



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN  
Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL CENTRO CULTURAL  
PERUANO JAPONÉS – LIMA 2016**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:  
CALDERÓN MUTTO, KAREN KRISTEL**

**ASESOR:  
DR. SOLANO ARMAS, TIMOTEO**

**HUACHO – PERÚ  
2019**

## **DEDICATORIA**

A mi padre, que a sus 74 años ha logrado hacer a sus dos últimas hijas profesionales, por su esfuerzo, dedicación y tenacidad, por la mejor herencia que nos ha entregado.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia, siempre estaré infinitamente agradecida con ustedes por su incondicional apoyo, por mostrarme que es cierto que la unión hace la fuerza.

# ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
ÍNDICE .....	4
INDICE DE TABLAS.....	14
INDICE DE FIGURAS .....	16
RESUMEN.....	17
ABSTRACT.....	18
INTRODUCCIÓN.....	19
<b>Capítulo I .....</b>	<b>20</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>20</b>
1.1. Descripción de la Realidad Problemática .....	20
1.2. Formulación del Problema .....	21
1.2.1. Problema General .....	21
1.2.2. Problemas Específicos .....	21
1.3. Objetivos de la Investigación.....	22
1.3.1. Objetivo General.....	22
1.3.2. Objetivos Específicos .....	22
1.4. Justificación de la Investigación .....	22
1.5. Delimitación del estudio .....	23
1.6. Viabilidad del estudio .....	23
Capítulo II .....	24
MARCO TEÓRICO .....	24
2.1 Antecedentes de la investigación .....	24
2.1.1. Investigaciones internacionales.....	24
2.1.2. Investigaciones nacionales .....	26
2.2. Bases teóricas.....	27
2.3. Definiciones conceptuales (Definición de Términos Básicos) .....	54
2.4. Formulación de la Hipótesis .....	57
2.4.1. Hipótesis general .....	57
2.4.2. Hipótesis específicas .....	58

Capítulo III.....	59
METODOLOGÍA .....	59
3.1.    Diseño Metodológico.....	59
3.1.1. Tipo .....	59
3.1.2. Enfoque .....	60
3.2.    Población y Muestra .....	60
3.2.1. Población.....	60
3.2.2. Muestra.....	60
3.3.    Operacionalización de Variables e Indicadores .....	62
3.4.    Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	63
3.4.1. Técnicas a emplear .....	63
3.4.2. Descripción de instrumentos .....	63
3.5.    Técnicas para el Procesamiento de la Información.....	63
3.5.1. Nivel de fiabilidad del instrumento .....	64
Capítulo IV.....	65
RESULTADOS .....	65
4.1.    Descripción de los resultados.....	65
4.2.    Contrastación de hipótesis .....	85
Capítulo V.....	92
DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	92
5.1.    Discusión.....	92
5.2.    Conclusiones .....	93
5.3.    Recomendaciones .....	94
Capítulo VI.....	95
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	95
6.1    Fuentes Bibliográficas .....	95
6.2    Fuentes Electrónicas .....	96
ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	100
ANEXO N° 02: CUESTIONARIO.....	101

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1	¿Cree Ud. que el uso de las telecomunicaciones en la institución es el adecuado para la correcta transmisión de información? .....	65
Tabla 2	¿Considera que el hardware de la asociación se encuentra operativo al 100%? .....	66
Tabla 3	Con respecto al software ¿Deberían implementarse programas más actualizados? .....	67
Tabla 4:	Como trabajador ¿siente Ud. que ha desarrollado un vínculo con el equipo tecnológico que se le asigno para desempeñar sus labores? .....	68
Tabla 5:	¿Considera Ud. que se necesitan desarrollar cursos prácticos para que los trabajadores aprendan las tácticas para el buen uso de los nuevos soportes multimedia digitales? .....	69
Tabla 6:	¿Considera Ud. que se deberían desarrollar programas institucionales sobre el correcto uso y manejo de la información así como los aspectos éticos para comunicación en el mundo digital? .....	70
Tabla 7:	¿Cree Ud. que los trabajadores de la institución practican los valores establecidos dentro de su Código de Valores Éticos?.....	71
Tabla 8:	¿Desearía Ud. cambiar algunos procedimientos de trabajo ya establecidos?..72	
Tabla 9:	¿Cree Ud. que en su unidad de trabajo las ideologías establecidas son las adecuadas para desempeñarse eficientemente?.....	73
Tabla 10:	¿Siente Ud. que dentro de su rol ha sido empoderado con conocimientos necesarios para que pueda cumplir adecuadamente con sus funciones? .....	74
Tabla 11:	¿Conozco cuál es la visión de la institución y me identifico con ella?.....	75
Tabla 12:	¿Considera que la institución cuenta con los medios y recursos necesarios para captar inversionistas que contribuyan con su crecimiento? .....	76
Tabla 13:	¿Cree Ud. que la institución se encuentra bien posicionada con respecto a la competencia de mercado? .....	77
Tabla 14:	Sobre el jefe de su unidad ¿Le brinda retroalimentación clara y oportuna sobre sus labores? .....	78
Tabla 15:	¿Considero que la institución se encuentra bien dirigida internamente? .....	79
Tabla 16:	¿Considera que los eventos de integración que se organizan para los trabajadores le ayudan a sentirse más identificado con la institución?.....	80

Tabla 17: Con respecto a la publicidad de los servicios que presta la institución ¿Cree Ud. que los símbolos y/o eslóganes usados ayudan a familiarizar a los futuros clientes con la institución? .....	81
Tabla 18: En el tiempo que viene laborando en la institución ¿Conoce ya el lenguaje interno que se maneja entre los trabajadores ya sea verbal o no verbal (gestos, posturas, señas, etc.)?.....	82
Tabla 19: En esta institución ¿La jerarquía no necesariamente es sinónimo de abuso de poder?.....	83
Tabla 20: ¿Se siente Ud. motivado con el entorno físico en el que labora?.....	84
Tabla 21: Chi-cuadrado de la infoestructura y cultura organizacional.....	86
Tabla 22: Correlaciones de la infoestructura y la cultura organizacional .....	87
Tabla 23: Pruebas de chi-cuadrado de la infocultura y la cultura organizacional.....	88
Tabla 24: Correlaciones de la infocultura y la cultura organizacional.....	89
Tabla 25: Pruebas de chi cuadrado de la tecnología de información y comunicación y cultura organizacional .....	90
Tabla 26: Correlaciones de las tecnologías de la comunicación y la información y la cultura organizacional .....	91

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las telecomunicaciones en la transmisión de información.....	66
Figura 2: Operatividad del hardware.....	67
Figura 3: Actualización del software.....	68
Figura 4: Vinculación con el equipo tecnológico.....	69
Figura 5: Alfabetización digital.....	70
Figura 6: Alfabetización informacional.....	71
Figura 7: Práctica de valores.....	72
Figura 8: Supuestos establecidos.....	73
Figura 9: Ideología adecuada.....	74
Figura 10: Conocimientos necesarios.....	75
Figura 11: Identificación con la visión de la organización.....	76
Figura 12: Creencias sobre las expectativas del mercado de capital.....	77
Figura 13: Creencias sobre la competencia en el mercado.....	78
Figura 14: Creencias sobre la dirección interna.....	79
Figura 15: Creencias sobre la dirección interna.....	80
Figura 16: Ritos, rituales y ceremonias.....	81
Figura 17: Símbolos y eslóganes.....	82
Figura 18: Lenguaje entre los trabajadores.....	83
Figura 19: Mitos e historias.....	84
Figura 20: Entorno físico.....	85



## RESUMEN

El presente tiene el objetivo general: Determinar qué manera la tecnología de información y comunicación repercute en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima, 2016.

El tipo de investigación es aplicada, con enfoque cualitativo y cuantitativo centrado en la recolección de datos, el diseño de investigación usado es no experimental transaccional descriptivo correlacional.

La recolección de información aplicó cuestionario de 20 preguntas, valorando las respuestas mediante la escala de Likert, dirigido a los trabajadores de la organización, con el cual se determinó la relación entre tecnología de información y comunicación y la cultura organizacional.

El estudio de este trabajo de investigación se tomó en cuenta como población al número de trabajadores del Centro Cultural Peruano Japonés de Lima en el año 2016, el estudio estadístico para verificar la hipótesis es chi cuadrado. Para la muestra se usó la fórmula población finita, resultando 108 trabajadores, además se aplicó la fórmula para muestra ajustada quedando 63 trabajadores.

Finalmente, la hipótesis general fue tecnologías de información y comunicación repercuten significativamente en cultura organizacional en Centro Cultural Peruano Japonés – Lima, 2016; demostrando que, hay una relación entre variable tecnología de información y comunicación y variable cultura organizacional, con un grado de correlación Pearson 54,2%.

**Palabras clave:** tecnología de la información y comunicación, cultura organizacional.

## ABSTRACT

The present work has the general objective: To determine how information and communication technology has an impact on the organizational culture in the Japanese Peruvian Cultural Center - Lima, 2016.

The type of research is applied, with a qualitative and quantitative approach focused on data collection, the research design that was used in the non-experimental correlational descriptive transactional descriptive.

The information collection applied a questionnaire of 20 questions, assessing the answers using the Likert scale, aimed at the workers of the organization, with which the relationship between information and communication technology and the organizational culture was determined.

The study of this research work was taken into account as a population the number of workers of the Peruvian Japanese Cultural Center of Lima in 2016, the statistical study to verify the hypothesis is chi square. To find the sample used finite population formula, obtaining 108 workers, in addition the formula for the adjusted sample was applied leaving 63 workers.

Finally, the general hypothesis was information and communication technologies that have a significant impact on organizational culture at Centro Cultural Peruano Japonés - Lima, 2016; demonstrating that, there is a relationship between information and communication technology variable and organizational culture variable, with a Pearson correlation degree 54.2%.

**Keywords:** information and communication technology, organizational culture.

## INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo el avance tecnológico ha ido en constante crecimiento, cada día salen nuevas tecnologías que no solo está calando en las empresas, sino también en las formas de laborar, hoy por hoy el perfil de un trabajador debe incluir el saber manejar estas tecnologías de información y comunicación y poder desempeñarse acorde a avances.

Se demuestra en la investigación la influencia que hay entre tecnología de información y comunicación y cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés en la ciudad de Lima en el año 2016.

Según **Chiavenato (2006)**, en *“Introducción a la Teoría General de la Administración”*, en esta nueva era, cuanto más vigorosa es la tecnología de información, más encaminado y fuerte es el consumidor, sea él un individuo, organización o nación. La indagación se convierte en la fuente de energía principal de la organización: su primordial combustible y más significativo recurso o materia.

Esto influye significativamente en la cultura de las empresas, las cuales tienen que buscar adaptarse rápidamente a los avances y ver la forma de ir a la par mientras logran seguir siendo competitivas.

El contenido del presente estudio se despliega en seis apartados, en el primer capítulo tiene descripción del problema tanto general y específico, se proponen objetivos y se sostiene justificación del porqué de la investigación, el capítulo segundo con el desarrollo de antecedentes, base teórica, términos conceptuales definidos y formulación de hipótesis. Dentro del tercer capítulo está el método que encierra, diseño, población-muestra, operacionalización de variables, técnicas e instrumentos además del proceso de información. El capítulo cuarto tiene resultados descritos y contrastación de hipótesis la cual busca establecer una relación entre las variables, en quinto capítulo se planteará discusión, conclusión y recomendación, el capítulo seis indica toda la bibliografía y páginas consultadas para la investigación. Al final, el Anexo formado por documentos que integran la investigación del Estudio.

## **Capítulo I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Descripción de la Realidad Problemática**

El Centro Cultural Peruano Japonés es sede de Asociación Peruano Japonesa que es institución que no tiene afán de lucro, que reúne a las personas oriundas de Japón que tienen domicilio en Perú, y descendientes, además de sus instituciones, para cumplir sus fines. Su permanencia no es definida, nada de fin político ni religioso caracterizándose por las actividades realizadas como reunir a la población peruano japonesa y practicar su representatividad en el entorno nacional e internacional, se concentra en velar por el bien de la población peruano japonesa, al propiciar un ambiente donde se integran y armonizan con la colectividad en general, promueve labores que se orientan a propagar el valor tradicional de Japón entre quienes componen el colectivo peruano japonesa y de la población, propicia el culturalmente el intercambio, además del científico y tecnológico entre Perú y Japón, lo que hace más profundo el entender en común y relación amical entre naciones, cuyo objetivo de beneficiar, desarrollar y con eso el progresar de estos países.

Cuenta con programas amplios de actividad cultural entre los que se encuentran periodos en el cine, concierto, arte escénica, exposición, conferencia y taller. La mayor parte de actividad que se realiza son gratuitas y de acceso libre.

Dentro del Centro Cultural Peruano Japonés se pueden observar los siguientes puntos:

- ✓ La implementación y utilización de tecnologías de información y comunicación (TICS) es limitado. Se mantiene mas no se implementa las nuevas tecnologías.
  
- ✓ No existe un buen nivel agresivo de publicidad, vivimos en pleno siglo XXI, siglo en el cual es sumamente importante la publicidad de las empresas, puesto que esta crea un nexo entre una marca y su consumidor. Si uno de los objetivos de esta asociación es propiciar la integración y armonía entre la comunidad en general, entonces una publicidad agresiva es lo que necesita para establecerse en la mente de sus potenciales consumidores y afianzar a los que ya consumen sus servicios.
  
- ✓ Cultura rígida en comparación a las costumbres de la cultura peruana. La cultura japonesa y peruana son opuestas en diversos aspectos, pero si se logra unir lo mejor de ambas el resultado sería extraordinario.

Con la siguiente investigación se desea ver de qué manera las tecnologías de información y comunicación repercuten en la cultura organizacional de la presente asociación.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿De qué manera las tecnologías de la información y la comunicación repercuten en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- a) ¿Cómo la infoestructura repercute en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016?

- b) ¿Cómo la infocultura repercuten en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar de qué manera las tecnologías de la información y la comunicación repercute en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- a) Determinar cómo la infoestructura influye en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.
- b) Determinar cómo la infocultura influye en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.

### **1.4. Justificación de la Investigación**

Por beneficio, debido a que es un estudio que quiere saber sobre la realidad de la cultura japonesa con respecto a la cultura peruana.

Por su valor en teoría, pues el estudio contribuye con información útil a ambas culturas organizacionales.

Por relevancia práctica, ya que el estudio investiga la influencia que hay entre TICS y cultura organizacional.

Por último, se justifica por su aporte científico ya que se está planteando un instrumento científico que ayudará a otras investigaciones hacer una evaluación de cómo influye la tecnología de la información y comunicación en la cultura organizacional, al cual respalda una base teórica.

## **1.5. Delimitación del estudio**

La delimitación del espacio concierne al área geográfica del distrito de Jesús María en forma específica la Asociación Peruano Japonesa.

La delimitación temporal corresponde al año 2016 periodo en el que se realizó la investigación.

## **1.6. Viabilidad del estudio**

Para desarrollar el estudio se dispuso de recursos precisos, como: personas, económicos y material, lo que hizo viable el estudio.

Recursos humanos: se tuvo recurso humano disponible en la aplicación de encuesta, así como colaboración de trabajadores de la Asociación Peruano Japonesa.

Recurso económico: se tiene recursos económicos que se necesita porque el instrumento que aplicó para recoger la información no transgrede en costos de transporte, alojarse, ni alimentos de quienes encuestaron ya que fue preciso salir del distrito. Lo que hizo que sea de costo muy bajo.

Recursos materiales: se tuvo los recursos materiales necesarios.

Si se tuvo todos lo necesario en aspecto de viabilidad y se cumplió concluyéndose que es factible llevar a cabo el estudio, obteniendo los resultados esperados.

## Capítulo II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1. Investigaciones internacionales

**Marulanda, C. & et al. (2016)**, en “*La Cultura Organizacional y Competencias para la Gestión del Conocimiento en Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de Colombia*”. Realizado en Colombia. Su objetivo fue: presentarla relación que existe entre cultura organizacional y competencias para gestión del conocimiento de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de Colombia. Su metodología fue: tesis cualitativa, tipo descriptivo, explicativo y correlacional. Población fue 321 PYMES de ciudades de Armenia, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Manizales, Medellín y Pereira, de Colombia. Muestra fue poblacional. Concluyeron en: a) Hay relación directa que se asocia al impulsamiento y apropiación de Gestión del Conocimiento (GC), que se relaciona con cultura organizacional encaminada a GC. Entonces, al progresar en adquirir y apropiarse de competencias GC en personas. b) Ciertas peculiaridades GC en las PYMES, entre estas capacidades para gestionar indagación y documentación, competencias para comunicación, para innovación y cambio, competencias en diseño de herramienta digital y capacidad para aprendizaje organizacional, relacionadas con entes que se han adueñado y transfieren al medio método, técnica y tecnología que aporte en mejorar la correspondencia con clientes internos y externos tanto local, regional y



nacional. c) La importancia de GC en el actual mundo empresarial, es terminante valuar como va su desarrollo en empresas, además instituir, plan, programa y proyecto con los que se pueda llegar al estado idealizado.

**Vera, G. & et al. (2016)**, en “*Cultura organizacional y TICS en organizaciones de educación superior*”. en ciudad de Puebla – México. Su objetivo: investigar hasta dónde la cultura organizacional del personal académico de Benemérita Universidad Autónoma de Puebla ayudó a adoptar TICS, en el marco del Modelo Universitario Minerva (MUM). Su metodología fue: una investigación documental y un análisis correlacional. La población fue: los docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, conformada por 43 docentes, de donde 18 son hora – clase, 9 son docentes a tiempo medio y 16 son docente de completo tiempo. La muestra fue: 15 docentes, de forma aleatoria seleccionados. Concluye: a) Se hallaron ciertas sospechas de determinados habituales conductas de docentes de FCC, influyen en forma positiva en incorporar TICS en sus métodos habituales de elaboración de conocimiento. Asimismo, no halló certeza reveladora estadística, acerca de cultura organizacional en reconocer a docentes que usan TICS, el soporte de dirección central y unidad académica en adiestramiento en TICS o una seguridad incondicional acerca beneficio de incorporar TICS en prácticas docentes. Es así, se recuerda el ofrecimiento de Santos y Díaz (2003), no se puede aseverar que cultura organizacional obstaculiza o facilita uso de TICS en procesos al producir conocimiento en FCC. Según lo señalado por Varela (1997), existe ciertos comportamientos habituales que se observa en algunos catedráticos de FCC, formados con el MUM, que suscitan y ayudan adoptar TICS en la docencia. Se visualiza al usar la computadora, video proyector, blogs, webs, foros, redes sociales, revistas electrónicas, bases de datos, entre otras. b) Es relevante del estudio que no hubo en México indagaciones similares, de tipo cuantitativo. Cierta estudio semejante a estudio ejecutado por López (2007) durante 2004 y 2007 en Facultad de Medicina de Universidad de Guadalajara, donde se analiza el uso de TICS en programa de médico cirujano y partero, se aplica cuestionario a 72 estudiantes de diferentes ciclos. En el medio internacional un estudio similar es de Park,

Ribière y Schulte (2004) quienes quisieron comprobar si existía correlación positiva entre implementación exitosa de tecnologías de gestión del conocimiento y atributos culturales (confianza, compartir información de forma libre, trabajo en equipo y desarrollo de amistad en el trabajo) para esa organización. Al final, se subraya, en coincidencia con ciertos hallazgos de Park, Ribière y Schulte (2004), que con un cuestionario no se puede dar cuenta de relación TICS y cultura organizacional, se necesita añadir un método cualitativo que incluirá la historia de la organización, además de aplicar un cuestionario semejante a directivos y estudiantes.

### **2.1.2. Investigaciones nacionales**

**Otaegui, J. (2017)**, trabajo titulado “*Correlación entre tecnologías de información y comunicaciones (TICS) y gestión del conocimiento en PYMES de industria del calzado en Lima Metropolitana 2015*”. Realizado en Lima – Perú. Su objetivo fue: Determinar cómo el uso de Tecnologías de Información y Comunicaciones se relaciona con gestión del conocimiento en PYMES de empresas de calzado que hay en Lima Metropolitana. Metodología fue: se usa método científico específicamente el método es no experimental. Basado principalmente en ver fenómenos, así como se da en el contexto natural y luego analizar. La población estudiada que se constituyó por participantes que laboran en diferentes lugares operativos y de compromiso en diversas PYMES de industria del calzado que hay en Lima metropolitana, corresponden a Federación Central de Asociaciones PYMES y Artesanos de Insumos para Calzado CAQUETA – RIMAC, Cercado de Lima, Comas, Magdalena del Mar y Callao. Además, se incluyó a clientes de PYMES. Muestra: Se usó a toda la población determinada en el espacio del 2016, en una cantidad de 100 personas, de Pymes que son de la Federación Central de Asociaciones, se seleccionó a dos manufactureras de Lima–Norte (Comas y Rímac), dos de Lima Centro (Cercado de Lima y Magdalena del Mar) y una del Callao, que en promedio es 20 - 25 individuos. Conclusión i) Al aplicar el cuestionario a la población objetivo, se concluye: a) Los participantes observan que se consiguen efectos

renovados, cuando se utiliza TICS y servicios que ofrecen, ordenamiento, control y ejecución de actividades cotidianas en fabricación, administración y comercializaciones en PYME. La capacidad y habilidad de los obreros, mejora por iterar con participantes por medio de facilidad en TICS, resultando generar mejor producto, servicio, proceso. b) además, los obreros que utilizan TICS y servicios que brinda, aplicada en sus acciones cotidianas, más horas de adiestramiento que se recibe y el aprendizaje por medio de la labor colaborativa que hace, en acciones como crear productos nuevos, mejorando la calidad de producto y servicio, para optimizar métodos y sistemas de información, se desarrolla iniciativa para mejorar, lo que resulta participantes con capacidades nuevas, destrezas y habilidades, lo que influye en un desempeño mejorado y se crea conocimiento. c) el personal distingue que disposiciones que proporcionan servicios TICS que tienen, se aplica al desarrollar las acciones cotidianas de la fabricación de calzado, benefician permitir e indagar información y conocimiento en red global, que se comparte, notifica y utiliza en red de personas formada por participantes, consumidores y abastecedores, que facilita desarrollar el capital intelectual y además crear conocimiento en la PYME. d) Debido a la influencia positiva de TICS, al desarrollar actividades de PYME, estima “organización y recursos” determinados aplicada a TICS, en conservar en condiciones recursos tecnológicos, sistemas de información y servicios TICS activos, y los participantes desenvuelvan acciones en excelentes contextos y desenvuelvan excelentes productos, servicios. ii) El aplicar prueba de hipótesis y calcular el coeficiente de contingencia C de Karl. Pearson, concluye: a) Rechaza Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y acepta Hipótesis Alterna ( $H_a$ ), indicando “hay relación entre Uso de Tecnologías de información y comunicaciones y Gestión del Conocimiento en PYMES de industria del calzado en Lima metropolitana”. b) El resultado de prueba de hipótesis relaciona con lo que resulta al aplicar el cuestionario.

## 2.2. Bases teóricas

## **2.2.1. Sobre Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)**

### **2.2.1.1 Definiciones**

**Laudon, K. y Laudon, J. (2012)**, definen la tecnología de información como cierta herramienta que usan gerentes para contender con el cambio. La tecnología de almacenamiento de datos es el software que administra la organización de datos en medios físicos para almacenarlos. Tecnología de red y telecomunicación, que es los dispositivos físicos así como software, vincula las diferentes piezas de hardware y transporta datos de un lugar físico a otro.

**Monge, R. & et al. (2005)**, nos dicen que las TICS se consideran importantes herramientas, que sirven para transmitir información, además para codificar el conocimiento.

**Macau (2004)**, menciona que el usar masivamente las TIC en el funcionar cotidiano de la organización se extendió. La capacidad de definir y gestionar la estrategia TIC conforme objetivo y organización de un establecimiento se transforma en un deber injustificable para personal directivo. Éste afronta una labor por la que no recibe formación suficiente, y la que adquirió en su experiencia profesional es totalmente contraria.

**PNUD (2002)**, nos dice que Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) forma el grupo de elementos que transforma y trajeron como secuela que se globalicen la información, capital, saber el concepto Estado-nación.

Según los conceptos dados, las tecnologías de información y comunicación (TICS) es el conjunto de hardware y software, las

cuales con el uso y la aplicación adecuada facilitan el procesamiento de información, aceleran la velocidad de la comunicación, tanto en envío como en recepción de mensajes y/o datos; son de gran apoyo para la gerencia y los trabajadores de una organización, puesto que en su constante cambio han dejado de ser estáticas para darnos la facilidad de tenerlas al alcance de nuestras manos, tal es el caso de los teléfonos móviles, mediante los cuales podemos transmitir y recibir información al instante desde donde nos encontremos. En este sentido, el crecimiento de las TICs está generando un profundo cambio no solo a nivel organizacional, sino que también económico, político, social y cultural, lo que conlleva a que se marquen notables diferencias entre organizaciones y por ende entre países, estableciendo así una brecha digital e informática que con el avance de la tecnología se acrecienta y genera desigualdad y la exclusión de quienes no estén a la vanguardia y al constante ritmo acelerado de los cambios.

#### **2.2.1.2 Dimensiones de Tecnologías de Información y de Comunicación**

Tecnologías de información y comunicación se manifiestan en dos dimensiones: infoestructura e infocultura. Cada una con una naturaleza distinta a la otra pero dependiente y relacionadas entre sí.

##### **A. Infoestructura**

**PNUD (2002)**, llamó infoestructura a los diversos dispositivos de informática, acopio e interfaz (hardware), esto unido a los programas de base y aplicación (software), y lo registró en diferentes áreas de donde se aplica. Esta infoestructura es perceptible, se ve, y de forma usual se comercia.

**Pimienta (2008)**, acota que por “infoestructura” se conciben los contenidos y aplicación; contiene los programas, base de datos y la

web que anidan en PCs que sea servidor de red, señala además se evidencia que frente a la información se precisa de la que comunica, la idea de “comuestructura” los que debido a razones prácticas se entiende que forma parte de la “infoestructura” y la comunidad virtual como parte que integra esta dimensión.

Teniendo en cuenta lo mencionado líneas arriba, e delimitado como indicadores de la infoestructura a:

- **La telecomunicación.** - Abarca todo aquello por lo que se puede transmitir un mensaje de un punto a otro (a distancia), es de propiedad bidireccional. Dentro de la telecomunicación podemos encontrar diversas tecnologías, tales como, la radio, televisión, telefonía fija y móvil, redes informáticas y las transferencias de información por medio de ordenadores. En sus inicios muchas de estas tecnologías se crearon con la finalidad de cubrir carencias científicas y militares, hoy por hoy se han orientado al uso de personas comunes y de empresas tanto privadas como públicas.

El **CII (2011)**, define a los siguientes indicadores como:

- **El hardware.** - son todos aquellos dispositivos que sirven para construir una computadora y que son tangibles. Dentro de esta categoría están también incluidos los componentes electrónicos, mecánicos y eléctricos. Existe el hardware básico que comprende a lo esencial para usar una computadora, tales como: monitor, teclado, mouse, etc., y los complementarios que ejecutan otras funciones distintas a las básicas.
- **El software.** - formado por el grupo de programas, los que consisten en la cadena de órdenes dadas a la computadora para que realice alguna acción. Los diferentes juegos de video, sistemas operativos y software de aplicación -entre los que procesan palabras o programas para Internet.

## **B. Infocultura**

**PNUD (2002)**, dió el nombre de infocultura a la porción de la cultura que se orienta a alcanzar y utilizar de manera mejorada la infoestructura y solucionar los diversos conflictos que están presentes en el acontecer de la sociedad. No se puede negar el resultado que posee la infoestructura sobre la cultura. Se hace notar que la cultura asimismo deja huella en la infoestructura.

**Pimienta (2008)**, nos dice que “infocultura” es sumar conocimiento, método, práctica y regla de uso bueno que tienen los individuos que se apropian de la dirección de la comunicación y datos en red. Y obtener dicho proceso de apropiación, se debe tener conocimientos de alfabetización digital e informacional, además de práctica de usos del ambiente de estas personas.

Si se basa en estudios como **Pimienta (2008)**, he delimitado como indicadores de la infocultura a:

- **La apropiación.** - esta es la etapa donde los individuos, conjuntos u organizaciones aprenden a llevar control acerca de la utilidad y usos de las TIC en relación con su ambiente propio. Diferenciamos *apropiación tecnológica* cuando la tecnología es clara de uso y de *apropiación social* cuando es tecnología clara en función social o económica donde resulta una herramienta. Desarrollar la etapa apropiarse los individuos, conjuntos y empresas quienes no tuvieron ocasión por diversos motivos y factores de poder llegar a tener un vínculo ceñido con las TIC, necesitan de una capacitación puntual que contenga un lazo estrecho entre educación, practica y empleo conveniente de sus ambientes. Por un lado, no se debe minimizar el volumen y lo complejo del acompañamiento, además del crecimiento vertiginoso y de jamás acabar de las tecnologías propone notoriamente la

problemática del aprendizaje en el trayecto de la vida.

- **La alfabetización digital.** - etapa que proporciona a la población, sujeta de concepto y método, realizando prácticas que dejen apropiarse de TIC. Alfabetizarse necesita prácticas para usar, no se debe tratar de cursos de ofimática. Se debe orientar a las capacidades de lectura/escritura soportando multimedia digital, la función de la aplicación, táctica para buen uso y comprensión de uso y práctica de este ambiente. Software de esta forma pueden ser extensos y crecientes.
  
- **La alfabetización informacional.** Se otorga conceptos y prácticas, en cuanto a información, comprensión y decisión para manejar y transformar los datos. Incorpora procedimientos para buscar y valorar la información, componentes de cultura de información y lados éticos, además de elementos metodológicos y éticos, y así comunicarse con el mundo digital.

### **2.2.1.3 La influencia de la Tecnología de la Información**

**Chiavenato (2006)**, señala que la época sobre la información nace por el impacto que provocó al desarrollar la tecnología y la de la información. La tecnología de información (TI) (el enlace de la PC con la TV y telecomunicaciones) que invadió las organizaciones y de la gente ocasionando la transformación. Primero, esto permite comprender el espacio. La época de información trajo la noción de oficina virtual. Edificaciones y oficinas sufren en esa época la reducción del espacio. La compactación ocasionó que archivos electrónicos terminaran con papeles y necesitando muebles, librando áreas para otros fines. Los centros donde se procesaban los datos (CPD) se convirtieron en exactos (downsizing) y se descentralizaron a través de redes integradas de



microcomputadoras en las organizaciones. Nacieron empresas virtuales que se conectaron electrónicamente, con dispensa de edificios además de reducir gastos fijos los cuales se hacían no necesarios. La miniaturización, a portabilidad y virtualidad se transformaron en dimensión espacial nueva conteniendo la TI. En segundo lugar, la TI deja comprender el tiempo. Se moviliza la comunicación, se flexibiliza, se torna rápida, directa y en tiempo real, lo que permite tiempo mayor dedicado al cliente. El justo a tiempo (JTT) resulta de la afinidad de turnos mínimos en el proceso productivo. La indagación en tiempo real y en línea (online) que permitió Integrar diversos procesos en organizaciones y se realizó la dimensión temporal nueva provista por la TI. En tercer lugar, la TI consiente la conectividad. La microcomputadora portátil, multimedia, trabajo en grupo (workgroup), estaciones de trabajo (workstation), nació el teletrabajo, a través del cual, la gente labora juntas mismo así se encuentren físicamente distantes. La teleconferencia y tele reunión consienten contacto mayor entre individuos sin desplazarse físicamente o realizando viajes para reunirse o contactar personalmente. La TI cambia intensamente la labor en las organizaciones y también fuera. Conectarse a través del Internet y el adoptar la Intranet y redes interiores de comunicación hacen más intensa el globalizar la economía a través de la globalización de la información. Esta era nueva, hace que mientras más poder en la tecnología de la información, más informado y más poder hay en el usuario, sea este una organización o país. La información rige todos los esfuerzos y demuestra los caminos a seguir.

#### **2.2.1.4 Tecnología de Información y Comunicación**

**Robbins, S. y Coulter, M. (2010)**, La tecnología siempre cambia la vivencia y el trabajo. Se tiene cuatro ejemplos: i.: trabajadores, gerente, amas de casa y jóvenes de japon usan teléfonos web interactivos no alámbricos donde envían correos electrónicos, estar conectados en la red, enviarse fotos y estar en juegos de PC's. El

ambiente comunicativo cambió a lo de antes. A pesar que el cambio tecnológico es origen de importancia de inseguridad ambiental las que enfrenta cualquier organización, el cambio tecnológico permitió que gerentes sistematicen el trabajo de manera eficaz y efectivamente. La tecnología de información (IT) llega a diferentes ámbitos de comercios de compañías. Las implicancias por forma de comunicación de gerentes es recóndita.

#### **A. Como afecta la tecnología a la comunicación gerencial**

La tecnología de información cambia de forma radical el modo de comunicarse de personas de una organización. Se tiene que se mejoró de forma notable la habilidad del gerente de estar monitoreando el individual desempeño y también del equipo, esto permitió que personal tengan información completa y así tomar una decisión de manera rápida y proporciona a los trabajadores más oportunidad en colaboración y compartir informaciones. También, la IT hizo posible que individuos de una organización estén en completa disponibilidad, en diferentes momentos, no importando en el sitio en que se encuentre. Los trabajadores no necesariamente deben estar en su escritorio con computadora encendida para tener comunicación con personas de la organización. Dos desarrollos de IT importantes para comunicarse gerencialmente es el sistema de red y la capacidad inalámbrica.

- **Sistema de red.** En el sistema de red se conectan las computadoras de la empresa. Los componentes de la organización se comunican entre ellos y tiene acceso a información, así esté en el pasadizo, en el lado opuesto de o en lado opuesto del mundo.
- **Capacidades inalámbricas.** En Sturbacks Corporation que está en Seattle, la tecnología móvil otorga a gerentes de distrito más horas para dirigirse a las compañías. Un ejecutivo de la organización dice, “Estas son las personas

de importancia de la compañía. Cada quien con 8 y 10 tiendas donde brindan el servicio. Si su trabajo primordial es afuera de oficina, y en tiendas, entonces siempre, se mantendrán conectados”. Como muestra este ejemplo, la tecnología de comunicación no alámbrica puede optimizar la labor de gerentes y empleados. Entonces, se accesa por medio de Wi-Fi y WiMax, donde los usuarios tienen acceso sin cordones.

#### **B. Como afecta la tecnología de información a organizaciones**

Comunicarse e intercambiar información entre componentes de la organización que no son restringidas por geografía o tiempo. La labor de colaboración de las personas, el distribuir información e integrar el decidir y el trabajo mediante una organización tiene la potencia de aumentar eficiencia y eficacia organizacional. Si se ve el beneficio de la IT, los gerentes no olvidan inconvenientes psicológicos.

#### **2.2.1.5 Situación actual de la comunicación en organizaciones**

Comunicar efectivamente en una organización de hoy es mantenerse conectado con las partes interesadas, aún más con trabajadores y clientes. Algunos de los temas de comunicación de relevancia especial a gerentes se tienen:

##### **A. Manejo de la comunicación en un mundo de Internet**

El correo electrónico es un reto de comunicación en el mundo de Internet. Encuestas de ahora revelan que 20% de trabajadores de grandes empresas señalan que realizan contribución regular a boletín electrónico, red social, wikis y diversos productos de la red. Gerentes aprenden, difícilmente en ocasiones, la nueva tecnología crea retos de comunicación especial. Los principales son: asunto legal y seguridad, y falta de interacción personal.

- **Asuntos legales y seguridad.** – a pesar que el correo electrónico, blogs y diferentes tipos de comunicación en línea es ruta fácil y rápida de comunicación, gerentes precisan mantenerse al tanto de dificultad legal que resultan mal uso. La información electrónica es admitida en juzgados. La dificultad legal que preocupa es de seguridad. Los gerentes precisan tener seguridad de que la información confidencial se mantenga así. Entonces correos electrónicos y blogs de trabajadores no tienen que comunicar, inadvertida o intencionadamente, información confidencial. El sistema de la computadora y el correo electrónico de la empresa se debe proteger de los hackers (individuos que quieren tener acceso a sistemas de cómputo sin tener autorización) y contra el spam (correo basura).
  
- **Interacción personal.** – Si dos individuos se comunican frente a frente, el comprenderse no se logra siempre. Es así, que pasa a tener desafío para lograr comprender y colaborar para realizar el trabajo cuando comunicarse se da en un entorno virtual.

#### 2.2.1.6 Características de las TIC

El fenómeno de incorporar dispositivos y servicios que se basan en las TIC muestran un crecimiento sin freno. Es inocente creer que eso obedece sólo a prácticas de exitosa comercialización. Las características de estas tecnologías sin desaprovechar el rumbo a enfocar: su vínculo con el desarrollo.

- a. **Son adaptables.** Digitalizar registro y datos, telecomunicaciones e interfaces, es adecuarse a bienes o servicios respecto a especificar los requerimientos. Propiciando más efectividad.

- b. ***Son convergentes.*** Según mínimos grados a estandarizarse, siendo viable hacer compatible una gran escala de dispositivos, lo que rebasa al beneficiar resultando del complemento.
- c. ***Son diversas.*** Naturalmente se tiene un sinfín de bondad de conservar la variedad. En cuanto a TIC se enuncia a nivel de la base de estructura como cultural.
- d. ***Son vinculantes.*** Proporciona la interacción inmediata entre proveedor y consumidor. Lo cual es implicancia económica (más eficiencia) y social (tiende a excluir intermediarios).
- e. ***Son globalizantes.*** Quiere pasar barrera lingüística y cultural, permite interactuar a todos en un sitio de juego mayormente a nivel y abierto.
- f. ***Son penetrantes.*** Se aplican a una extensa gama de actividad, a partir de personales hasta comercial y gubernamental.
- g. ***Permiten crear redes, con consecuentes “efectos de red”.*** El valor de red aumenta de forma exponencial con su tamaño: red de dos nodos puede ser curioso, la de 100 nodos tiene igual intención es útil, y una de 1 millón de nodos se transforma en infraestructura crítica.
- h. ***Son virtualizantes.*** Aceptan técnicas físicas, que admite indagar para innovar con intenciones a perfeccionar como valora el usuario final. No obstante, “virtualizar la realidad” quizá tenga efectos no deseables. No es igual la gestión de historia clínica que atender al paciente. Gran dificultad económica está al sustituir bien material por lo que equivale en monedas. Entonces, si se vende un alimento, el equivalente no tiene caloría entonces no se acepta para nutrirse.
- i. ***Son habilitadoras de eficiencia.*** El valor digital es nulo muy independizado. Que también disminuye el precio de transacción.
- j. ***Son nivelantes.*** Consiente que el estudiante tenga relación directa con el autor del libro, o que el comerciante tenga relación con sus clientes y proveedores sin pretender más instalación física.

### **2.2.1.7 Cambios en la Cultura Empresarial**

**Compromiso RSE (2012)**, menciona que la organización digital tiene muchas ventajas y oportunidad, en la producción como al incluir, lo que agrega valor al negocio. Concentra la información en seleccionadas manos, modelo económico nuevo, reputación online y se torna transparente la organización, y otros.

Las tecnologías nuevas además de impactar a las empresas, modifican su modo de trabajar. Ahora se tiene modelos como teletrabajo que da oportunidad laboral no tanto como un tipo de labor desde el hogar o saliendo de oficina, sino que además dan la posibilidad a individuos con diversa discapacidad de contar con condición laboral más accesible para su condición.

Entonces qué competencia laboral se tiene en los trabajadores hoy en día, la organización como debe afrontar y establecer pauta, norma y procedimiento que haga que los empleados interactúen con red social, optimice tiempo, fortalezca competencia, capacitarlos y que sean más productivos; teniéndose presente los lapsos distantes de generaciones como los que se debe conocer ante las TIC.

### **2.2.1.8 La cultura digital y los movimientos sociales**

**Compromiso RSE (2012)**, nos dice que el impacto de TIC en movimiento social es básico. Internet adquiere importancia grande como herramienta para tener nueva manifestación, organización y movimiento social en torno a causas en se regula por individuos comprometidos. La red es catalizadora de cambio y revolución por tanto se usa Internet para una salida contra el régimen político y social.

Innovar socialmente lo que se aprecia en los líderes digitales es oportuno para conducir a los Gobiernos a individuo que son capaz de alcanzar equilibrarse entre cultura tecnológica, política y lo

social alcanzando construir y desarrollar la cultura digital en la sociedad.

## **2.2.2. Sobre Cultura Organizacional**

### **2.2.2.1 Definiciones**

**Guízar (2013)**, define a la cultura organizacional como: serie de suposición, creencia, valor y norma que aceptan y comparten los que conforman la organización.

**Robbins y Judge (2013)**, nos dicen la cultura organizacional enseña la manera en que trabajadores ven las particularidades de cultura de organización, mas no si no agrada. Es un término que escribe, que importa y diferencia entre cultura y satisfacción laboral.

**Chiavenato, I. (2011)**, Nos dice que la cultura organizacional son normas de manera informal, no escritas, conllevan al comportamiento de miembros de la organización en lo cotidiano y llevan el accionar para realizar los objetivos de la empresa.

**Chiavenato, I. (2009)**, Nos dice que la cultura organizacional o cultura corporativa es el sistema de lo que significa lo compartido por los componentes de la organización y la diferencia del resto.

**Adler, R. y Marquardt, J. (2005)**, Mencionan que, en el lenguaje cotidiano, cultura es la visión sobre “como son las cosas en este lugar”.

Entonces, se puede definir a la cultura organizacional como aquella conducta aprendida que se crea o forma en una empresa, ya sea en un departamento, área, planta, sucursal o base central, mediante una serie de valores, normas, historias, creencias, entre

otros, que son aceptados y compartidos por los integrantes de una organización en su labor diaria.

#### **2.2.2.2 Dimensiones de la Cultura Organizacional**

**Toca, C. y Carrillo, J. (2009)**, nos dicen que observando los avances que se registra en su investigación, el tratar sobre la cultura organizacional es más difícil y difuso en ocasiones. Muchas han sido y serán las críticas y esfuerzos que realizan los que lo estudian para aclarar y conceptualizar el término, como además en cuestiones ontológicas (del ser) y metodológicas del estudio de la organización y cultura. Para la rápida comprensión y reconocimiento, Schein (1985) y Lundberg (1990) Citado por Toca, C. y Carrillo, J. (2009), han dispuesto un cuadro de tres capas o dimensiones primarias que encierran a sus diferentes componentes. Se puede decir que esta división de niveles de la cultura es comparable a las capas de una cebolla, entendiendo así que la capa externa abarca todo aquello que se puede contemplar a simple vista, mientras que las capas internas simbolizan lo imperceptible o aquello que no se puede observar a simple vista (National Research Council Staff, 1997: 68). Citado por Toca, C. y Carrillo, J. (2009).

Según la investigación de **Toca, C. y Carrillo, J. (2009)**, ellos nos plantean tres dimensiones de cultura organizacional, estas son:

##### **A. Dimensión Esencial**

Se define como las proposiciones que hacen impacto en la mayor parte del pensar y acción organizacional. Se considera la profunda capa y se constituye por 4 indicadores: valores, supuesto, ideología y conocimiento (Lundberg, 2000: 701). Citado por Toca, C. y Carrillo, J. (2009)



- *Los valores* encuadran pensamientos abstractos que se comparten por miembros de la población, que da sentido de dirección común en lo deseado y lo correcto, conceptúan carácter y actitud distintiva.
- *Los supuestos* son proposiciones, percepción, pensamiento y sentimiento que se comparten, en donde se basan las visiones, es de igual modo los aspectos principales como naturaleza de relación humana, verdad, tiempo y actividad del ser humano.
- *Las ideologías* son el sistema vinculado de creencias compartidas e interrelacionadas que explican en forma general y convincentes –en ocasiones míticas– acerca de la realidad social, incitando al accionar colectivo y la comunicación e interpretar los hechos diarios.
- *El conocimiento* es expresión perceptual de valor y se refiere a la representación, juicio, explicación y entender, dados como racionales para el accionar y evidencia la destreza de miembros aclarando hechos basados en acceso a información y marco cognitivo.

## **B. Dimensión Estratégica**

Las afirmaciones estratégicas son componentes únicos del nivel intermedio y no se relacionan con el plan a largo plazo o pronunciarse los voceros organizacionales, sino más al contrario con convicción y certeza de los líderes. Esto en cuanto a lo que quieren usar elementos del poder y alcanzar los objetivos. El creer cultural son ideas y pensamiento común a diferentes individuos que dirigen la interacción, se diferencian del conocimiento porque no son descubiertas de forma empírica, ni analítica probada. Generalmente se conoce a través la socialización por cuanto la cultura es

unida, se mantiene y comunica (Brinton et al. 2001. pág. 78).  
Citado por Toca, C. y Carrillo, J. (2009)

Existen cuatro tipos básicos de creencias estratégicas (Lundberg, 2000: 701) Citado por Toca, C. y Carrillo, J. (2009) las cuales adaptaré como indicadores de esta dimensión, estas son:

- ***Creencias sobre la visión***, refiere como la organización llega a ser y lo que jamás debe pretender;
- ***Creencias sobre expectativas del mercado de capital***, tener convicción acerca de lo que se requiere así mantiene al acreedor e inversionista complacidos;
- ***Creencias sobre competencia en el mercado***, entender por qué y cómo se triunfa en el medio, industria o sector; y
- ***Creencias sobre dirección interna***, práctica operativa apropiadas que sostienen los tres tipos preliminares.

### **C. Dimensión Manifiesta**

Los elementos de la dimensión externa son algo perceptibles y conllevan a miembros a identificar de manera igualitario problemas y experimentan de manera similar sucesos, actividad y situación organizacional, en cuanto a límites que se considera aceptable y encaminados a intenciones en común. Enmarca el “know how”, que es toda clase de prácticas a nivel institucional, como artefactos simbólicos, lenguaje, historias, ceremonias, actividad ritual, etc. (Lundberg, 2000: 705). Citado por Toca, C. y Carrillo, J. (2009)

Teniendo en cuenta lo mencionado líneas arriba, para esta dimensión consideraré como indicadores a las siguientes manifestaciones físicas de la cultura **según Hodge, B. & et al. (2003)**:

- ***Ritos, rituales y ceremonias***, son eventos sociales públicos que marcan el paso de algunos acontecimientos destacados. Entre los más comunes ritos, rituales y ceremonias se encuentran aquellos en los que se destaca la incorporación de un nuevo miembro a la organización, las promociones o ascensos de los trabajadores, renovaciones y motivaciones (fiesta de navidad, reuniones anuales, eventos deportivos, de confraternidad, etc.). Algunos ritos y rituales pueden estar muy planificados y organizados, mientras que otros pueden ser sencillos y no estar planificados. La finalidad de los ritos, rituales y ceremonias es unir o conservar unido al grupo.
- ***Símbolos y eslóganes***, los símbolos pueden ser imágenes o emblemas, mientras que los eslóganes son frases o lemas publicitarios, ambos, que se usan para familiarizarnos con el servicio o producto que brinde la organización.
- ***El lenguaje***, algo que identifica a un grupo es la predisposición a crear un vocabulario o jerga propios, el cual es conocido y fácilmente interpretado por los integrantes del grupo, algo que resulta difícil y desconocido para personas externas al grupo. También se encuentra considerado el lenguaje no verbal (gestos, posturas, señas, etc.)

- *Mitos e historias*, grupos y organización desenvuelven la historia de acción y evento a lo largo del tiempo en modo de mito que se dan como herencia de generación en generación. Por lo general estos mitos cuentan historias reales, pero con el paso del tiempo suelen distorsionarse y hasta engrandecerse, esto puede no considerarse algo grave o negativo, siempre y cuando, la finalidad sea guiar o motivar al personal a seguir comportamientos apropiados y esperados.
  
- *El entorno físico*, es aquello que rodea físicamente a las personas y les provee un estímulo sensorial inmediato según como vayan realizando actividades o tareas culturalmente expresivas.

Se puede observar que existe una gran variedad de elementos o componentes culturales, los cuales a fin de cuenta terminan relacionándose entre sí o siendo muchas veces redundantes, lo primordial es precisar cuál es su aporte en la cimentación de un modelo peculiar de cultura organizacional.

### 2.2.2.3 Creación y conservación de la cultura

**Guízar (2013)**, nos dice que la cultura de organización no nace por espontánea generación. Luego de establecida, desaparece. ¿Qué factor influye en crear una cultura? ¿Qué elemento refuerza y sostiene los factores luego que entran en acción? La costumbre, tradición y forma en que la organización efectúa su misión se debe al éxito conseguido, que lleva a la primera fuente de cultura: fundadores. Estos son autores de la idea de origen, y suelen contar con prejuicios en cuanto a forma de lograr metas. La cultura de la organización es resultado de la interacción entre:

- a. Prejuicios y suposición de fundador.

- b. Miembros, que se contrató por los fundadores, aprenden luego con su experiencia propia.

#### **2.2.2.4 Tipos de Cultura Organizacional**

**Hellriegel y Slocum (2009)**, mencionan que elemento cultural y la relación producen un molde que distingue a la organización. No obstante, la cultura organizacional cuenta con particularidad común. Esto pasa con diseños de organización, distintas culturas organizacionales las que son indicadas en desiguales condiciones, sin que haya un tipo de cultura que se idealice para diversas situaciones. Entonces, ciertos trabajadores quieren cierta cultura y no otras. Los trabajadores que laboran en la organización que cuenta con una cultura que concuerda con su visión personal de una cultura ideal los que lo llevan a comprometerse con la organización y observar el futuro en forma optimista. La cultura manifiesta los fines de la organización.

##### **A. Cultura burocrática**

La organización que realiza en lo formal, regla, procedimiento de ejercicio estándar y coordina respetando jerarquías con cultura burocrática. Sus integrantes dan gran valor a bienes que se vuelven standard y al servicio al cliente. Las normas de conducta son base para la formalidad, también de lo informal. El gerente dice que sus roles son actuar como buen coordinador y organizador además vigila se haga reglas y normas que se escribieron.

##### **B. Cultura de clan**

*Los atributos de una cultura de clan tradición, lealtad, compromiso personal, amplia socialización, trabajar en equipo, autodirección e influencia social.* Los trabajadores

saben que poseen un deber que más allá de cumplir su labor para recibir pago. Saben que contribuir en empresa (horas que laboran semanal) pueden sobrepasar las que se dijo en el contrato. El individuo está comprometido con su empresa (lealtad) luego de un tiempo se intercambia por el compromiso que tiene la empresa con el trabajador (seguridad) en un tiempo. Ya que las personas creen que la empresa dará un trato equitativo en lo referente a aumento salarial, incentivos y diversas maneras de reconocer, estos afrontan los efectos que poseen todo lo que suceda con la empresa. La cultura de clan alcanza unidad a través de extenso y cuidadoso proceso de socialización. Los antiguos miembros proceden como instructores y ejemplos de rol para miembros nuevos. El clan es conciente de singular historia y frecuentemente documenta principio, hace celebración de su tradición con diferentes ritos.

En la cultura de clan, los miembros llegan a compartir un efecto de estar orgulloso y ser parte de él. Poseen un gran sentimiento y se identifican y conocen su destino en la empresa. Metas, percepciones y tendencias conductuales que se comparten hacen posible la comunicación, coordinación e integración. La cultura de clan crea sentimientos de pertenencia de negocio, producto o idea. También, hay una presión fuerte de colegas para regirse a normas de importancia. La riqueza de cultura hace un ambiente en donde algunas áreas están exentas del todo de una presión normativa. Si depende de clases de normas, la cultura crea o no una conducta que innova o que toma riesgos. Se presume que el éxito pende mayormente de la sensibilidad a consumidores y el preocuparse por las personas. Se cree que el trabajo en equipo, el participar y tomar decisiones por aprobación trasladan a la victoria.

### **C. Cultura emprendedora**

Aquí hay un compromiso con la experiencia, innovación y con estar rumbo al desarrollo. La cultura no solamente tiene reacción rápida a cambiar el entorno, además genera el cambio. Las culturas emprendedoras normalmente se asocian con organizaciones medianas y pequeñas que están con dirección del fundador. Innovar y tener espíritu de emprendimiento son valores a las que quiere llegar el fundador.

### **D. Cultura de mercado**

Lograr metas mensurables y severas, en cuanto a financieras y las que se basan en el mercado (crecimiento de ventas, rentabilidad y participación de mercado) son particularidades de la cultura de mercado. En cultura de mercado, el individuo y organización tienen relación contractual. Esto es, ambos lados saben anticipadamente su obligación. Entonces, se orientan a controlar formalmente y muy estable. El trabajador es responsable del nivel de desempeño y la empresa le da un nivel específico de premios como intercambio. Ciertos altos niveles de desempeñarse se intercambian por muchas recompensas, de acuerdo a que establece en un calendario que se convino. Un área no quiere reconocer el derecho de la otra a querer más de lo que se especificó, primeramente. La empresa no promete (ni involucra) empleo seguro, y la persona no promete (ni asegura) lealtad. El contrato, tiene renovación anual si cumple sus obligaciones las partes involucradas. En vez de provocar idea de pertenecer a un sistema social, la cultura de mercado da valor a la libertad y la individualidad y anima a querer conseguir sus propias metas en finanzas. En las culturas de mercado, la interacción de superior con trabajadores es negociados de contratos de desempeño-recompensas y/o analizar solicitud para asignar recursos. Los gerentes no se juzgan de modo formal en el

aspecto de su efectividad como modelo de rol o mentor. Si no hay responsabilidad a tiempo largo de ambas partes entonces resulta un débil proceso de socialización. No se resaltan la relación social entre colegas y se tiene poco incentivo económico que se vinculan de manera directa a cooperar con colegas. Se busca que gerentes ayuden a otros gerentes de departamentos en lo más necesario para así lograr sus metas a desempeñar. Es por esto que no se desarrolla casi la red grande de colegas dentro de la empresa. La cultura de mercado está vinculada frecuentemente a metas de desempeño mensual, trimestral y anual que se basa en las utilidades.

#### **2.2.2.5 Funciones de la Cultura Organizacional**

**Robbins y Judge (2013)**, nos dicen primeramente, la cultura cuenta con un papel que define fronteras, esto es, instituye las desigualdades de una organización y el resto. En segundo lugar, genera un sentimiento de identidad a los trabajadores de la empresa. En tercer lugar, hace fácil el generar responsabilidad con lo que se llega pasando el interés individualmente. En cuarto lugar, crece el sistema social en cuanto a estabilidad. La cultura ayuda a tener ligada la organización al tener estándar de todo lo que los trabajadores deben hacer y decir. Últimamente, la cultura es el modo que da sentido y control, que conduce y modela la actitud y conducta de trabajadores. Es la función final la que carga el interés individual para todos. La cultura es quien genera las reglas del juego. La actual tendencia rumbo a organizaciones descentralizadas genera importancia de la cultura, a pesar que de manera irónica además hace difícil el establecer la cultura firme.

Cuando disminuye la autoridad formal y sistemas de control, el compartir significativamente la cultura guía a la misma dirección a todos. Los empleados que se establecen en equipos pueden



demostrar lealtad a su equipo y sus valores, que la empresa como un todo. En las empresas en plataforma virtual, el no tener contacto físico hace difícil establecer el conjunto de normas común. Un liderazgo estable, que notifique con asiduidad los fines y la prioridad común es de importancia en una organización innovadora.

El “ajuste” entre la persona y la empresa—esto es, si actitud y dirección del aspirante o trabajador compatibilizan con la cultura— influyendo en el que recibe una propuesta de trabajo, el evaluar el desempeño es bueno o ascenso. En el trabajo, una cultura que es respaldada por reglas y reglamentos de manera formales avala que se procederá de forma uniforme y predecible relativamente.

#### **2.2.2.6 Relación entre Cultura y Desempeño**

**Hellriegel, D. y Slocum, J. (2009)**, nos dicen que la cultura de la organización cuenta con potencial para mejorar el desempeño de la empresa, satisfacción del individuo, sentir que hay certeza en cuanto al manejo de conflictos, etc. Si la cultura organizacional no da el paso hacia el cambio de perspectivas de los grupos de beneficio, internos y externos, disminuirá su efectividad. Es de ver que cultura organizacional y desempeño se relacionan, pero realmente en lo que concierne al ambiente puntual de la relación es imprecisa. Los estudios exponen que la correspondencia entre muchos atributos culturales (presentados en la prensa popular como algo importante para el desempeño) y el alto desempeño no ha sido consistente a lo largo del tiempo. Con base en lo que sabemos acerca de las relaciones entre cultura y desempeño, se dice que se aconseja que gerentes y organizaciones tengan una orientación de contingencias. Es menos posible que futuras exploraciones del tema digan que hay una cultura organizacional que este “mejorada” (en cuanto a fuerza o clase).

Sí tenemos en cuenta lo que es relacionado a cultura y desempeño:

- La cultura organizacional algunas veces tiene resultado revelador en desarrollo de economía de la organización a tiempo largo.
- La cultura organizacional puede ser factor imprescindible para establecer el triunfo o fracaso de organizaciones en décadas siguientes.
- La cultura organizacional que privan el ejercicio económico consistente a tiempo futuro no es rara, y se desenvuelven con destreza, incluido en organizaciones que tienen personas inteligentes y razonables en gran número.
- La cultura organizacional se dificulta para el cambio, quizá logre el apoyo a como se desempeña el gerente comprendiendo qué tiene la cultura.

#### **2.2.2.7 La Cultura crea ambiente**

**Robbins, S. y Judge, T. (2013)**, refieren si se trabajó con persona con actitud positiva inspira a dejar lo mejor, o el equipo malo que minoró su motivación, por lo cual se experimenta efecto del entorno. El entorno organizacional son conocimientos que se comparte entre miembros de la empresa y el clima laboral.

Se estudió docenas de dimensiones del ambiente, donde se incluyó seguridad, justicia, diversidad y servicio al cliente. Los que están en ambiente positivo para desempeñarse hará una excelente labor y pensará que el resto apoya su éxito. La persona que está en ambiente positivo para todo lo diverso se creará estar en comodidad para ayudar a sus colegas no importando de dónde viene. El ambiente interactúa entre sí por lo que genera

comportamientos. Tenemos como ejemplo, un ambiente positivo para facultar a empleados lo que favorece un buen desempeño en la organización que a la vez tiene un ambiente que beneficia el compromiso personal. El ambiente influye además en las costumbres de personas. Si se tiene ambiente positivo para la seguridad, estos usarán equipo de seguridad y tendrán las directrices dadas, inclusive si de modo individual no piensan tanto en la seguridad. Estudios demuestran que el ambiente positivo para la seguridad disminuye las lesiones que se documentan en el área de labores.

#### **2.2.2.8 La Cultura como obstáculo**

**Robbins y Judge (2013)**, argumentan la cultura aumenta el compromiso organizacional y la estabilidad del comportamiento del trabajador, lo que claramente es benéfico para una organización. Desde el punto de vista de un empleado, la cultura también es valiosa porque indica cómo se hacen las cosas y que es lo importante. Pero no se deberían ignorar los aspectos potencialmente disfuncionales de la cultura, sobre todo aquellos que tengan mucha influencia sobre la eficacia de la organización.

- **Institucionalización.** – Si la compañía advierte institucionalización volviéndose *institucionalizada*, se da valor por ella y no por bienes o servicios. La empresa opera inclusive si las metas del principio ya dejan de ser relevantes. Las conductas que se aceptan se tornan evidentes para miembros y, a pesar no sea negativo, incluye que conducta y costumbre que se cuestiona y analiza hoy se aceptan, lo que reduce la innovación y hace que mantener la cultura de la organización se transforme en un fin.

- **Obstáculos para el cambio.** - La cultura se torna dificultad si el valor compartido no concuerda con los que acrecientan la actividad de la organización. Es posible que ocurra cuando el ambiente de la organización pase por rápidos cambios y su cultura adaptada ya no es la correcta. La estabilidad en el comportamiento, que vale si existe ambiente firme, puede convertirse en carga y causar que se dificulte la respuesta ante cambios.
  
- **Obstáculos para la diversidad.** - Contratar trabajadores nuevos que difieren del resto en lo que es raza, edad, género, inhabilidad u otras particularidades crea singularidad: la gerencia pretende manifestar soporte por las discrepancias que esos trabajadores contribuyen al trabajo, pero nuevos empleados que quieran acomodarse tienen que admitir los valores culturales básicos. Puesto que diversos comportamientos y fortalezas se dirigen a disminuir tal como se trata de incorporar, las culturas que dominan se convierten en dificultades cuando prescinden de las ventajas.
  
- **Obstáculos para adquisiciones y fusiones.** - Historialmente, si la gerencia considera decidir acerca de adquirir y fusionar con otras organizaciones, los importantes componentes que tenían en cuenta era la superioridad en la economía y la sinergia en productos. En los últimos años, se toma la compatibilidad cultural y la convierte en la primordial preocupación. Si aquellos diversos factores persisten.

#### **2.2.2.9 La influencia del líder en la Cultura Organizacional**

Los gerentes, en especial los de más elevado cargo, son quienes crean el clima de la empresa: sus valores influyen en la dirección

de la misma. Aun cuando el término *valor* se utiliza de maneras distintas, un valor puede definirse como la creencia relativamente permanente sobre lo que es o no apropiado, y orienta las acciones y el comportamiento de los empleados en el cumplimiento de las metas de la organización. Los valores pueden considerarse una forma de ideología que permea las decisiones cotidianas.

En muchas compañías exitosas los líderes corporativos, impulsados por los valores, desempeñan la función de modelos, establecen los estándares de desempeño, motivan a los empleados, hacen especial a la compañía y son un símbolo para el ambiente externo. Fue Edwin Land, el fundador de Polaroid, quien creó un ambiente organizacional favorable para la investigación e innovación; Jim Treybig de Tandem, en Silicon Valley, cerca de San Francisco, insistió en que cada persona es un ser humano que merece ser tratada en consecuencia; William Cooper Procter, de Procter & Gamble, operó la compañía con el lema: “Haz lo correcto”; fue Theodore Vail de AT&T quien atendió las necesidades de los clientes al dar importancia al servicio. La cultura de la organización creada por los líderes corporativos puede conducir a que las funciones gerenciales se desarrollen de maneras muy distintas.

Si bien el director ejecutivo debe indicar la dirección, algunos sostienen que el cambio debe venir desde la base de la organización. Un indicador de esta cultura es que a los gerentes se les llama *facilitadores*, en lugar de *superiores*.

Cambiar una cultura puede requerir largo tiempo —en algunos casos puede tomarse de cinco a 10 años—; exige cambiar valores, símbolos, mitos y comportamientos; puede requerir, primero, comprender la antigua cultura, luego identificar una subcultura en la organización y recompensar a los que viven esta nueva cultura. Cabe mencionar que las recompensas no necesitan ser en términos financieros. Como quiera que sea, los directores

ejecutivos deben simbolizar la cultura que quieren promover.

Tener una visión clara del propósito común induce al compromiso; más aún, cuando las personas participan en el proceso de toma de decisiones y ejercen la autodirección y el autocontrol se sienten comprometidas con sus propios planes; aunque los valores adoptados deben reforzarse mediante recompensas e incentivos, ceremonias, historias y acciones simbólicas.

### 2.3. Definiciones conceptuales (Definición de Términos Básicos)

- **Tecnología de información y comunicación.** – Conforman el grupo de elementos que transforman los que trajeron la globalización como consecuencia de los flujos de investigación, capital, saber y el reto de la noción del Estado-nación. (PNUD, 2002)
- **Infoestructura.** - Grupo de dispositivos informáticos, almacén, telecomunicación e interfaz (hardware), además del universo de programas base y aplicativos (software), y registros de contenidos en diversas áreas de aplicación. (PNUD, 2002)
- **Telecomunicación.** - Sistema de recepción y transmisión a distancia de señal de diverso entorno a través de electromagnéticos. (RAE, 2017)
- **Hardware.** - Equipo (conjunto de aparatos de una computadora). (RAE, 2017)
- **Software.** - Grupo de programas, instrucciones y reglas computacionales para hacer ciertas labores en la computadora. (RAE, 2017)

- **Infocultura.** - Es la suma de conocimientos, métodos, prácticas y reglas de buen uso que tienen los individuos que se apropian de la conducción de la comunicación e información en red. **(Pimienta, 2008)**
- **Apropiación.** - Etapa donde los individuos, grupos u organizaciones aprenden a llevar un control acerca de la utilidad y usos de las TIC en relación con su ambiente propio. **(Pimienta, 2008)**
- **Alfabetización digital.** - Es la etapa donde se le proporciona a las personas, que se sujetan de conceptos y métodos, llevar a cabo prácticas que le admitan apropiarse de TIC. **(Pimienta, 2008)**
- **Alfabetización informacional.** – donde se dota a la población, que tiene conceptos y prácticas, en información, en conocimiento y en decisión para manejo y transformación de datos. **(Pimienta, 2008)**
- **Cultura organizacional.** - Simboliza las reglas informales, que no se escriben, que conducen al comportamiento de miembros de la organización cotidianamente y que enfocan acciones a realizar los objetivos organizacionales. **(Chiavenato, I., 2011)**
- **Esencial.** – Grupo de preceptos que impactan poderosamente la mayoría de ideas y acción organizacional. **(Toca, C. y Carrillo, J., 2009)**
- **Valor.** - Subsistencia y firmeza de algún acto. **(RAE, 2017)**
- **Supuesto.** - Considerado real o verdadero sin la seguridad de que lo sea. Suposición o hipótesis. **(RAE, 2017)**

- **Ideología.** - Grupo de ideas esenciales que describe el pensar de un individuo, población o tiempo, de un movimiento cultural, religioso o político, etc. **(RAE, 2017)**
- **Conocimiento.** - Acción y efecto de conocer. Noción, saber o noticia elemental de algo. **(RAE, 2017)**
- **Estratégica.** - Tienen que ver con las convicciones y certezas de los líderes en una organización. Esto debido a que se quiere utilizar los elementos del poder para alcanzar los objetivos. **(Toca, C. y Carrillo, J., 2009)**
- **Creencias sobre la visión.** - Concernientes a lo que la empresa puede llegar a ser y lo que no debe pretender. **(Toca, C. y Carrillo, J., 2009)**
- **Creencias sobre expectativas del mercado de capital.** - Son ideas de lo que es necesario para conservar al acreedor e inversionistas satisfechos. **(Toca, C. y Carrillo, J., 2009)**
- **Creencias sobre competencia en el mercado.** - Entender cómo y por qué se logra triunfar en el medio, industria o sector. **(Toca, C. y Carrillo, J., 2009)**
- **Creencias sobre dirección interna.** - Tiene que ver con las prácticas operativas adecuadas. **(Toca, C. y Carrillo, J., 2009)**
- **Manifiesta.** - Nivel que encuadra varios modos de práctica institucional, como los artefactos simbólicos, lenguaje, historias, ceremonias, rituales, etc. **(Toca, C. y Carrillo, J., 2009)**



- **Ritos, rituales y ceremonias.** - Son eventos sociales públicos que marcan el paso de algunos acontecimientos destacados. **(Hodge, B. & et al., 2003)**
- **Símbolos y eslóganes.** - Los símbolos pueden ser imágenes o emblemas y los eslóganes son frases o lemas publicitarios, ambos, se usan para familiarizarnos con el servicio o producto que brinde la organización. **(Hodge, B. & et al., 2003)**
- **Lenguaje.** - Grupo de señal por lo que se entiende alguna cosa. Forma y manera de conversar y escribir de cada individuo es personal. **(REA, 2017)**
- **Mitos e historias.** - Son historias de acciones y eventos a lo largo del tiempo que en forma de mitos se dejan en herencia de una generación a otra. **(Hodge, B. & et al., 2003)**
- **Entorno físico.** - Es aquello que rodea físicamente a las personas y les provee un estímulo sensorial inmediato según como vayan realizando actividades o tareas culturalmente expresivas. **(Hodge, B. & et al., 2003)**

## **2.4. Formulación de la Hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

Las tecnologías de la información y la comunicación repercuten significativamente en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.

#### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a) La infoestructura influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.
  
- b) La infocultura influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.

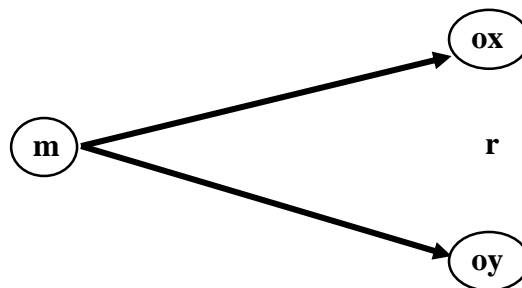
## Capítulo III

# METODOLOGÍA

### 3.1. Diseño Metodológico

#### 3.1.1. Tipo

El diseño de la investigación es no experimental – transaccional - correlacional. Según **Hernández & et al (2014)**, plantea el diagrama siguiente: Enfoque



Dónde:

m = muestra

ox = Tecnología de la información y la comunicación

oy = Cultura organizacional

r = Relación entre las variables

### 3.1.2. Enfoque

La actual indagación es de enfoque cualitativo y cuantitativo.

## 3.2. Población y Muestra

### 3.2.1. Población

150 trabajadores del Centro Cultural Peruano Japonés, Lima – 2016. Esta información se entregó por la Oficina de Recursos Humanos.

### 3.2.2. Muestra

Se empleó la fórmula de población finita para así hallar la muestra que es necesaria:

$$m = \frac{(Z^2 * p * q * N)}{(e^2(N - 1) + Z^2 * p * q)}$$

Donde:

m = Muestra necesaria

Z = nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de no éxito

e = Error Muestral

N = Población

Remplazando:

$$Z^2 = 3.84 \quad P = 0.5 \quad Q = 0.5 \quad N = 150 \quad e^2 = 0.0025$$

$$m = \frac{(3.84 * 0.5 * 0.5 * 150)}{(0.0025 (150 - 1) + 3.84 * 0.5 * 0.5)}$$

El resultado es: 108

Utilizamos también la fórmula de la muestra ajustada

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N}$$

n = Muestra ajustada

n' = Muestra hallada con la fórmula de población finita

N = Población

Entonces

n = ?

n' = 108.1

N = 150

Por lo tanto, la muestra ajustada es 63 trabajadores del Centro Cultural Peruano Japonés, Lima – 2016.

### 3.3. Operacionalización de Variables e Indicadores

**Cuadro 1. Operacionalización de las variables e indicadores**

Variable	Dimensión	Indicador
TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN	Infoestructura	Telecomunicaciones
		Hardware
		Software
	Infocultura	Apropiación
		Alfabetización digital
		Alfabetización informacional
CULTURA ORGANIZACIONAL	Esencial	Valores.
		Supuestos.
		Ideologías.
		Conocimiento.
	Estratégica	Creencias sobre la visión.
		Creencias sobre las expectativas del mercado de capital.
		Creencias sobre la competencia en el mercado.
		Creencias sobre la dirección interna.
	Manifiesta	Ritos, rituales y ceremonias.
		Símbolos y eslóganes.
		Lenguaje.
		Mitos e historias.
		El entorno físico

**Fuente:** Adaptado de (PNUD, 2002), (Pimienta, 2008), (CII, 2011), (Toca, C. y Carrillo, J., 2009) y (Hodge, B. & et al., 2003)

### 3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

#### 3.4.1. Técnicas a emplear

La técnica es un grupo de operaciones organizadas para recoger datos que sobrellevan a medir las variables de estudio. En el recojo de información del presente estudio se usa la encuesta.

#### 3.4.2. Descripción de instrumentos

Para recoger información se usa el cuestionario estructurado de 19 interrogantes, el cual medirá la variable independiente y dependiente del presente estudio. Las primeras seis preguntas están orientadas a las tecnologías de información y comunicación y las últimas 13 preguntas están referidas a la cultura organizacional. Se utilizará la escala de Likert para el cuestionario.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
	Válido	10	100,0
Casos	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

*a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.*

### 3.5. Técnicas para Procesamiento de Información

Para el proceso de la información se empleará el Excel y el software estadístico SPSS versión 23.0 en español, en el cual se obtuvo el análisis de confiabilidad con el Alfa de Cronbach, utilizando el tamaño muestral, posteriormente se elaboraron tablas y gráficos que corresponden a esta investigación, respondiendo a los objetivos que se plantearon.

### 3.5.1. Nivel de fiabilidad del instrumento

El nivel de fiabilidad del instrumento se realizó a través del Alfa de Cronbach, el resultado que se obtuvo fue:

En la tabla preliminar se puede apreciar que se toma 10 encuestas a trabajadores del Centro Cultural Peruano Japonés.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>,866</b>	<b>20</b>

(George, D. y Mallery, P., 2003, pág. 221), proponen las recomendaciones subsiguientes para evaluar valores de coeficientes de Alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa  $>.9$  es excelente
- Coeficiente alfa  $>.8$  es bueno
- Coeficiente alfa  $>.7$  es aceptable
- Coeficiente alfa  $>.6$  es cuestionable
- Coeficiente alfa  $>.5$  es pobre
- Coeficiente alfa  $<.5$  es inaceptable

Entonces, el resultado que se obtiene es 0.866 que está en rango bueno, por tanto se acepta la fiabilidad del instrumento.



## Capítulo IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Descripción de los resultados

Para determinar la influencia de tecnología de información y comunicación en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés en la ciudad de Lima en el año 2016, se encuestó a 63 trabajadores mostrando los siguientes resultados:

**Tabla 1.** ¿Cree Ud. que el uso de las telecomunicaciones en la institución es el adecuado para la correcta transmisión de información?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	12	19,0	19,0	19,0
En desacuerdo	6	9,5	9,5	28,6
<b>Válido</b> Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	22,2	22,2	50,8
De acuerdo	17	27,0	27,0	77,8
Totalmente de acuerdo	14	22,2	22,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

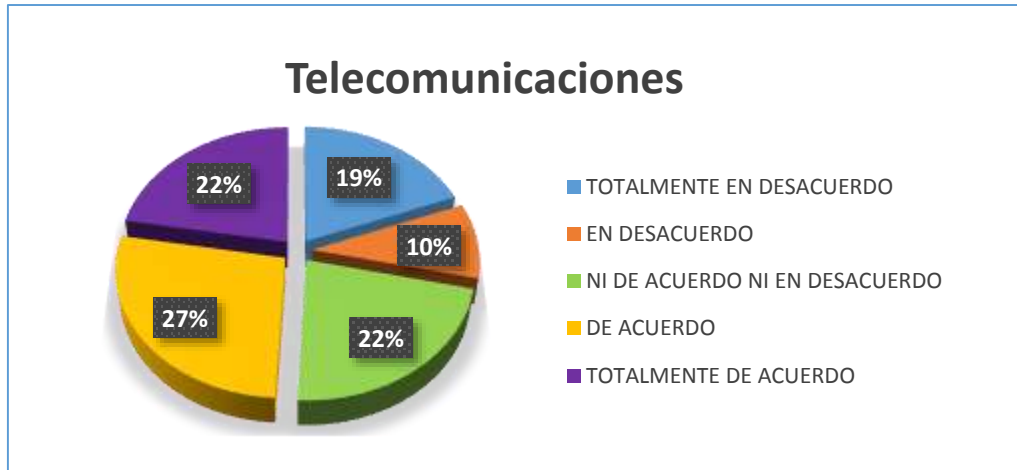


Figura 1: Las telecomunicaciones en la transmisión de información.

**Interpretación:** Del 100% de encuestados, el 22% se encuentra totalmente de acuerdo que el uso que se le da a las telecomunicaciones es el adecuado para la correcta transmisión de información en la institución, un 27% respondió que está de acuerdo, un 22% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 10% se encuentra en desacuerdo y 19% restante evidencia estar totalmente en desacuerdo con respecto al uso de las telecomunicaciones para la transmisión de información.

**Tabla 2.** ¿Considera que el hardware de la asociación se encuentra operativo al 100%?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	11,1	11,1	11,1
	En desacuerdo	25	39,7	39,7	50,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	23,8	23,8	74,6
	De acuerdo	16	25,4	25,4	100,0
Total		63	100,0	100,0	

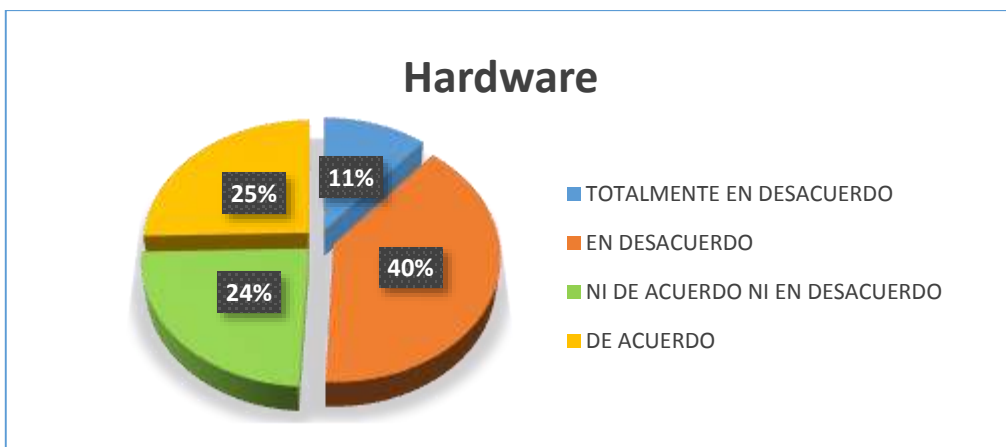


Figura 2: Operatividad del hardware.

### Interpretación:

Con respecto a la operatividad del hardware de la organización el 40% de los encuestados respondió que está en desacuerdo, es decir que consideran que el hardware no se encuentra operativo a su 100%, un 24% está ni de acuerdo ni en desacuerdo quizá porque no cuenta con los conocimientos suficientes para poder dar una respuesta concreta, mientras que un 25% está de acuerdo y considera que el hardware si está operativo al 100%.

**Tabla 3.** Con respecto al software ¿Deberían implementarse programas más actualizados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	1,6	1,6	1,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	22,2	22,2	23,8
<b>Válido</b> De acuerdo	32	50,8	50,8	74,6
Totalmente de acuerdo	16	25,4	25,4	100,0
Total	63	100,0	100,0	

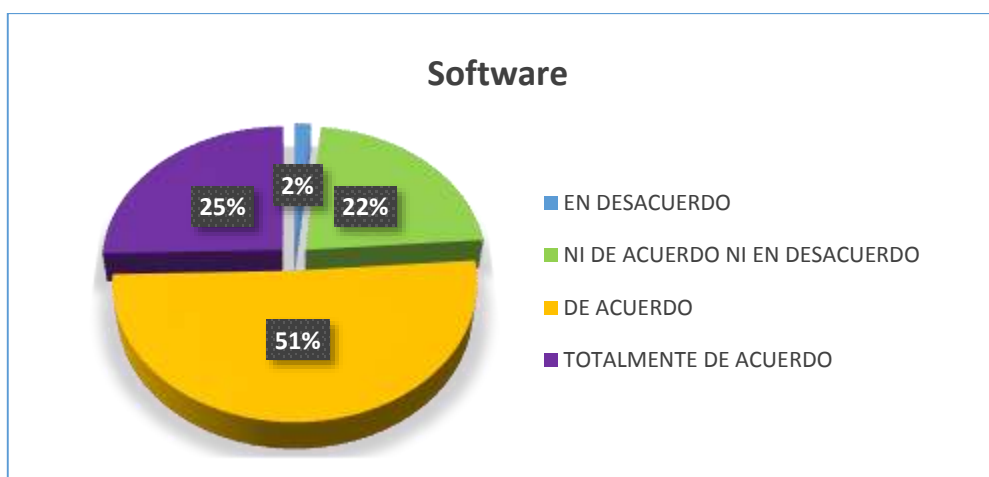


Figura 3: Actualización del software.

**Interpretación:**

El 51%, es decir, más de la mitad del total de encuestados respondió que está de acuerdo con la implementación de programas más actualizados, un bajo 2% está en desacuerdo, el 22% respondió que está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 25% respondió que está totalmente de acuerdo con la implementación de programas actualizados.

**Tabla 4:** Como trabajador ¿siente Ud. que ha desarrollado un vínculo con el equipo tecnológico que se le asignó para desempeñar sus labores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	14,3	14,3	14,3
En desacuerdo	12	19,0	19,0	33,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	22,2	22,2	55,6
De acuerdo	22	34,9	34,9	90,5
Totalmente de acuerdo	6	9,5	9,5	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

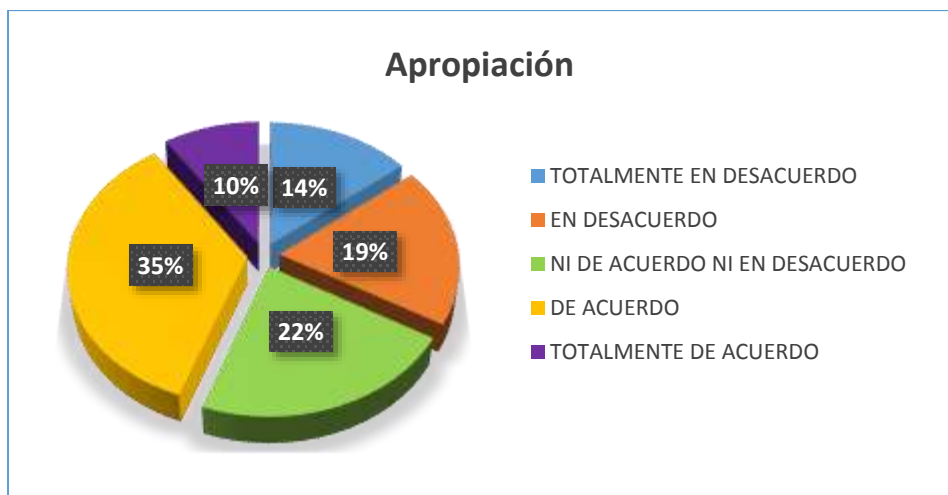


Figura 4: Vinculación con el equipo tecnológico.

### Interpretación:

De 63 encuestados, el 10% contestó que está totalmente de acuerdo con la idea de que ha desarrollado un vínculo con el equipo tecnológico que se le asignó para que desempeñe sus labores, mientras que un 35% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 22% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 19% está en desacuerdo y el 14% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 5:** ¿Considera Ud. que se necesitan desarrollar cursos prácticos para que los trabajadores aprendan las tácticas para el buen uso de los nuevos soportes multimedia digitales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	6,3	6,3	6,3
En desacuerdo	4	6,3	6,3	12,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7,9	7,9	20,6
De acuerdo	32	50,8	50,8	71,4
Totalmente de acuerdo	18	28,6	28,6	100,0
<b>Válido</b>				
Total	63	100,0	100,0	

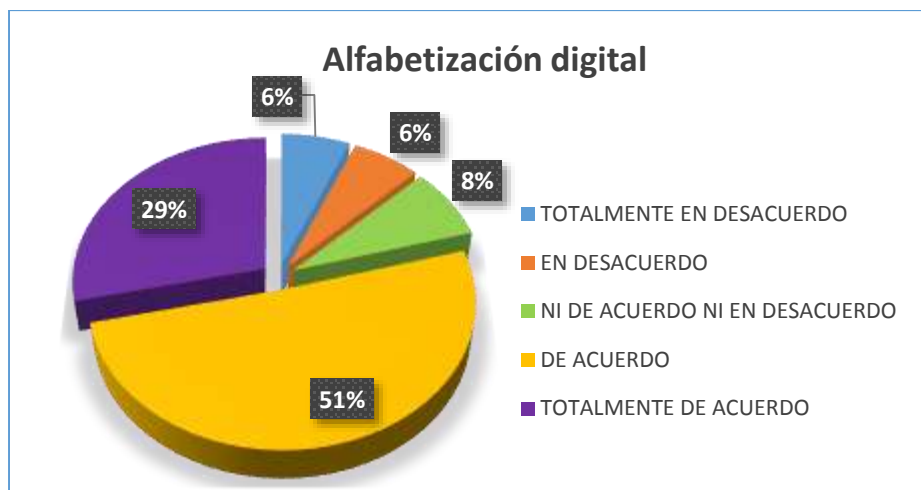


Figura 5: Alfabetización digital

### Interpretación:

De 63 encuestados, el 29% contestó que está totalmente de acuerdo con que se necesitan desarrollar cursos de alfabetización digital, mientras que 51% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 8% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% está en desacuerdo y el 6% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 6:** ¿Considera Ud. que se deberían desarrollar programas institucionales sobre el correcto uso y manejo de la información, así como los aspectos éticos para la comunicación en el mundo digital?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,2	3,2	3,2
En desacuerdo	10	15,9	15,9	19,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3,2	3,2	22,2
De acuerdo	33	52,4	52,4	74,6
Totalmente de acuerdo	16	25,4	25,4	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

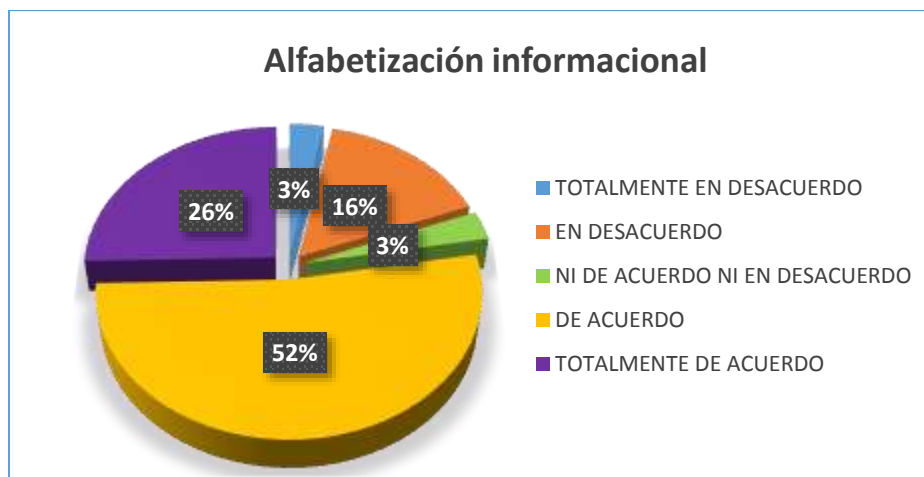


Figura 6: Alfabetización informacional

### Interpretación:

De 63 encuestados, el 26% contestó que está totalmente de acuerdo con que se necesitan desarrollar cursos de alfabetización informacional, mientras que 52% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 16% está en desacuerdo y el 3% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 7:** ¿Cree Ud. que los trabajadores de la institución practican los valores establecidos dentro de su Código de Valores Éticos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	7,9	7,9	7,9
En desacuerdo	10	15,9	15,9	23,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	25,4	25,4	49,2
De acuerdo	20	31,7	31,7	81,0
Totalmente de acuerdo	12	19,0	19,0	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

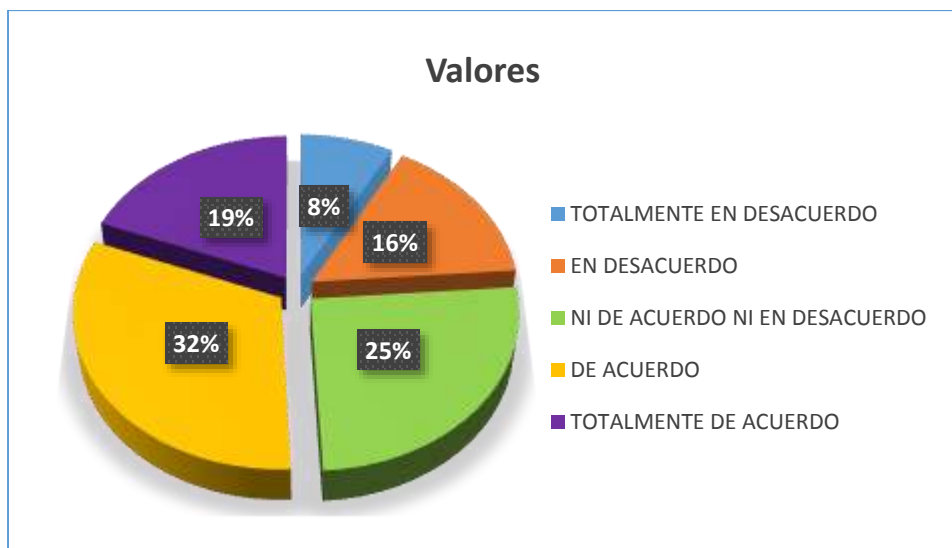


Figura 7: Práctica de valores.

### Interpretación:

63 encuestados, 19% contestó que está totalmente de acuerdo con que se los trabajadores si practican los valores establecidos según el código de valores éticos de la organización, un 32% respondió que está de acuerdo con la premisa, mientras que un 25% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 16% está en desacuerdo y 8% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 8:** ¿Desearía Ud. cambiar algunos procedimientos de trabajo ya establecidos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	15	23,8	23,8	23,8
En desacuerdo	8	12,7	12,7	36,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	17,5	17,5	54,0
De acuerdo	19	30,2	30,2	84,1
Totalmente de acuerdo	10	15,9	15,9	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	



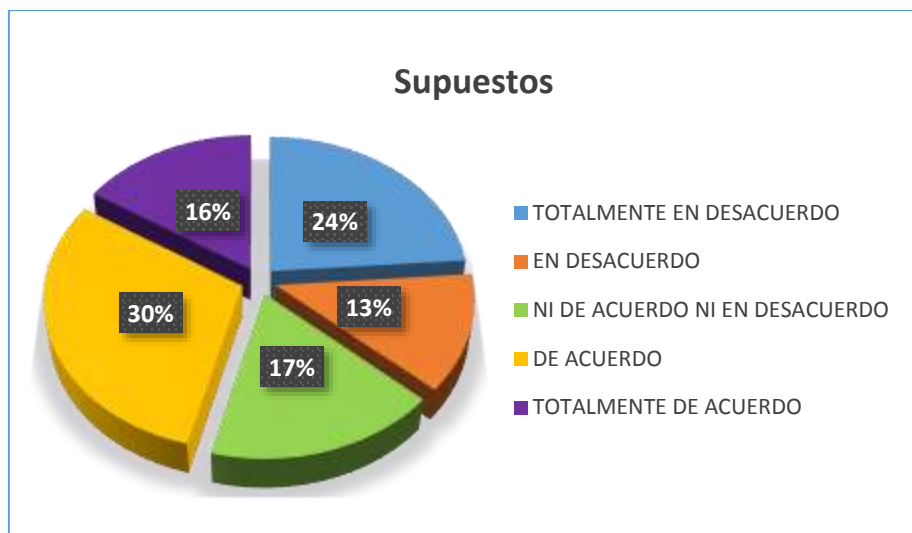


Figura 8: Supuestos establecidos.

### Interpretación:

63 encuestados, el 16% contestó que está totalmente de acuerdo con que se necesitan cambiar con algunos procedimientos de trabajo ya establecidos, mientras que 30% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 17% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 13% está en desacuerdo y el 24% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 9:** ¿Cree Ud. que en su unidad de trabajo las ideologías establecidas son las adecuadas para desempeñarse eficientemente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	12,7	12,7	12,7
En desacuerdo	17	27,0	27,0	39,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	23,8	23,8	63,5
De acuerdo	18	28,6	28,6	92,1
Totalmente de acuerdo	5	7,9	7,9	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

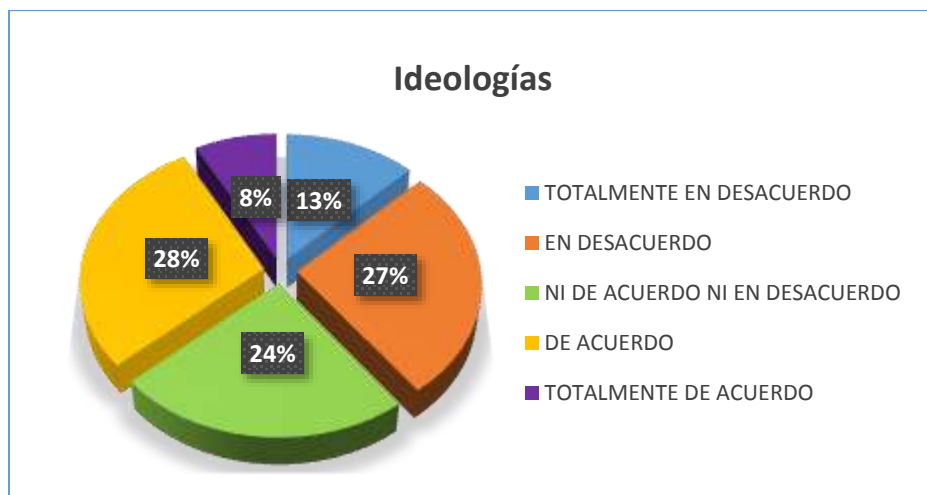


Figura 9: Ideología adecuada.

### Interpretación:

De 63 encuestados, el 8% contestó que está totalmente de acuerdo con que las ideologías ya establecidas son las adecuadas para desempeñarse eficientemente, mientras que 28% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 24% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 27% está en desacuerdo y el 13% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 10:** ¿Siente Ud. que dentro de su rol ha sido empoderado con los conocimientos necesarios para que pueda cumplir adecuadamente con sus funciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,6	1,6	1,6
En desacuerdo	14	22,2	22,2	23,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	28,6	28,6	52,4
De acuerdo	21	33,3	33,3	85,7
Totalmente de acuerdo	9	14,3	14,3	100,0
<b>Válido</b>				
Total	63	100,0	100,0	

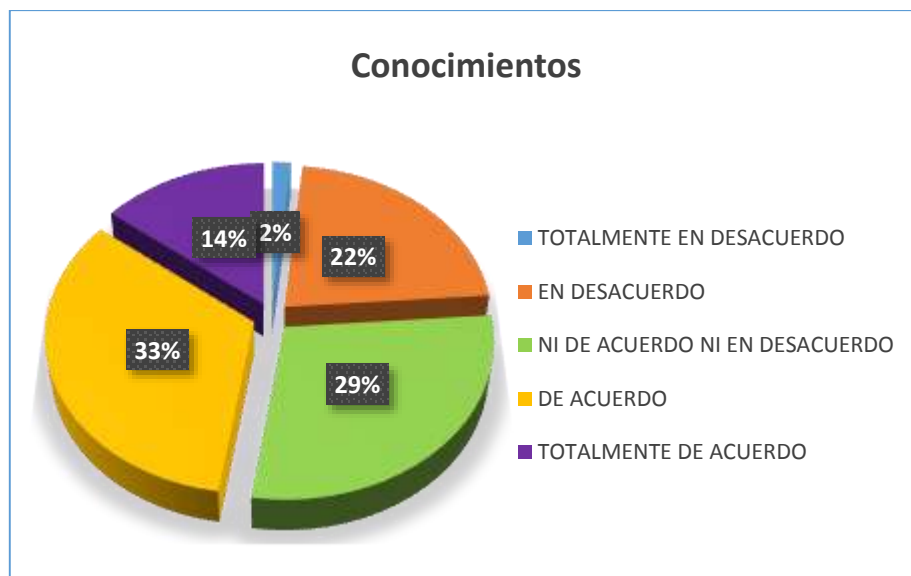


Figura 10: Conocimientos necesarios.

**Interpretación:**

De 63 encuestados, el 14% contestó que está totalmente de acuerdo y siente que ha sido empoderado con los conocimientos necesarios para poder desempeñar sus funciones, mientras que 33% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 29% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 22% está en desacuerdo y el 2% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 11:** ¿Conozco cuál es la visión de la institución y me identifico con ella?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b> Totalmente en desacuerdo	12	19,0	19,0	19,0
En desacuerdo	10	15,9	15,9	34,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	11,1	11,1	46,0
De acuerdo	19	30,2	30,2	76,2
Totalmente de acuerdo	15	23,8	23,8	100,0
Total	63	100,0	100,0	

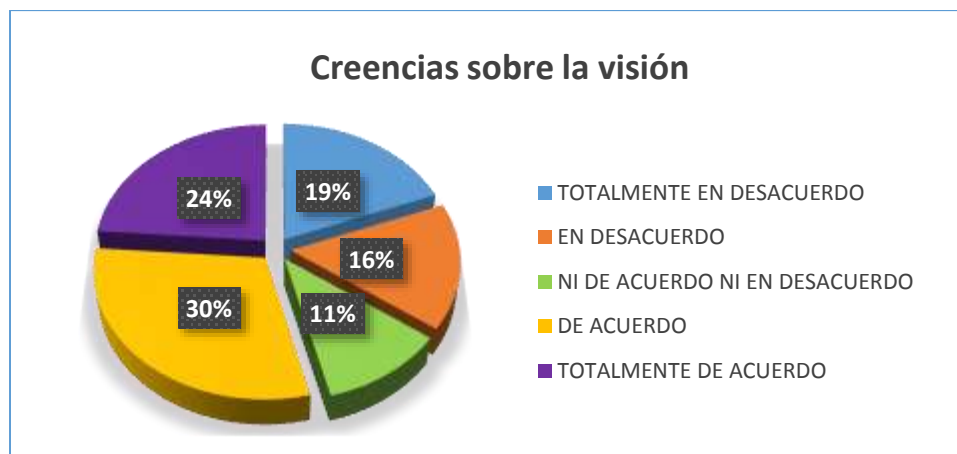


Figura 11: Identificación con la visión de la organización.

### Interpretación:

De 63 encuestados, el 24% contestó que está totalmente de acuerdo en que conoce la visión de la organización y se identifica con ella, mientras que 30% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 11% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 16% está en desacuerdo y 19% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 12:** ¿Considera que la institución cuenta con los medios y recursos necesarios para captar inversionistas que contribuyan con su crecimiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	5	7,9	7,9	7,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	36,5	36,5	44,4
<b>Válido</b> De acuerdo	22	34,9	34,9	79,4
Totalmente de acuerdo	13	20,6	20,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	



Figura 12: Creencias sobre las expectativas del mercado de capital.

**Interpretación:**

De 63 encuestados, el 21% contestó que está totalmente de acuerdo y considera que la institución cuenta con los medios y recursos necesarios para captar inversionistas que contribuyan con su crecimiento, mientras que 35% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 36% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8% restante está en desacuerdo.

**Tabla 13:** ¿Cree Ud. que la institución se encuentra bien posicionada con respecto a la competencia de mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	9,5	9,5	9,5
En desacuerdo	6	9,5	9,5	19,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	22,2	22,2	41,3
De acuerdo	30	47,6	47,6	88,9
Totalmente de acuerdo	7	11,1	11,1	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

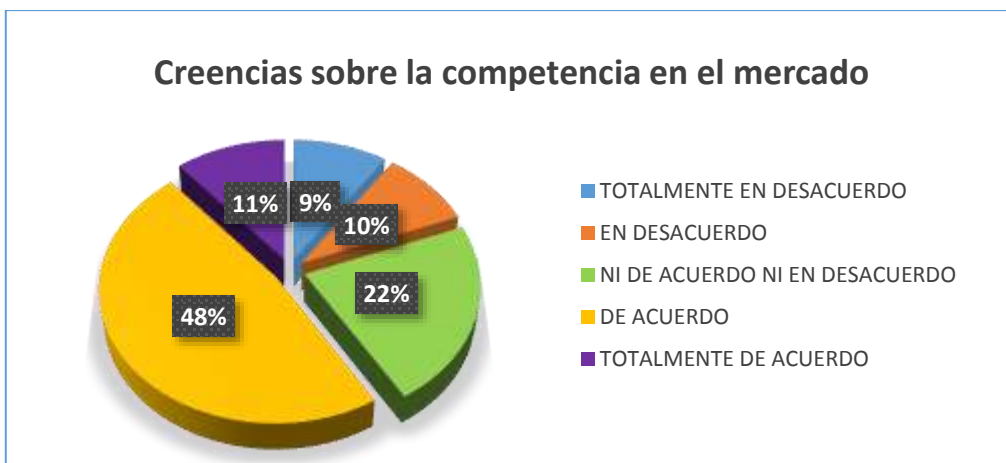


Figura 13: Creencias sobre la competencia en el mercado.

**Interpretación:**

De 63 encuestados, el 29% contestó que está totalmente de acuerdo con que se necesitan desarrollar cursos de alfabetización digital, mientras que 51% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 8% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% está en desacuerdo y el 6% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 14:** Sobre el jefe de su unidad ¿Le brinda retroalimentación clara y oportuna sobre sus labores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	9,5	9,5	9,5
En desacuerdo	15	23,8	23,8	33,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	14,3	14,3	47,6
De acuerdo	27	42,9	42,9	90,5
Totalmente de acuerdo	6	9,5	9,5	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

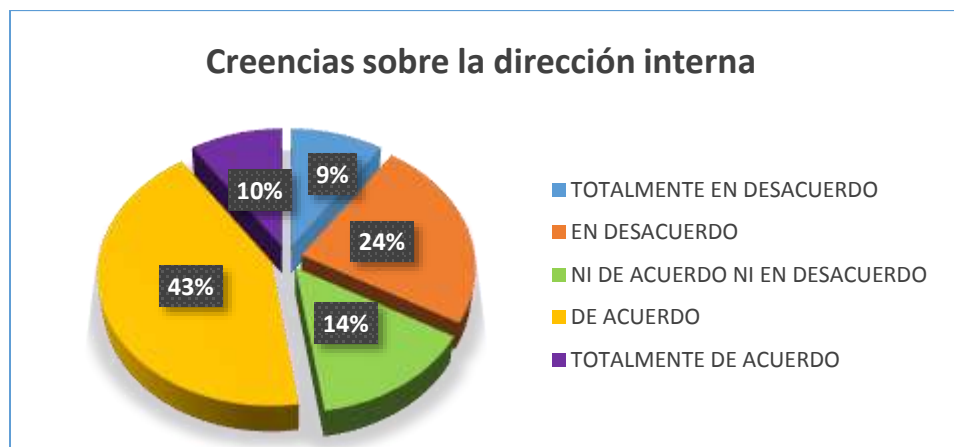


Figura 14: Creencias sobre la dirección interna.

**Interpretación:**

De 63 encuestados, el 10% contestó que está totalmente de acuerdo con que su jefe de unidad les brinda la retroalimentación clara y oportuna sobre sus labores, mientras que 43% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 14% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 24% está en desacuerdo y el 9% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 15:** En general, ¿Considero que la institución se encuentra bien dirigida internamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	9,5	9,5	9,5
En desacuerdo	10	15,9	15,9	25,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15,9	15,9	41,3
De acuerdo	28	44,4	44,4	85,7
Totalmente de acuerdo	9	14,3	14,3	100,0
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

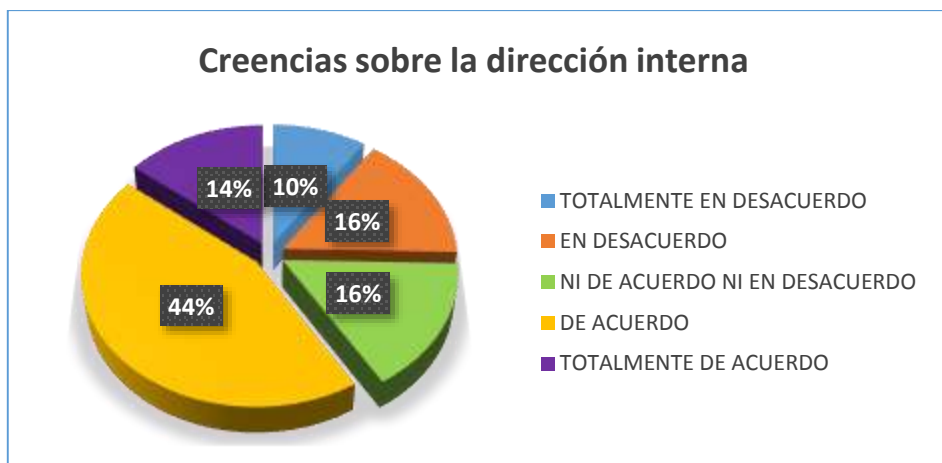


Figura 15: Creencias sobre la dirección interna.

**Interpretación:**

De 63 encuestados, el 14% contestó que está totalmente de acuerdo y considera que la institución si se encuentra bien dirigida internamente, mientras que 44% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 16% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 16% está en desacuerdo y el 10% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 16:** ¿Considera que los eventos de integración que se organizan para los trabajadores le ayudan a sentirse más identificado con la institución?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	4,8	4,8	4,8
En desacuerdo	6	9,5	9,5	14,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	20,6	20,6	34,9
De acuerdo	21	33,3	33,3	68,3
Totalmente de acuerdo	20	31,7	31,7	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	



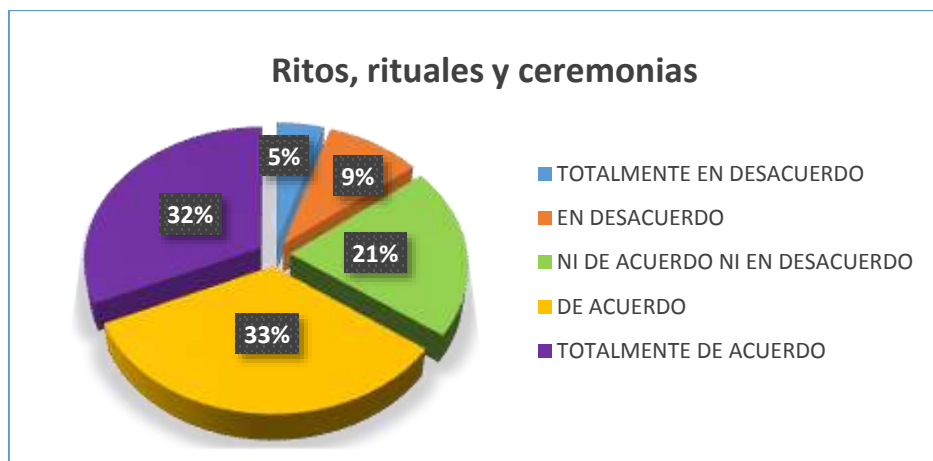


Figura 16: Ritos, rituales y ceremonias.

### Interpretación:

De 63 encuestados, el 32% contestó que está totalmente de acuerdo y si considera que los eventos de integración que se organizan para los trabajadores les ayudan a sentirse más identificado con la institución, mientras que 33% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 21% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 9% está en desacuerdo y el 5% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 17:** Con respecto a la publicidad de los servicios que presta la institución ¿Cree Ud. que los símbolos y/o eslóganes usados ayudan a familiarizar a los futuros clientes con la institución?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b> Totalmente en desacuerdo	6	9,5	9,5	9,5
En desacuerdo	14	22,2	22,2	31,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	25,4	25,4	57,1
De acuerdo	19	30,2	30,2	87,3
Totalmente de acuerdo	8	12,7	12,7	100,0
<b>Total</b>	63	100,0	100,0	

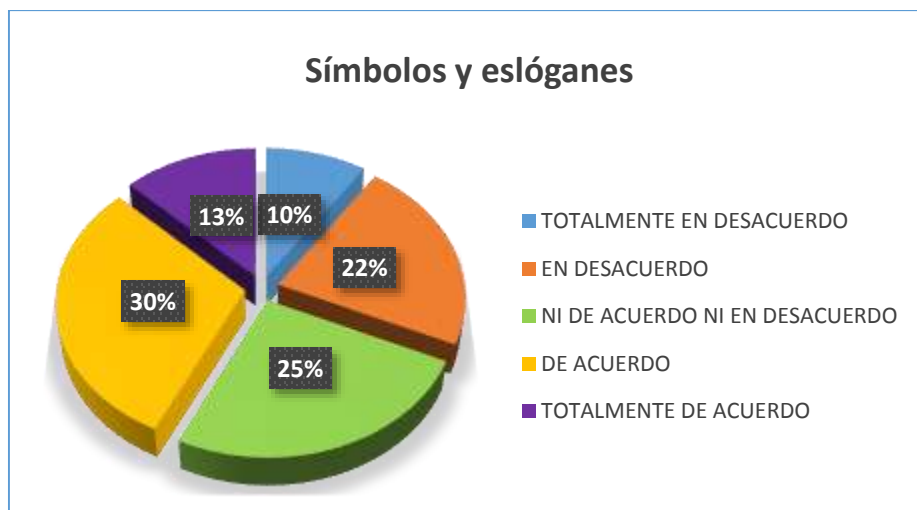


Figura 17: Símbolos y eslóganes.

**Interpretación:**

63 encuestados, el 13% contestó que está totalmente de acuerdo y si cree que los símbolos y/o eslóganes usados ayudan a familiarizar a los futuros clientes con la institución, mientras que 30% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 25% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 22% está en desacuerdo y 10% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 18:** En el tiempo que viene laborando en la institución ¿Conoce ya el lenguaje interno que se maneja entre los trabajadores ya sea verbal o no verbal (gestos, posturas, señas, etc.)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	19	30,2	30,2	30,2
En desacuerdo	13	20,6	20,6	50,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	17,5	17,5	68,3
De acuerdo	15	23,8	23,8	92,1
Totalmente de acuerdo	5	7,9	7,9	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

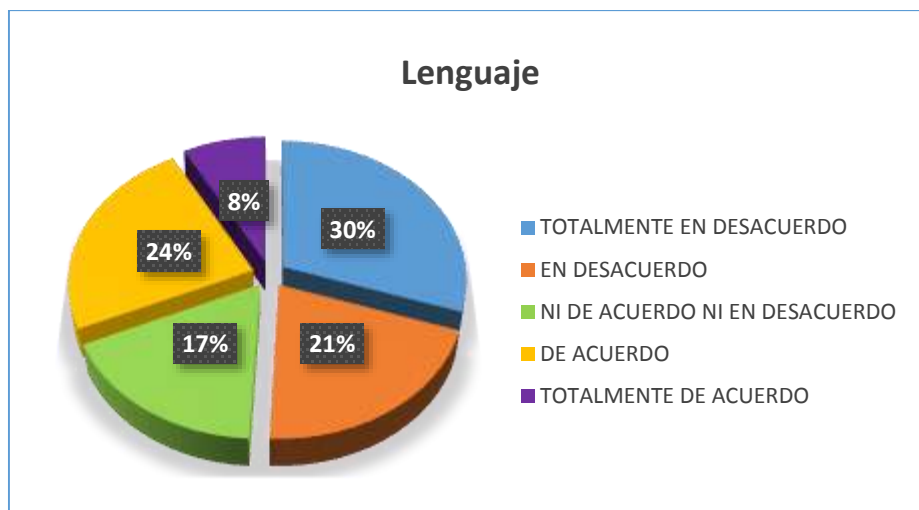


Figura 18: Lenguaje entre los trabajadores.

### Interpretación:

De 63 encuestados, solo 8% contestó que está totalmente de acuerdo con que en el tiempo que viene laborando en la institución conoce ya el lenguaje interno que se maneja entre los trabajadores ya sea verbal o no verbal (gestos, posturas, señas, etc.), mientras que 24% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 17% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 21% está en desacuerdo y 30% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 19:** En esta institución ¿La jerarquía no necesariamente es sinónimo de abuso de poder?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	9,5	9,5	9,5
En desacuerdo	8	12,7	12,7	22,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15,9	15,9	38,1
De acuerdo	33	52,4	52,4	90,5
Totalmente de acuerdo	6	9,5	9,5	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

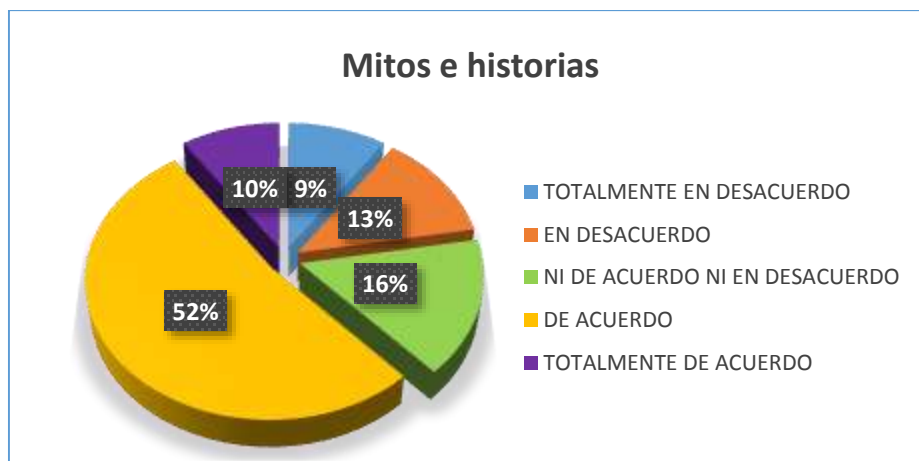


Figura 19: Mitos e historias.

### Interpretación:

De 63 encuestados, el 10% contestó que está totalmente de acuerdo con que la jerarquía de la institución no necesariamente es sinónimo de abuso de poder, mientras que 52% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 16% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 13% está en desacuerdo y el 9% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 20:** ¿Se siente Ud. motivado con el entorno físico en el que labora?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	9,5	9,5	9,5
En desacuerdo	8	12,7	12,7	22,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	23,8	23,8	46,0
De acuerdo	20	31,7	31,7	77,8
Totalmente de acuerdo	14	22,2	22,2	100,0
<b>Válido</b> Total	63	100,0	100,0	

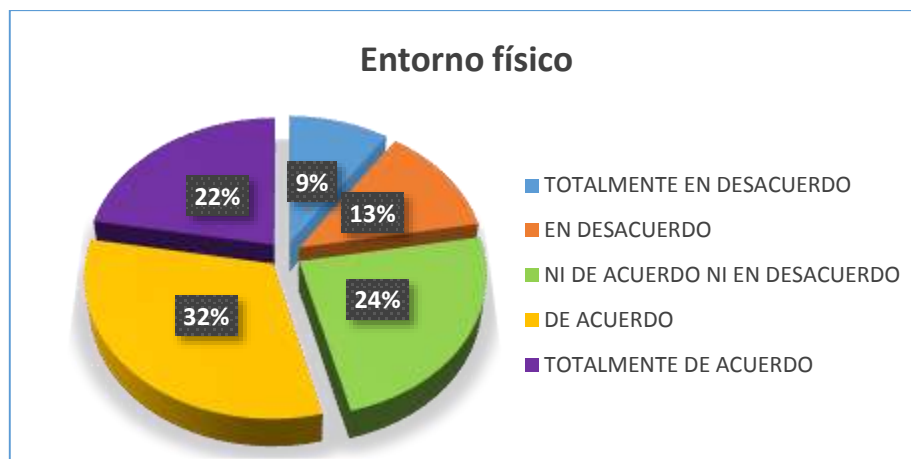


Figura 20: Entorno físico.

### **Interpretación:**

De 63 encuestados, el 22% contestó que está totalmente de acuerdo con que se siente motivado con el entorno físico en el que labora, mientras que 32% respondió que está de acuerdo con la premisa, el 24% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 13% está en desacuerdo y el 9% restante se encuentra totalmente en desacuerdo.

## **4.2. Contrastación de hipótesis**

### **4.2.1. Hipótesis específicas**

#### **4.2.1.1. Hipótesis específica 1**

La infoestructura si influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.

En la tabla 21, se procedió a verificar si repercute la dimensión infoestructura en la variable cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés ciudad de Lima, realizando la prueba de chi cuadrado.

Entonces nos proponemos las siguientes premisas:

**H<sub>0</sub>:** Si el chi cuadrado es mayor a 0.05, la dimensión infoestructura no influye en la variable cultura organizacional.

**H<sub>a</sub>:** Si el chi cuadrado es menor a 0.05, la dimensión infoestructura influye en la variable cultura organizacional.

Según Tabla 21, se obtiene Sig. Asintótica (bilateral) de 0.000 la cual es menor que 0.05, por tanto, se acepta la Hipótesis alterna, donde la infoestructura influye en la variable cultura organizacional.

Tabla 21: Pruebas de chi-cuadrado de la infoestructura y la cultura organizacional

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	41,786 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	52,535	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	28,456	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	63		

*a. 4 casillas (44.4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.90.*

Habiendo demostrado que, si existe influencia entre la dimensión infoestructura y la variable cultura organizacional nos preguntamos: ¿Cuál es su grado de correlación?

Entonces nos proponemos la siguiente premisa:

**H<sub>0</sub>:** No existe correlación entre la dimensión infoestructura y la variable cultura organizacional.

**H<sub>a</sub>:** Existe correlación entre la dimensión infoestructura y la variable cultura organizacional.

En la tabla 22, a un nivel de significancia es de 0.01, con un valor de P de 0.000, y una correlación de Pearson de 0.712 (71.2%).

Concluimos existe una correlación positiva considerable del 71.2%, entre dimensión infoestructura y variable cultura organizacional.

**Tabla 22:** Correlaciones de la infoestructura y la cultura organizacional

		INFOESTRUCTURA	CULTURA ORGANIZACIONAL
INFOESTRUCTURA	Correlación de Pearson	1	,712**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	63	63
CULTURA ORGANIZACIONAL	Correlación de Pearson	,712**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	63	63

\*\**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).*

#### 4.2.1.2. Hipótesis específica 2

La infocultura influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.

En la tabla 23, se procedió a verificar si repercute la dimensión infocultura en la variable cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés de la ciudad de Lima, realizando la prueba de chi cuadrado.

Entonces nos proponemos las siguientes premisas:

**H<sub>0</sub>:** Si el chi cuadrado es mayor a 0.05, la dimensión infocultura no influye en la variable cultura organizacional.

**H<sub>a</sub>:** Si el chi cuadrado es menor a 0.05, la dimensión infocultura influye en la variable cultura organizacional.

Según la Tabla 23, se obtiene una Sig. Asintótica (bilateral) de

0.040 la cual es menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la Hipótesis alterna, donde la infocultura influye en la variable cultura organizacional.

**Tabla 23:** Pruebas de chi-cuadrado de la infocultura y la cultura organizacional

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	13,218 <sup>a</sup>	6	,040
Razón de verosimilitud	14,145	6	,028
Asociación lineal por lineal	4,014	1	,045
N de casos válidos	63		

*a. 7 casillas (58.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .95.*

Habiendo demostrado que, si hay influencia entre la dimensión infocultura y cultura organizacional nos preguntamos: ¿Cuál es su grado de correlación?

Entonces nos proponemos:

**H<sub>0</sub>:** No existe correlación entre la dimensión infocultura y la variable cultura organizacional.

**H<sub>a</sub>:** Existe correlación entre la dimensión infocultura y la variable cultura organizacional.

En la tabla 24, a un nivel de significancia es de 0.01, con un valor de P de 0.000, y correlación de Pearson de 0.219 (21.9%).

Concluimos existe correlación positiva débil del 21.9%, entre dimensión infocultura y cultura organizacional.



**Tabla 24: Correlaciones de la infocultura y cultura organizacional**

		INFOESCULTURA	CULTURA ORGANIZACIONAL
INFOESCULTURA	Correlación de Pearson	1	,219
	Sig. (bilateral)		,085
	N	63	63
CULTURA ORGANIZACIONAL	Correlación de Pearson	,219	1
	Sig. (bilateral)	,085	
	N	63	63

#### 4.2.2. Hipótesis general

Las tecnologías de la información y la comunicación repercuten significativamente en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.

En la tabla 25, se procedió a verificar si repercute la variable tecnologías de la información y la comunicación en la variable cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés de la ciudad de Lima, realizando la prueba de chi cuadrado.

Entonces nos proponemos las siguientes premisas:

**H<sub>0</sub>:** Si el chi cuadrado es mayor a 0.05, la variable tecnologías de la información y la comunicación en la variable cultura organizacional.

**H<sub>a</sub>:** Si el chi cuadrado es menor a 0.05, la variable tecnologías de la información y la comunicación en la variable cultura organizacional.

Según la Tabla 25, se obtiene una Sig. Asintótica (bilateral) de 0.001 la cual es menor que 0.05, por lo tanto, se acepta la Hipótesis alterna, donde la tecnología de la información y comunicación influye en la variable cultura organizacional.

**Tabla 25:** Pruebas de chi cuadrado de la tecnología de información y comunicación y cultura organizacional

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 carcas)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	22,073 <sup>a</sup>	6	,001
<b>Razón de verosimilitud</b>	24,467	6	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	12,937	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	63		

*a. 7 casillas (58.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .32.*

Habiendo demostrado que, si existe influencia entre la variable tecnología de la información y la comunicación y la variable cultura organizacional nos preguntamos: ¿Cuál es su grado de correlación?

Entonces nos proponemos la siguiente premisa:

**H<sub>0</sub>:** No existe correlación entre la variable tecnologías de la información y la comunicación y la variable cultura organizacional.

**H<sub>a</sub>:** Existe correlación entre la variable tecnologías de la información y la comunicación y la variable cultura organizacional.

En la tabla 26, a un nivel de significancia de 0.01, con un valor de P de 0.000, y correlación de Pearson de 0.542 (54.2%).

Concluimos existe una correlación positiva moderada del 54.2%, entre variable tecnologías de comunicación y la información y cultura organizacional.

**Tabla 26:** Correlaciones de tecnologías de comunicación y la información y cultura organizacional

		La tecnología de información y comunicación	Cultura organizacional
<b>La tecnología de información y comunicación</b>	Correlación de Pearson	1	,542**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	63	63
<b>Cultura organizacional</b>	Correlación de Pearson	,542**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	63	63

\*\**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).*

## Capítulo V

### DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Discusión

Al finalizar la investigación se ha podido determinar que la tecnología de la información y comunicación si influye en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés de la ciudad de Lima – 2016, por ello se acepta la hipótesis alterna general.

Los resultados obtenidos en la presente investigación guardan una relación mínima con la siguiente investigación internacional:

**Vera, G. & et al. (2016)**, determinaron que algunos comportamientos de los trabajadores dentro de la cultura organizacional influyeron positivamente en la adopción o uso de las tics, pero no pudieron encontrar evidencia estadística significativa, por tanto, concluyeron que no era posible afirmar que el uso o adopción de las tics fueran obstaculizados o impedidos por la cultura organizacional.

De los propios resultados obtenidos, concluyo que si existe una correlación positiva moderada del 54,2% entre las variables tecnología de la información y comunicación y la cultura organizacional.

Luego de hacer una análisis podemos decir que las trabajadores consideran que su organización está bien liderada internamente, y que la jerarquía dentro de ella no es sinónimo de abuso de poder, pero indican también que hay procedimientos ya establecidos que deberían cambiarse para obtener mejores resultados y poder laborar con más eficiencia, consideran que el uso que le dan a las telecomunicaciones para la transmisión de información es el adecuado y manifiestan su deseo de que la institución desarrolle cursos de capacitación y actualización sobre las nuevas tecnologías su correcto uso y aplicación.

## 5.2. Conclusiones

- a) Respecto a hipótesis 1, donde la infoestructura influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima, 2016. Donde la Sig. Asintótica (bilateral) de 0.000 y chi cuadrado es menor que 0,05, por lo tanto, se concluye la dimensión infoestructura influye en la variable cultura organizacional. Con una correlación positiva moderada de 71,2%.
- b) Respecto a la hipótesis 2, donde la infocultura influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima, 2016. Donde la Sig. Asintótica (bilateral) de 0.040 y el chi cuadrado es menor que 0.05, se concluye que la dimensión de infocultura influye en la variable cultura organizacional. Con una correlación positiva débil de 21,9%.
- c) Respecto a la hipótesis general, donde la tecnología de la información y la comunicación repercuten significativamente en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima, 2016. Donde la Sig. Asintótica (bilateral) de 0.001 y chi cuadrado es menor que 0.05, se concluye que la variable tecnología de la información y comunicación influye en la cultura organizacional. Con una correlación positiva moderada de 54,2%.

### **5.3. Recomendaciones**

- a)** El Centro Cultural Peruano Japonés para mantenerse en competencia con el mercado debería adquirir nuevos equipos y sistemas tecnológicos que le permitan prestar un mejor servicio y asegurar así su posición dentro del mercado educativo
  
- b)** Se le recomienda realizar cursos de capacitación y actualización a sus trabajadores con la finalidad de mantenerlos a la par con las nuevas tecnologías, posteriormente evaluarlos para saber que tanto aprovechan estos cursos y en base a esto se podría también implementar un programa de incentivos laborales.
  
- c)** Los trabajadores consideran en su mayoría que la institución se encuentra internamente bien organizada y que la jerarquía dentro de ella no significa un abuso de poder por parte de sus líderes, pero a su vez muestran insatisfacción con algunos procedimientos ya establecidos puesto que creen que esto los limita laboralmente, entonces se le recomienda establecer mesas de dialogo, primero con los jefes o encargados de las diversas áreas para que estos a su vez dialoguen con los demás trabajadores y conozcan a exactitud que procedimientos se pueden cambiar o mejorar para que los trabajadores muestren más eficiencia en sus labores.

## Capítulo VI

### FUENTES DE INFORMACIÓN

#### 6.1 Fuentes Bibliográficas

Adler, R. y Marquardt, J. (2005). *Comunicación Organizacional: Principios y prácticas para negocios y profesiones* (Octava ed.). México: McGRAW-Hill Interamericana Editores.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la Administración* (Séptima ed.). México: McGRAW-Hill/Interamericana Editores.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (Tercera ed.). México: McGRAW-HILL/Interamericana Editores.

Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humano. El capital humano de las organizaciones* (Novena ed.). México: McGRAW-HILL/Interamericana Editores.

George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update* (4ta ed.). Boston: Allyn & Bacon.

Guízar, R. (2013). *Desarrollo organizacional. principios y aplicaciones* (Cuarta ed.). México: McGRAW-HILL/Interamericana Editores.

Hellriegel, D. y Slocum, J. (2009). *Comportamiento Organizacional* (12a. ed.). México: Cengage Learning Editores.

Hodge, B. & et al. (2003). *Teoría de la organización. Un Enfoque Estratégico* (Sexta ed.). Madrid: Pearson Educación.

Laudon, K. y Laudon, J. (2012). *Sistemas De Información Gerencial* (Decimosegunda ed.). México: Pearson Educacion.

Robbins, S. y Coulter, M. (2010). *Administración* (Décima ed.). México: Pearson Educación.

Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (Decimoquinta ed.). México: Pearson Education.

## 6.2 Fuentes Electrónicas

CII. (2011). *Centro Internacional de Investigación. Hardware y Software*. Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de Grupo Educare. : <https://computacioncpc.files.wordpress.com/2011/06/teorc3ada-hardware-y-software.pdf>

*Compromiso RSE* . (2012). Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de La influencia de las TIC en la educación, la empresa y los movimientos sociales: <http://www.compromisorse.com/rse/2012/03/06/la-influencia-de-las-tic-en-la-educacion-la-empresa-y-los-movimientos-sociales/>

Macau, R. (2004). "TIC: ¿PARA QUÉ? (Funciones de las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones)" (artículo en línea). *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, Vol. 1(Nº 1). Recuperado el 21 de Octubre de 2017, de <http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/macau0704.pdf>



- Marulanda, C. & et al. (2016). La Cultura organizacional y las competencias para la gestión del conocimiento en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Colombia. *Información Tecnológica*, 3-10. Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de <http://www.scielo.cl/pdf/infotec/v27n6/art02.pdf>
- Monge, R. & et al. (2005). *TICS en las PYMES de Centroamérica: Impacto de la adopción de las tecnologías de la información y la comunicación* (Primera ed.). Costa Rica: International Development Research Centre. Recuperado el 22 de Octubre de 2017, de ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upc-ebooks/detail.action?docID=259236>.
- Otaegui, J. (2017). *Correlación entre las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS) y la gestión del conocimiento en las PYMES de la industria del calzado en Lima Metropolitana 2015*. Lima - Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/6268/3/Otaegui\\_mj.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/6268/3/Otaegui_mj.pdf)
- Pimienta, D. (2008). *Brecha digital y las nuevas alfabetizaciones (Ira Parte: Brecha digital, bibliotecas y políticas de inclusión)*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid - España: Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 22 de Octubre de 2017, de [http://eprints.ucm.es/8224/3/Brecha\\_digital\\_y\\_nuevas\\_alfabetizaciones.pdf](http://eprints.ucm.es/8224/3/Brecha_digital_y_nuevas_alfabetizaciones.pdf)
- PNUD. (2002). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Las Tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo humano - Informe sobre el Desarrollo Humano en Venezuela*. Venezuela. Recuperado el 19 de Octubre de 2017, de [http://hdr.undp.org/sites/default/files/venezuela\\_2002\\_es.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/venezuela_2002_es.pdf)
- RAE. (2017). Real academia española. *Diccionario de la lengua española* (Edic. del Tricentenario). Madrid, España. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

Toca, C. y Carrillo, J. (Julio-Diciembre de 2009). Asuntos Teóricos y metodológicos de la cultura organizacional. *CIVILIZAR. Ciencias Sociales y Humanas*, 9(17), 117-135. Recuperado el 23 de Octubre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/1002/100212301008.pdf>

Vera, G. & et al. (2016). Cultura Organizacional y tic`s en las organizaciones de Educación Superior. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(4), 51-64. Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v9n4-2016/RIAF-V9N4-2016-5.pdf>

## **ANEXOS**

## ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL CENTRO CULTURAL PERUANO JAPONÉS, LIMA - 2016.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p style="text-align: center;"><b>Problema General</b></p> <p>¿De qué manera las tecnologías de la información y la comunicación repercuten en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016?</p> <p style="text-align: center;"><b>Problemas Específicos</b></p> <p>a) ¿Cómo la infoestructura repercute en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016?</p> <p>b) ¿Cómo la infocultura repercute en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016?</p>	<p style="text-align: center;"><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar de qué manera las tecnologías de la información y la comunicación repercuten en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.</p> <p style="text-align: center;"><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>a) Determinar como la infoestructura influye en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016</p> <p>b) Determinar como la infocultura influye en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016</p>	<p style="text-align: center;"><b>Hipótesis General</b></p> <p>Las tecnologías de la información y la comunicación repercuten significativamente en la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.</p> <p style="text-align: center;"><b>Hipótesis Específicas</b></p> <p>a) La infoestructura influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.</p> <p>b) La infocultura influye positivamente en la cultura organizacional del Centro Cultural Peruano Japonés – Lima 2016.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Variable X</b> <b>Las Tecnologías de la Información y la Comunicación</b></p> <p><b>a) Infoestructura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telecomunicación</li> <li>• Hardware</li> <li>• Software</li> </ul> <p><b>b) Infocultura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apropiación</li> <li>• Alfabetización digital</li> <li>• Alfabetización informacional</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Variable Y</b> <b>Cultura Organizacional</b></p> <p><b>a) Esencial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores</li> <li>• Supuestos</li> <li>• Ideologías</li> <li>• Conocimientos</li> </ul> <p><b>b) Estratégica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creencias sobre la visión</li> <li>• Creencias sobre las expectativas del mercado</li> <li>• Creencias sobre la competencia en el mercado</li> <li>• Creencias sobre la dirección interna</li> </ul> <p><b>c) Manifiesta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ritos, rituales y ceremonias</li> <li>• Símbolos y eslóganes</li> <li>• Lenguaje</li> <li>• Mitos e historias</li> <li>• Entorno físico</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Tipo de Investigación</b> Aplicada</p> <p style="text-align: center;"><b>Diseño de Investigación</b> No experimental de tipo transaccional, correlacional</p> <p style="text-align: center;"><b>Técnicas</b> Cuestionario</p> <p style="text-align: center;"><b>Población</b> 150 potencial humano</p> <p style="text-align: center;"><b>Muestra representativa</b> 63 potencial humano</p> <p style="text-align: center;"><b>Estadístico de prueba</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chi cuadrado de Pearson.</li> <li>• Coeficiente de correlación de Pearson.</li> </ul>

## ANEXO N° 02: CUESTIONARIO

### UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SANCHEZ CARRIÓN

#### ENCUESTA SOBRE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL CENTRO CULTURA PERUANO JAPONÉS DE LA CIUDAD DE LIMA

**Instrucciones:** Estimado trabajador la presente encuesta tiene el propósito de recopilar información sobre las tecnologías de la información y comunicación y la cultura organizacional en el Centro Cultural Peruano Japonés, para lo cual le agradezco marca la opción con una “X”, la siguiente encuesta tiene carácter de anónima y su procesamiento será reservado por lo que le pedimos SINCERIDAD en sus respuestas.

#### I. Tecnología de la información y la comunicación

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

	Escala				
	1	2	3	4	5
<b>Infoestructura</b>					
1. ¿Cree Ud. que el uso de las telecomunicaciones en la institución es el adecuado para la correcta transmisión de información?					
2. ¿Considera que el hardware de la asociación se encuentra operativo al 100%?					
3. Con respecto al software ¿Deberían implementarse programas más actualizados?					
<b>Infocultura</b>					
4. Como trabajador ¿siente Ud. que ha desarrollado un vínculo con el equipo tecnológico que se le asignó para desempeñar sus labores?					
5. ¿Considera Ud. que se necesitan desarrollar cursos prácticos para que los trabajadores aprendan las tácticas para el buen uso de los nuevos soportes multimedia digitales?					
6. ¿Considera Ud. que se deberían desarrollar programas institucionales sobre el correcto uso y manejo de la información, así como los aspectos éticos para la comunicación en el mundo digital?					

## II. Cultura organizacional

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

Esencial	Escala				
	1	2	3	4	5
1. ¿Cree Ud. que los trabajadores de la institución practican los valores establecidos dentro de su Código de Valores Éticos?					
2. ¿Desearía Ud. cambiar algunos procedimientos de trabajo ya establecidos?					
3. ¿Cree Ud. que en su unidad de trabajo las ideologías establecidas son las adecuadas para desempeñarse eficientemente?					
4. ¿Siente Ud. que dentro de su rol ha sido empoderado con los conocimientos necesarios para que pueda cumplir adecuadamente con sus funciones?					
<b>Estratégica</b>					
5. ¿Conozco cuál es la visión de la institución y me identifico con ella?					
6. ¿Considera que la institución cuenta con los medios y recursos necesarios para captar inversionistas que contribuyan con su crecimiento?					
7. ¿Cree Ud. que la institución se encuentra bien posicionada con respecto a la competencia de mercado?					
8. Sobre el jefe de su unidad ¿Le brinda retroalimentación clara y oportuna sobre sus labores?					
9. En general, ¿Considero que la institución se encuentra bien dirigida internamente?					
<b>Manifiesta</b>					
10. ¿Considera que los eventos de integración que se organizan para los trabajadores le ayudan a sentirse más identificado con la institución?					
11. Con respecto a la publicidad de los servicios que presta la institución ¿Cree Ud. que los símbolos y/o eslóganes usados ayudan a familiarizar a los futuros clientes con la institución?					
12. ¿Cree Ud. que en el tiempo que viene laborando en la institución conoce ya el lenguaje interno que se maneja entre los trabajadores ya sea verbal o no verbal (gestos, posturas, señas, etc.)?					
13. En esta institución ¿La jerarquía no necesariamente es sinónimo de abuso de poder?					
14. ¿Se siente Ud. motivado en el entorno físico en el que labora?					

## ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

---

Dr. Reyes Ulfe, Juan Carlos  
**Presidente**

---

Dr. Ramos y Yovera, Santiago  
**Secretario**

---

Dr. Coronado Espinoza, Jesús  
**Vocal**

---

Dr. Solano Armas, Timoteo  
**Asesor**