166	89,2
Alto nivel de creencias	19	10,2
Total:	186	100,0

Es pertinente trabajar en elevar la percepción de creencias.

Tabla 3. 12 Comunicación de normas

Dimensión 4: Normas	Frecuencia	Porcentaje
Moderado nivel de normas	185	99,5
Muy alto nivel de normas	1	,5
Total:	186	100,0

Es pertinente trabajar en elevar la percepción de normas.

Tabla 3. 13 Comunicación de clima laboral

Dimensión 5: Clima	Frecuencia	Porcentaje
Bajo nivel de clima	1	,5
Alto nivel de clima	185	99,5
Total:	186	100,0

Es pertinente dejar esta dimensión de clima invariable.

Tabla 3. 14 Comunicación de símbolos

Dimensión 6: Símbolos	Frecuencia	Porcentaje
Bajo nivel de símbolos	1	,5
Moderado nivel de símbolos	3	1,6
Alto nivel de símbolos	182	97,8
Total:	186	100,0

Es pertinente dejar esta dimensión de símbolos invariable.

Tabla 3. 15 Comunicación de documentos escritos

Dimensión 7: Escrito	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo nivel de comunicación escrita	30	16,1
Bajo nivel de comunicación escrita	123	66,1
Moderado nivel de comunicación escrita	33	17,7
Total:	186	100,0

Es pertinente trabajar en elevar la percepción de escrito.

Tabla 3. 16 Comunicación oral

Dimensión 8: Oral	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo nivel de comunicación oral	15	8,1
Bajo nivel de comunicación oral	156	83,9
Moderado nivel de comunicación oral	15	8,1
Total:	186	100,0

Es pertinente trabajar en elevar la percepción de oral.

3.2. Discusión.

3.2.1. Aportes de la investigación.

Los resultados demuestran que existe relación entre las variables cultura organizacional y comunicación organizacional, lo cual es similar al antecedente nacional Barriga Rodriguez, (2016) respecto al hallazgo de relación positiva.

Por otro lado, los resultados de la presente tesis son concordantes con la teoría de Katz y Kahn (1995) quienes señalan que la cultura determina la forma como funciona una empresa, ésta se refleja en las estrategias, estructuras y sistemas; y que en el caso de la organización estudiada le ha permitido obtener resultados alentadores.

También, la presente tesis ha verificado la teoría de Homs Quiroga (1990) quien sostiene que los principales programas de comunicación organizacional son: La publicación interna, Los periódicos murales, El boletín ejecutivo, La síntesis informativa, El programa de sugerencias, El programa “yo opino” o “cartas al director”, El programa de reconocimiento a los méritos.

De esta manera, se ha verificado la aplicabilidad de las teorías sobre cultura organizacional y comunicación organizacional, que le han reportado a la organización estudiada un nivel alto de percepción, lo cual es alentador o satisfactorio.

Es pertinente señalar que, la organización estudiada debe fortalecer sus programas de comunicación y sus esfuerzos por cultivar mayor cultura organizacional para así aspirar a un nivel cercano a la excelencia y disponer de un ambiente agradable para propiciar la generación de un trabajo de calidad, la propagación de buenas prácticas laborales y contribuyendo a la calidad de vida de sus integrantes; lo que a su vez va a generar mayor satisfacción laboral y también que se proyecta a la sociedad coadyuvando al bienestar social.

3.2.2. Importancia de los aportes de la investigación.

La tesis ha permitido demostrar que las variables cultura organizacional y comunicación organizacional son el reflejo de las percepciones de los miembros de los estamentos. En consecuencia, corresponde a las autoridades de la Escuela Profesional de

Ciencias de la Comunicación tomar decisiones sobre en cuáles atributos incorporar mejoras que pudieran causar mejores resultados.

3.2.3. Delinear las estrategias para mejoramiento

- 1) Estrategia 1: Promover con el ejemplo la vivencia de los valores, para elevar la percepción sobre la práctica de valores; sugiriéndose que se empiece con tres valores tales como: puntualidad, orden, limpieza.
- 2) Estrategia 2: Fomentar conferencias con participación de docentes, trabajadores administrativos y alumnos, para elevar la percepción sobre el nivel de filosofía; sugiriéndose que dichas pláticas se realicen en un auditorio con aforo mínimo de 100 personas.
- 3) Estrategia 3: Fomentar conferencias a cargo de docentes, para elevar la percepción sobre el nivel de creencias; sugiriéndose que dichas conferencias sean gratuitas y con duración de 30 a 45 minutos.
- 4) Estrategia 4: Fomentar con el ejemplo a cargo de docentes y trabajadores administrativos en forma cotidiana el cumplimiento cabal de las normas, para elevar la percepción sobre el nivel de normas; sugiriéndose que se coloque un buzón de mejoramiento de cumplimiento de normas donde semanalmente se recogerían las apreciaciones de los alumnos referidas a incumplimiento de normas para corregir de inmediato.
- 5) Estrategia 5: Realizar esfuerzos cotidianos para emitir documentos de docentes y trabajadores administrativos de elevada redacción, para elevar la percepción sobre el nivel de comunicación escrita; sugiriéndose que se coloque un buzón de mejoramiento de redacción donde semanalmente se recogerían las apreciaciones de los alumnos referidas a incumplimiento de normas de redacción para corregir de inmediato.
- 6) Estrategia 6: Promover desde las autoridades el uso de lenguaje sin uso de jerga o chabacanería, y entre docentes con trabajadores administrativos con alumnos, para elevar la percepción sobre el nivel de comunicación oral; sugiriéndose que se coloque un buzón de buenas prácticas donde semanalmente se recogerían las apreciaciones de los alumnos referidas a malas prácticas con lenguaje de jerga o chabacano para corregir de inmediato.

A continuación, se presenta el diseño de una propuesta de mejoramiento: (Vegas Serrano, 2018)

DISEÑO DE PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

I. DATOS GENERALES

Rubro	Detalle
Organización	Universidad Nacional de Piura, Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación
Responsable	Director de Escuela Profesional de Ciencias de la comunicación
Duración	Un año, renovable

II. FUNDAMENTACIÓN

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, y en concordancia con el tercer objetivo de delinear las estrategias de la comunicación organizacional planificada orientadas al mejoramiento de la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación; es que se realiza el presente diseño de propuesta de mejoramiento.

Los resultados de la investigación arrojaron, por un lado, una percepción de existencia de una cultura organizacional moderada y, por otro lado, una percepción de existencia de una comunicación organizacional planificada moderada en la Escuela de Ciencias de Comunicación. Un hallazgo sugestivo es que, al implementarse el diseño de propuesta de mejoramiento basado en la comunicación organizacional planificada, entonces se fortalecería la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.

III. SUSTENTO TEÓRICO

La cultura organizacional es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones. (Castro Pérez, 2016)

La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. (Cebrian, 2013)

IV. OBJETIVO

Diseñar una propuesta de mejoramiento de la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

V. PROGRAMA DE ACTIVIDADES GENERALES

5.1. ACTIVIDADES INICIALES

- a) Elaboración del diseño de propuesta de mejoramiento de la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
- b) Presentación pública del diseño de propuesta de mejoramiento de la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
- c) Elaboración de un programa de mejoramiento de la comunicación organizacional planificada, mediante la organización de conferencias que generen interacción bidireccional y que deberán ser autorizados por la Dirección de la Escuela Profesional.

5.2. ACTIVIDADES CENTRALES

- a) Ejecución del diseño de propuesta de mejoramiento.
- b) Desarrollo de los eventos considerados.
- c) Entrega de invitación para participar en conferencias.
- d) Toma de asistencia y desarrollo de las sesiones.

5.3. ACTIVIDADES FINALES

- a) Entrega de certificaciones por la asistencia a las conferencias.
- b) Presentación de informe final sobre actividades del primer año.

VI. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente diseño de propuesta de mejoramiento se ha considerado la experiencia del autor y del asesor en organización de eventos académicos.

Se ha contemplado ofrecer sesiones de 45 minutos de duración cada una, y la remuneración para el conferencista es S/ 100.00 por sesión, y cada sesión se organiza en un día. Se considera alquilar auditorio para cada sesión a razón de S/ 100.00 por sesión; el rubro mobiliario y equipos contempla: alquiler de equipos informáticos; finalmente el rubro servicios incluye: bebidas no alcohólicas para conferencista, fotocopias.

VII. PROGRAMACIÓN DE CONFERENCIAS

Sesiones	Temas	Fecha tentativa año 2022
01 y 02	1) Inteligencia emocional y sus componentes	Enero
03 y 04	2) Relaciones interpersonales al interior de la organización	Febrero
05 y 06	3) Significado y necesidad de la filosofía en la época antigua	Marzo
07 y 08	4) Significado y necesidad de la filosofía en la época medieval	Abril
09 y 10	5) Significado y necesidad de la filosofía en la época moderna	Mayo
11 y 12	6) Significado y necesidad de la filosofía en la época contemporánea	Junio
13 y 14	7) Significado y necesidad de espiritualidad	Julio
15 y 16	8) La importancia de los valores institucionales	Agosto
17 y 18	9) La inteligencia racional	Setiembre
19 y 20	10) La inteligencia emocional	Octubre
21 y 22	11) La inteligencia espiritual	Noviembre
23 y 24	12) La cultura organizacional.	Diciembre

VIII. PRESUPUESTO TOTAL ANUAL

RUBRO	IMPORTE (\$/)
1) Recursos humanos	2,400.00
2) Auditorio	2,400.00
3) Mobiliario y equipos	1,200.00
4) Servicios	240.00
TOTAL:	6,240.00

IX. FINANCIAMIENTO

El financiamiento se realizará por medio de recursos directamente recaudados de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación.

X. CRONOGRAMA

Actividades	Meses											
	EN	FE	MA	AB	MA	JU	JU	AG	SE	OC	NO	DI
Inicio de implementación	■											
1era y 2da sesión	■											
3ra y 4ta sesión		■										
5ta y 6ta sesión			■									
7ma y 8va Sesión				■								
9na y 10ma Sesión					■							
11va y 12va Sesión						■						
13va y 14va Sesión							■					
15va y 16va Sesión								■				
17va y 18va Sesión									■			
19va y 20va Sesión										■		
21va y 22va Sesión											■	
23va y 24va Sesión												■
Elaboración y entrega del informe final												■

4. CONCLUSIONES

- 1)** Un hallazgo interesante es que, al implementarse el mecanismo basado en la comunicación organizacional planificada, entonces se fortalecería la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.

- 2)** Otro hallazgo es que más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que sí existe una cultura organizacional y de nivel moderado en la Escuela de Ciencias de Comunicación, lo cual representa una oportunidad para mejorar dicha percepción.

- 3)** Otro hallazgo es que más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que sí existe una comunicación organizacional planificada y de nivel moderado en la Escuela de Ciencias de Comunicación, lo cual representa una oportunidad para mejorar dicha percepción.

5. RECOMENDACIONES

- 1)** Se recomienda tomar como referencia el diseño de propuesta de mejoramiento para elaborar de manera conjunta un conjunto de estrategias y conferencias orientadas al resurgimiento tanto de la comunicación organizacional como de la cultura organizacional en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.

- 2)** Es recomendable que las autoridades de la Escuela de Ciencias de Comunicación promuevan con el ejemplo cotidiano la vivencia de los valores, para elevar la percepción sobre la práctica de valores, para lo cual se sugiere empezar con tres valores como: orden, limpieza, puntualidad e implementar un buzón que recoja apreciaciones de los alumnos que permitan tomar la decisión de mejorar inmediatamente. Del mismo modo, que fomenten la realización de conferencias entre docentes, trabajadores administrativos y alumnos, para elevar la percepción sobre el nivel de filosofía y el nivel de creencias. Y también, que se fomenten con el ejemplo a cargo de docentes y trabajadores administrativos en forma cotidiana el cumplimiento cabal de las normas e implementar un buzón que recoja apreciaciones de los alumnos que permitan tomar la decisión de mejorar inmediatamente, para elevar la percepción sobre el nivel de normas.

- 3)** Es recomendable que las autoridades de la Escuela de Ciencias de Comunicación formen al menos una comisión que realice un trabajo colaborativo entre docentes y trabajadores administrativos orientado a mejorar la comunicación oral y escrita, e implementar un buzón que recoja apreciaciones de los alumnos que permitan tomar la decisión de mejorar inmediatamente.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, J. (2003). *Influencia del liderazgo en la competitividad de las organizaciones*. Lima-Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Balarezo Toro, E. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia del desarrollo organizacional de las empresas San Miguel Drive*. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Barriga Rodríguez. (2016). *Clima Organizacional y Desempeño Docente en la Universidad "Jaime Bausate y Meza" Jesús María*. Lima-Perú: Universidad Jaime Bausate y Meza.
- Cardona García, M. (2009). *Estrategias de comunicación organizacional basadas en los actos lingüísticos sobre el proceso de evaluación de desempeño en el caso de Angelcom S.A.* Bogotá-Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Castro Pérez, L. (2016). *La Cultura y Clima Organizacionales como Elementos Clave para la Acreditación de la Carrera de Administración*.
- Cebrian, V. (2013). *Importancia de la Comunicación Organizacional*.
- DeConceptos.com. (2015). *Concepto de propuesta*. Recuperado el 31 de Julio de 2015, de <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/propuesta>
- Esteban, E. (2009). *Metodología de la investigación económica social*. Lima-Perú: Ed. San Marcos EIRL.
- Fernández Nogales, Á. (1998). *Investigación de mercados: obtención de información*. Madrid-España: Civitas. Biblioteca Civitas Economía y Empresa. Colección Empresa.
- Frías Navarro, D. (2014). *Universidad de Valencia*. Obtenido de Análisis de fiabilidad. Alfa de Cronbach: <https://www.uv.es/friasnav/ApuntesSPSS.pdf>
- García. (2011). *Diagnóstico de la comunicación organizacional interna en las agencias de viajes de Bahías de Huatulco, Oaxaca*. Oaxaca-México.
- Gómez. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*. Málaga - España: Universidad de Málaga - Tesis doctoral.
- Hatch, M. (1997). *Teoría organizacional*. EE.UU.: Ed. Oxford.
- Heidi Celina Oviedo & Adalberto Campo-Arias. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría*, 7.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación económica social*. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Homs, R. (2011). *La comunicación en la empresa*. México: Ed. Iberoamérica SA de CV.
- Jorge Tan, Giovanna Vera y Ricardo Oliveros. (2008). *Pensamiento y acción: Tipos, métodos y estrategias de investigación científica*. Lima-Perú: Revista Escuela de Posgrado Universidad Ricardo Palma.
- Koontz, H. (1998). *Administración: una perspectiva global*. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Mejía, & Rodríguez. (s.f.). *La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional*.
- Mondragón Barrera, M. A. (2014). *Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia*. Colombia: Información científica - artículos de reflexión - Corporación Universitaria Iberoamericana.
- Newstrom, J. (1993). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Rivas, & Samra. (s.f.). *La Cultura y su organización con el desempeño laboral del personal adscrito al Centro Clínico Quirúrgico Divino Niño C.A.*
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Ed. Pearson.
- Romero Rodríguez, L., & Mancinas Chávez, R. (2016). *Comunicación institucional y cambio social*. Sevilla-España: Ed. Egregius.
- Siliceo, A. (1995). *Capacitación y Desarrollo de Personal*. México: Ed. Limusa.
- Universidad Nacional de Piura. (08 de Febrero de 2021). *Plan curricular del Programa de Ciencias de la Comunicación*. Obtenido de <http://www.unp.edu.pe/plancurric/plancurricular101.pdf>
- Vegas Serrano, K. (2018). *Aporte de la gastronomía en el turismo del Distrito de Piura*. Lima-Perú: Universidad de San Martín de Porres - Doctorado en Turismo y Hotelería.
- Wasserstein, R. (5 de Febrero de 2016). *Declaración de la ASA sobre la significación estadística y los p-valores*. Obtenido de http://soce.iec.cat/?page_id=3972
- Zavalín Almerco. (2012). *Gestión del Programa de Relaciones Públicas para el Mejoramiento de la eficacia de la Oficina de Imagen Institucional de la UNDAC de Cerro de Pasco, 2011*. Cerro de Pasco-Perú: UNDAC.

7. ANEXOS

Anexo N° 1 Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables/Indicadores	Metodología
<p>General: ¿Existe relación entre comunicación organizacional planificada y cultura organizacional que permita fortalecer a esta última en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura?</p>	<p>General: Determinar la existencia de relación entre comunicación organizacional planificada y cultura organizacional que permita fortalecer a esta última en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.</p>	<p>General: Si se implementa el mecanismo basado en la comunicación organizacional planificada, entonces se fortalecería la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional de Piura.</p>	<p>Unidad de análisis: Personas</p> <p>Variable independiente: Comunicación organizacional</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Indicadores:</p>	<p>Enfoque: Cualitativo y cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Tipo: Aplicado Transversal</p> <p>Métodos: Análisis Deductivo</p> <p>Técnicas e instrumentos:</p>
<p>Específicos:</p> <p>a) ¿Cuál es la evaluación de la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación?</p> <p>b) ¿Cuál es el análisis de la comunicación organizacional en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación?</p> <p>c) ¿Cuál es el diseño de estrategias de la comunicación organizacional planificada</p>	<p>Específicos:</p> <p>1) Evaluar la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.</p> <p>2) Analizar la comunicación organizacional en la Escuela Profesional de Ciencias de la</p>	<p>Específicas:</p> <p>1) Más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que existe una cultura organizacional</p>	<p>Variable dependiente: Cultura organizacional</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Indicadores:</p>	<p>a) De recolección de datos Encuesta/cuestionario</p> <p>b) De procesamiento de datos SPSS versión 22</p> <p>c) De análisis</p> <p>Población: 358</p> <p>Muestra: 186</p>

<p>orientadas a fortalecer la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación?</p>	<p>Comunicación. 3) Diseñar las estrategias de la comunicación organizacional planificada orientas a fortalecer la cultura organizacional de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.</p>	<p>débil (bajo nivel) en la Escuela de Ciencias de Comunicación. 2) Más de la mitad del personal docente, administrativo y estudiantes consideran que no existe una comunicación organizacional planificada en la Escuela de Ciencias de Comunicación.</p>		<p>Procedimientos: Cuadros simples y cruzados Estadísticos descriptivos.</p>
--	---	--	--	---

Anexo N° 2 Matriz de operacionalización

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items
Variable dependiente: La cultura organizacional es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones. (Castro Pérez, 2016)	Configura el ambiente de trabajo que permite realizarse a cada trabajador.	Valores	Nivel de valores	1, 2, 3
		Filosofía	Nivel de filosofía	4, 5, 6
		Creencias	Nivel de creencias	7, 8, 9
		Normas	Nivel de normas	10, 11, 12
		Clima	Nivel de clima	13, 14, 15
		Símbolos	Nivel de símbolos	16, 17, 18
Variable independiente: La comunicación organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. (Cebrian, 2013)	Formas de interrelacionarse los trabajadores.	Escrito	Nivel de escrito	1, 2, 3
		Oral	Nivel de oral	4, 5, 6, 7, 8, 9

Anexo N° 3 Cuestionario sobre variable comunicación organizacional planificada en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

(Aplicado a estamentos)
(Instrumento propuesto y validado por Asesor y Co-asesor)

I. Datos generales

A. Estamento

1) Docente	
2) Trabajador administrativo	
3) Estudiante	

B. Edad

1) Joven (hasta 30 años)	
2) Adulto (hasta 60 años)	
3) Adulto mayor (más de 60 años)	

C. Sexo

1) Varón	
2) Mujer	

D. Estado civil

1) Soltero (a)	
2) Casado (a)	
3) Divorciado (a)	
4) Viudo (a)	
5) Conviviente	

E. Antigüedad

1) Hasta 5 años	
2) Hasta 10 años	
3) Más de 10 años	

F. Si es estudiante, ¿en qué año de estudio se encuentra?

1) Año I		2) Año II	
3) Año III		4) Año IV	
5) Año V			

II. Instrucciones:

- 1) Responda todas las preguntas, teniendo en cuenta que no es una prueba; no hay respuestas correctas ni incorrectas y todas las respuestas serán estrictamente confidenciales.

- 2) Marque aquella alternativa que mejor represente su opinión, respetando la escala siguiente:
1. Definitivamente no
 2. Probablemente no
 3. En duda
 4. Probablemente sí
 5. Definitivamente sí

III. Reactivos:

- 1) Existe libro de reclamos implementado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación:
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()
- 2) ¿Existen periódicos murales en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()
- 3) ¿Existen boletines informativos en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()
- 4) ¿Existe revista de la Escuela en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()
- 5) ¿Existen programas de sugerencias en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()

- 6) ¿Existe programa “yo opino” en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()
- 7) ¿Existe programa de reconocimiento a los méritos en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()
- 8) ¿Existe convivencia familiar en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()
- 9) ¿Conoce la existencia de algún otro programa de comunicación organizacional del tipo charlas periódicas, que tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
1. Definitivamente no ()
 2. Probablemente no ()
 3. En duda ()
 4. Probablemente sí ()
 5. Definitivamente sí ()

Anexo N° 4 Cuestionario sobre cultura organizacional

I. Datos generales

A. Estamento

1) Docente	
2) Trabajador administrativo	
3) Estudiante	

B. Edad

1) Joven (hasta 30 años)	
2) Adulto (hasta 60 años)	
3) Adulto mayor (más de 60 años)	

C. Sexo

1) Varón	
2) Mujer	

D. Estado civil

1) Soltero (a)	
2) Casado (a)	
3) Divorciado (a)	
4) Viudo (a)	
5) Conviviente	

E. Antigüedad

1) Hasta 5 años	
2) Hasta 10 años	
3) Más de 10 años	

F. Si es estudiante, ¿en qué año de estudio se encuentra?

1) Año I		2) Año II	
3) Año III		4) Año IV	
5) Año V			

II. Instrucciones:

- 1) Responda todas las preguntas, teniendo en cuenta que no es una prueba; no hay respuestas correctas ni incorrectas y todas las respuestas serán estrictamente confidenciales.
- 2) Marque aquella alternativa que mejor represente su opinión, respetando la escala siguiente:
 1. Definitivamente no
 2. Probablemente no
 3. En duda
 4. Probablemente sí
 5. Definitivamente sí

III. Reactivos.

1. ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se fomenta la investigación científica?	1	2	3	4	5
2. ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se promueve el trabajo en equipo?	1	2	3	4	5
3. ¿Para la Escuela de Ciencias de la Comunicación lo más importante es la calidad académica?	1	2	3	4	5
4. ¿Cree usted que para ingresar a la Escuela de Ciencias de la Comunicación es necesario ser competente, ya sea como docente, estudiante o administrativo?	1	2	3	4	5
5. ¿Cree usted que la formación profesional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNP es una de las mejores del país?	1	2	3	4	5
6. ¿Cree usted que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con la infraestructura, los recursos y las herramientas necesarias para formar profesionales de calidad?	1	2	3	4	5
7. ¿Percibe usted que la Escuela de Ciencias de la Comunicación permite el crecimiento personal y profesional de los estudiantes, docentes y administrativos?	1	2	3	4	5
8. ¿Percibe usted un ambiente de cooperación entre estudiantes, docentes y administrativos dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	1	2	3	4	5
9. ¿Percibe tener autonomía para tomar decisiones relacionadas con sus estudios o trabajo?	1	2	3	4	5
10. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación, hay claridad en los horarios de entrada y salida para los estudiantes, docentes y administrativos?	1	2	3	4	5
11. ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación hay normas respecto a la presentación personal de los estudiantes, docentes y administrativos?	1	2	3	4	5
12. ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación utiliza sanciones ante una falta?	1	2	3	4	5
13. ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación celebra fechas importantes como su aniversario, día del periodista, en otros?	1	2	3	4	5
14. ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación recurre a utilizar incentivos para premiar las buenas acciones de estudiantes, docentes y administrativos?	1	2	3	4	5
15. ¿Los estudiantes, docentes y administrativos reconocen y entienden el significado de las ceremonias, el logo y los colores representativos de la Escuela de Ciencias de Comunicación?	1	2	3	4	5
16. ¿Su trabajo como estudiante, docente o administrativo es coherente con la visión y misión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	1	2	3	4	5
17. ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación tiene un compromiso con el mejoramiento de las condiciones de vida de los seres humanos?	1	2	3	4	5
18. ¿A la Escuela de Ciencias de la Comunicación le interesa su desarrollo integral?	1	2	3	4	5

Anexo N° 5 Guía de entrevista en profundidad

Buenos días, agradezco su predisposición para conversar sobre un tema académico que servirá para realizar un trabajo de investigación sobre cultura organizacional:

- 17) ¿Qué opinión le merece la investigación científica que se elabora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación?
- 18) ¿Usted percibe que se trabaja en equipo?
- 19) ¿Se siente la calidad académica?
- 20) ¿Existe infraestructura, los recursos y las herramientas necesarias para formar profesionales de calidad?
- 21) ¿Existen y se cumplen normas respecto a la forma de vestir de los estudiantes, docentes y administrativos?
- 22) ¿Existen incentivos para premiar las buenas acciones de estudiantes, docentes y administrativos?
- 23) ¿Se percibe un compromiso con el mejoramiento de las condiciones de vida de los estudiantes, docentes y administrativos?

Y sobre comunicación organizacional:

- 24) ¿Existe libro de reclamos?
- 25) ¿Existen periódicos murales?
- 26) ¿Existen boletines informativos?
- 27) ¿Existe revista?
- 28) ¿Existen programas de sugerencias?
- 29) ¿Existe programa de tipo “yo opino”?
- 30) ¿Existe programa de reconocimiento a los méritos?
- 31) ¿Existe convivencia familiar?
- 32) ¿Existe charlas periódicas?

8.- Apéndice

**Cuestionario N° 1: Cuestionario sobre cultura organizacional
 INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
 (JUICIO DEL EXPERTO)**

DATOS GENERALES

1. **Apellidos y nombres del experto: Atoche Pacherras – César Augusto**
2. **Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura**
3. **Especialidad: Doctor en Ciencias Administrativas**
4. **Autor del instrumento: Manuel Castillo Torres**

Variable: Gestión administrativa											
Ítem	Definitiva-mente no		Probable-mente no		En duda		Probable-mente sí		Definitiva-mente sí		Sugerencia
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
10) ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se fomenta la investigación científica?	X		X		X		X		X		
11) ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se promueve el trabajo en equipo?	X		X		X		X		X		
12) ¿Para la Escuela de Ciencias de la Comunicación lo más importante es la calidad académica?	X		X		X		X		X		
13) ¿Cree usted que para ingresar a la Escuela de Ciencias de la Comunicación es necesario ser competente, ya sea como docente, estudiante o administrativo?	X		X		X		X		X		
14) ¿Cree usted que la formación profesional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNP es una de las mejores del país?	X		X		X		X		X		
15) ¿Cree usted que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con la infraestructura, los recursos y las herramientas necesarias para formar profesionales de calidad?	X		X		X		X		X		
16) ¿Percibe usted que la Escuela de Ciencias de la Comunicación permite el crecimiento personal y profesional de los estudiantes, docentes y administrativos?	X		X		X		X		X		
17) ¿Percibe usted un ambiente de cooperación entre estudiantes, docentes y administrativos dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
18) ¿Percibe tener autonomía para tomar decisiones relacionadas con sus estudios o trabajo?	X		X		X		X		X		
19) En la Escuela de Ciencias de la Comunicación, hay claridad en los horarios de entrada y salida para los estudiantes, docentes y administrativos?	X		X		X		X		X		
20) ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación hay normas	X		X		X		X		X		

respecto a la presentación personal de los estudiantes, docentes y administrativos?										
21) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación utiliza sanciones ante una falta?	X		X		X		X		X	
22) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación celebra fechas importantes como su aniversario, día del periodista, en otros?	X		X		X		X		X	
23) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación recurre a utilizar incentivos para premiar las buenas acciones de estudiantes, docentes y administrativos?	X		X		X		X		X	

VALIDACIÓN DE CONSTRUCTO (JUICIO DEL EXPERTO)		Sí	No
1	¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones) y estructura del instrumento?	X	
2	¿A su parecer el orden de las preguntas es el adecuado?	X	
3	¿Existen dificultades para comprender las preguntas del instrumento?	X	
4	¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems del instrumento?	X	
5	¿Los ítems del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?	X	




.....
Dr. César Augusto Atoche Pacherras
DNI N° 02658318
CLAD N° 0921
Profesor Principal UNP licenciada
catochep@unp.edu.pe

Cuestionario N° 2: Cuestionario sobre variable comunicación organizacional planificada en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

**INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
(JUICIO DEL EXPERTO)
DATOS GENERALES**

1. **Apellidos y nombres del experto: Atoche Pacherras – César Augusto**
2. **Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura**
3. **Especialidad: Doctor en Ciencias Administrativas**
4. **Autor del instrumento: Manuel Castillo Torres**

Ítem	Variable: Gestión administrativa										Sugerencia
	Definitivamente no		Probablemente no		En duda		Probablemente sí		Definitivamente sí		
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1) ¿Existe libro de reclamos implementado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
2) ¿Existen periódicos murales en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
3) ¿Existen boletines informativos en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
4) ¿Existe revista de la Escuela en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
5) ¿Existen programas de sugerencias en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
6) ¿Existe programa "yo opino" en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
7) ¿Existe programa de reconocimiento a los méritos en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
8) ¿Existe convivencia familiar en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
9) ¿Conoce la existencia de algún otro programa de comunicación organizacional del tipo charlas periódicas, que tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		

VALIDACIÓN DE CONSTRUCTO (JUICIO DEL EXPERTO)		Sí	No
1	¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones) y estructura del instrumento?	X	
2	¿A su parecer el orden de las preguntas es el adecuado?	X	
3	¿Existen dificultades para comprender las preguntas del instrumento?	X	
4	¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems del instrumento?	X	
5	¿Los ítems del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?	X	





Dr. César Augusto Atoche Pacherras
DNI N° 02658318
CLAD N° 0921
Profesor Principal UNP licenciada
catochep@unp.edu.pe

**Cuestionario N° 1: Cuestionario sobre cultura organizacional
 INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
 (JUICIO DEL EXPERTO)
 DATOS GENERALES**

5. Apellidos y nombres del experto: Jacinto Chunga – Juan José
6. Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura
7. Especialidad: Doctor en Ciencias de la Educación
8. Autor del instrumento: Manuel Castillo Torres

Variable: Gestión administrativa											
Ítem	Definitiva-mente no		Probable-mente no		En- duda		Probable-mente sí		Definitiva-mente sí		Sugerencia
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
24) ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se fomenta la investigación científica?	X		X		X		X		X		
25) ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación se promueve el trabajo en equipo?	X		X		X		X		X		
26) ¿Para la Escuela de Ciencias de la Comunicación lo más importante es la calidad académica?	X		X		X		X		X		
27) ¿Cree usted que para ingresar a la Escuela de Ciencias de la Comunicación es necesario ser competente, ya sea como docente, estudiante o administrativo?	X		X		X		X		X		
28) ¿Cree usted que la formación profesional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNP es una de las mejores del país?	X		X		X		X		X		
29) ¿Cree usted que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con la infraestructura, los recursos y las herramientas necesarias para formar profesionales de calidad?	X		X		X		X		X		
30) ¿Percibe usted que la Escuela de Ciencias de la Comunicación permite el crecimiento personal y profesional de los estudiantes, docentes y administrativos?	X		X		X		X		X		
31) ¿Percibe usted un ambiente de cooperación entre estudiantes, docentes y administrativos dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
32) ¿Percibe tener autonomía para tomar decisiones relacionadas con sus estudios o trabajo?	X		X		X		X		X		
33) En la Escuela de Ciencias de la Comunicación, hay claridad en los horarios de entrada y salida para los estudiantes, docentes y administrativos?	X		X		X		X		X		
34) ¿En la Escuela de Ciencias de la Comunicación hay normas respecto a la presentación	X		X		X		X		X		

personal de los estudiantes, docentes y administrativos?										
35) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación utiliza sanciones ante una falta?	X		X		X		X		X	
36) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación celebra fechas importantes como su aniversario, día del periodista, en otros?	X		X		X		X		X	
37) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación recurre a utilizar incentivos para premiar las buenas acciones de estudiantes, docentes y administrativos?	X		X		X		X		X	

VALIDACIÓN DE CONSTRUCTO (JUICIO DEL EXPERTO)		Sí	No
1	¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones) y estructura del instrumento?	X	
2	¿A su parecer el orden de las preguntas es el adecuado?	X	
3	¿Existen dificultades para comprender las preguntas del instrumento?	X	
4	¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems del instrumento?	X	
5	¿Los ítems del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?	X	



.....
Dr. Jacinto Chunga – Juan José
DNI Nº 02661017
Profesor Principal UNP licenciada

Cuestionario N° 2: Cuestionario sobre variable comunicación organizacional planificada en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación
INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
(JUICIO DEL EXPERTO)

DATOS GENERALES

5. Apellidos y nombres del experto: Jacinto Chunga – Juan José
6. Institución donde labora: Universidad Nacional de Piura
7. Especialidad: Doctor en Ciencias de la Educación
8. Autor del instrumento: Manuel Castillo Torres

Variable: Gestión administrativa											
Ítem	Definitiva-mente no		Probable-mente no		En duda		Probable-mente sí		Definitiva-mente sí		Sugerencia
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
10) ¿Existe libro de reclamos implementado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
11) ¿Existen periódicos murales en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
12) ¿Existen boletines informativos en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
13) ¿Existe revista de la Escuela en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
14) ¿Existen programas de sugerencias en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
15) ¿Existe programa "yo opino" en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
16) ¿Existe programa de reconocimiento a los méritos en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
17) ¿Existe convivencia familiar en calidad de programas de comunicación organizacional tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		
18) ¿Conoce la existencia de algún otro programa de comunicación organizacional del tipo charlas periódicas, que tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación?	X		X		X		X		X		

VALIDACIÓN DE CONSTRUCTO (JUICIO DEL EXPERTO)		Sí	No
1	¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones) y estructura del instrumento?	X	
2	¿A su parecer el orden de las preguntas es el adecuado?	X	
3	¿Existen dificultades para comprender las preguntas del instrumento?	X	
4	¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems del instrumento?	X	
5	¿Los ítems del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?	X	



.....
Dr. Jacinto Chunga – Juan José
DNI Nº 02661017
Profesor Principal UNP licenciada

	Item	Juez 1	Juez 2	Promedio	
Variable: cultura organizacio nal	1	1	1	1.00	
	2	1	1	1.00	
	3	1	0	0.50	
	4	1	1	1.00	
	5	1	1	1.00	
	6	1	1	1.00	
	7	1	1	1.00	
	8	1	1	1.00	
	9	1	1	1.00	
	10	1	0	0.50	
	11	1	1	1.00	
	12	1	1	1.00	
	13	1	1	1.00	
	14	1	1	1.00	
Variable: comunicaci3 n organizacio nal	15	1	1	1.00	
	16	1	1	1.00	
	17	1	1	1.00	
	18	1	1	1.00	
	19	1	1	1.00	
	20	1	1	1.00	
	21	1	1	1.00	
	22	1	1	1.00	
	23	1	1	1.00	
	Promedio:	1.00	0.91	0.96	