



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO

**RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA
IMAGEN DEL PÚBLICO INTERNO DE UNA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA PARTICULAR DEL DISTRITO DE SANTIAGO DE
SURCO, 2018**

**PRESENTADA POR
ANA JANET PINEDA DÍAZ**

**ASESOR
ENRIQUE ELIAS VILLANUEVA**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN RELACIONES
PÚBLICAS**

LIMA – PERÚ

2018



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SECCIÓN DE POSGRADO

**RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA IMAGEN DEL
PÚBLICO INTERNO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR
DEL DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO, 2018**

PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN RELACIONES PÚBLICAS

PRESENTADO POR:
LIC. ANA JANET PINEDA DÍAZ

ASESOR
MG. ENRIQUE ELIAS VILLANUEVA

LIMA, PERÚ

2018

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen María, por acompañarme y ayudarme cada instante de mi vida.

A mi amado hijo Renzo, quien es el motor de vida y la alegría de mis días.

A mis padres Rosa y Amador por su infinito amor, por ser mi guía y apoyo incondicional, porque todo se lo debo a ellos.

A mi hermana Lesly por ser la mejor hermana que Dios me ha podido regalar.

AGRADECIMIENTO

Al Rvdo. padre Johan Leuridan Huys, por el gran apoyo brindado y la oportunidad de poder concretar esta investigación.

Al Mag. Enrique Elías por su guía y paciencia para la realización del presente trabajo.

A la Dra. Marita Solórzano, por sus consejos y su buena disposición.

ÍNDICE

PORTADA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	1
Descripción de la realidad problemática	1
Formulación del problema	5
Problema principal	5
Problemas específicos	5
Objetivos de la investigación	6
Objetivo principal	6
Objetivos específicos	7
Justificación de la investigación	8
Importancia de la investigación	9
Viabilidad de la investigación	10
Limitaciones del estudio	10

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación	12
1.1.1 Tesis internacionales	12
1.1.2 Tesis Nacionales	14
1.2 Bases teóricas	16
1.2.1 Teoría o modelo teórico	16
1.2.2 Cultura organizacional	17
1.2.2.1 Supuestos sobre adaptación externa	25
1.2.2.1.1 Misión y estrategia	26
1.2.2.1.2 Medición de resultados	30
1.2.2.1.3 Estrategias correctivas y de reparación	31
1.2.2.2 Supuestos sobre la gestión de la integración interna	32
1.2.2.2.1 Lenguaje común	33
1.2.2.2.2 Criterios de inclusión y exclusión	34

1.2.2.2.3	Distribución de poder y estatus	35
1.2.2.2.4	Asignación de recompensas y castigos	35
1.2.2.3	Supuestos sobre la realidad, verdad, tiempo y espacio	37
1.2.2.3.1	Naturaleza de la realidad y la verdad	38
1.2.2.3.2	Naturaleza sobre el tiempo	38
1.2.2.3.3	Naturaleza del espacio	40
1.2.2.4	Supuestos sobre la naturaleza humana, actividades y relaciones	41
1.2.2.4.1	Naturaleza humana	42
1.2.2.4.2	Actividad humana apropiada	43
1.2.2.4.3	Naturaleza de las relaciones humanas	44
1.2.3	Imagen	46
1.2.3.1	Estructura de la imagen corporativa.	47
1.2.3.1.1	Niveles de desarrollo de la imagen corporativa Como estructura mental cognitiva	48
1.2.3.1.2	Atributos significativos	49
1.2.3.2	Los públicos de las organizaciones	52
1.2.3.2.1	La interacción individuo - organización	53
1.2.4	Las relaciones públicas y la educación	54
1.3	Definición de términos básicos	57

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1	Formulación de la hipótesis	59
2.1.1	Hipótesis principal	59
2.1.2	Hipótesis específicas	59
2.2	Variables y definición operacional	60

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1	Diseño Metodológico	62
3.1.1	Diseño de investigación	62
3.1.2	Nivel de investigación	62
3.1.3	Método de investigación	63
3.2	Diseño muestral	63
3.2.1	Población	63
3.2.2	Muestra	64
3.3	Técnicas de recolección de datos	64
3.3.1	Técnicas	64
3.3.2	Instrumentos	64
3.3.3	Validez de instrumento de medición	64
3.3.4	Confiabilidad de instrumento de medición	67
3.4	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	68
3.4.1	Presentación y análisis de resultados	68
3.4.2	Prueba de hipótesis	68
3.5	Aspectos éticos	69

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1	Presentación de análisis y resultados	70
4.1.1	Prueba de hipótesis	106
4.1.1.1	Hipótesis principal	106
4.1.1.2	Hipótesis específica primera	107
4.1.1.3	Hipótesis específica segunda	108
4.1.1.3	Hipótesis específica tercera	109
4.1.1.3	Hipótesis específica cuarta	111
4.1.1.3	Hipótesis específica quinta	112
4.1.1.3	Hipótesis específica sexta	113
4.1.1.3	Hipótesis específica séptima	115
4.1.1.3	Hipótesis específica octava	116

CAPÍTULO V DISCUSIÓN	118
-----------------------------	------------

CONCLUSIONES	121
---------------------	------------

RECOMENDACIONES	124
------------------------	------------

FUENTES DE INFORMACIÓN	125
-------------------------------	------------

ANEXOS	129
---------------	------------

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es identificar la relación que existe entre la cultura de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco y la imagen que este proyecta a su público interno en el año 2018.

Para el estudio de las variables antes mencionadas se apoyó en los fundamentos planteados por Edgar Schein para el tema de cultura organizacional y de Paul Capriotti en cuanto al tema de imagen.

La metodología que se aplicó para la investigación fue cuantitativa, de tipo descriptivo correlacional y se desarrolló la técnica de la encuesta. El diseño aplicado es de carácter no experimental. La población estuvo conformada por el público interno de una institución educativa particular, donde la muestra estuvo constituida por 25 personas entre personal docente y administrativo.

En cuanto a los principales resultados se puede destacar que hay una relación significativa entre la cultura organizacional y la imagen del público interno de la Institución Educativa Particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

Palabras claves: cultura, imagen, supuestos compartidos, estructura de la imagen corporativa, público interno

ABSTRACT

This paper aims at identifying the current relationship between the culture of a private educational center in Santiago de Surco District and the image projected to its internal public in the present year 2018.

The study of the variables above mentioned is based on the theory proposed by Edgar Schein regarding organizational culture, and that by Paul Capriotti regarding image.

The research methodology is quantitative of a correlational and descriptive type. We applied a non-experimental survey to the internal public of a private educational center, which was represented by a sample of 25 people including teachers and administrative members.

As for the main results, it should be noted the significant relationship between the organizational culture and the internal public image at the private educational center in Santiago de Surco District as obtained in 2018.

Key words: culture, image, shared assumptions, corporate image structure, internal public.

INTRODUCCIÓN

1. Descripción de la realidad problemática

Todas las organizaciones han formado una cultura que les permite diferenciarse de las demás. Sin embargo, hay que admitir que es difícil darnos cuenta de ella a simple vista. Para ello, se debe profundizar en conocer y comprender al ser humano, que en sí mismo es complejo y lo es aún más cuando se trata de individuos que provienen de diferentes idiosincrasias a los que desea integrarse en un mismo grupo, con el fin de lograr una mejor convivencia dentro de una organización.

Según Solórzano (2009): “Las Relaciones Públicas privilegian a la relación humana (...) Inciden en la cultura y comportamiento de las organizaciones, dándose prioridad a la percepción de los públicos para realimentar el proceso relacional” (p.118).

Para poder gestionar la relación y comunicación en las organizaciones, objeto de estudio de las Relaciones Públicas, es necesario que se conozca la cultura de una organización; es decir, conocer los valores, creencias, tradiciones para transmitir con claridad los mensajes que darán origen a la imagen de una institución.

En este sentido, se podría decir que el relacionista público tiene una tarea titánica dentro de las organizaciones, a fin de resolver los diversos conflictos que se manifiestan en ellas y poder analizar las actitudes, percepciones, frustraciones y creencias de los miembros, las que influenciarán decisivamente al momento de querer orientarlo a compartir e interiorizar las normas y valores establecidos como parte de su identidad, es decir, llevarlos a una convergencia y a una cultura compartida necesaria dentro de toda organización.

En tal sentido, al marcarse los valores, las creencias y las pautas de comportamiento entre los miembros de una organización, se está estableciendo la base para desarrollar una sólida relación y

entendimiento entre las organizaciones y sus públicos, en el que debe imperar el valor de la credibilidad y confianza, pero una verdadera confianza basada en un equilibrio entre lo que la organización dice y hace.

El tomar conocimiento del perfil de la cultura actual de una organización y la imagen que proyecta a sus públicos, es indispensable; ya que es la base para establecer acciones a futuro, lo que ayudará a detectar los problemas y a trabajar en posibles soluciones.

Por tal motivo, resultó conveniente investigar “La Relación entre la Cultura Organizacional y la Imagen del Público Interno de una Institución Educativa Particular del distrito de Santiago de Surco, 2018”, ya que los centros de educación inicial como instituciones que ejercen una función vital, deben considerar primordial el brindar condiciones de confianza a su público, y más aún cuando estos centros son la base para el desarrollo de valores, aptitudes cognitivas, socio-afectivas y emocionales de todo ser humano, las que tendrán repercusión para el resto de sus vidas.

En nuestro país, ya se ha asimilado que el aprendizaje de todo ser humano comienza desde que nacemos, por lo que gran cantidad de instituciones orientadas a la educación inicial, que empezaron sus actividades con la atención a niños de tres a cinco años, dispusieron extender su cobertura a niños de cero a dos años, pues se ha comprobado el impacto positivo que tiene la estimulación temprana. (Ministerio de Educación, 2012)

Otra de las razones por las que se ha incrementado la demanda de este servicio es porque ambos padres de familia tienen responsabilidades laborales fuera del hogar lo que ha obligado a que se desprendan de sus hijos, desde recién nacidos.

En cualquiera de los casos, los centros de educación inicial no solo deben preocuparse por brindar a este grupo humano: los niños, las condiciones necesarias para su desarrollo, sino que también puedan convivir en un ambiente armonioso, lleno de afectos que los hagan sentir como si estuviesen en casa y es que los padres de familia están depositando su total confianza en que el cuidado de sus pequeños se desarrollará de esa manera.

En ese contexto, es de vital importancia que en estas instituciones se desarrolle una coherente actuación entre lo que se ofrece en sus premisas y en la conducta de sus miembros, pues es en esta etapa, en que se desarrolla la personalidad del ser humano y donde se afianzan los valores mediante experiencias de vida intelectual y moral.

Esto reafirma que los centros de educación inicial desarrollan un papel importante, inculcando el respeto a los demás, honestidad, solidaridad y otros tantos valores que se interiorizan desde muy pequeños y se expresan en sus futuras acciones.

Entonces, es necesario insistir en que estas instituciones deben conocer bien a las personas que la conforman, ya que no solo deben contar con una sólida formación profesional, sino que también deben poseer los valores que la institución intenta transmitir a los niños, deben estar en buenas condiciones psicológicas, deben identificarse con su centro de labores y con su profesión, ya que de no ser así, traería graves consecuencias, porque está en juego el cuidado y formación de los niños que tienen a su cargo.

Sin embargo; a pesar de estar bien especificadas las características que deben tener las personas encargadas de la enseñanza y cuidado de los más pequeños, se han detectado problemas en este sector; como la capacitación deficiente de los profesores, el uso de la tecnología inadecuada para la enseñanza y aprendizaje, aunado a las múltiples denuncias de maltrato físico, psicológico y abuso sexual infantil.

Considerando lo expresado anteriormente; los directores y administradores de los centros de educación inicial deben asumir como una inversión la investigación, que los lleven hacia el conocimiento de la esencia de su cultura, el analizar las situaciones cotidianas de las personas que lo conforman y el descubrir si hay acuerdos o discrepancias entre ellas, ya que el desconocer estos aspectos impedirá el cumplimiento de sus metas.

En este sentido, se requiere tomar en cuenta que dentro de estas instituciones se debe unificar esfuerzos y procurar mantener la confianza que depositan en él, los padres de familia, realizando constantes monitoreos de todas las áreas y elementos que la componen, para afianzar su misión y sus propósitos, a fin de que impere el respeto por las características y desarrollo de cada niño, siempre teniendo en cuenta que del trabajo de este grupo humano o público interno, dependerá el conseguir las metas propuestas por la institución y en consecuencia la imagen que se formen de ella su público.

Desde esa perspectiva, en que toda organización debe tomar conciencia de lo necesario de descubrir la esencia de su cultura, se concluye que también es de suma importancia conocer la imagen que se forma el público interno de estos centros de educación inicial, conocer cómo percibe a la organización, ya que por estar inmerso en ella, no está excluido de formarse una imagen acerca de la misma; puede ser que se encuentre identificado con las normas que rige a la organización, su misión, visión y valores, pero no con las actitudes y comportamientos de la totalidad de sus miembros.

La mayoría de las organizaciones manifiestan su preocupación e interés por conocer la imagen que tiene su público externo, sin reparar en que el interno también puede hacer un comentario, juicio u opinión acerca de la organización a la que pertenecen, pues cuenta con información privilegiada para influir en un gran número de personas, ya que quien la

está transmitiendo, no es alguien ajeno a la organización, sino de un integrante de ella.

2. Formulación del problema

De acuerdo a la problemática que hemos planteado se formularon las siguientes interrogantes:

2.1 Problema principal

¿De qué manera **LA CULTURA ORGANIZACIONAL** se relaciona con la **IMAGEN** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?

2.2 Problemas específicos

- 1) ¿Qué relación existe entre los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?
- 2) ¿De qué manera los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** se relacionan con **LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?
- 3) ¿Qué relación existe entre los **SUPUESTOS SOBRE LA GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?
- 4) ¿Qué relación existe entre los **SUPUESTOS SOBRE LA GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** y **LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?

- 5) ¿De qué manera los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** se relacionan con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?
- 6) ¿Qué relación existe entre los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** y **LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?
- 7) ¿Qué relación existe entre los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?
- 8) ¿De qué manera los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** se relacionan con **LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** que se forma el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018?

3. Objetivos de la investigación.

3.1 Objetivo principal

Identificar la relación entre la **CULTURA ORGANIZACIONAL** y la **IMAGEN** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

3.2 Objetivos Específicos

- 1) Determinar la relación existente entre los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.
- 2) Establecer la relación entre los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.
- 3) Identificar la relación existente entre los **SUPUESTOS SOBRE LA GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** que se forma el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.
- 4) Identificar la relación entre los **SUPUESTOS SOBRE LA GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.
- 5) Establecer la relación entre los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.
- 6) Identificar la relación entre los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.
- 7) Señalar la relación entre los **SUPUESTOS SOBRE LA**

NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

8) Determinar la relación entre los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

4. Justificación de la investigación

El desarrollo de esta investigación se justifica debido a la necesidad de conocer la cultura organizacional, así como la imagen que tiene el público interno, para establecer acciones que ayuden a detectar problemas y a plantear soluciones en la Institución Educativa Particular, que al igual que todos los centros de educación inicial, ejercen una función vital, ya que son la base para la formación de todo ser humano.

En otras palabras, el desarrollo de una cultura compartida dentro de los centros de educación inicial no solo repercutirá sustancialmente en la imagen que se formen sus públicos, sino también en el entorno en general considerando que la repercusión que genera la educación en el desarrollo de los más pequeños, es también decisiva para el ámbito económico y social de un país.

Por otro lado, todo tipo de organización, por más pequeña que sea, como es el caso de la Institución Educativa Particular, debe realizar estudios para alcanzar el conocimiento de su cultura, según Rojas (2012) las PYME, ONG y cualquier otro emprendedor puede acceder a las relaciones públicas al comprender la relevancia de la comunicación como instrumento para el logro de las metas y objetivos organizacionales y mejor interacción con sus públicos de interés.

Finalmente, no se ha encontrado investigaciones en el Perú que relacionen cultura organizacional e imagen en el público interno de los centros de educación inicial y en ese sentido puede ser un primer paso para continuar con futuras indagaciones que permitan profundizar en el conocimiento conjunto de ambos aspectos en estas instituciones.

5. Importancia de la investigación

La presente investigación ha permitido conocer las situaciones cotidianas, acuerdos, discrepancias, etc. En otras palabras, el comportamiento de todos los integrantes del centro de educación inicial, así como también su repercusión en la imagen que percibe su público interno.

Desde el punto de vista social:

Se consideró importante conocer la cultura de los centros de educación inicial, dado que, estas instituciones cumplen una función vital en la infancia y niñez de todo ser humano. Al respecto, Chinoy (1999) manifiesta:

Que en estudios sobre niños, realizado por Piaget, se demostró la “progresiva socialización del pensamiento” en relación con sus juicios morales, razonamiento, lenguaje, la idea de causalidad y su concepción del mundo, por otro lado, Coley destacó que los grupos primarios son base de la personalidad, puesto que durante la infancia y la niñez, periodos de mayor plasticidad de su desarrollo, se adopta características y sentimientos humanos principales. (p.104)

Desde esa perspectiva, esta investigación apunta a mejorar la cultura de estas instituciones, más aún cuando son la base para el desarrollo de valores, aptitudes cognitivas, socio-afectivas y emocionales de todo ser humano, las que tendrán repercusión para el resto de sus vidas.

Desde el punto de vista económico

Los hallazgos encontrados en esta investigación, respecto a la cultura y a la imagen, contribuirán a plantear una gestión eficaz de relaciones públicas para alcanzar sus metas y por ende los objetivos económicos de todo centro de educación inicial.

6. Viabilidad de la investigación

El estudio es considerado viable, ya que la Institución Educativa Particular del distrito de Santiago de Surco, ha visto importante y beneficioso el tomar conocimiento de su cultura organizacional, por lo que han autorizado el acceso a toda la documentación necesaria para el análisis de la investigación y a ingresar sin restricción a las instalaciones dentro del tiempo en que se realice el estudio.

Por otro lado, se cuenta con los recursos económicos y materiales que serán necesarios para la investigación y cabe mencionar que el investigador se encargará personalmente de realizar el estudio in situ.

Como se puede apreciar hay facilidades para trabajar en el tema, además de contar con material bibliográfico relevante, ya que existe literatura para la construcción del marco teórico.

7. Limitaciones de estudio

En cuanto al acceso de información, no se encuentran limitaciones para la realización de esta investigación “La relación entre cultura organizacional y la imagen del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018”.

En relación al dinero para realizar la investigación no existe ninguna limitación, ni tampoco en cuanto a la disponibilidad del investigador para realizar el trabajo de campo, ni limitación para la adquisición de los recursos materiales necesarios.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

Es necesario conocer los aspectos teóricos que sustentan el estudio de la presente investigación “La relación entre la cultura organizacional y la imagen del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018”; por lo que considerando lo anteriormente expuesto, en este capítulo se hará referencia a trabajos realizados y relacionados a nuestro estudio, así como también se mostrarán las bases teóricas relativas a los temas de cultura organizacional e imagen.

1.1 Antecedentes de la investigación

Si bien es cierto que hay innumerables investigaciones respecto a cultura organizacional aplicadas a empresas e instituciones de diferentes rubros, son pocos los referidos a la cultura organizacional y su repercusión en la imagen en centros de educación inicial.

1.1.1. Tesis internacionales

Cámara (2012) en su tesis doctoral “Conflicto, Cultura y Compromiso Organizacional. Un estudio en profesorado de las instituciones educativas de la Región Autónoma de Madeira” publicada en la Universidad de Cádiz, Portugal.

Tuvo como objetivo estudiar la relación existente entre la Cultura Organizacional de los centros educativos, los tipos de conflicto vividos entre los profesores de cada establecimiento educativo y su nivel de Compromiso Organizacional con la finalidad de proponer o reflexionar sobre posibles formas de ayudar a cada escuela a conocer las características de su propia Cultura y

los aspectos de esa Cultura que pueden de alguna forma estar condicionando otras variables inherentes al funcionamiento de la escuela como organización.

El estudio se basa en los resultados obtenidos utilizando una muestra de 513 profesores, distribuidos por 63 instituciones escolares de la Región Autónoma de Madeira.

Los resultados revelaron la existencia de diferencias al nivel de los Tipos de Conflicto, dependiendo del género, edad y categoría profesional de los profesores y del tipo de centro educativo y se observaron también variaciones significativas en los Factores de la Cultura Organizacional, dependiendo de la tipología de los centros educativos y del género y grupo profesional de los profesores.

Se observó que el nivel de Compromiso es influenciado de forma positiva por el Índice de Afiliación, Orientación hacia el Futuro y tiempo de trabajo en el centro educativo y de forma negativa por el Conflicto de Proceso.

Salvatierra (2005) realizó el estudio descriptivo correlacional titulado Comportamiento organizacional y cultura organizacional educativa en instituciones educativas del nivel de educación secundaria en el Distrito Federal. Publicada por la Universidad UNAM de México.

Lo que se pretendió fue establecer la relación entre los elementos de la estructura organizacional funcional de los directores de las instituciones educativas como burocracia, concentración de poder y acceso a la información con los componentes misión y visión de la cultura organizacional.

Para ello, se trabajó con 50 instituciones educativas y con una población de 200 directores, subdirectores y administradores. De dicho trabajo se concluyó en cuanto a los directores y subdirectores se presentaba de manera moderada los elementos concentración de poder y acceso a la información, principalmente en los varones (80%), y solo el 20% de las mujeres lo realizaban. En cuanto a los administradores el 90 % presentaba el elemento acceso a la información como pertenencia al cargo, salvo a sus superiores (directores). Fue posible encontrar correlación moderada entre los elementos concentración de poder ($r= .57$) y acceso a la información ($r= .55$) y los componentes misión y visión de la cultura organizacional en los directivos

varones y mujeres. En el caso de los administradores se encontró una correlación baja entre los elementos burocracia ($r=.33$), concentración de poder y acceso a la información ($r= .36$) con los componentes visión y misión de la cultura organizacional. Ello indicó que en este grupo, sus funciones no estaban cumpliendo con los lineamientos de la misión y visión institucional.

Puga (2005) en su tesis: “Diagnóstico de la Imagen Corporativa de una Compañía de Seguros “Caso de la Compañía Aseguradora del Sur“. Publicada en la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito, Ecuador.

Tuvo por objetivo diagnosticar la Imagen Corporativa de la Aseguradora del Sur y a través de la realización de un estudio permita determinar los problemas comunicacionales de la empresa.

Después de aplicar encuestas al público interno conformado por 86 empleados, concluyó que la Aseguradora del Sur a pesar de tener apenas 15 años en el mercado, ha logrado posicionarse entre las compañías de más crecimiento en la última década, cuenta con personal muy fiel a la organización.

El público interno considera que la aseguradora es una empresa con mucho futuro, los empleados tienen mucha confianza en las decisiones tomadas por la alta gerencia. La imagen que tiene el público interno de la Compañía es muy bueno y piensa que le falta muy poco para llegar a ser líder en el campo asegurador. La Compañía no tiene ningún tipo de estrategia comunicacional, los empleados piensan que debería existir una mejor comunicación entre la alta gerencia y los empleados.

Para ello recomendó: Fortalecer y consolidar la identidad corporativa de Aseguradora del Sur, en sus rasgos físicos y culturales de identidad, a través de:

- Elaborar un plan de comunicación interna.
- Dar a conocer los rasgos culturales de la compañía (misión, visión, valores y filosofía), a través de: carteleras, cuadros donde se publiquen los valores corporativos, misión, visión.
- Desarrollar el uso de la Intranet, para la circulación rápida y efectiva de la información.

- Elaborar un anuario de la compañía para fortalecer la identidad corporativa.
- Capacitación orientada al servicio al cliente.

1.1.2. Tesis Nacionales

Morocho (2012) en su tesis de maestría titulada: “Cultura organizacional y autopercepción del desempeño docente en las instituciones educativas del nivel primaria Red N° 7 callao”, publicada en la Universidad San Ignacio de Loyola de Lima, Perú.

Tuvo como finalidad relacionar la cultura organizacional y la autopercepción del desempeño docente de las instituciones educativas del nivel primario pertenecientes a la red N° 7 Región Callao. La muestra estuvo formada por 184 docentes. Los instrumentos utilizados fueron un inventario de cultura organizacional educativa de Marcone (2003), y un cuestionario de desempeño docente bajo el enfoque de Valdés (2000).

Los resultados evidencian que existe una correlación significativa entre las dimensiones de cultura organizacional y el desempeño docentes. No obstante hay predominio de niveles medios de la autopercepción del desempeño docente. Se concluyó que la cultura organizacional educativa es una herramienta eficaz para el desempeño docente.

Paredes (2017) realizó una investigación sobre “El proceso de las relaciones públicas y la imagen institucional de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna 2014” publicada en la Universidad Privada de Tacna. Tacna, Perú.

Los objetivos de investigación fueron identificar la percepción del proceso de las Relaciones Públicas que tiene el público interno de la universidad e identificar la percepción que tiene el público interno sobre la Imagen institucional en la universidad, para ello realizó un estudio relacional, no experimental y la unidad de estudio estuvo conformada por 366 personas pertenecientes al público interno de la institución dividida en tres categorías:

Docentes, estudiantes y administrativos. Las dimensiones del proceso de relaciones públicas fueron apreciadas como deficientes en un mayor porcentaje por el público interno de la Universidad, lo cual se estima en el público investigado que perciben una imagen institucional poco eficiente.

Lázaro, L.; Romero, R.; Saavedra, J.; Vásquez M. (2017) en la tesis para obtener el grado de magister Titulada “La Cultura Organizacional en Tres Bancos Comerciales del Departamento de Lambayeque”, publicada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Tuvo como objetivo de investigación identificar los atributos de la cultura organizacional de las tres empresas; determinar las diferencias entre los atributos culturales percibidos en comparación con la cultura que los encuestados consideran la ideal; relacionar el objeto de estudio con variables tales como: género, área laboral, ubicación geográfica, antigüedad laboral, y rango de edad; y con ello se pueda concluir si influyen o no en la percepción que tienen los miembros de la cultura en su organización e identificar si existen indicios de varias culturas dentro de una misma organización.

La metodología utilizada es descriptiva y comparativa, su diseño es no experimental de tipo transversal y de enfoque cuantitativo.

Entre los resultados se tiene que la primera institución analizada incentiva un liderazgo de equipos basado en el respeto y la transparencia en un entorno que brinda todas las facilidades de bienestar, seguridad y desarrollo profesional. La segunda institución se muestra que la cultura percibida actual y deseada es la dimensión clan, (fomenta en sus equipos un ambiente familiar y agradable para trabajar); en la tercera institución se observó que la dimensión predominante en la cultura percibida actual es mercado y para la cultura deseada predomina la dimensión clan, por lo que los equipos de trabajo deberían estar alineados y comprometidos con la estrategia y los objetivos de largo plazo que se ha trazado la empresa y que requiere de un plan de desarrollo del capital humano en base a desempeño, donde el trabajador perciba que la empresa se preocupa por sus colaboradores y premia su esfuerzo y dedicación y que ellos constituyen su mayor activo.

1.2 Bases teóricas

Las Relaciones Públicas como gestora de una interacción positiva entre las organizaciones y sus públicos, con el fin de resolver los diversos conflictos que se manifiestan en ellas, han ayudado a profundizar el estudio del ser humano en las organizaciones, en este caso, en la investigación de su accionar al interior de la Institución Educativa Particular.

Para Chinoy (1999): ningún individuo escapa durante su vida a la influencia de la cultura y de la sociedad. Parte de su cultura ha sido incorporada en su personalidad – ha sido internalizada e interiorizada, como a menudo se dice – bajo la forma de pautas de respuestas, valores, actitudes, y modos de percepción y entendimiento. (p.105)

Como se menciona, el ser humano ha venido desarrollando su propia cultura en base a experiencias y a su entorno social, sin percatarse cuáles fueron los indicadores que orientaron su comportamiento dentro de la sociedad.

Por otro lado, consciente e inconscientemente, estos comportamientos dentro de una organización, generarán una imagen en sus públicos. Rebeil mencionado por Matilla (2009) dice: “que desde el instante en que una organización pone de manifiesto su identidad y comienza el proceso de comunicación con sus públicos, se inicia también el proceso de formación de su imagen” (p.21).

1.2.1 Teoría o modelo teórico

Dado que las relaciones públicas se apoyan en las ciencias sociales como la psicología, antropología, sociología, para facilitar una integración entre las organizaciones y sus públicos, por ello, para analizar o comprender la primera variable objeto de estudio, se ha tomado como referencia el aporte de Edgar Schein en cuanto a cultura organizacional, dado que es uno de los investigadores que ha realizado un análisis profundo acerca del tema.

Schein plantea que la cultura puede ser estudiada a través de tres niveles, que si bien es cierto se interrelacionan, sin embargo, si es que no se profundiza en el tercer nivel al que denomina los supuestos básicos subyacentes, será difícil entender las manifestaciones de los dos primeros niveles, por lo que, a estos supuestos los considera la esencia de la cultura dado que, en ella se observa la interacción entre sus miembros y las experiencias que les ha permitido solucionar sus problema repetidamente, las que quedarán como una forma de actuar dentro de la organización.

Por otro lado, en cuanto a la variable imagen, el estudio se ha basado en los fundamentos teóricos de Paul Capriotti, reconocido experto en temas de imagen corporativa, quien ha profundizado en cómo se estructura y se forma la imagen en los públicos de una organización.

Estos planteamientos de Capriotti permiten identificar y reconocer aquellos atributos que son importantes para los públicos, dependiendo de sus intereses y la relación que tenga con la organización, lo que ayudará a plantear estrategias que la lleven a una situación coherente entre lo que dice ser y lo que los públicos experimentan al entrar en contacto con ella.

1.2.2 Cultura organizacional

A lo largo de los años, se ha presentado distintas formas de entender la cultura, y se podría decir que ha estado presente en todos los sistemas sociales y ámbitos cotidianos.

Pérez & Solórzano (1999) señalan que: “el vocablo cultura viene a ser los comportamientos aprendidos o patrones de vida predominantes” (p.20), por lo que, es utilizado para conocer mejor los aspectos abstractos y complejos de la vida organizacional.

Estos comportamientos son una mezcla de rasgos que caracterizan a un grupo dentro de una organización. De acuerdo a ello, Ostos (2016) manifiesta que la cultura viene a ser un factor de integración, ya que los

miembros de la organización, para sentirse parte de ella, deben cumplir con pautas previamente establecidas” (p.87).

En ese mismo orden de ideas, se aprecia que el proceso de formación de la cultura tiene la misma esencia que el proceso de formación grupal, desde ese enfoque Bao (1981) manifiesta que:

Desde que el niño hace su aparición en el mundo encuentra un grupo social familiar que él no fundó, ni eligió, pero al que inexorablemente tiene que afiliarse. A partir de ese momento y hasta el fin de su existencia, este nuevo ser deberá militar voluntaria o involuntariamente, simultánea o sucesivamente, en innúmeros grupos sociales. (p.10)

Sociólogos y antropólogos han recalcado la importancia de la cultura, se le identifica también como el lugar donde se aprenden los símbolos que empleamos en la comunicación y sus significados.

“La cultura existe en la medida en que los hombres comparten sentimientos, acciones, pensamientos que, además han adquirido a través de la misma participación del grupo humano, por medio del proceso conocido como socialización” (Puga, Peschard & Castro, 1992, p.48).

En ese sentido, el hombre desarrolla toda su vida integrando grupos sociales, los que deben crearse para abrir camino a la formación de la cultura, los que resultarán de las actividades del líder y de las experiencias compartidas desarrolladas al interior de la organización.

Para Schein (2004) la cultura:

Es un patrón de supuestos básicos compartidos que fue aprendido por un grupo para resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna, que han funcionado lo suficientemente bien como para ser considerados válidos y por consiguiente, para enseñar a los

nuevos miembros como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas. (p.17)

De lo planteado por Schein se entiende que la cultura es el comportamiento diario de las personas que conforman una organización, que a través de experiencias compartidas ayudaron a la organización a salir de una crisis o tener momentos de éxito, y que en adelante, deberán ser transmitidas a los nuevos integrantes.

Estos supuestos básicos también son considerados como:

Una zona oculta, inconsciente que no es posible comunicar y otra comunicable (...) la cultura de una organización puede detectarse en ambas zonas, de la misma forma que un sentimiento humano tiene frecuentemente, una manifestación en la conciencia y otra desconocida aunque interrelacionada con la primera, de la cual solo observamos los síntomas, pero nunca, hasta que se haga consciente, la causas reales que producen esa sintomatología. (Villafañe, 2008, p.141)

En ese contexto, las características ocultas o inconscientes mencionadas pueden llegar a conocerse a través de un análisis más profundo del comportamiento de sus miembros, por lo que hay que considerar que en cuanto mayor sea el conocimiento que tengamos de ellos y conozcamos quién o quiénes son los que influyen dentro de la organización; ayudará a resolver los problemas y afrontarlos de una mejor manera.

En este sentido, no hay que dejar de lado, el rol relevante que cumple el líder dentro de una organización:

That cultures begin with leaders who impose their own values and assumptions on a group. If that group is successful and the assumptions come to be taken for granted, we then have a culture

that will define for later generations of members what kinds of leadership are acceptable. (Schein, 2004, p.2)

Por lo que, la cultura se inicia con las creencias y valores del líder, si estas dan buenos resultados se convertirán en una regla a seguir que determinará cómo deben realizarse las labores diarias, las que quedarán para posteriores generaciones.

Dentro de ese enfoque, también hay que tener en cuenta que si frente a un problema, no se logra reducir la ansiedad en el grupo, se puede dar paso a otro miembro con nuevas propuestas para la solución de las mismas y si con ello se logra dar seguridad al grupo, se le considerará en adelante el nuevo líder. (Schein, 2004, p.243)

De lo mencionado anteriormente, cabe destacar un fuerte vínculo entre el liderazgo y la cultura, y llegar a la conclusión de que no necesariamente el fundador de la organización será considerado como líder, pero sí afirmar que para ser apreciado como tal, es porque consiguió que los demás miembros acepten sus ideas y se identifiquen con ellas.

Otro aspecto a tomar en consideración es que: “la cultura organizacional está cimentada en los elementos de la cultura del país en que se encuentra ubicada, por lo que, es indispensable entender las diferencias culturales que aportan los actores implicados” (Ferrari y França, 2012, p.171).

En su intento por conceptualizar la cultura organizacional, los autores antes mencionados han conformado un marco interesante para conocerla mejor y se comprueba cierta coincidencia entre ellos del que se puede deducir que las organizaciones desarrollan una cultura que le da identidad a los miembros que la integran y concuerdan en que es el fruto de la interacción de los que la conforman.

Podemos decir que toda organización desde su creación tiene una cultura propia, que la caracteriza y le da identidad. Al respecto Capriotti (2013) dice:

Puede suceder que la cultura de una entidad no esté lo suficientemente unificada e incluso tenga pautas contradictorias, pero ello no quiere decir que no tenga cultura corporativa. Lo que tendrá será una cultura con rasgos pocos definidos o contradictorios, pero esa es una forma particular de Cultura Corporativa. (p.150)

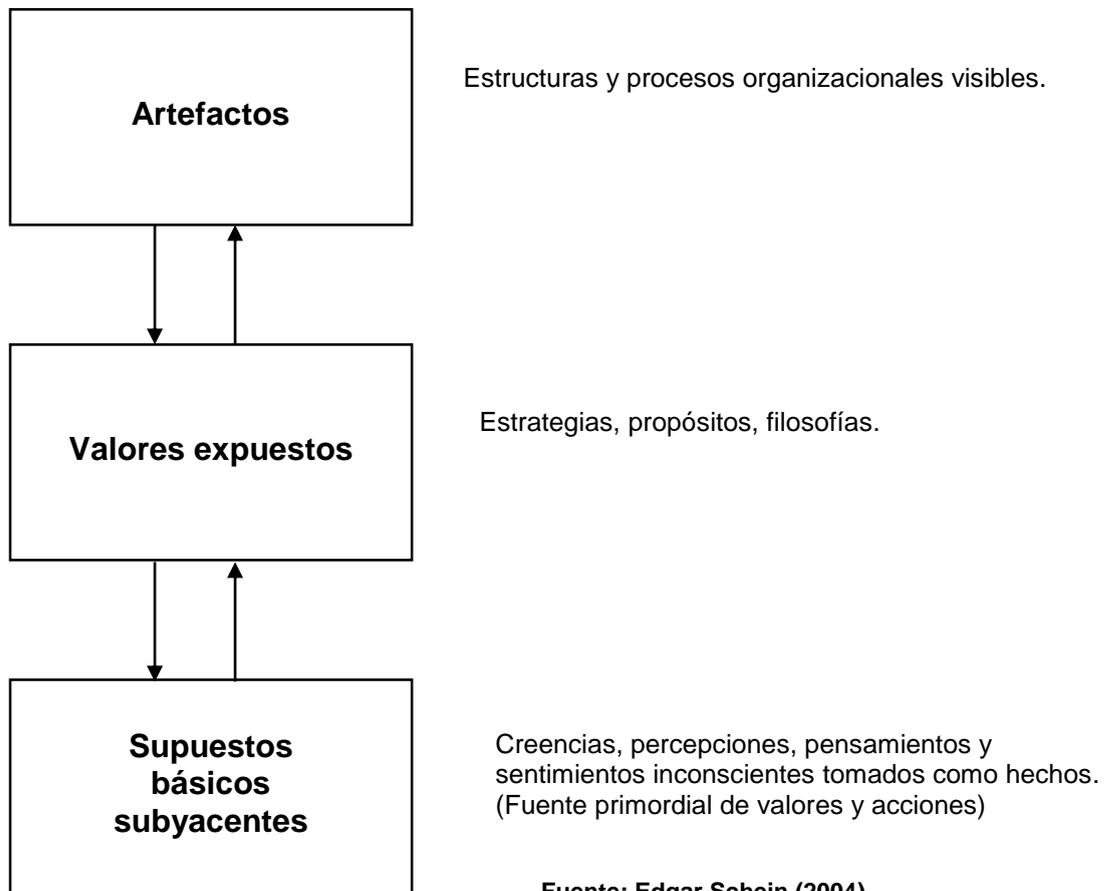
En ese mismo orden de ideas, debido a que la cultura corporativa tiene un notable impacto sobre los procesos de relaciones públicas, es que a este último le corresponde orientar, de manera positiva, a los miembros y grupos que integran toda organización.

- **Niveles de la cultura organizacional**

Para conocer mejor la cultura de las organizaciones existen varias propuestas que ayudan a reflejar sus rasgos, así como los valores o normas y las creencias compartidas que llevaron a los miembros a actuar de una manera particular en cada situación o problema.

Los niveles de la cultura organizacional propuestos por Schein representan los grados en que se hace visible la cultura de una organización al investigador, por lo que brinda patrones para reconocer mejor su cultura. En este punto se revisará brevemente los dos primeros niveles para luego enfocarse y analizar el último nivel: los Supuestos básicos subyacentes.

Figura N° 1
Niveles de Cultura



Fuente: Edgar Schein (2004).
(Traducción propia).

- Artefactos

Este nivel según Schein (2004): “es considerado como el más sencillo de observar, pues incluye todos los fenómenos que se pueden ver, oír y sentir conforme uno va caminando por los ambientes de una organización, pero difícil de descifrar” (p.25-26).

Se podría considerar que los artefactos tiene un impacto inmediato, pero no tendríamos la seguridad del porqué los miembros de la organización actúan de cierta manera ante ciertas circunstancias, por ello es que hay que indagar con profundidad sobre las cosas que se han observado.

En este primer nivel de la cultura se puede apreciar las manifestaciones que son visibles; como por ejemplo el entorno físico, símbolos, héroes, tabúes, rituales y ceremonias, etc.

A continuación algunos aspectos visibles de la organización:

Entorno físico: Se puede considerar la infraestructura de la organización, su diseño, distribución de oficinas, etc.

Símbolos y lemas: Con ellos podemos reconocer a las organizaciones. Se puede considerar los logotipos, slogans, etc.

Héroes: Será puesto de ejemplo para los miembros de la organización, ya que en algún momento ayudó a mejorar alguna situación crítica de la misma.

Tabúes: En este artefacto se observa todo lo que está prohibido dentro de la organización.

Rituales y ceremonias: Son actividades en los que se puede dar a conocer algún reconocimiento, sanción, etc., dentro de la organización.

- **Valores expuestos**

Son las normas que dirigen el comportamiento de las personas que integran las organizaciones, que al ser establecidas por la misma, los miembros están en la obligación de internalizar como la conducta adecuada a seguir, por lo que la primera acción por parte de los fundadores y/o líderes de toda organización es la de informar sobre estos a los nuevos integrantes.

En este nivel consciente se predecirá el comportamiento de los miembros de una organización, que puede ser observado en el nivel de los artefactos, sin embargo, si esas creencias y valores no son basados en un aprendizaje previo, puede que refleje lo

que Argyris y Schön (1978) han llamado "teorías propugnadas" que predicen lo que la gente dirá en una variedad de situaciones, pero que no será como las personas actuarán realmente. (Schein, 2004, p.29)

Dentro de los valores están los objetivos, la filosofía, reglas y normas. Sin embargo, a estos aspectos, solo se le considerará como un acercamiento para conocer la cultura de una organización, ya que para ello hay que adentrarse en los supuestos básicos subyacentes.

“No todas las creencias y valores se transforman en supuestos básicos. Solo aquellos que pueden ser probados empíricamente y que permitan trabajar de forma fiable en la solución de los problemas del grupo se convertirán en supuestos” (Schein, 2004, p.28).

- **Supuestos básicos subyacentes**

Según lo antes mencionado, para predecir cuál será la conducta de una organización y por qué se actuó de cierta manera, se debe entender los supuestos básicos subyacentes y su proceso de formación tal como lo plantea Schein. En este nivel se descubrirá la forma como piensan y actúan los miembros de una organización y se conocerá la manera en que estos supuestos básicos se introdujeron en la organización.

Villafañe (2008) considera que:

Schein distingue el aspecto nuclear de la cultura, las mencionadas presunciones y creencias básicas, es decir, los supuestos subyacentes en torno a los cuales se forma la cultura de un grupo, de las manifestaciones superficiales de esta que son los valores. De alguna manera se puede hablar de un inconsciente y de una conciencia cultural respectivamente. (p.143)

Estos supuestos son construidos a medida que “una solución a un problema funcionó repetidamente. En este caso el grupo viene a darlo por sentado. Lo que antes fue una hipótesis apoyada solo en una intuición o creencia ahora viene a ser tratada como una realidad” (Schein, 2004, p.30).

Si la cultura llega a interiorizarse en el grupo, creará sentimientos de permanencia y pertenencia en los miembros de la organización y se habrá establecido la manera correcta de hacer las cosas, por ello es esencial conocer cómo es que estos supuestos se transformaron en algo confiable y dieron pie a soluciones.

La transmisión de esta cultura está orientada en varias direcciones, una está dirigida a aquellas personas que ingresan a una organización y a reforzar a quienes ya se encuentran en ella (...) existen diferentes medios de hacerlo como exhibición de películas, entrenamiento, sistemas de evaluación, modelos sea del comportamiento ejemplar, esperado e incentivado como también del comportamiento indeseado, a través de historias por la empresa. (Alcocer, 2004, p.234)

En adelante, se estudiará este nivel a través de cuatro dimensiones planteados por Schein en el que los supuestos se relacionan con aspectos fundamentales de la vida organizacional como: 1. Supuestos sobre adaptación externa; 2. Supuestos sobre la gestión de la integración interna; 3. Supuestos sobre la realidad, verdad, tiempo y espacio; y por último, 4. Supuestos sobre la naturaleza humana, actividades y relaciones.

1.2.2.1. Supuestos sobre adaptación externa

En estos supuestos se manifiesta la relación que existe entre las organizaciones y su ambiente externo y se identifica los desafíos que este pueda presentarle a la organización, para promover la integración

entre ambos y desarrollar una coexistencia armoniosa, finalidad básica de las relaciones públicas.

Al respecto, Schein (2004) comenta:

Without a group there can be no culture, and without some shared assumptions, some minimal degree of culture, we are really talking about just an aggregate of people, not a group. So group growth and culture formation can be seen as two sides of the same coin, and both are the result of leadership activities and shared experiences (...) We need, then, to understand the dimensions along which leaders think in creating and managing groups and the issues they face as they attempt to cope with the external context in which they are trying to create an organization. The issues or problems of external adaptation basically specify the coping cycle that any system must be able to maintain in relation to its changing environment. (p. 88)

Los supuestos sobre adaptación externa determinarán la capacidad que tendrá una organización para lidiar con su entorno, por tanto se requiere la intervención del relacionista público para gestionar un consenso entre ambos, dado que durante toda su existencia la organización deberá enfrentar y adecuarse a los cambios de la comunidad en que se encuentra. Los supuestos estudiados según Schein son: sobre misión y estrategia; medición de resultados y sobre estrategias correctivas y de reparación.

1.2.2.1.1 Misión y estrategia

Esta premisa ayudará a conocer los supuestos sobre la identidad de una organización, es decir su misión, visión y estrategias, y la relación que sostiene este con su entorno, los que no necesariamente serán conscientes, pero que pueden conocerse mediante decisiones estratégicas de la organización.

Uno de los pilares fundamentales de toda organización es su misión. Constituye su filosofía, el por qué y para qué de su existencia. La misión es la expresión general de las premisas de la institución, que surgen de los valores y expectativas de los promotores y accionistas de la empresa o institución. (Matilla, 2008, p.48)

Para Matilla, la misión de una organización representa su filosofía, teniendo como bases los valores y expectativas institucionales que la guían.

Every new group or organization must develop a shared concept of its ultimate survival problem, from which usually is derived its most basic sense of core mission, primary task, or “reason to be”. In most business organizations, this shared definition revolves around the issue of economic survival and growth, which, in turn, involves the maintenance of good relationships with the major stakeholders of the organization. (Schein, 2004, p. 89)

La misión es la razón de ser de todas las organizaciones, por ello se requiere que se desarrolle un consenso de los supuestos que se encuentran en ella, que por lo general giran en torno a problemas económicos y de crecimiento, como también de las nuevas oportunidades.

Es fundamental que los diferentes grupos que conforman el público interno se sientan partícipes de la misión de la organización, conozcan las metas que esta persigue y que estén identificados con la estructura organizacional, con sus políticas, es decir, se sientan parte de ella. Recordemos que cada representante del público interno es la imagen de la organización, su presentación y comportamiento será evaluado

por el público externo, dando origen a la organización – cliente, que genera la imagen institucional. (Eyzaguirre, 1997, p. 117)

El autor establece una evidente relación entre las dos variables estudiadas en la investigación, la cultura organizacional y la imagen, en la que manifiesta que una es consecuencia de la otra.

Por otro lado, la mayoría de las organizaciones tienen múltiples funciones que se presentan como justificaciones públicas, mientras que otras funciones son latentes, las que en cierto modo, no son mencionados, por ejemplo:

La función evidente del sistema educativo es educar, pero una investigación minuciosa de lo que sucede en el sistema educativo sugiere también varias funciones latentes: (1) mantener a los niños alejados de las calles y del mercado laboral hasta que haya lugar para ellos y tengan ciertas competencias pertinentes, (2) clasificar y agrupar a la nueva generación dentro de categorías de talento y competencias de acuerdo a las necesidades de la sociedad, y (3) permitir que los diferentes puestos laborales relacionados con el sistema educativo, sobrevivan y mantengan su autonomía profesional. Al examinar las funciones evidentes y latentes, los líderes y miembros de la organización reconocerán que para subsistir, la organización debe, hasta cierto punto, cumplir todas estas funciones. (Schein, 2004, p. 90)

Desde este enfoque, se aprecia que las funciones de cualquier organización no solo cumplen con las necesidades latentes de la misma, sino también de la comunidad donde se encuentra, tomando en cuenta sus carencias.

Dado que los miembros de una organización no siempre comparten las mismas prioridades, es que se presentarán

debates en su interior, lo cual podría desencadenar en una fragmentación del grupo, sin embargo, si se llega a un consenso, esto dará paso a la formación de un sólido elemento cultural en cuanto a la creación de la misión. (Schein, 2004, p.90)

Dentro de los supuestos compartidos sobre misión y estrategia mencionaremos dos aspectos fundamentales que nos interiorizará en el estudio de la misión que son las metas derivadas de la misión y los medios para alcanzar las metas.

a) Metas derivadas de la misión

En estos supuestos se manifestará que no necesariamente de haber un consenso sobre la misión entre los miembros de una organización, garantice que también existan metas comunes para alcanzar dicha misión.

Las metas se pueden definir en diferentes niveles de abstracción y horizontes de tiempo. Por ejemplo: ¿Nuestra meta es ser rentables para el final del siguiente trimestre, hacer diez ventas el siguiente mes o llamar mañana a doce clientes potenciales? Solo si se llegara a un consenso en tales asuntos, las suposiciones que se tienen sobre metas se convertirían en un elemento muy fuerte de la cultura del grupo. (Schein, 2004, p.94)

Por su lado, Ferrari y França (2012) consideran que:

Para lograr las metas programadas en cada situación, será necesario establecer objetivos, estrategias, acciones y planes específicos con los públicos relacionados, con la finalidad de cumplir el calendario establecido. Para que sea posible controlar los resultados hacen falta indicar las metas y al responsable de ejecutar las acciones asociadas a ellas,

el calendario y la forma en la que se evaluarán los resultados. (p.178)

b) Medios para alcanzar las metas

La organización no podrá cumplir su misión, ni sus metas a menos que exista un consenso claro sobre qué medios se deben utilizar para el logro de dichas metas.

A partir de este patrón surgirán los acuerdos no solo en cuanto a la estructura de la organización, sino también el diseño básico de las tareas, la división del trabajo, la estructura de responsabilidades, los sistemas de recompensa e incentivos, los sistemas de control, y los sistemas de información. (Schein, 2014, p.95)

Estos medios deben generarse en base a un consenso entre fundadores y líderes, dado que son los encargados de la asignación de roles y funciones, en consecuencia, lo cual no solo ayudará a una mejor realización de las tareas, sino también a resolver problemas del grupo interno.

1.2.2.1.2 Medición de resultados

Toda organización debe decidir qué métodos usará para medir su propio desempeño, a fin de saber qué medidas correctivas se deben tomar.

La medición de resultados tiene dos elementos en torno a los cuales se logrará el consenso: qué se mide y cómo medirlo. Fuertes elementos culturales se formarán en torno a estos asuntos, y a menudo se volverán el problema principal por el cual se preocuparán los nuevos participantes de la organización. (Schein, 2004, p.99).

Los métodos que una organización decide usar para evaluar sus propias actividades y logros, se convierten en elementos centrales de su cultura organizacional mientras el consenso se desarrolla en torno a dichos problemas. Si el consenso no se desarrolla y se forman subculturas firmes en torno a diferentes hipótesis, la organización se verá atrapada en un serio conflicto que, potencialmente, puede socavar su habilidad de enfrentarse al entorno externo. (Schein, 2004, p.103)

Un fuerte elemento cultural se deriva del consenso sobre los criterios para medir resultados. Sin embargo, puede que se presenten diferentes puntos de vista sobre cómo evaluar una situación, y no se llegue a un acuerdo sobre qué punto será prioritario y el tiempo correcto para llevarlo a cabo. En consecuencia, de presentarse conflictos sobre estos supuestos, puede derivar en una ausencia de integración interna y de consenso organizacional sobre la misión, metas y medios.

1.2.2.1.3 Estrategias correctivas y de reparación

Estos supuestos no solo deben desarrollarse en tiempos en que se presentan dificultades o crisis, sino también en momentos de éxito. Asimismo, las organizaciones que no hayan atravesado problemas podrían no saber cómo actuar frente a esas situaciones.

Las estrategias correctivas que emplea una organización en respuesta a la información que recoge sobre su rendimiento, son importantes ya que son capaces de revelar otras hipótesis sobre la identidad y la misión y suelen estar estrechamente relacionadas con los supuestos que la organización hace acerca de su funcionamiento interno. (Schein, 2004, p.108)

En este apartado se aprecia claramente la relación directa entre estos supuestos y la cultura organizacional, de darse una contribución con la solución o mejoras de los aspectos de una organización, manifestarán una pieza importante en ella.

Una vez que se hayan tomado medidas correctivas, se debe recopilar nueva información para determinar si los resultados han mejorado o no. La detección de cambios en el entorno, la obtención de la información en el lugar indicado, resumirlo y desarrollar respuestas apropiadas es, por consiguiente, un ciclo continuo de aprendizaje que representará en última instancia, cómo una organización determinada mantiene su efectividad. (Schein, 2004, p.108).

1.2.2.2. Supuestos sobre la gestión de la integración interna

La gestión de armonizar los grupos al interior de una organización y su entorno, es netamente una labor de las relaciones públicas.

En ese mismo contexto, en estos supuestos el elemento que caracteriza a la cultura, va a manifestarse en la capacidad de mantener buenas relaciones al interior de las organizaciones.

Los procesos que desarrolla un grupo se dan al mismo tiempo que los procesos de solución del problema. La cultura reflejará los procesos orientados internamente y externamente. Los procesos que permiten que un grupo se integre internamente reflejarán los principales temas internos con los que todo grupo debe tratar. (Schein, 2004, p.111)

Los supuestos sobre la gestión de la integración interna están conformados por la creación de un lenguaje común, criterios de inclusión y exclusión, la distribución de poder y estatus, el desarrollo de normas relacionadas con la intimidad, amistad y amor entre los miembros, y la asignación de recompensas y castigos, sin embargo

para los efectos de esta investigación solo se desarrollarán tres supuestos de los anteriormente mencionados.

1.2.2.2.1 Lenguaje común

Los supuestos sobre el significado de las palabras, forman parte de la cultura de un grupo, por ello, las organizaciones se ven en la necesidad de lograr un lenguaje común para una mejor integración de sus miembros.

El lenguaje hace posible la cultura: es parte esencial de ella. Cuando los individuos de un grupo aprenden a asociar los mismos sonidos con las mismas ideas, nace un código común, un sistema compartido de varios valores y creencias, de formas de actuar, de sistemas organizativos. Al dar expresión a un conjunto de conductas compartidas y aprendidas, el lenguaje otorga identidad. (Puga; Peschard; Castro; 1992, p.48)

Lograr una interpretación consensuada de los mensajes entre los miembros dependerá de las experiencias vividas en sus labores diarias, sin embargo, inicialmente estarán influenciadas por el que haya impuesto el fundador o el líder.

Respecto a la interpretación de un lenguaje dentro de una organización, Schein (2004) señala lo siguiente:

Los miembros de una nueva organización tienen que aprender sobre el espacio semántico de cada uno, a fin de determinar lo que quieren decir con tales abstracciones como 'un producto bueno', 'de alta calidad', producida a 'bajo precio para entrar en el mercado', 'lo más rápidamente posible'. (p.112)

Es indispensable hacer de conocimiento de los nuevos integrantes, el lenguaje utilizado dentro de la organización, para que éstos puedan asimilarlo, comunicarse correctamente y entenderse con los otros miembros.

1.2.2.2.2 Criterios de inclusión y exclusión

Otra forma de adentrarnos en la cultura de una organización es analizando los criterios de inclusión y exclusión, dado que permitirán conocer quiénes forman parte del grupo y quiénes no, de igual forma cuales son las pautas para admitir a un nuevo integrante en ella.

En ese sentido, Schein (2004) explica: “Initially, the criteria for inclusion are usually set by the leader, founder, or convener, but as the group members interact, those criteria are tested and a group consensus arises around the criteria that survive the test” (p.116).

Por otro lado, el nuevo miembro no trabajará adecuadamente si es que no siente que está integrado al grupo y con mayor razón si sus aportes no son tomados en cuenta, no obstante, observan que a los miembros que son aceptados, les brindan otro trato y consideraciones.

Al respecto Schein (2004) hace hincapié en que:

Una de las consecuencias inmediatas de determinar quién está dentro o fuera es que comienzan a aplicarse las reglas de trato diferencial. Los insiders (los miembros que están dentro) tienen beneficios especiales, son más confiables, obtienen mayores beneficios básicos, y lo más importante, tienen un sentido de identidad y pertenencia a la organización. (p.118)

Para que una organización logre sus objetivos y metas organizacionales debe conseguir que haya consenso entre sus miembros acerca de los criterios de inclusión y exclusión, buscando que sus miembros lleguen a identificarse e interiorizar que son parte de la misma.

1.2.2.2.3 Distribución de poder y estatus

La formación de una jerarquía y los criterios para definirla van a depender de la cultura que se desarrolle en la organización. Dentro de ella no todos los miembros gozan de la misma posición, ya que algunos serán considerados más que otros.

En ese sentido, López (2006) afirma que las organizaciones administran y controlan el trabajo que desarrollan sus miembros y para ello resulta fundamental el establecimiento de jerarquías al interior de las instituciones.

Sin embargo, para Valdez (2014) el poder se traduce en gobierno corporativo donde la alta dirección de la organización identifica a sus grupos de interés para determinar los problemas que se pueden generar en la relación entre ambos.

En ese sentido, se afirma que son los fundadores o líderes los que según su criterio crearán la distribución de poder y estatus entre los miembros de una organización, los cuales podrían estar influenciados por diversos aspectos como: los estudios realizados, desempeño en el trabajo, antigüedad en la organización, etc. Para lo cual, al momento de la evaluación también se considerará: cuánta influencia se le otorgará a un miembro y por qué.

1.2.2.2.4 Asignación de recompensas y castigos

Cuando se estudia la cultura de una organización, uno debe investigar el sistema de normas y reglas que son acatadas y/o desobedecidas por sus miembros, las que conllevarán a un

incentivo o un castigo, pero que nos revelará uno de los supuestos más profundos de ella.

Todo conjunto social crea una estructura que reconozca las conductas de sus miembros que se ajustan a la norma social aceptada. Es decir, crean procedimientos para recompensar o castigar, a fin de estimular las conductas aceptadas, esto es lo que los sociólogos llaman sanciones positivas.

De otro lado, las sanciones negativas son las destinadas a disuadir la aparición de conductas prohibidas o indeseadas. Así se logra que los miembros del grupo actúen en conformidad con las normas existentes, lo que posibilita el control social (Cohen, 1980).

Estas sanciones positivas o negativas deben ser correctamente identificadas, de lo contrario se podría confundir un castigo con una recompensa y viceversa, esto dependerá de los métodos previamente desarrollados en cada organización.

Igualmente, para Stephen (2017) las actividades o acciones destinadas al reconocimiento pueden ser acciones espontáneas y expresadas en privado o acciones programadas, formales y públicas con gran difusión y reconocimiento. La recompensa debe estar subordinada al desempeño, de tal forma que los colaboradores internalicen que el esfuerzo y los logros individuales explican las diferencias salariales y otros tipos de distinciones.

Según lo descrito por el autor, las organizaciones desarrollan un sistema de recompensas y estatus para premiar a los miembros de una organización por sus méritos; entre los más utilizados se encuentran los ascensos y las recompensas económicas.

Sin embargo, también puede darse un cambio en los criterios para definir recompensas y castigos, aunque lo importante es llegar a un consenso sobre su interpretación y su verdadero significado.

1.2.2.3. Supuestos sobre la realidad, verdad, tiempo y espacio

Esta dimensión refleja supuestos más profundos y abstractos acerca de la forma de trabajo que se desarrolla en una organización. Dado que la cultura evoluciona a partir de experiencias, es que se aclarará lo qué es real y verdadero, así como la utilización del tiempo y asignación y distribución del espacio, las que servirán como base para la toma decisiones.

A fundamental part of every culture is a set of assumptions about what is real and how one determines or discovers what is real. Such assumptions tell members of a group how to determine what is relevant information, how to interpret information, and how to determine when they have enough of it to decide whether or not to act, and what action to take? (Schein, 2004, p.140)

Asimismo, el autor manifiesta que tanto los temas de adaptación externa y temas de integración interna, se vinculan estrechamente con estas categorías más profundas y abstractas, por ejemplo: “los medios empleados para lograr las metas reflejarán los supuestos sobre la verdad, el tiempo, el espacio y las relaciones humanas, es decir, estos supuestos más profundos se verán reflejados en el diseño del tipo de organización” (Schein, 2004, pp.138 - 140).

Desde esta perspectiva, se considera que:

La gestión del relacionador público estará orientada a cada miembro o representante del público interno de la empresa para que coincida lo máximo posible con la realidad que vive la empresa, a modo de que no se produzca una brecha entre la realidad de la organización y lo que ese miembro percibe. (Eyzaguirre, 1997, p.153)

1.2.2.3.1 Naturaleza de la realidad y la verdad

Dentro de una organización, estos supuestos ayudarán a revelar lo qué es real y a determinar qué información es relevante y cuándo se tiene suficiente de esta para decidir si actuar o no y qué acciones tomar.

Se manifiesta diversas formas para establecer la realidad, sin embargo es necesario que estas sean compartidas por todos los miembros. Se señala que puede ser estudiada en tres niveles:

La realidad puede existir a niveles físicos, grupales e individuales, y la prueba de lo que es real, diferirá según el nivel: pruebas empíricas; consenso social (estados de opinión) o experiencia individual (gustos y actitudes personales). Además, los grupos desarrollan suposiciones que determinan cuando sienten que tienen suficiente información para tomar una decisión. Lo que es un hecho, información o verdad, cada uno depende no sólo del conocimiento compartido del lenguaje formal sino también del contexto. (Schein, 2004, p.149)

Por lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que la realidad a niveles físicos, grupales e individuales es consecuencia de un aprendizaje social de la cultura de una determinada organización.

1.2.2.3.2 Naturaleza sobre el tiempo

No se podía dejar de lado el analizar la cultura a través del estudio de cómo el tiempo es concebido y utilizado en una organización, puesto que esta dimensión manifestará la forma de trabajo del grupo.

Las organizaciones modernas se ven enfrentadas a una situación de cambio constante y acelerado. Sus ejecutivos se quejan permanentemente de falta de tiempo y, cada vez más, se realizan

mediciones del éxito organizacional que consideran el tiempo como factor clave. Se habla de eficiencia, de productividad, de avances, de logros, de innovación, de tecnologías que permiten ahorros de tiempo, etc. (Rodríguez, 1999, p.119)

Aquí el autor califica al tiempo como un factor clave de eficiencia y productividad, entendiéndolo como un termómetro para el éxito y desarrollo empresarial.

En ese sentido, todo lo planificado requiere de un tiempo para ser cumplido y por ser un importante influyente en la conducta de los integrantes de las organizaciones, se considera que el tiempo brinda un orden social.

La organización determina en gran parte la manera de cómo se van a desarrollar las cosas en su interior, como la secuencia y duración de sus eventos.

Para ello, Schein (2004) plantea varias formas de examinarlo:

(1) Orientación del tiempo: pasado, presente, futuro cercano o lejano; (2) Monocrónica o policrónica, se puede hacer solo una cosa a la vez o varias cosas simultáneamente; (3) Tiempo de Planificación y tiempo de desarrollo: es previamente estudiado y busca su cierre y el otro respeta su secuencia natural; (4) horizontes temporales o unidades de tiempo: varían no solo por función y ocupación, sino por clasificación (corto, mediano y largo tiempo o pronto y después); y (5) la simetría de las actividades temporales. De ellos se puede formar un diagnóstico inicial para ayudar a que uno comience a entender cómo se ve el tiempo en una organización dada. (p162)

Asimismo, como lo ha demostrado Simón mencionado por Rodríguez (1999):

En la medida que se asciende en la jerarquía mayor tiempo se dedica a la toma de decisiones y menos a la ejecución de tareas, en tanto, cuando se desciende jerárquicamente disminuye el tiempo dedicado a la adopción de decisiones y aumenta proporcionalmente el tiempo ocupado en tareas propias de la ejecución de tareas. (p.121)

En ese sentido, la manera en que los miembros interpretan el tiempo será crucial para que el grupo llegue a un acuerdo respecto a estos supuestos que ayudarán a conocer aspectos muy profundos de toda organización.

1.2.2.3.3 Naturaleza del espacio

Este elemento de la cultura tiene un carácter simbólico, aparentemente fácil de descifrar, dado que la distribución y ubicación de los miembros y de los objetos físicos en los ambientes de una organización, mayormente son percibidos a simple vista, sin embargo, solo los miembros conocerán el verdadero significado de todas esas señales.

Dicha distribución dependerá del criterio de cada organización y de sus fundadores, ya que algunas utilizan los espacios como símbolo de estatus y distancia entre sus miembros, lo que también influenciará en el tipo de relaciones que se formen entre ellos.

Según Schein (2004) el espacio se puede analizar desde distintos enfoques:

(1) Distancia: lo que significa estar "muy cerca" o "muy lejos" física y socialmente; (2) Símbolos del espacio: cuánto y qué tipo de espacio, (3) Lenguaje del cuerpo: uso de los gestos, posición del cuerpo, y otras señales físicas que comunican lo que está sucediendo en una situación dada y cómo nos relacionamos con las otras personas; (4) Interacción entre el

tiempo, el espacio y la actividad: interactúan en torno a las actividades. La tecnología de la información reduce el tiempo y el espacio. (p. 163 – 168)

Si bien es cierto, que la distribución del espacio ayuda a que se desarrolle mejor las actividades y funciones de los miembros, también implica el respeto a la privacidad de los colaboradores, mediante señales físicas como separadores de ambientes o también a través del lenguaje o posición corporal.

Por todo lo anteriormente mencionado, se considera necesario que los miembros lleguen a compartir los significados sobre el uso del espacio dentro de la organización.

1.2.2.4. Supuestos sobre la naturaleza humana, actividades y relaciones

El ser y actuar de la existencia humana deriva de sus relaciones y su interactuar en grupo. Por tal motivo, en las organizaciones conforme los miembros asimilen y apliquen los valores corporativos se podrá desarrollar la forma correcta y adecuada de comportarse y relacionarse entre ellos.

En esta dimensión se analizará lo que significa ser humano y su actuar dentro de las organizaciones, sobre la conducta humana, Chinoy (1999) menciona que:

Tiene lugar porque los hombres poseen cultura, porque tienen patrones comunes sobre el bien y el mal, lo correcto e incorrecto, apropiado e inapropiado porque los hombres comparten creencias sobre la naturaleza del mundo y del hombre, y porque tienen actitudes similares frente al contorno social, biológico, y físico en que viven. (p.32)

Dentro de ese contexto: “Las relaciones públicas le corresponde actuar en la orientación positiva de los contactos humanos que ocurren entre los grupos sociales que coexisten en cualquier organización, institución o corporación, civil o castrense, laica o religiosa, pública o privada, nacional o internacional”. (Bao, 1981, p.102)

Para este propósito se analizarán los supuestos compartidos de la naturaleza humana; de la actividad humana apropiada y de las relaciones humanas, los que según Schein también se encuentran profundamente conectados con los supuestos que se acaban de estudiar: la naturaleza del tiempo y el espacio.

1.2.2.4.1 Naturaleza humana

El ser humano desde sus inicios ha buscado satisfacer sus necesidades, debido a ello es que también nacen las organizaciones para que puedan ayudarlo a cumplirlas, aunque también dependerá de las motivaciones que disponga para el desarrollo de sus actividades.

En esta línea, estos supuestos ayudarán a descubrir cómo el personal es visto por la organización y la forma en cómo orientan su comportamiento en el desenvolvimiento de su trabajo, en el que pueden ser bien considerados o mal considerados, lo que evidenciará la calidad de miembros con que cuenta dicha organización

En esa misma línea, McGregor, mencionado por Schein (2004) manifestó que los miembros de una organización pueden ser etiquetados por sus funcionarios o líderes como Teoría X e Y:

La teoría X atribuiría que los miembros son perezosos, por lo tanto, estaban motivados por los incentivos económicos y por un control constante de sus jefes; en cambio la teoría Y, los miembros se automotivaban por lo que necesitaban ser

desafiados y no contralados, dado que solo el desafío y el uso de sus talentos podría aumentar la motivación. (p.173)

Si bien es cierto, que las necesidades del ser humano pueden cambiar según las circunstancias en que se encuentre, su motivación será la que oriente su comportamiento dentro de la organización.

Al respecto Maslow, citado por Schein (2004) considera que:

Para satisfacer las necesidades de supervivencia, en el ser humano primará la motivación económica; luego si se suple las necesidades de supervivencia, aflorará las necesidades sociales; y por último, si se satisface las necesidades sociales, primará las necesidades de auto-motivación o desarrollo personal. (p.173)

1.2.2.4.2 Actividad humana apropiada

La manera en que las personas se desenvuelven dentro de un grupo y cómo este grupo se relaciona con su entorno, es parte del estudio de los supuestos de la actividad humana apropiada que Schein considera se puede identificar través de la orientación del hacer y del ser.

When there is a difficulty, do something about it, solve the problem, involve other people, get help, but do something; don't let it fester. The doing orientation focuses on the task, on efficiency, and on discovery. Organizations driven by this assumption seek to grow and to dominate the markets they are in. (Schein, 2004, p.175)

Hay organizaciones en que los colaboradores hacen frente a una dificultad, toman la iniciativa y por ende medidas inmediatas, sin embargo, en otras la orientación de los mismos se centra en lo

personal, manifestando así una actitud pasiva y de aceptación a lo que se presente.

Si las organizaciones mostraran interés tanto en el trabajo realizado por los colaboradores como en su vida privada, ayudaría a que estos puedan alcanzar un equilibrio en cuanto a los comportamientos ante mencionados.

1.2.2.4.3 Naturaleza de las relaciones humanas

Las organizaciones establecen en sus reglamentos de trabajo la manera en que sus miembros deben realizar sus actividades, las que necesariamente influirán en sus relaciones interpersonales.

Algunas podrían considerar que para una mejor solución a sus problemas e implementación de soluciones será incentivando en sus miembros el trabajo individual y otras considerarán el trabajo grupal, todo ello dependerá de las necesidades de cada organización.

En ese contexto, Schein (2004) considera que: “existen supuestos acerca de la manera apropiada en que los miembros deben relacionarse con el fin de que exista un grupo seguro, cómodo y productivo” (p.178).

Glazer mencionado por Sriramesh (2012) recalcó que “las relaciones de cooperación entre los empleados de la organización como clave para el éxito organizacional, solo se puede encontrar en una organización que también valora la comunicación, concepto de primordial interés para los profesionales de las relaciones públicas (p.41)

Es decir, que lo más importante es el grupo, donde los miembros se adecuarán a los intereses del mismo y que no necesariamente

llegarán a coincidir con sus intereses personales, sin embargo se desarrollará un ambiente de colaboración.

Otro denominador para Sriramesh (2012) sería: “el individualismo y se refiere al grado en que la gente espera valerse por sí misma (p.39).

En este caso se podría considerar al individualista, como un miembro competitivo que actúa de acuerdo a su propio interés, dado que desea conseguir un reconocimiento por parte de la organización.

A los miembros de una organización también se les puede identificar según el rol existente, que puede ser netamente emocional, en la que:

Una hipótesis sería que el trabajo es primario; otro, que la familia es primaria; otro, que el interés propio es primario; y aún otro, que alguna forma de estilo de vida integrado es posible y deseable tanto para hombres como para mujeres. (Schein, 2004, p.185)

También se les puede identificar según los roles sexuales, en ese sentido Sriramesh (2012) considera que mientras la cultura masculina cree que solo los hombres deben preocuparse por carreras lucrativas las mujeres piensan que pueden ocupar puestos desempeñados tradicionalmente por hombres.

Cabe recalcar, que las relaciones públicas al encargarse de estudiar al hombre, y con referencia a los supuestos de las relaciones humanas, son las que monitorean su desenvolvimiento e interrelaciones con los demás integrantes de las organizaciones, según sus intereses y actividades que desarrollen.

Sin embargo, como dijo Lucien Matrat mencionado por Flores (1981) “no hay recetas milagrosas que puedan evitar los problemas humanos, sin embargo, conocer las circunstancias que crean estos problemas y la aprehensión de su naturaleza, constituye la manera de tratarlos mejor” (p.7).

1.2.3. Imagen

En la primera parte de la presente investigación se ha desarrollado la cultura organizacional y cómo estudiarla, dado que de ella depende la imagen que se forme el público interno de los centros de Educación inicial en estudio.

Lo que ha llevado a aceptar lo que plantea Scheinsohn (1997): “puede parecer que la cultura corporativa solo es un elemento de interés interno, pero no debemos olvidar que todo cuanto pasa en ‘el adentro’ de la organización repercute y repercutirá en ‘el afuera’”. (p.51)

Podemos afirmar que siempre que se entra en contacto con personas y organizaciones se construye una imagen de estos. Es casi natural y permanente en los seres humanos pensar de una manera u otra en aquellos con quienes se vinculan.

Las personas, los productos, los servicios, las marcas, las empresas y las instituciones generan imagen. Esto significa que todo ente de existencia real o ideal es generador de imagen. Todas las cosas generan imagen, las cotidianas y también las que no conocemos aunque sabemos que existe. (DiGenova, 2012, p.46)

En consecuencia, es indispensable conocer la imagen que poseen todos los públicos de las organizaciones, puesto que sería la base para establecer acciones a futuro que ayuden trabajar en posibles soluciones a los problemas detectados.

Para Pérez & Solórzano (1999) la imagen:

Es la representación mental que se forman los públicos sobre las organizaciones como resultado de las acciones relacionales y comunicacionales de las mismas organizaciones, aprobadas y comprobadas por los propios públicos. No estamos hablando de mensajes manipuladores, sino de realidades capaces de ser interpretadas. (p.27)

En efecto, la imagen que una organización proyecta a sus públicos derivará de las percepciones que este se forme de la personalidad o cultura, por lo que, es necesario que se desarrolle un equilibrio entre lo que dice y se hace.

Por su parte, Villafañe (2008) plantea que: “el receptor metaboliza (asimila y transforma) un conjunto de informaciones transmitidos por la organización, que contribuirá decisivamente con el resultado final de la formación de la imagen” (p.24).

Pérez & Solórzano y Villafañe coinciden en que la formación de la imagen es producto de toda la información almacenada en la mente de los públicos, sin embargo se debe tener en cuenta que en algunos casos esta puede o no corresponder a la realidad.

1.2.3.1. Estructura de la imagen corporativa

Las organizaciones hablan a través de cada uno de los atributos que proyectan a sus públicos, quienes a su vez están en la búsqueda de indicadores que den información relevante sobre ellas.

Uno de los autores que hace un amplio análisis acerca de la imagen corporativa es Capriotti (2013), quien manifiesta que la estructura mental de las organizaciones que se forman los públicos puede ser estudiado desde la noción Imagen - actitud:

Es la evaluación o la posición que el público toma respecto a la organización, en el que se comprueba que no es cuestión de emisión, sino de recepción es decir propiedad de los públicos y por ello debe ser estudiada y analizada desde la perspectiva de los públicos y de su interpretación de la información, más que del ángulo de la empresa y de la construcción de mensajes. (p.26)

Por tal motivo, para tener una visión más completa de cómo es la formación de esta estructura, se debe ahondar en los niveles de desarrollo, que no es otra cosa que el grado de importancia que representa la organización para una persona y en los atributos significativos centrales y secundarios.

1.2.3.1.1 Niveles de desarrollo de la imagen corporativa como estructura mental cognitiva

Para Capriotti (2013) estos niveles de desarrollo están representados por el número de atributos que se le atribuye a una organización:

Si para un individuo es muy importante o interesante un tema o un sector, ello conllevará a que la persona incorporará más información y tendrá una red de atributos -la imagen de una determinada organización- mucho más amplia o profunda que otro sujeto con un menor interés o preocupación por el mismo tema o sector. El nivel de desarrollo puede darse a nivel de amplitud (cantidad de atributos) como de profundidad (abstracción de los atributos). (p.58)

Para conocer cuán importante es una organización para una persona presenta tres niveles de desarrollo:

En el nivel de desarrollo alto, las personas están muy interesadas en la organización, por lo que tienen una red de

atributos amplia de 10 a 12 atributos; en el nivel de desarrollo medio, las personas presentan un mediano grado de interés en cuanto a la organización, por lo que, se podría reconocer entre 5 y 8 rasgos; y por último en el nivel de desarrollo bajo, las personas no están muy interesadas en el tema o por lo que tendrá una red limitada de atributos de 2 o 3. (Capriotti, 2013, p.58)

1.2.3.1.2 Atributos significativos

Diariamente se reciben grandes cantidades de información acerca de las organizaciones, sus productos o servicios que brindan, por lo que consciente o inconscientemente se les otorga una serie de atributos para reconocerlas.

Costa (2009) considera que estos atributos resultan de: “percepciones, inducciones, deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos, que de un modo u otro – directa o indirectamente – son asociadas entre sí y con la empresa” (p.53).

Cada uno de los atributos estaría formado por un conjunto de evidencias (tangibles o comprobables de forma material) y de suposiciones (intangibles o no comprobables materialmente). Así por ejemplo: el atributo “atención personal” en una organización podría estar compuesto por evidencias tales como: personal en las oficinas, buen trato, tiempo de espera y resolución de problemas. (Capriotti, 2013, p.55)

Sin embargo, de acuerdo a las experiencias que haya tenido con la organización, cada público valorará desde su punto de vista qué atributos esenciales y secundarios le otorgará, e incluso puede darse el caso que alguno o varios de los atributos puedan

ser modificados luego de una comparación de la información de rasgos almacenados con la nueva información adquirida.

Estos atributos que surgen de los conocimientos previos, según Asch (1972) mencionado por Capriotti (2013) considera que: “no todos tienen la misma importancia, sino que algunos son más significativos que otros” (p.59).

Es de suma importancia la identificación de tales atributos dado que ayudará al planteamiento de acciones específicas. Dentro de los atributos a analizar encontraremos a los atributos significativos centrales y a los atributos significativos secundarios.

a. Atributos centrales

También son considerados como atributos inalterables y primordiales ya que influyen considerablemente en la imagen que se forman los públicos, por lo que, no es recomendable alterar estos atributos, dado que causaría una modificación importante dentro de la imagen de una organización.

Este conjunto de atributos estará a su vez compuesto por los denominados: atributos básicos, son las características mínimas para competir, poder actuar y sobrevivir en el entorno de la organización; y los atributos discriminatorios, son las características claves que permitirán a las personas diferenciar a las organizaciones de otras e influenciarán en su preferencia por alguna de ellas. (Capriotti, 2013, p.60)

Cuando los colaboradores de una organización tienen como atributo central de formación de la imagen al salario o remuneración, se inclinan a evaluar a la entidad según su

propia percepción en cuanto a dicha retribución salarial. De tal forma, aunque su empresa proporcione otro tipo de prestaciones o beneficios, tales como estabilidad y/o clima laboral, línea de carrera, etc. si la retribución económica es estimada como mala o inadecuada, la imagen de la organización gozará de una tendencia negativa relevante entre los colaboradores.

Ahora bien, si por el contrario la retribución es estimada como buena o adecuada, aunque no existan otros aspectos que podrían ser considerados como relevantes o importantes, estas carencias se tendrán presentes como factores a mejorar, pero no incidirán de manera terminante en la gestación de una imagen negativa de la empresa por en la mente de los colaboradores.

b. Atributos secundarios

De acuerdo a la relación que los públicos tengan con una organización y según las necesidades y su situación particular de ellos, es que se determinará qué atributo será central o secundario.

Estos atributos vienen a ser rasgos complementarios que dependerán de los atributos centrales, en el que si surgiera alguna modificación de estos rasgos solo ocasionaría un reacomodamiento en la imagen, pero no llevará a una modificación fundamental de su estructura.
(Capriotti, 2013, p.59)

Para saber las razones por las que el público elabora un juicio positivo o negativo acerca de una organización, es necesario conocer sus niveles de desarrollo y los atributos significativos, dado que en base a dicha valoración y dependiendo de la

relación que tengan con la organización, ellos tomarán una acción.

1.2.3.2 Los públicos de las organizaciones

Para el estudio de la presente investigación también es primordial el conocer cómo se forman los públicos de una organización y sus motivaciones, dado que son los protagonistas de los procesos de información que forman la imagen.

“Bernays superó los postulados de los agentes de prensa y procuró que el relacionista considere a los públicos como nuevos ‘socios’ de la organización, ya que una buena asociación entre estos, resultaría altamente beneficiosa y saludable para las partes” (Sánchez, 2016, p.155).

En efecto, toda organización debe mantener buenas relaciones con sus públicos, dado que el comportamiento y opiniones que deriven de ellos afectarán considerablemente a la misma, por lo que es necesario que entre a tallar el relacionista público para que pueda manejar los conflictos y encontrar consenso entre ambos.

Como se mencionó en párrafos anteriores, la imagen no es cuestión de emisión, sino de recepción, es decir, que se crea en la mente de los públicos y ello dependerá de la relación que estos mantengan con la organización.

Al respecto, Capriotti (2013) considera que:

Los públicos surgirán del proceso de interacción mutua entre las personas y la organización. Y el tipo de relación o vinculación específica que tengan los individuos con la empresa marcará la forma en que se relacionarán y actuarán con respecto a la misma. (p.38)

1.2.3.2.1 La interacción individuo – organización

Para una persona, un atributo será central o secundario dependiendo de la relación que establezca con la organización, del status que ocupa y el rol que desempeña al interior, dado que los atributos que tenga un empleado serán diferentes al que cuando asuma el rol de consumidor.

Para Capriotti (2013) “el status o posición es el lugar que una persona ocupa en un sistema de relaciones sociales y el rol es el conjunto de expectativas y obligaciones aplicadas a una persona que ocupa una determinada posición”. (p.38)

Dentro de ese contexto llega a la conclusión de que:

Los públicos pueden ser definidos por el tipo de interacción que realizan con la organización, y en función de esa interacción organizan sus percepciones y relaciones con la entidad. Analizando las expectativas y obligaciones mutuas del rol de público que desempeñan los individuos en cada posición, será posible conocer cómo perciben a la organización y comprender sus intereses, para actuar en consecuencia. (Capriotti, 2013, p.40)

Entonces, en función de los intereses o de la situación particular de cada público (status y rol) es que éste interpretará la información que obtenga de la organización y se proyectará una imagen positiva o negativa de la misma, la que será determinante en su conducta.

Finalmente, podríamos afirmar que la imagen se origina en la mente de los públicos, lo que significa que no podría ser manipulado, esto implica que las organizaciones deben esforzarse por cuidar todo lo que hacen y dejan de hacer, dado que los públicos se basarán de esa información dada u omitida para evaluarlo.

1.2.4. Las Relaciones Públicas y la Educación

Considerando que las relaciones públicas están al alcance de todo tipo de organización, grande o pequeñas, es que estos centros de educación inicial no se consideran excluyentes y más aún por la función vital que cumplen.

Al respecto, Pérez & Solórzano (1999) plantean que: “Es difícil pretender que cada escuela posea su oficina de Relaciones Públicas, pero si es factible que las comisiones de padres o de fomento escolar, puedan constituirse en auxiliares de Relaciones Públicas, en base a las directivas del organismo central” (p.261).

En general, en estas instituciones educativas, así como los centros de enseñanza de primaria, secundaria, técnica y universitaria, es necesario que se conozca las herramientas que ayuden a conocer el comportamiento de sus miembros y que lleven a aplicar una gestión estratégica de relaciones públicas para fortalecer la comunicación y la relación de sus diferentes públicos, para el logro de sus objetivos en cuanto a la formación humana y rentable de estas instituciones.

La Institución educativa particular

Es una Institución de derecho privado, orientado a promover y fomentar la educación pre escolar de 3 a 5 años y a la vez brinda el servicio de estimulación temprana a pequeños de 1 a 2 años.

La institución considera importante el tener presente una política de gestión en la que por sobre todo los valores sean los que los oriente para un mejor desempeño de sus labores. A continuación se presentará parte de su filosofía:

- Visión

“Formar ciudadanos líderes, creativos, productivos y competitivos en base a la práctica de valores éticos, sociales, morales,

científicos y tecnológicos que promuevan cambios positivos en su entorno natural y socioeconómico en beneficio de la comunidad educativa y de la sociedad.”

- Misión

“Brindar una educación de calidad, acorde con los modelos pedagógicos activos, dinámicos y el nuevo enfoque educativo, con un programa curricular por competencias, capacidades, actitudes e indicadores basados en los intereses y necesidades de los estudiantes, promoviendo el cimientó de su autoestima, consientes del rol que desempeñarán en el proceso de desarrollo del país y de su identidad con su realidad sociocultural.”

- Objetivos

a) Afirmary enriquecer la identidad de los niños de 1 a 5 años, en el marco de sus procesos de socialización, creando y propiciandó oportunidades que contribuyan a su formación integral, al pleno desarrollo de sus potencialidades, al respeto de sus derechos y deberes dentro de la sociedad a su pleno desarrollo humano.

b) Organizar el trabajo pedagógico considerando las necesidades, características e intereses propios de los niños.

c) Reconocer la diversidad cultural y su influencia en el desarrollo infantil, para encaminar su desarrollo.

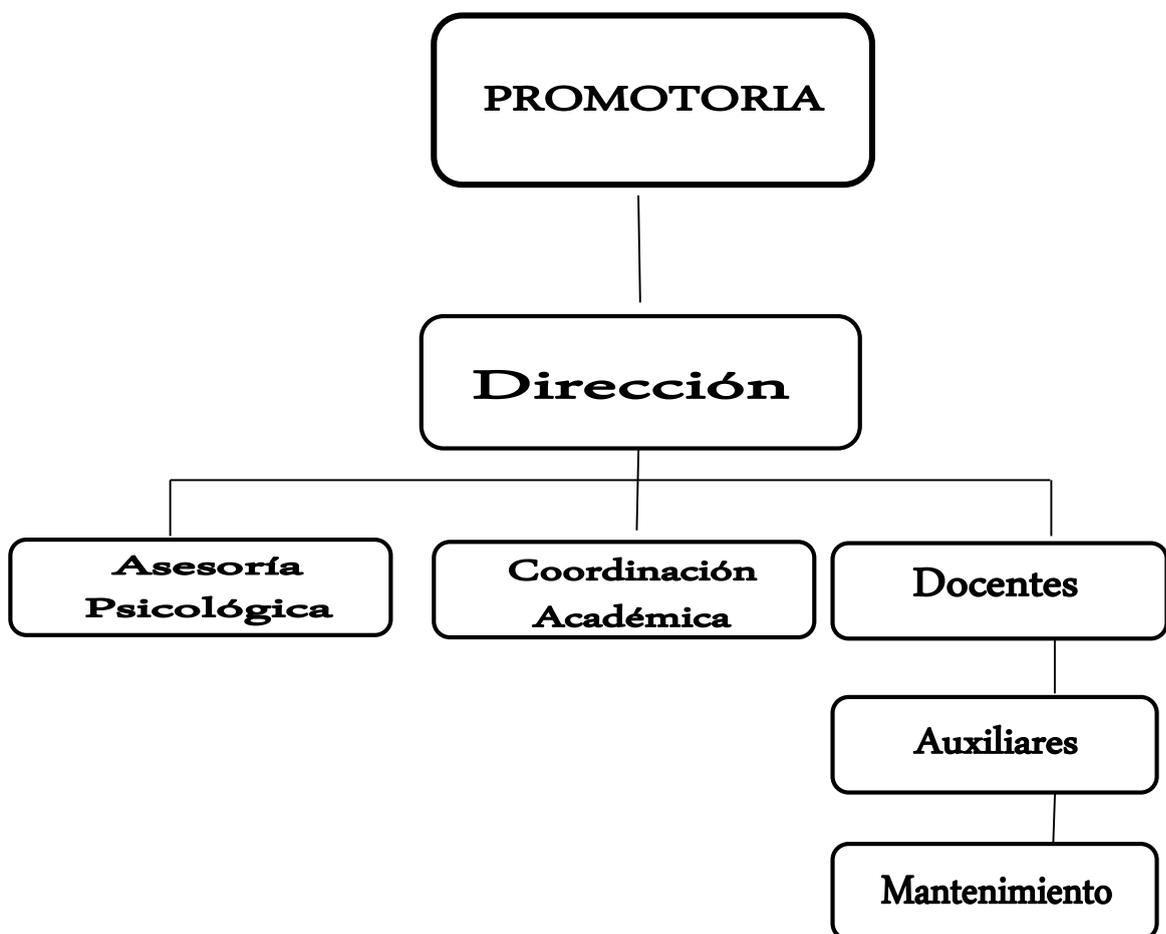
d) Cultivar en los educandos los valores morales sociales, cívicos, religiosos, solidarios, culturales y de la colectividad.

e) Fortalecer el rol protagónico y la capacidad educativa de la familia movilizandó y comprometiendo su coparticipación en las acciones que favorecen el desarrollo y la educación de sus hijos,

así como la protección de sus derechos y el mejoramiento de su calidad de vida.

f) Desarrollar programas interdisciplinarios para prevenir, descubrir, tratar oportunamente los problemas de orden biopsicosocial que puedan perturbar el normal desarrollo del niño.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



1.2.5. Definición de términos básicos

Adaptación al entorno: Es el proceso de aprendizaje y adaptación en un grupo o una organización.

Atributos: Los valores que se le da a un producto o servicio, que puede ser confiable, seguro, moderno etc.

Conductas: Comportamientos que manifiesta el ser humano frente a una situación.

Convergencia: Acción y efecto de concurrir al mismo, respecto a opiniones o ideas.

Dirección: Es una de las características de la imagen- actitud y puede ser positiva o negativa.

Espacio: Es la postura que se toma frente a los demás integrantes de una organización. También se refiere al espacio físico donde se establece una organización.

Gestión: Es la acción de administrar procedimientos dentro de una organización.

Gestión corporativa. Administración de una empresa, normalmente de grandes dimensiones.

Integración interna: Es cuando hay consenso entre los miembros de una organización.

Imagen: Concepto o conjunto de opiniones subjetivas de un individuo, del público o de un grupo social, respecto de una empresa, producto, marca o institución.

Naturaleza del ser humano: Se refiere a qué es el ser humano y que es capaz de hacer en su entorno.

Percepción: Proceso o conjunto de procesos sensoriales, físicos y psicológicos, por el cual una persona capta informaciones del mundo a su alrededor, decodificando esos eventos por intermedio de los códigos y valores de su estructura cultural.

Público: Conjunto de personas, próximas o distantes, con un interés. // Conjunto organizado de sectores públicos, económicos o sociales que puedan en determinadas situaciones y condiciones prestar su colaboración efectiva a las organizaciones o por otra parte frenar su desarrollo.

Realidad: Es la verdadera situación de algún contexto.

Relaciones: Es el trato que existe entre dos o más personas.

Supervivencia: La forma de mantenerse o persistir dentro de una organización o frente un a situación.

Trabajador: Persona que ejercen algún tipo de trabajo o actividad remunerada.

Tiempo: Es fundamental para llevar un orden o estructura de lo que planifica cada área de una organización.

Verdad: Es la realidad de las cosas.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Formulación de hipótesis

2.1.1 Hipótesis principal

LA CULTURA ORGANIZACIONAL se relaciona significativamente con la **IMAGEN** del público interno de una institución educativa particular, del distrito de Santiago de Surco, 2018.

2.1.2 Hipótesis específicas

1) Los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

2) Los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** tienen una relación significativa con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

3) Los **SUPUESTOS SOBRE LA GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular de distrito de Santiago de Surco, 2018.

4) Los **SUPUESTOS SOBRE LA GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** se relacionan significativamente con los **PÚBLICOS DE**

LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

5) Los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** tienen una relación significativa con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

6) Los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** se relacionan significativamente con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

7) Los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

8) Los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** tienen una relación significativa con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1 Variable 1

La Cultura Organizacional

Dimensiones:

- **Supuestos sobre adaptación externa**

o Indicadores

Misión y estrategia

Metas derivadas de la misión

Medios para alcanzar las metas

Medición de resultados.

Estrategias correctivas y de reparación

- **Supuestos sobre la gestión de la integración Interna.**

- Indicadores

Lenguaje común.

Criterios de inclusión y exclusión.

Distribución de poder y estatus.

Asignación de recompensas y castigos.

- **Supuestos sobre la realidad, verdad, tiempo y espacio.**

- Indicadores

Naturaleza de la realidad y la verdad

Naturaleza sobre el tiempo.

Naturaleza del espacio

- **Supuesto sobre la naturaleza humana, actividades y relaciones.**

- Indicadores

Naturaleza humana

Actividad humana apropiada

Naturaleza de las Relaciones humanas

2.2.2 Variable 2

Imagen

Dimensiones:

- **Estructura de la Imagen corporativa**

- Indicadores

Niveles de Desarrollo de la imagen corporativa como estructura mental cognitiva.

Atributos significativos.

- **Los públicos de las organizaciones**

- Indicadores

La interacción individuo – organización

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Diseño de investigación

La presente investigación consta de un diseño **no experimental** dado que ninguna de las variables aplicadas son alteradas, tanto la variable independiente (La cultura organizacional) como la variable dependiente (La imagen) solo se observa el problema tal cual se muestra en su entorno, para a posteriori poder comprobarlo.

Asimismo, según la metodología se considera de **corte transversal** porque el instrumento se desarrolla en solo un momento determinado.

3.1.2 Nivel de investigación

La investigación es de **nivel descriptivo**, debido a que se busca especificar las definiciones, describir las características y dimensiones de la **CULTURA ORGANIZACIONAL** (variable 1) y **LA IMAGEN** del público interno de una institución educativa particular (variable 2).

De igual manera, el nivel es **correlacional**, porque se midió el grado de relación existente entre la dos variables en estudio, la variable independiente **CULTURA ORGANIZACIONAL** y la variable dependiente **LA IMAGEN** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.

3.1.3 Método de investigación

Los métodos científicos elegidos para la demostración de las hipótesis son los siguientes:

Inductivo: Porque de la verdad particular se obtiene la verdad general.

Deductivo: Porque de la verdad general se obtiene la verdad particular.

Analítico: Porque se desintegró la realidad estudiada en sus componentes para ser investigadas a profundidad y establecer la relación causa efecto entre las variables objeto de investigación.

Estadístico: Porque se utilizó herramientas estadísticas que nos llevará a las conclusiones y recomendaciones.

Hermenéutico: porque se hizo uso de la interpretación.

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La población correspondiente a esta investigación es finita ya que la cantidad de unidades de análisis es conocida y menor a 100,000.

El conjunto de elementos o sujetos a los cuales se les realizó las mediciones poseen características, propiedades, cualidades y atributos homogéneos, es decir que dichas unidades de análisis son representativas.

La población objeto de estudio está constituida por el público interno (hombres y mujeres) de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco, siendo un total de 28 personas.

3.2.2 Muestra

La cantidad de unidades de análisis correspondiente a la muestra será equitativa a la población por criterio o conveniencia del investigador.

Para la selección de las unidades de análisis se utilizará la técnica de muestreo no probabilístico.

La muestra está conformada por 25 unidades de análisis, que involucra al público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas

Encuesta: Conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas a partir de la identificación de indicadores para ser dirigidas a una muestra de población.

3.3.2 Instrumentos

Cuestionario: Conjunto de preguntas cuyo objetivo es obtener información concreta en función a la investigación. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno.

3.3.3 Validez

Para determinar la validez del instrumento se realizó a través del juicio de expertos en temas vinculados a Relaciones Públicas la cual ha sido procesada mediante la fórmula de coeficiente de validez Aiken,

El procedimiento implicó elaborar una carta en la que se invitó al juez a participar en el estudio, adjuntando un ejemplar de la prueba. Las evaluaciones de los expertos se pueden encontrar en los anexos.

		J1	J2	J3	J4	J5	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	Relevancia	4	4	4	3	4	3.8	0.45	0.93	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 2	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	3	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
ITEM 3	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 4	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	4	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 5	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	3	4	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
ITEM 6	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 7	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 8	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 9	Relevancia	4	4	3	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	3	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
ITEM 10	Relevancia	3	4	4	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 11	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 12	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 13	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 14	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 15	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 16	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	3	3.8	0.45	0.93	Valido

	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 17	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 18	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	3	4	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 19	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 20	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	3	4	4	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
ITEM 21	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 22	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 23	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 24	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 25	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 26	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 27	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 28	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 29	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 30	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Claridad	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 31	Relevancia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido

	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 32	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 33	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 34	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 35	<i>Relevancia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla de validez determinan que la evaluación a cada reactivo realizado por cada uno de los expertos tienen una mínima variabilidad, cuyo valor intervariar va desde 0.93 hasta 1.00, es decir, que el instrumento tiene una validez alta.

3.3.4 Confiabilidad de instrumento de medición

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,982	35

Interpretación: El coeficiente de Alpha de Cronbach del instrumento de investigación conformado por 35 reactivos politómicos es de .982, lo cual es considerado como un instrumento bastante confiable o que tiene una alta fiabilidad.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de datos se utilizará el programa Spss versión 21.

3.4.1 Presentación y análisis de resultados

Los datos que se obtendrán como producto de la aplicación del instrumento de investigación y el análisis de éstos se realizarán con la finalidad de resumir las observaciones que se llevarán a cabo y dar respuestas a las interrogantes de la investigación.

Una vez obtenidos los datos en el trabajo de campo y cumpliendo con las tareas de la estadística descriptiva se podrá resumir, ordenar y presentar la información en diferentes tablas de frecuencias (absoluta, relativa y acumulada) y gráficas, el uso de las tablas de frecuencias ayudarán a determinar la tendencia de las variables en estudio y las gráficas servirán como recurso visual que permitirán tener una idea clara, precisa, global y rápida acerca de la muestra.

En base a la información obtenida mediante las técnicas descriptivas se harán generalizaciones, es decir, que además de la estadística descriptiva se hará uso de la estadística inferencial.

3.4.2 Prueba de hipótesis

Las hipótesis serán contrastadas utilizando la prueba no paramétrica de chi cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2 = \sum_{i=1}^K \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde:

X^2 =Test de Chi cuadrado

$\sum_{i=1}^K$ =Sumatoria de frecuencias

O_i = Frecuencias Observadas

E_i = Frecuencias Esperadas

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación está orientada en la búsqueda de la verdad desde la recolección, presentación e interpretación de datos hasta la divulgación de resultados, los cuales se efectuarán con suma transparencia.

El aspecto ético se encontrará presente en el desarrollo de cada una de las actividades de todas las etapas del proceso de investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Presentación de análisis y resultados

Los datos obtenidos como producto de la aplicación del instrumento de investigación y el análisis de éstos se realizaron con la finalidad de dar respuestas a las interrogantes de la presente investigación.

Una vez obtenidos los datos en el trabajo de campo y cumpliendo con las tareas de la estadística descriptiva se pudo resumir, ordenar y presentar la información en diferentes tablas de frecuencias (absoluta, relativa y acumulada) y gráficas, el uso de las tablas de frecuencias ayudaron a determinar la tendencia de las variables en estudio y las gráficas sirvieron como recurso visual que permitieron tener una idea clara, precisa, global y rápida acerca de la muestra.

En base a la información obtenida mediante las técnicas descriptivas se hicieron generalizaciones, es decir, que además de la estadística descriptiva se hizo uso de la estadística inferencial.

La estadística inferencial está presente en cada una de las prueba de hipótesis, es decir, en la hipótesis general y específica.

Tabla 1

¿Con qué frecuencia la institución mide los resultados del trabajo realizado?

	fi	hi	%
<i>Mensual</i>	11	0.44	44%
<i>Bimestral</i>	11	0.44	44%
<i>Trimestral</i>	1	0.04	4%
<i>Semestral</i>	0	0	0%
<i>Anual</i>	2	0.08	8%
Total	25	1	100%



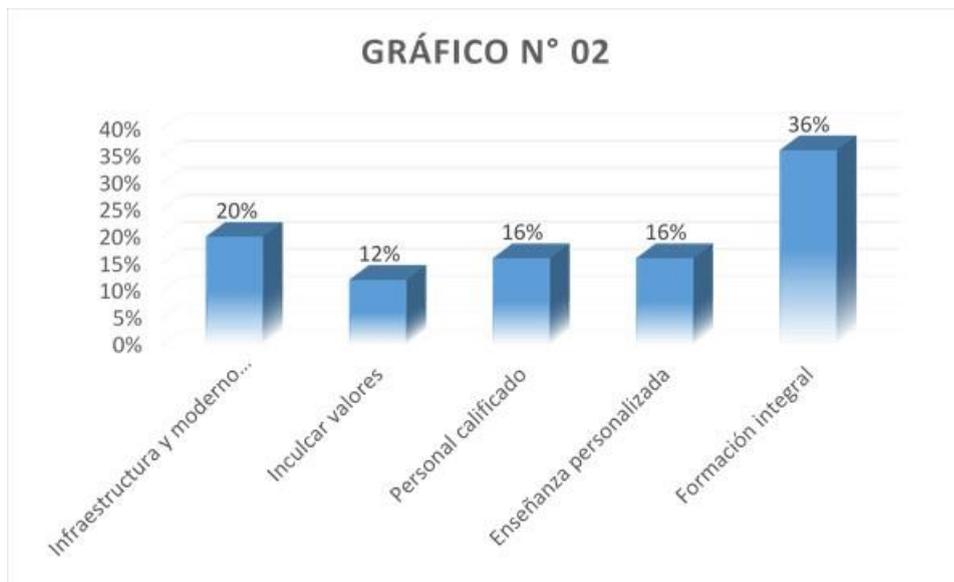
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 44% señaló que mensualmente y bimestralmente la institución mide los resultados del trabajo realizado, el 8% indicó que se da en forma anual y el 4% mencionó que es trimestralmente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

¿Con cuál de los siguientes aspectos se relaciona más la expresión “educación de calidad” al interior de la Institución educativa particular?

	fi	hi	%
<i>Infraestructura y moderno equipamiento</i>	5	0.2	20%
<i>Inculcar valores</i>	3	0.12	12%
<i>Personal calificado</i>	4	0.16	16%
<i>Enseñanza personalizada</i>	4	0.16	16%
<i>Formación integral</i>	9	0.36	36%
Total	25	1	100%



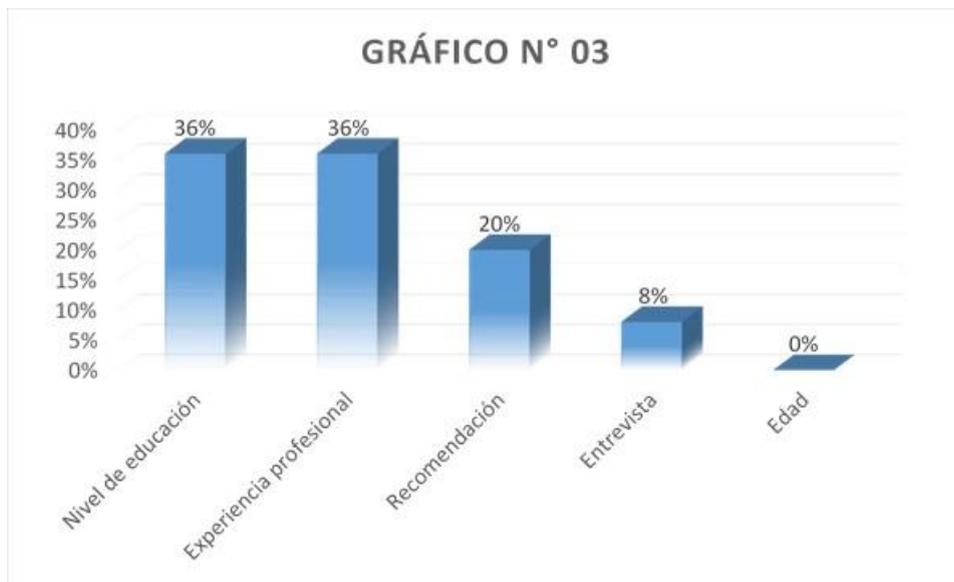
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 36% señaló que la formación integral es el aspecto con el que más se relaciona la expresión “educación de calidad” al interior de la Institución educativa particular, el 20% indicó que es la infraestructura y el moderno equipamiento, el 16% mencionó que es el personal calificado y la enseñanza personalizada; y el 12% expresó que es el del inculcar valores.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

¿Cuál de los siguientes aspectos considera que la institución educativa particular toma en cuenta para la admisión (contratación) del personal?

	fi	hi	%
<i>Nivel de educación</i>	9	0.36	36%
<i>Experiencia profesional</i>	9	0.36	36%
<i>Recomendación</i>	5	0.2	20%
<i>Entrevista</i>	2	0.08	8%
<i>Edad</i>	0	0	0%
Total	25	1	100%



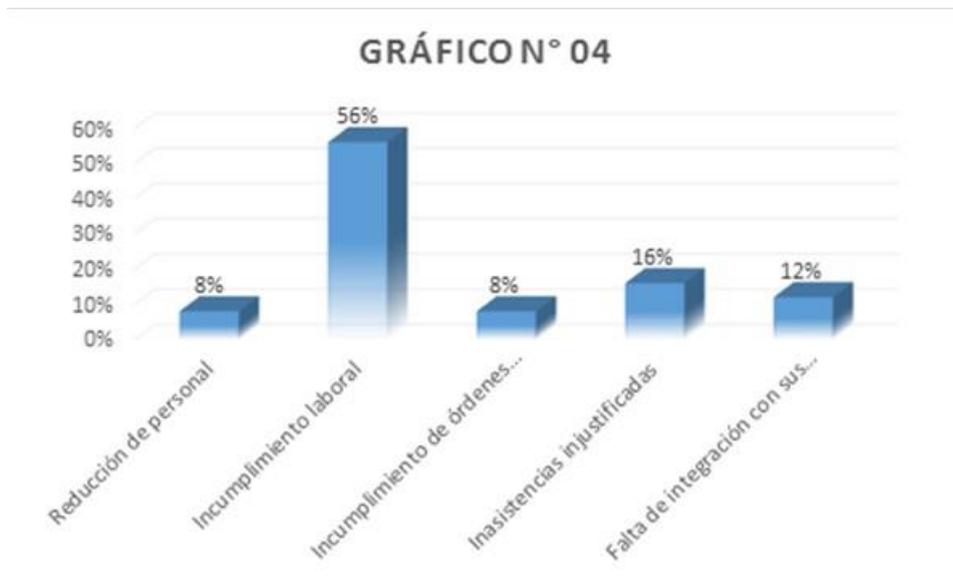
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 36% señaló que el aspecto que la institución educativa particular toma en cuenta para la admisión (contratación) del personal es el nivel de educación y la experiencia profesional, el 20% indicó que es la recomendación y el 8% mencionó que es la entrevista.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

¿Cuál de los siguientes aspectos considera que la institución educativa particular toma en cuenta para la separación del personal?

	fi	hi	%
<i>Reducción de personal</i>	2	0.08	8%
<i>Incumplimiento laboral</i>	14	0.56	56%
<i>Incumplimiento de órdenes de personal jerárquico</i>	2	0.08	8%
<i>Inasistencias injustificadas</i>	4	0.16	16%
<i>Falta de integración con sus compañeros</i>	3	0.12	12%
Total	25	1	100%



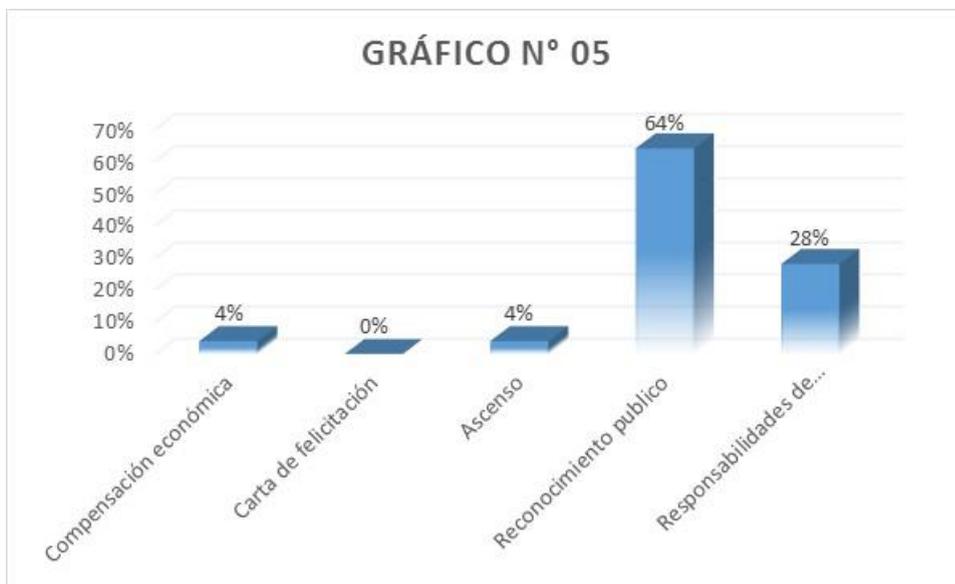
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 56% señaló que el aspecto que la institución educativa particular toma en cuenta para la separación del personal es el incumplimiento laboral, el 16% indicó que son las inasistencias injustificadas, el 12% manifestó que es la falta de integración con sus compañeros y el 8% mencionó que es incumplimiento de órdenes de personal jerárquico y la reducción de personal.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

¿De qué manera los colaboradores son recompensados por el trabajo realizado, dentro de la institución educativa particular?

	fi	hi	%
<i>Compensación económica</i>	1	0.04	4%
<i>Carta de felicitación</i>	0	0	0%
<i>Ascenso</i>	1	0.04	4%
<i>Reconocimiento publico</i>	16	0.64	64%
<i>Responsabilidades de confianza</i>	7	0.28	28%
Total	25	1	100%



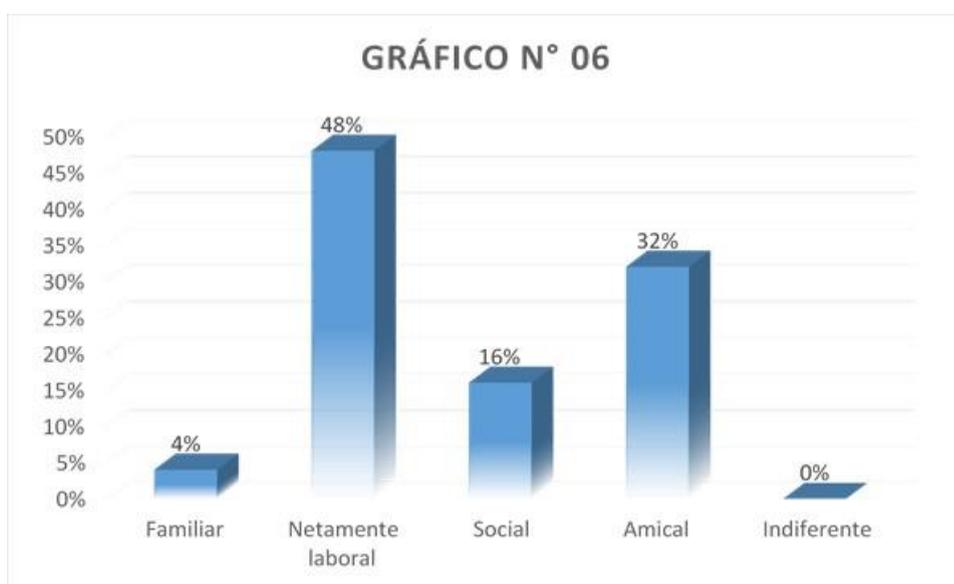
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 64% señaló que los colaboradores son recompensados por el trabajo realizado, dentro de la institución educativa particular mediante el reconocimiento público, el 28% indicó que es a través responsabilidades de confianza y el 4% mencionó que es mediante compensación económica y ascenso.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Según su apreciación. ¿Cómo es la relación entre quienes dirigen la institución educativa particular con el personal a su cargo?

	fi	hi	%
<i>Familiar</i>	1	0.04	4%
<i>Netamente laboral</i>	12	0.48	48%
<i>Social</i>	4	0.16	16%
<i>Amical</i>	8	0.32	32%
<i>Indiferente</i>	0	0	0%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 48% señaló que la relación entre quienes dirigen la institución educativa particular con el personal a su cargo es netamente laboral, el 32% indicó que es amical, 16% mencionó que es social y el 4% expresó que es familiar.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Los colaboradores cumplen la misión de la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	2	0.08	8%
<i>De acuerdo</i>	16	0.64	64%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	0.24	24%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 64% señaló estar de acuerdo con que los colaboradores cumplen la misión de la institución educativa particular, el 24% indicó estar totalmente de acuerdo, 8% mencionó indiferente y el 4% expresó estar en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

Los directores y coordinadores cumplen con lo manifestado en la misión de la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	2	0.08	8%
<i>Indiferente</i>	1	0.04	4%
<i>De acuerdo</i>	13	0.52	52%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	0.36	36%
Total	25	1	100%



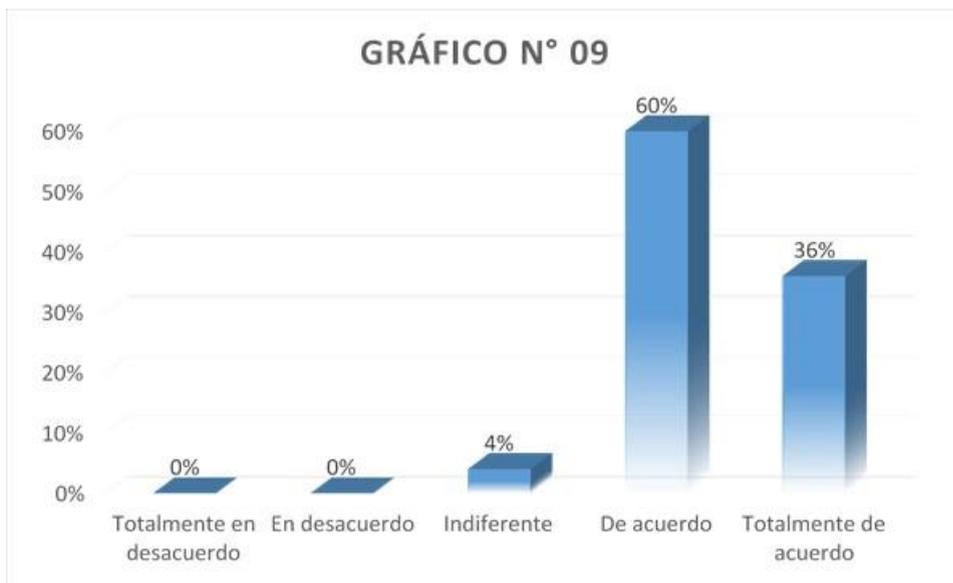
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 52% señaló estar de acuerdo con que los directores y los coordinadores cumplen con lo manifestado en la misión de la institución educativa particular, el 36% indicó estar totalmente de acuerdo, 8% mencionó estar en desacuerdo y el 4% es indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Se cumplen las metas establecidas por la institución educativa particular para lograr su misión.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	1	0.04	4%
<i>De acuerdo</i>	15	0.6	60%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	0.36	36%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 60% señaló estar de acuerdo con que se cumplen las metas establecidas por la institución educativa particular para lograr su misión, el 36% indicó estar totalmente de acuerdo y el 4% es indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

La institución educativa particular cuenta con estrategias para solucionar dificultades o inconvenientes que se presente

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	3	0.12	12%
<i>De acuerdo</i>	12	0.48	48%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	0.36	36%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 48% señaló estar de acuerdo con que la institución educativa particular cuenta con estrategias para solucionar dificultades o inconvenientes que se presente, el 36% indicó estar totalmente de acuerdo, 12% es indiferente y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

La misión, visión y valores dentro de la institución, son interpretadas (entendidas) de la misma manera por todos los trabajadores.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	3	0.12	12%
<i>Indiferente</i>	5	0.2	20%
<i>De acuerdo</i>	12	0.48	48%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	5	0.2	20%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 48% señaló estar de acuerdo con que la misión, visión y valores dentro de la institución, son interpretadas (entendidas) de la misma manera por todos los trabajadores, el 20% indicó estar totalmente de acuerdo e indiferente y el 12% expresó estar en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

El personal de la institución educativa particular participa activamente en la toma de decisiones.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	2	0.08	8%
<i>Indiferente</i>	6	0.24	24%
<i>De acuerdo</i>	14	0.56	56%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	0.12	12%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 56% señaló estar de acuerdo con que el personal de la institución educativa particular participa activamente en la toma de decisiones, el 24% es indiferente, el 12% mencionó estar totalmente de acuerdo y el 8% expresó estar en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13

El personal de la institución educativa particular puede expresar libremente sus puntos de vista, aportes u opiniones.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	3	0.12	12%
<i>De acuerdo</i>	14	0.56	56%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	0.24	24%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 56% señaló estar de acuerdo con que el personal de la institución educativa particular puede expresar libremente sus puntos de vista, aportes u opiniones, el 24% indicó estar totalmente de acuerdo, el 12% es indiferente y el 4% expresó estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

¿Considera usted que la institución recompensa el trabajo que realiza?

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	4	0.16	16%
<i>Indiferente</i>	5	0.2	20%
<i>De acuerdo</i>	11	0.44	44%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	0.16	16%
Total	25	1	100%



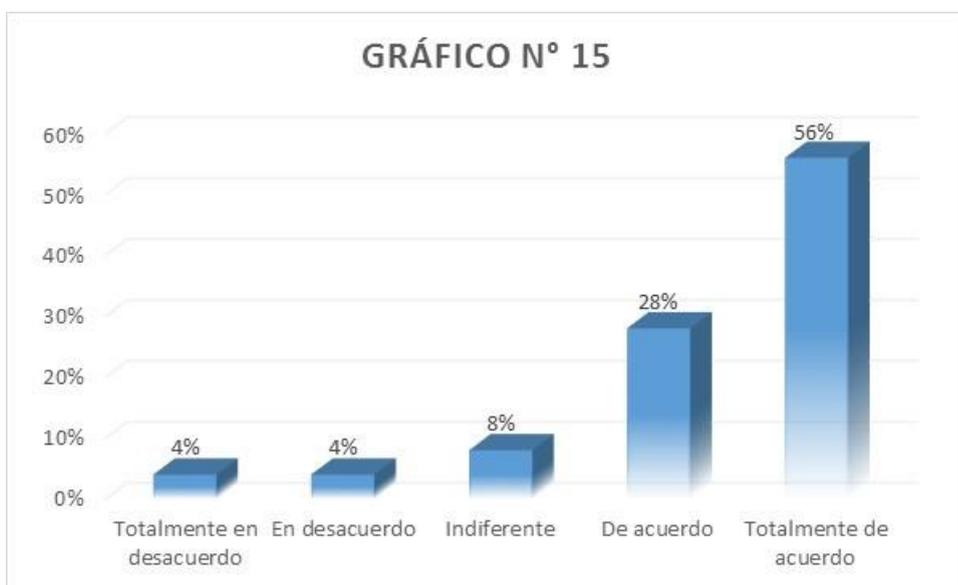
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 44% señaló estar de acuerdo con que la institución recompensa el trabajo que realiza, el 20% es indiferente, el 16% mencionó estar totalmente de acuerdo y en desacuerdo y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

La institución educativa particular atiende las sugerencias y/o reclamos de los padres de familia.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	2	0.08	8%
<i>De acuerdo</i>	7	0.28	28%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	0.56	56%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 56% señaló estar totalmente de acuerdo con que la institución educativa particular atiende las sugerencias y/o reclamos de los padres de familia, el 28% indicó estar de acuerdo, el 8% es indiferente y el 4% expresó estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16

El personal de la institución brinda adecuado cuidado, trato y atención a los niños.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	0	0	0%
<i>De acuerdo</i>	8	0.32	32%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	17	0.68	68%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 68% señaló estar totalmente de acuerdo con que el personal de la institución brinda adecuado cuidado, trato y atención a los niños y el 32% indicó estar de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17

La institución programa reuniones con los colaboradores de manera frecuente.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	1	0.04	4%
<i>De acuerdo</i>	9	0.36	36%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	0.56	56%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 56% señaló estar totalmente de acuerdo con que la institución programa reuniones con los colaboradores de manera frecuente, el 36% indicó estar de acuerdo y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo e indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

Los ambientes (infraestructura) de la institución son los adecuados para el desarrollo y/o cumplimiento de actividades académicas.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	2	0.08	8%
<i>De acuerdo</i>	14	0.56	56%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	0.36	36%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 56% señaló estar de acuerdo con que los ambientes (infraestructura) de la institución son los adecuados para el desarrollo y/o cumplimiento de actividades académicas, el 36% indicó estar totalmente de acuerdo y 8% es indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

El personal de la institución educativa particular se identifica con la institución.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	3	0.12	12%
<i>De acuerdo</i>	13	0.52	52%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	8	0.32	32%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 52% señaló estar de acuerdo con que el personal de la institución educativa particular se identifica con la institución, el 32% indicó estar totalmente de acuerdo, el 12% es indiferente y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Las autoridades de la institución, lo motivan a cumplir eficientemente su trabajo.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	2	0.08	8%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	4	0.16	16%
<i>De acuerdo</i>	11	0.44	44%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	0.28	28%
Total	25	1	100%



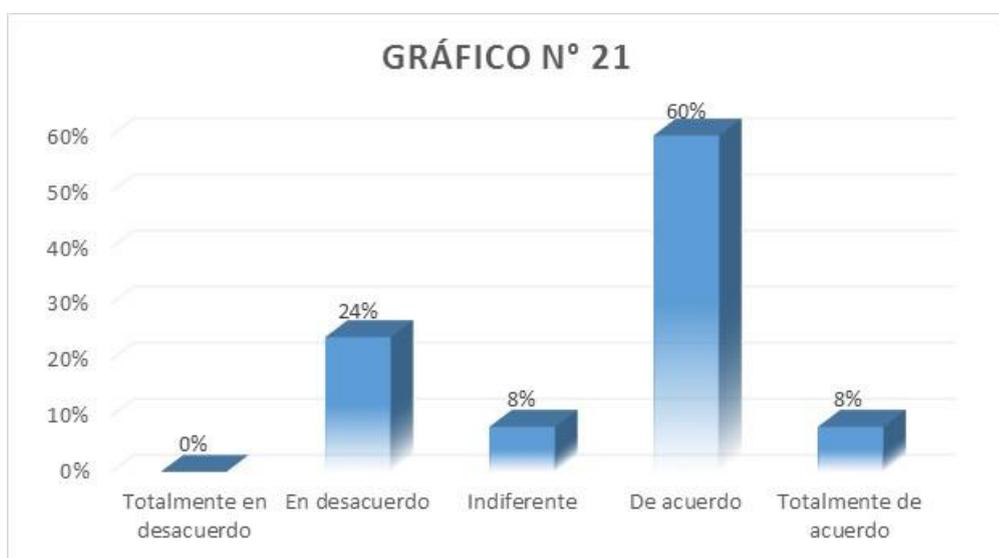
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 44% señaló estar de acuerdo con que las autoridades de la institución, lo motivan a cumplir eficientemente su trabajo, el 28% indicó estar totalmente de acuerdo, 16% es indiferente, el 8% mencionó estar totalmente en desacuerdo y el 4% expresó estar en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

¿Considera usted que sus compañeros de la institución tienen un comportamiento ético?

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	6	0.24	24%
<i>Indiferente</i>	2	0.08	8%
<i>De acuerdo</i>	15	0.6	60%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	2	0.08	8%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 60% señaló estar de acuerdo con que sus compañeros de la institución tienen un comportamiento ético, el 24% indicó estar en desacuerdo y el 8% mencionó estar totalmente de acuerdo e indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22

¿En la institución educativa particular existe colaboración entre los compañeros de trabajo?

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	4	0.16	16%
<i>De acuerdo</i>	16	0.64	64%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	0.12	12%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 64% señaló estar de acuerdo con que en la institución educativa particular existe colaboración entre los compañeros de trabajo, el 16% es indiferente, 12% mencionó estar totalmente de acuerdo y el 4% expresó estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

Según usted, el atributo “estabilidad laboral” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	2	0.08	8%
<i>Indiferente</i>	3	0.12	12%
<i>De acuerdo</i>	15	0.6	60%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	5	0.2	20%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 60% señaló estar de acuerdo con que el atributo “estabilidad laboral” identifica a la institución educativa particular, el 20% indicó estar totalmente de acuerdo, el 12% es indiferente y el 8% expresó estar en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24

Según usted, el atributo “buena remuneración” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	2	0.08	8%
<i>Indiferente</i>	6	0.24	24%
<i>De acuerdo</i>	12	0.48	48%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	0.16	16%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 48% señaló estar de acuerdo con que el atributo “buena remuneración” identifica a la institución educativa particular, el 24% es indiferente, 16% mencionó estar totalmente de acuerdo, el 8% indicó estar en desacuerdo y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25

Según usted, el atributo “buen ambiente laboral” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	7	0.28	28%
<i>De acuerdo</i>	12	0.48	48%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	0.16	16%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 48% señaló estar de acuerdo con que el atributo “buen ambiente laboral” identifica a la institución educativa particular, el 28% es indiferente, 16% mencionó estar totalmente de acuerdo y el 4% expresó estar en desacuerdo y totalmente de acuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26

Según usted, el atributo “apertura a sus opiniones y sugerencias” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	8	0.32	32%
<i>De acuerdo</i>	11	0.44	44%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	0.16	16%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 44% señaló estar de acuerdo con que el atributo “apertura a sus opiniones y sugerencias” identifica a la institución educativa particular, el 32% es indiferente, 16% mencionó estar totalmente de acuerdo y el 4% expresó estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27

Según usted, el atributo “capacitación constante” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	4	0.16	16%
<i>De acuerdo</i>	15	0.6	60%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	0.16	16%
Total	25	1	100%



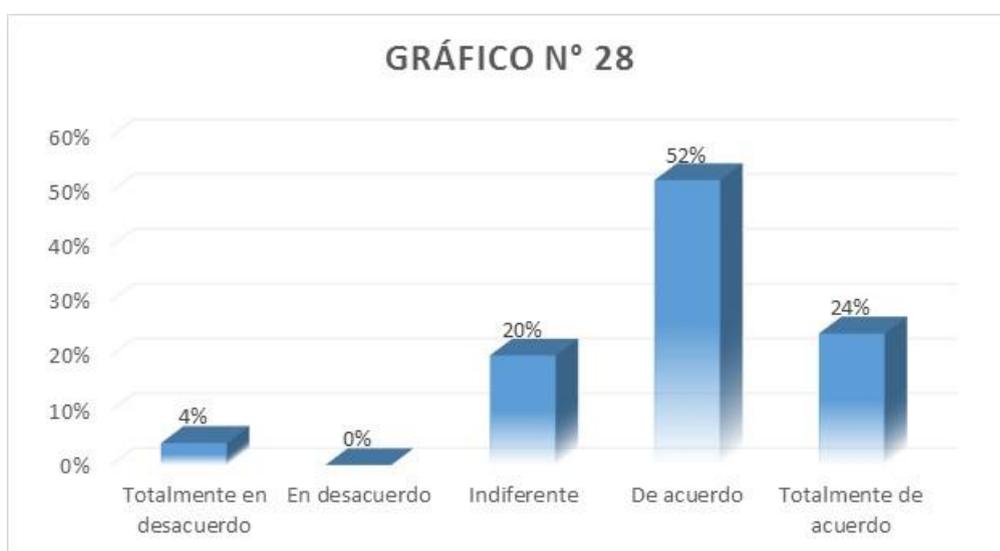
Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 60% señaló estar de acuerdo con que el atributo “capacitación constante” identifica a la institución educativa particular, el 16% indicó estar totalmente de acuerdo e indiferente y el 4% expresó estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28

Según usted, el atributo “buen trato de las autoridades” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	5	0.2	20%
<i>De acuerdo</i>	13	0.52	52%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	0.24	24%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 52% señaló estar de acuerdo con que el atributo “buen trato de las autoridades” identifica a la institución educativa particular, el 24% indicó estar totalmente de acuerdo, 20% es indiferente y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29

Según usted, el atributo “pertener a una institución reconocida” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	2%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	2	0.08	8%
<i>De acuerdo</i>	14	0.56	56%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	0.36	36%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 56% señaló estar de acuerdo con que el atributo “pertener a una institución reconocida” identifica a la institución educativa particular, el 36% indicó estar totalmente de acuerdo, el 8% es indiferente y el 2% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30

Según usted, el atributo “infraestructura y ambientes adecuados” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	2	0.08	8%
<i>De acuerdo</i>	16	0.64	64%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	0.28	28%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 64% señaló estar de acuerdo con que el atributo “infraestructura y ambientes adecuados” identifica a la institución educativa particular, el 28% indicó estar totalmente de acuerdo y 8% es indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31

Según usted, el atributo “actividades para integración del personal” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	7	0.28	28%
<i>De acuerdo</i>	11	0.44	44%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	0.24	24%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 44% señaló estar de acuerdo con que el atributo “actividades para integración del personal” identifica a la institución educativa particular, el 28% es indiferente, el 24% mencionó estar totalmente de acuerdo y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32

Según usted, el atributo “moderno equipamiento para el proceso de enseñanza” identifica a la institución educativa particular.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	3	0.12	12%
<i>De acuerdo</i>	18	0.72	72%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	0.16	16%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 72% señaló estar de acuerdo con que el atributo “moderno equipamiento para el proceso de enseñanza” identifica a la institución educativa particular, el 16% indicó estar totalmente de acuerdo y 12% es indiferente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33

¿Cree usted que sus roles o funciones se relacionan con los atributos y/o cualidades de la institución?

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	0	0	0%
<i>De acuerdo</i>	17	0.68	68%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	0.28	28%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 68% señaló estar de acuerdo con que sus roles o funciones se relacionan con los atributos y/o cualidades de la institución, el 28% indicó estar totalmente de acuerdo y el 4% mencionó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34

¿Cree usted que la manera en que cumple sus funciones colman las expectativas que la institución tiene de usted?

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	0	0	0%
<i>Indiferente</i>	2	0.08	8%
<i>De acuerdo</i>	16	0.64	64%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	0.24	24%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 64% señaló estar de acuerdo con que la manera en que cumple sus funciones colman las expectativas que la institución tiene de usted, el 24% indicó estar totalmente de acuerdo, el 8% es indiferente y el 4% expresó estar totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35

La interacción (relaciones con compañeros) en la institución le ayudan a formarse las ideas que usted tiene de esta.

	fi	hi	%
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>En desacuerdo</i>	1	0.04	4%
<i>Indiferente</i>	1	0.04	4%
<i>De acuerdo</i>	16	0.64	64%
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	0.24	24%
Total	25	1	100%



Interpretación: Del 100% de los encuestados, el 64% señaló estar de acuerdo con que la interacción (relaciones con compañeros) en la institución le ayudan a formarse las ideas que usted tiene de esta, el 24% indicó estar totalmente de acuerdo y el 4% expresó estar en desacuerdo, totalmente en desacuerdo e indiferente.

Fuente: Elaboración propia

4.1.1 Prueba de hipótesis

4.1.1.1 Hipótesis principal

H_i: LA **CULTURA ORGANIZACIONAL** se relaciona significativamente con la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H_o: No existe relación significativa entre la **CULTURA ORGANIZACIONAL** y la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₁: Sí existe relación significativa entre la **CULTURA ORGANIZACIONAL** y la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,220 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	23,455	2	,000
Linear-by-Linear Association	15,460	1	,000
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H_o**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y

rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 18,220^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que sí existe relación significativa entre la CULTURA ORGANIZACIONAL y la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

4.1.1.2 Hipótesis específica primera

Hi: Los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Ho: Los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** no se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₁: Los **SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA** sí se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,188 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	21,644	2	,001
Linear-by-Linear Association	13,140	1	,000
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P . Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 24,188^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que sí existe relación significativa entre los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA y la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

4.1.1.3 Hipótesis específica segunda

Hi: Los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA se relacionan con los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₀: Los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA y los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco – 2018, no se relacionan.

H₁: Los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA y los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco – 2018, sí se relacionan.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42,647 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	37,430	2	,000
Linear-by-Linear Association	21,431	1	,000
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 42,647^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA y los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco – 2018, sí se relacionan.

4.1.1.4 Hipótesis específica tercera

Hi: Los SUPUESTOS SOBRE INTEGRACIÓN INTERNA se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₀: No existe relación significativa entre los **SUPUESTOS SOBRE INTEGRACIÓN INTERNA** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₁: Sí existe relación significativa entre los **SUPUESTOS SOBRE INTEGRACIÓN INTERNA** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,974 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	26,263	2	,000
Linear-by-Linear Association	15,978	1	,000
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 27,974^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que sí existe relación significativa entre los SUPUESTOS SOBRE INTEGRACIÓN INTERNA y la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del

público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

4.1.1.5 Hipótesis específica cuarta

Hi: Los **SUPUESTOS SOBRE GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** se relacionan significativamente con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₀: Los **SUPUESTOS SOBRE GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** no se relacionan significativamente con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₁: Los **SUPUESTOS SOBRE GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA** sí se relacionan significativamente con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45,294 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	35,322	2	,000
Linear-by-Linear Association	18,273	1	,000
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 45,294^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que los SUPUESTOS SOBRE GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA sí se relacionan significativamente con los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

4.1.1.6 Hipótesis específica quinta

Hi: Los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** se relacionan con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₀: Los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco – 2018, no se relacionan.

H₁: Los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** y la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco – 2018, sí se relacionan.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,381 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	28,915	2	,000
Linear-by-Linear Association	18,560	1	,000
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 35,381^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO y la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco – 2018, sí se relacionan.

4.1.1.7 Hipótesis específica sexta

Hi: Los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** se relacionan significativamente con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₀: No existe relación significativa entre los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₁: Sí existe relación significativa entre los **SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO** y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,352 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	14,140	2	,008
Linear-by-Linear Association	8,855	1	,003
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 19,352^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que sí existe relación significativa entre los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD,

TIEMPO Y ESPACIO y los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

4.1.1.8 Hipótesis específica séptima

Hi: Los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Ho: Los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** no se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H1: Los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** sí se relacionan significativamente con la **ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA** del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,446 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	12,543	2	,002
Linear-by-Linear Association	8,699	1	,003
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 9,446^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES sí se relacionan significativamente con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

4.1.1.9 Hipótesis específica octava

Hi: Los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** se relacionan con los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₀: No existe relación entre los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES** y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

H₁: Sí existe relación entre los **SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES**

y los **PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES** en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,048 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	14,636	2	,000
Linear-by-Linear Association	9,846	1	,002
N of Valid Cases	25		

Decisión:

Como P. Valor es = 0,000 y dicho valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**).

Conclusión:

De acuerdo a los datos estadísticos encontrados en la tabla de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna o alternativa y rechazar la hipótesis nula teniendo un valor de Chi – Cuadrado de 14,048^a y un nivel de significancia de 0,000; por lo tanto se determina que sí existe relación entre los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES y los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Las actividades realizadas en la praxis científica han tenido como resultados que la muestra encuestada ha optado por la respuesta más frecuente a la opción de acuerdo con porcentajes que van desde más del 50% hasta más del 70% sobre los reactivos planteados en la presente investigación. Las unidades de análisis encuestadas respondieron estar de acuerdo en un 52% respecto a que los directores y los coordinadores cumplen con lo manifestado en la misión de la institución educativa particular, que el atributo “buen trato de las autoridades” identifica a la institución educativa particular y que el personal de la institución educativa particular se identifica con la institución.

Con cuatro puntos porcentuales más, es decir, al 56% los encuestados dieron a conocer estar de acuerdo con que el personal de la institución educativa particular participa activamente en la toma de decisiones, que el personal de la institución educativa particular puede expresar libremente sus puntos de vista, aportes u opiniones, que los ambientes (infraestructura) de la institución son los adecuados para el desarrollo y/o cumplimiento de actividades académicas y que el atributo “pertenecer a una institución reconocida” identifica a la institución educativa particular.

Con un porcentaje mayor a los anteriores, al 60% la muestra encuestada indicó estar de acuerdo con que se cumplen las metas establecidas por la institución educativa particular para lograr su misión, que sus compañeros de la institución tienen un comportamiento ético, que el atributo “estabilidad laboral” identifica a la institución educativa particular y que el atributo “capacitación constante” identifica a la institución educativa particular, en un 64% con la misma opción

de respuesta los encuestados revelaron que los colaboradores cumplen la misión de la institución educativa particular, que en la institución educativa particular existe colaboración entre los compañeros de trabajo, que el atributo “infraestructura y ambientes adecuados” identifica a la institución educativa particular, que la manera en que cumple sus funciones colman las expectativas que la institución tiene de usted y que la interacción (relaciones con compañeros) en la institución le ayudan a formarse las ideas que usted tiene de esta, además de estos reactivos que han tenido respuestas con porcentajes elevados también existes otros como que en un 68% las unidades de análisis determinaron con igual opción de respuesta, es decir, estar de acuerdo con que sus roles o funciones se relacionan con los atributos y/o cualidades de la institución y el 72% señaló estar de acuerdo con que el atributo “moderno equipamiento para el proceso de enseñanza” identifica a la institución educativa particular.

Otra de las alternativas de respuestas también presente en la elección de la muestra encuestada sobre los reactivos planteados ha sido la opción totalmente de acuerdo que en un 56% señaló estar totalmente de acuerdo con que la institución educativa particular atiende las sugerencias y/o reclamos de los padres de familia, que la institución programa reuniones con los colaboradores de manera frecuente y el 68% la muestra puntualizó estar totalmente de acuerdo con que el personal de la institución brinda adecuado cuidado, trato y atención a los niños.

Con porcentajes menores al 50% la muestra encuestada dio a conocer que la formación integral es el aspecto con el que más se relaciona la expresión “educación de calidad” al interior de la Institución educativa particular y que el aspecto que la institución educativa particular toma en cuenta para la admisión (contratación) del personal es el nivel de educación y la experiencia profesional (36%), en un 44% mencionó que mensualmente y bimestralmente la institución mide los resultados del trabajo realizado, el 8% indicó que se da en forma anual y el 4% mencionó que es trimestralmente y al 48% manifestó que la relación entre quienes dirigen la institución educativa particular con el personal a su cargo es netamente laboral.

Cabe indicar que en esta investigación estadísticamente han sido rechazadas todas las hipótesis nulas (general y específicas) ya que sus valores han sido menores al de 0.05, es decir, que las hipótesis de investigación han sido confirmadas de acuerdo a los problemas y objetivos planteados en el presente estudio.

CONCLUSIONES

Primera: Se determina que la CULTURA ORGANIZACIONAL se relaciona significativamente con la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La verificación de esta hipótesis general se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Segunda: Se establece que los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA se relacionan significativamente con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La comprobación de esta primera hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Tercera: Se demuestra que los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACIÓN EXTERNA se relacionan con los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La contrastación de esta segunda hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Cuarta: Se determina que los SUPUESTOS SOBRE INTEGRACIÓN INTERNA se relacionan significativamente con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La confirmación de esta tercera hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Quinta: Se establece que los SUPUESTOS SOBRE GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN INTERNA se relacionan significativamente con los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La verificación de esta cuarta hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Sexta: Se demuestra que los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO se relacionan con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La comprobación de esta quinta hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Séptima: Se determina que los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO se relacionan significativamente con los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La confirmación de esta sexta hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Octava: Se establece que los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES se relacionan significativamente con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La contrastación de esta séptima hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

Novena: Se demuestra que los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, ACTIVIDADES Y RELACIONES se relacionan con los PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018. La verificación de esta octava hipótesis específica se ha llevado a cabo haciendo uso de la estadística inferencial del test estadístico no paramétrico de Chi – Cuadrado, cuyo valor es igual a 0.000, el mismo que es menor al 0.05, por lo tanto se rechaza la H_0 .

RECOMENDACIONES

- La institución educativa particular debe considerar tener un mayor acercamiento con los colaboradores que cumplen la función de asistente, dando apertura a sus opiniones, entre otras acciones que conlleven a que éste también se sienta reconocido por la institución.
- A las instituciones educativas de niveles primaria y secundaria se les recomienda poder aplicar el presente estudio. Desde luego, que las técnicas deben ser adaptadas a la realidad propia de los mencionados niveles educativos; pero es posible esta réplica ya que nos basamos en aspectos teóricos que explican el fenómeno estudiado, los mismos que son generales. De la misma manera, el instrumento ha sido validado, por lo que solo requiere algunos ajustes.

CAPITULO V: FUENTES DE INFORMACION

Referencias bibliográficas

- Alcocer, S., & Vera, J. (2004). *Acerca de la cultura organizacional*. En Revista Cultura., Nro.18. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Cámara, S. (2012) *Conflicto, Cultura y Compromiso Organizacional*. Un estudio en profesorado de las instituciones educativas de la Región Autónoma de Madeira. Tesis Doctoral. Portugal: Universidad de Cádiz.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la Imagen corporativa*. 4ª. Ed, Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (Málaga, España) http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf
- Chinoy, E. (1999). *Introducción a la sociología: conceptos básicos y Aplicaciones*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós SAICF.
- Cohen, B. (1980). *Introducción a la sociología*. Bogotá, Colombia: Editorial McGraw-Hill Latinoamericana S.A
- Costa, J. (2009). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. 4ª. Ed, Buenos Aires: La Crujia Ediciones.
- DiGenova, A. (2012) *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales: Estrategias de comunicación y tácticas relacionales*. Buenos Aires.: Ugerman
- Eyzaguirre. P. (1997). *Relaciones Públicas*. Chile: Editorial Cal y Canto.
- Ferrari, M. y França, F. (2012). *Gestión de Relaciones Públicas para el éxito de las organizaciones*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Flores, B. (1981). *Relaciones Públicas. Ciencia de la integración humana*. Lima: Editorial imprenta DESA.

- Lázaro, L.; Romero, R.; Saavedra, J.; Vásquez M. (2017) La Cultura Organizacional en Tres Bancos Comerciales del Departamento de Lambayeque. Tesis de Magister. Lima.: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- López, Sonia (2006) El poder en las interacciones comunicativas de las organizaciones. Co-herencia Revista de Humanidades - Universidad EAFIT – Redalyc. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/774/77430510.pdf>
- Mantilla, K. (2008). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Editorial UOC
- Matilla, K. (2009). *Conceptos Fundamentos en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Morocho, A. (2012) Cultura Organizacional y Autopercepción del desempeño docente en las instituciones educativas del nivel primaria red N° 7 Callao. Tesis de Maestría. Perú: Universidad San Ignacio de Loyola de Lima, Perú.
- Ostos, Efrain (2016) Comunicación interna en la identidad corporativa de los trabajadores de Salud público en la Lima. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Paredes, R. (2017) El proceso de las relaciones públicas y la imagen institucional de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna 2014. Tesis de Maestría. Tacna.: Universidad Privada de Tacna.
- Pérez, R., & Solórzano, E.(1999). *Relaciones públicas superiores: Una nueva pedagogía*. Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Puga, C.; Peschard, J.; Castro, T. (1992). *Hacia la sociología*. México: Editorial Alhambra Mexicana S.A.

- Puga, M. (2005) Diagnóstico de la Imagen Corporativa de una Compañía de Seguros-Caso de la Compañía Aseguradora del Sur. Tesis de Licenciatura. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito.
- Rodríguez, D.(1999). *Diagnostico organizacional*. 3ª Ed, México: Alfaomega grupo editor S.A.
- Rojas, O. (2012). Relaciones Públicas. La eficacia de la influencia. 3ª Ed. Madrid: ESIC Editorial
- Salvatierra, M. (2005). Comportamiento Organizacional y Cultura Organizacional educativa en instituciones educativas del nivel de educación secundaria en el Distrito Federal. Tesis de Maestría. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sánchez, A. (2016) Bernays y Matrat. Debates en torno a los fundamentos de las relaciones públicas en occidente. En Revista Cultura., Nro. 30. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. (Trad. A. Pineda, 3º.ed) San Francisco: Jossey-Bass. Recuperado de http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_2/ORGANIZATIONAL%20CULTURE%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf
- Scheinsohn, D. (1997). *Más allá de la Imagen corporativa*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Solórzano, E. & Anne Pirotte (2006). *Diccionario de uso para Relaciones Públicas Español – Frances - Inglés*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Solórzano, E. (2009). Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas. Revista ALACAURP N° 5. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Sriramesh, K., & Vercic, D. (2012). Relaciones Públicas Globales. Teoría, investigación y práctica. (Trad. J. Xifra, 1°.ed) Barcelona: Editorial UOC.

Stephen, R. & Judge, T.(2017). *Comportamiento Organizacional 17ED.* México: Editorial Pearson.

Valdez, M. (2014) Función relacional, comunicacional y sinérgica de las relaciones públicas y privadas del Perú. Tesis de Doctorado. Lima.: Universidad de San Martín de Porres.

Villafañe, J. (2008). *Imagen Positiva: Gestión estratégica de la imagen de las empresas.* Madrid: Ediciones Pirámide S.A.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA IMAGEN DEL PÚBLICO INTERNO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR DEL DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO, 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema Principal</p> <p>¿De qué manera LA CULTURA ORGANIZACIONAL se relaciona con la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018?</p>	<p>Objetivo Principal</p> <p>Identificar de qué manera LA CULTURA ORGANIZACIONAL se relaciona con la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018.</p>	<p>Hipótesis Principal</p> <p>LA CULTURA ORGANIZACIONAL se relaciona significativamente con la IMAGEN del público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018.</p>			<ul style="list-style-type: none"> - Misión y estrategia - Medición de resultados. - Estrategias correctivas y de reparación 	<p>DISEÑO</p> <p>No experimental Corte trasversal</p> <p>TIPO</p> <p>Aplicativa</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>1- ¿Qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACION EXTERNA Y LA ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>1- Determinar qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACION EXTERNA Y LA ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>1- Los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACION EXTERNA se relacionan significativamente con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>CULTURA ORGANIZACIONAL</p>	<p>Supuestos sobre la Gestión de la integración interna</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje común - Criterios de inclusión y exclusión - Distribución de Poder y estatus - Asignación de recompensas y castigos 	<p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Descriptiva Correlacional</p>
<p>2- ¿De qué manera los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACION EXTERNA se relacionan con LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018?</p>	<p>2- Establecer de qué manera los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACION EXTERNA se relacionan con LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018.</p>	<p>2- Los SUPUESTOS SOBRE ADAPTACION EXTERNA se relacionan con LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018.</p>		<p>Supuestos sobre la realidad, verdad, tiempo y espacio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Naturaleza de la realidad y la verdad. - Naturaleza sobre el tiempo. - Naturaleza del espacio. 	<p>MÉTODOS</p> <p>Inductivo Deductivo Analítico Estadístico</p>
				<p>Supuestos sobre la naturaleza humana, actividades y relaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Naturaleza humana - Actividad humana apropiada - Naturaleza de las relaciones humanas 	<p>ENFOQUE</p> <p>Cuantitativo</p>

<p>3-¿Qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA GESTION DE LA INTEGRACION INTERNA y LA ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018?</p>	<p>3- Identificar qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA GESTION DE LA INTEGRACION INTERNA y la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>3- Los SUPUESTOS SOBRE INTEGRACION INTERNA se relacionan significativamente con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>Estructura de la imagen corporativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> Niveles de desarrollo de la estructura mental cognitiva Atributos significativos centrales y secundarios 	<p>POBLACION Y MUESTRA</p> <p>POBLACION</p> <p>La población está conformada por 28 unidades de análisis, del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p> <p>MUESTRA</p> <p>La muestra está conformada por 25 unidades de análisis, del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>
<p>4-¿Qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA GESTION DE LA INTEGRACION INTERNA y LOS PUBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018?</p>	<p>4- Demostrar qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA GESTION DE LA INTEGRACION INTERNA y LOS PUBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>4- Los SUPUESTOS SOBRE GESTION DE LA INTEGRACION INTERNA se relacionan significativamente con LOS PUBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p>		
<p>5-¿De qué manera los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO se relacionan con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018?</p>	<p>5- Establecer de qué manera los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO se relacionan con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>5- Los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO se relacionan con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>IMAGEN</p>	<ul style="list-style-type: none"> La interacción individuo-organización 	<p>Para la selección de la muestra se usó la técnica de muestreo probabilístico por conveniencia o Criterio.</p>
<p>6-¿Qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO y LOS PUBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018?</p>	<p>6- Identificar qué relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO y LOS PUBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>6- Los SUPUESTOS SOBRE LA REALIDAD, VERDAD, TIEMPO Y ESPACIO se relacionan significativamente con LOS PUBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>Los públicos de las organizaciones</p>		

<p>7-¿Que relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, Y ACTIVIDADES Y RELACIONES DE LA ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018?</p>	<p>7- Demostrar que relación existe entre los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, Y ACTIVIDADES Y RELACIONES DE LA ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>7- Los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, Y ACTIVIDADES Y RELACIONES se relacionan significativamente con la ESTRUCTURA DE LA IMAGEN CORPORATIVA del público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>		
<p>8-¿De que manera los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, Y ACTIVIDADES Y RELACIONES se relacionan con LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Surco - 2018?</p>	<p>8- Determinar de que manera los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, Y ACTIVIDADES Y RELACIONES se relacionan con LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>	<p>8- Los SUPUESTOS SOBRE LA NATURALEZA HUMANA, Y ACTIVIDADES Y RELACIONES se relacionan con LOS PÚBLICOS DE LAS ORGANIZACIONES en el público interno de una institución educativa particular del distrito de Santiago de Surco - 2018.</p>		

ENCUESTA

Solicito su apoyo para la resolución de esta encuesta, que servirá para demostrar **La Relación entre la cultura organizacional y la imagen del público interno de una Institución Educativa Particular del distrito de Santiago de Surco, 2018.**

A continuación se les presenta una serie de preguntas, de ellas seleccionen las respuestas que ustedes consideren correctas y las que se ajusten a la realidad. Deseamos su mayor sinceridad. La encuesta es anónima, los datos recogidos serán utilizados estadísticamente y por lo tanto, les garantizamos absoluta reserva.

Sexo M__ F__ **Tiempo en la I.E.P.:** _____ **Cargo:**

Encierre en un círculo según usted considere se adecua a la situación/realidad de la institución.

1. ¿Con qué frecuencia la institución mide los resultados del trabajo realizado?

- a. Mensual
- b. Bimestral
- c. Trimestral
- d. Semestral
- e. Anual

2. ¿Con cuál de los siguientes aspectos se relaciona más la expresión "educación de calidad" al interior de la Institución educativa particular?

- a. Infraestructura y moderno equipamiento
- b. Inculcar valores
- c. Personal calificado
- d. Enseñanza personalizada
- e. Formación integral

3. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que la institución educativa particular toma en cuenta para la admisión (contratación) del personal?

- a. Nivel de educación
- b. Experiencia profesional
- c. Recomendación
- d. Entrevista
- e. Edad

4. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que la institución educativa particular toma en cuenta para la separación del personal?

- a. Reducción de personal
- b. Incumplimiento laboral
- c. Incumplimiento de órdenes de personal jerárquico
- d. Inasistencias injustificadas
- e. Falta de integración con sus compañeros

5. ¿De qué manera los colaboradores son recompensados por el trabajo realizado, dentro de la institución educativa particular?

- a. Compensación económica
- b. Carta de felicitación
- c. Ascenso
- d. Reconocimiento público
- e. Responsabilidades de confianza

6. Según su apreciación. ¿Cómo es la relación entre quienes dirigen la institución educativa particular con el personal a su cargo?

- a. Familiar
- b. Netamente laboral
- c. Social
- d. Amical
- e. Indiferente

A continuación, marque con una x el casillero según usted considere se adecua a la situación/realidad de la institución.



	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7. Los colaboradores cumplen la misión de la institución educativa particular.					
8. Los directores y coordinadores cumplen con lo manifestado en la misión de la institución educativa particular.					
9. Se cumplen las metas establecidas por la institución educativa particular para lograr su misión.					
10. La institución educativa particular cuenta con estrategias para solucionar dificultades o inconvenientes que se presente.					
11. La misión, visión y valores dentro de la institución, son interpretadas (entendidas) de la misma manera por todos los trabajadores.					
12. El personal de la institución educativa particular participa activamente en la toma de decisiones.					
13. El personal de la institución educativa particular puede expresar libremente sus puntos de vista, aportes u opiniones.					
14. ¿Considera usted que la institución recompensa el trabajo que realiza?					
15. La institución educativa particular atiende las sugerencias y/o reclamos de los padres de familia.					
16. El personal de la institución brinda adecuado cuidado, trato y atención a los niños.					
17. La institución programa reuniones con los colaboradores de manera frecuente.					

18. Los ambientes (infraestructura) de la institución son los adecuados para el desarrollo y/o cumplimiento de actividades académicas.					
19. El personal de la institución educativa particular se identifica con la institución.					
20. Las autoridades de la institución, lo motivan a cumplir eficientemente su trabajo.					
21. ¿Considera usted que sus compañeros de la institución tienen un comportamiento ético?					
22. ¿En la institución educativa particular existe colaboración entre los compañeros de trabajo?					
23. Según usted, el atributo "estabilidad laboral" identifica a la institución educativa particular.					
24. Según usted, el atributo "buena remuneración" identifica a la institución educativa particular.					
25. Según usted, el atributo "buen ambiente laboral" identifica a la institución educativa particular.					
26. Según usted, el atributo "apertura a sus opiniones y sugerencias" identifica a la institución educativa particular.					
27. Según usted, el atributo "capacitación constante" identifica a la institución educativa particular.					
28. Según usted, el atributo "buen trato de las autoridades" identifica a la institución educativa particular.					
29. Según usted, el atributo "pertenecer a una institución reconocida" identifica a la institución educativa particular.					
30. Según usted, el atributo "infraestructura y ambientes adecuados" identifica a la institución educativa particular.					
31. Según usted, el atributo "actividades para integración del personal" identifica a la institución educativa particular.					
32. Según usted, el atributo "moderno equipamiento para el proceso de enseñanza" identifica a la institución educativa particular.					
33. ¿Cree usted que sus roles o funciones se relacionan con los atributos y/o cualidades de la institución?					
34. ¿Cree usted que la manera en que cumple sus funciones colman las expectativas que la institución tiene de usted?					
35. La interacción (relaciones con compañeros) en la institución le ayudan a formarse las ideas que usted tiene de esta.					

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta

OBJETIVO: IDENTIFICAR DE QUÉ MANERA LA CULTURA ORGANIZACIONAL SE RELACIONA CON LA FRAEBS

DIRIGIDO A: DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: GARAY Baldeón, Jorge Luis MARTÍN.

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Excelente 100% - 81%	Bueno 80% - 61%	Regular 60% - 41%	Bajo 40% - 21%	Deficiente 20% - 00%
92%				

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado

Firma del evaluador

DNI: 06117844
Teléfono: 996.336.309
Fecha: 12.10.2010

1.8. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Excelente 100%-81%	Bueno 80%-61%	Regular 60%-41%	Bajo 40%-21%	Deficiente 20%-00%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.	90%				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	95%				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.		80%			
4. PRECISIÓN	Define adecuadamente los parámetros de medición.	90%				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	95%				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias	98%				

7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos	90%			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	90%			
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico		80%		
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.	90%			
SUBTOTALES:					

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90.....% OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Supeville, 12 de Octubre, 2018


 Firma del Experto Informante

DNI. N° 06117844
 Teléfono N° 996-336-309

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta

OBJETIVO: IDENTIFICAR DE QUÉ MANERA LA CULTURA ORGANIZACIONAL SE RELACIONA CON LA IMAGEN

DIRIGIDO A: DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: TINOCO MUJICA, ALDO ANTONIO

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO EN RELACIONES PÚBLICAS

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Excelente 100% - 81%	Bueno 80% - 61%	Regular 60% - 41%	Bajo 40% - 21%	Deficiente 20% - 00%
85%				

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado



Firma del evaluador

DNI: 41743536
Teléfono: 998757542
Fecha: 12/10/2018

1.8. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Excelente 100%-81%	Bueno 80%-61%	Regular 60%-41%	Bajo 40%-21%	Deficiente 20%-00%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.	90%				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.	90%				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	85%				
4. PRECISIÓN	Define adecuadamente los parámetros de medición.	85%				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	90%				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias	85%				

7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos	81%			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	81%			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico	85%			
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.	81%			
SUBTOTALES:					

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

fecha: LIMA, 12 DE OCTUBRE DEL 2018



Firma del Experto Informante

DNI. N° 41743536
 Teléfono N° 998757542

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta

OBJETIVO: IDENTIFICAR DE QUÉ MANERA LA CULTURA ORGANIZACIONAL SE RELACIONA CON LA IMAGEN

DIRIGIDO A: DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

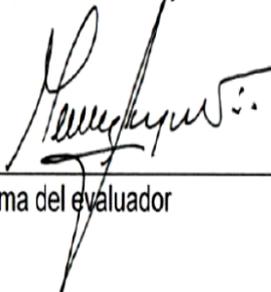
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: USCANO DÍAZ, MIGUEL ÁNGEL

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTRO

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Excelente 100% - 81%	Buena 80% - 61%	Regular 60% - 41%	Baja 40% - 21%	Deficiente 20% - 00%
97%				

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado


Firma del evaluador

DNI:

Teléfono:

Fecha:

09301791

955843477

11-10-18