



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

**Clima organizacional e imagen institucional de la Universidad Nacional Intercultural de
la Selva Central Juan Santos Atahualpa, año 2023**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autora

Celia Elvia Taype Quispe

Asesor

M(o). Walter Carlos Velásquez Córdova.

Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

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

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Taype Quispe Celia Elvia	76876653	04-06-2024
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
M(o) Walter Carlos Velásquez Córdova	15735513	0000-0003-4192-7745
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez	09637974	0000-0002-2106-4420
M(a) Dalila Pimentel Retuerto	40306933	0000-0001-5318-928X
M(a) Juana Maria Anselmo Arrunátegui	16752469	0000-0002-0605-6035

CLIMA ORGANIZACIONAL E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL DE LA SELVA CENTRAL JUAN SANTOS ATAHUALPA, AÑO 2023.

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	www.gob.pe Fuente de Internet	3%
2	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	www.dheducacion.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
8	Elvira Yanett Calonge-Angulo, Oswaldo Arturo Villoslada-Aguirre, Yoni Mateo Valiente-	1%

M(o) Walter Carlos Velásquez Córdova
Asesor

Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vasquez
Presidente

M(a) Dalila Pimentel Retuerto
Secretario

M(a) Juana Maria Anselmo Arrunategui
Vocal

DEDICATORIA

A mis padres y hermana, por ser el aliciente para cumplir mis metas y a las personas que me brindaron su apoyo incondicional contribuyendo de diferentes maneras en la realización de esta investigación.

Celia Elvia Taype Quispe

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el dador de la vida, por regalarme cada mañana y bendecir mi camino.
Ami asesor por su paciencia y sobre todo por su orientación imprescindible para llevar a cabo esta investigación.

Celia Elvia Taype Quispe

ÍNDICE

CARÁTULA.....	1
LICENCIA DE CREATIVE COMMONS	2
DATOS DEL AUTOR, ASESOR Y JURADO (METADATOS)	3
RESULTADO DEL ÍNDICE DE SIMILITUD DEL REPORTE DE ORIGINALIDAD	4
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE.....	8
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	17
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos	18
1.3. Objetivos de la investigación	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	19
1.4. Justificación de la investigación	19
1.5. Delimitaciones del estudio	20
1.6. Viabilidad del estudio	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.1.1. Investigaciones internacionales.....	21

	2.1.2. Investigaciones nacionales	22
	2.1.3. Investigaciones locales	24
	2.2. Bases teóricas	24
	2.3. Bases filosóficas.....	32
	2.4. Definición de términos básicos	33
	2.5. Hipótesis de investigación	36
	2.5.1. Hipótesis general	36
	2.5.2. Hipótesis específicas	36
	2.6. Operacionalización de las variables.....	37
CAPÍTULO III.	METODOLOGÍA	38
	3.1. Diseño metodológico	38
	3.1.1. Tipo de investigación	38
	3.1.2. Nivel de investigación	38
	3.1.3. Diseño de investigación.....	38
	3.1.4. Enfoque de investigación	39
	3.2. Población y muestra	39
	3.2.1. Población.....	39
	3.2.2. Muestra.....	39
	3.3. Técnicas de recolección de datos	40
	3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	40
CAPÍTULO IV.	RESULTADOS	42
	4.1. Análisis de resultados	42
	4.2. Contrastación de hipótesis	53
CAPÍTULO V.	DISCUSIÓN	60
	5.1. Discusión	60

CAPÍTULO VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
	6.1. Conclusiones.....	62
	6.2. Recomendaciones.....	63
CAPÍTULO VII.	REFERENCIAS.....	65
ANEXOS	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Sistema individual y sus indicadores</i>	41
Figura 2. <i>Sistema interpersonal y sus indicadores</i>	42
Figura 3. <i>Sistema organizacional y sus indicadores</i>	43
Figura 4. <i>Clima organizacional</i>	44
Figura 5. <i>Elementos de identidad y sus indicadores</i>	45
Figura 6. <i>Parámetros de rendimiento</i>	47
Figura 7. <i>Relaciones afectivas y sus indicadores</i>	49
Figura 8. <i>Comportamiento normalidad</i>	51
Figura 9. <i>Dispersión del clima organizacional y la imagen institucional</i>	53
Figura 10. <i>Dispersión del clima organizacional y los elementos de identidad</i>	54
Figura 11. <i>Dispersión del clima organizacional y los parámetros de rendimiento</i>	56
Figura 12. <i>Dispersión del clima organizacional y las relaciones afectivas</i>	58

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Resumen de procesamiento de casos y estadísticas de fiabilidad del clima organizacional</i>	40
Tabla 2. <i>Resumen de procesamientos de casos y estadísticas de fiabilidad de la imagen institucional</i>	40
Tabla 3. <i>Distribución de frecuencia del sistema individual y sus indicadores</i>	41
Tabla 4. <i>Distribución de frecuencia del sistema interpersonal y sus indicadores</i>	42
Tabla 5. <i>Distribución de frecuencia del sistema organizacional y sus indicadores</i>	43
Tabla 6. <i>Clima organizacional</i>	44
Tabla 7. <i>Distribución de frecuencia de los elementos de identidad y sus indicadores</i>	45

Tabla 8. <i>Distribución de frecuencia de los parámetros de rendimiento y sus indicadores ..</i>	47
Tabla 9. <i>Distribución de frecuencia de las relaciones afectivas y sus indicadores</i>	49
Tabla 10. <i>Prueba de normalidad</i>	50
Tabla 11. <i>Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y la imagen institucional.....</i>	52
Tabla 12. <i>Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y los elementos de identidad.....</i>	54
Tabla 13. <i>Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y los Parámetros de rendimiento</i>	56
Tabla 14. <i>Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y las relaciones afectivas.....</i>	57

RESUMEN

Objetivo: Describir la relación existente entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023. **Métodos:** El tipo de investigación es básico, de nivel correlacional, con un diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. Para el recojo de datos se utilizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario por cada variable de estudio, considerando la escala de Likert. **Resultados:** El Clima Organizacional y los Parámetros de Rendimiento, con valores p de 0.200 y 0.189 respectivamente, siguen una distribución normal, ya que estos valores son superiores al umbral común de 0.05. En cambio, la Imagen Institucional, los elementos de Identidad y las Relaciones Afectivas, con valores p de 0.015, 0.001 y 0.000, no se ajustan a una distribución habitual, ya que estos valores son inferiores a 0.05. **Conclusión:** Existe una correlación significativa moderada entre el clima organizacional y la imagen institucional de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023.

Palabras clave: Clima organizacional, Imagen institucional, relaciones públicas.

ABSTRACT

Objective: Describe the relationship between the organizational climate and the institutional image of the administrative staff of the National Intercultural University of the Central Jungle "Juan Santos Atahualpa" in the year 2023. **Methods:** The type of research is basic, correlational level, with a non-experimental design and quantitative approach. To collect data, the survey technique was used through a questionnaire for each study variable, considering the Likert scale. **Results:** The Organizational Climate and Performance Parameters, with p values of 0.200 and 0.189 respectively, follow a normal distribution, since these values are higher than the common threshold of 0.05. On the other hand, the Institutional Image, the elements of Identity and Affective Relationships, with p values of 0.015, 0.001 and 0.000, do not fit a usual distribution, since these values are less than 0.05. **Conclusion:** There is a moderate significant correlation between the organizational climate and the institutional image of the National Intercultural University of the Central Jungle "Juan Santos Atahualpa" during the year 2023.

Keywords: Organizational climate, institutional image, public relations.

INTRODUCCIÓN

La evolución del ser humano junto al vertiginoso avance de la tecnología nos invita a reflexionar acerca del papel trascendental que cumple la comunicación en el quehacer histórico de la humanidad.

Tratados, estudios, análisis, experimentos y propuestas diversas sugieren que el campo de las comunicaciones también está experimentando evolución y ello despierta un sinnúmero de inquietudes en las diversas manifestaciones comunicacionales en sus muchas especialidades.

En nuestra escuela profesional se trabajan cuatro especialidades de la comunicación, áreas o líneas de carrera, como son: el periodismo y la comunicación audiovisual, las relaciones públicas, el marketing y la publicidad y la comunicación para el desarrollo. Nuestra investigación responde al área de las relaciones públicas.

El lector encontrará en este estudio contenidos varios que, para su mejor comprensión se detallan en capítulos que detallaremos a continuación:

Por ejemplo, el capítulo I, denominado “Planteamiento del problema” muestra la descripción de la problemática, la formulación del problema, el diseño de objetivos, así como aspectos de justificación, delimitación y viabilidad del estudio.

En el capítulo II, el lector encontrará el Marco Teórico donde aparecen los antecedentes del estudio, las bases teóricas como filosóficas, los términos más significativos del estudio, así como la propuesta de hipótesis.

El capítulo III contiene aspectos metodológicos como el tipo, nivel, diseño y enfoque de investigación, así como información sobre la población, muestra y las técnicas empleadas, tanto para el recojo de información como para el procesamiento de los mismos.

Singular importancia posee el capítulo IV debido a que en este rubro aparecen los resultados obtenidos con la respectiva contrastación de hipótesis.

El capítulo V ofrece la “Discusión” donde comparamos cifras obtenidas con la de nuestros antecedentes, asimismo, confirmamos bases teóricas halladas.

Finalmente, en el capítulo VI ofrecemos las conclusiones y recomendaciones como producto de la indagación acompañados, luego, de las referencias documentales, bibliográficas y electrónicas, así como de los anexos respectivos.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1. Descripción de la realidad problemática

La diversificación de las ciencias de la comunicación impulsado por el avance tecnológico obliga a que muchos investigadores encuentren atractivos fenómenos comunicacionales como motivo de estudio, la vertiginosidad del avance comunicativo en el mundo no solo ha facilitado el accionar del ser humano, desde su desempeño individual, sino también en el colectivo.

Las organizaciones, conscientes de ello cada vez ponen más su atención en aquellos cambios y evoluciones en el campo de las comunicaciones y ser más prolijos al momento de diseñar mensajes y medios idóneos para el mejor desempeño institucional.

En el ámbito académico no podemos quedar al margen ya que de los estudio e investigaciones producto de la constante búsqueda de la verdad nos incita a proponer diagnósis que servirán a futuro para resolver, seguramente, problemas comunicacionales relacionados al ámbito de las organizaciones, específicamente de las Relaciones Públicas.

Esas prácticas de Relaciones Públicas todavía no se vienen desarrollando como corresponde en nuestro país, Perú. Todavía existe resistencia para comprender las verdaderas funciones de dicha disciplina que básicamente se resumen en dos: la búsqueda de la integridad del personal, es decir, convencerlos de “ponerse la camiseta” institucional y la búsqueda de generar una imagen positiva, ésta llegará sola luego de conseguir el primer cometido.

La investigación propuesta indaga acerca de cómo el ambiente o clima que presenta una organización puede relacionarse con la imagen de la misma, ¿será cierto que una pueda depender

de la otra?, para ello la institución objeto de estudio fue la Universidad Nacional Intercultural “Juan Santos Atahualpa” de la Selva Central y constatar si existe tal relación planteada.

Organizaciones como EmpresaActual.com (2021) aseguran que “Mediante encuestas o entrevistas, la dirección puede obtener la percepción que se tiene de su organización; el clima laboral es medible. Una vez conocida esta información, se puede intervenir para mejorar el ambiente, adaptar estrategias o modificar objetivos empresariales”. (par. 3). Ello nos alienta a realizar la investigación para buscar mecanismos de mejora y conducirla al logro de los objetivos institucionales.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023?

¿Qué relación existe entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023?

¿Qué relación existe entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan

Santos Atahualpa” en el año 2023?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Describir la relación existente entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

Describir la relación existente entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Describir la relación existente entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Describir la relación existente entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

1.4. Justificación de la investigación

- a) **Justificación práctica:** la investigación se justifica ya que la misma serviría para resolver problemas prácticos en el ámbito de la comunicación organizacional, se pretende resolver problemas relacionados directamente con la materia de investigación.
- b) **Justificación teórica-científica:** la investigación se justifica ya que los resultados obtenidos podrían incorporarse al conocimiento científico, en el campo de la comunicación organizacional y pueda llenar vacíos respecto a las variables de estudio.
- c) **Justificación metodológica:** la justificación se justifica porque las técnicas e

instrumentos diseñados con validez y confiabilidad puedan ser tomados como referentes en otras investigaciones y ser eficaces.

1.5. Delimitaciones del estudio

- a) **Delimitación temporal:** el estudio se realizó dentro del año académico 2023-II, es decir, durante los meses de octubre, noviembre y diciembre del año 2023 y parte del año 2024.
- b) **Delimitación espacial:** el espacio geográfico donde se llevó a cabo la investigación fueron los ambientes de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en la Selva Central.
- c) **Delimitación teórica:** respecto al clima organizacional, éste está conformado por los sistemas individual, interpersonal y organizacional. Respecto a la imagen institucional, está conformado por los elementos de identidad, los parámetros de rendimiento y las relaciones afectivas.

1.6. Viabilidad del estudio

- a) **Recursos económicos:** para realizar la investigación se tomó en cuenta el soporte económico tanto para el diseño del plan, la ejecución y redacción del borrador de tesis hasta la defensa de la misma.
- b) **Recursos humanos:** se contó con la participación activa de cada componente del recurso humano, como son: la investigadora, el asesor y el público objeto de estudio de la institución respectiva.
- c) **Recursos materiales:** se dispuso del material necesario para la realización de la investigación, consistente en libros físicos, electrónicos, manuales, reglamentos, registros, papeles y otros útiles propios al tipo de trabajo desarrollado.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

Palacios (2019) realizó la investigación titulada *“El clima laboral y su repercusión en la imagen institucional de la facultad Ciencias de la Comunicación”* para obtener el título profesional de Comunicador Social por la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (Ecuador). El **objetivo** de la investigación fue analizar el clima laboral de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la universidad laica “Eloy Alfaro” de la ciudad de Manabí en Ecuador. La **metodología** usada para tales fines refleja un tipo cualicuantitativo, segmentado y aleatorio, empleando las técnicas de encuesta y entrevista a una población de 41 trabajadores administrativos de la universidad en mención. La **conclusión** más significativa es que se llegó a determinar que el clima laboral de la facultad en estudio fue calificado de bueno, pese a presentarse algunas dificultades propias de los temperamentos distintos en el personal administrativo de la institución.

Arévalo (2019) y su investigación titulada *“Estudio de caso Induga SA – Imagen corporativa y su impacto en el clima organizacional”*, para optar por el título de Gerente de Mercado en la Facultad de Ciencias Económicas y administrativas de la Universidad de Bogotá “Jorge Tadeo Lozano” (Colombia). El **objetivo** que planteó la investigadora fue conocer el estado de la imagen, tanto interna como externa de la empresa colombiana Induga. Así como su clima laboral. La **metodología** empleada, a través de una investigación de tipo básica, fue por medio de encuestas y entrevistas en profundidad para categorizar e interpretar los resultados obtenidos. Las **conclusiones** permitieron a la organización establecer un punto de partida para elaborar un diagnóstico puntual que permita orientar las bases y estrategias de acción en busca de la rentabilidad y el desarrollo del talento humano de

la referida empresa.

Guevara (2018) con su investigación titulada “*Clima organizacional: nivel de satisfacción en la Unidad Educativa Particular La Dolorosa*”, para obtener el grado académico de Maestra en Investigación de la Educación, por la Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador). El **objetivo** planteado para la misma fue describir la percepción del clima organizacional y su incidencia en la satisfacción del personal que labora en la Unidad Educativa Particular “La Dolorosa”. La **metodología** empleada para la obtención de resultados se basó en una encuesta aplicada a 45 docentes, 16 administrativos y 12 trabajadores de apoyo aplicándoseles un cuestionario de 38 ítems. Luego de analizar los resultados se obtuvo la siguiente **conclusión**: la percepción de los trabajadores no es favorable ya que no existe un modelo para manejar o mediar conflictos, tampoco existen políticas de incentivos de la institución por lo que se sugiere diseñar estrategias que ayudena mejorar el clima laboral e incidaen la percepción de su personal.

2.1.2. Investigaciones nacionales

Carrión (2016) realizó su investigación llamada “*Clima laboral y percepción de la imagen institucional en docentes de instituciones educativas del nivel inicial, Paucarpata, Arequipa-2015*” para obtener el grado académico de Doctora en Educación por Escuela de Posgrado de la universidad César Vallejo de Perú. El **objetivo** de la investigación fue determinar qué relación existe entre el clima laboral y la percepción de la imagen institucional en los docentes de las instituciones estatales, del nivel inicial, en el distrito de Paucarpata (Arequipa) en el año 2015. La **metodología** empleada responde a una investigación no experimental, de diseño

correlacional contando con una población de estudio de 81 docentes de las instituciones educativas de la localidad de Paucarpata, nivel inicial. Las **conclusiones** más relevantes evidencian que el clima laboral se relaciona significativamente con la percepción de la imagen institucional, siendo éste aceptable por la mayoría.

Muelle (2018) y su investigación titulada *“Clima laboral e imagen institucional Empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Cusco – 2018”*, para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública por la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo de Perú. El **objetivo** principal de la investigación fue determinar la relación existente entre el clima laboral y la imagen institucional de la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC. Para ello, la **metodología** empleada responde a una investigación sustantiva y básica, con diseño descriptivo, correlacional y de corte transversal. Para ello se trabajó con una muestra de 80 trabajadores de la empresa y se llegó a la siguiente **conclusión**: que existe una relación significativa entre el clima laboral y la imagen institucional de la empresa CONSETTUR Machupicchu SAC evidenciándose una correlación positiva alta.

Bravo (2019) con su investigación titulada *“Clima laboral y percepción de la imagen institucional en una institución de Villa María del Triunfo”* para optar el grado académico de Magister en Educación con mención en Gestión de la Educación por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú). El **objetivo** de la misma fue conocer de qué manera el clima laboral se relaciona con la percepción de imagen institucional de la escuela Mariano Melgar del distrito de Vila María del Triunfo. Para ello, la **metodología** empleada fue de tipo sustantiva, no experimental y de corte transversal con estudio correlacional. Luego del proceso de análisis de resultados se llegó a la siguiente **conclusión**: sí existe relación significativa entre las variables clima laboral y percepción de la imagen institucional siendo de tipo alto.

2.1.3. Investigaciones locales

Prado y Ronceros (2015) presentaron un estudio titulado “*Barreras de comunicación en el clima organizacional de los trabajadores administrativos nombrados de la Municipalidad distrital de Santa María – Huaura 2015*”, con el propósito de optar por el título profesional de licenciados en Ciencias de la Comunicación de la universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho. El **objetivo** del estudio fue analizar la influencia de las barreras de comunicación en el clima organizacional de los trabajadores de la municipalidad distrital de Santa María. Para ello, utilizaron la **metodología** descriptiva, de enfoque cuantitativo a partir de un muestreo probabilístico a 100 personas del personal administrativo del municipio de Santa María para someterlos a la técnica de la encuesta. La principal **conclusión** a la que llegaron los investigadores fue que sí existía relación entre las barreras de comunicación con el clima organizacional manifestándose en las barreras físicas y administrativas.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 La organización

Una organización es una asociación de seres humanos que se relacionan entre sí, usando recursos diversos con el objetivo de lograr metas preestablecidas.

El investigador Uribe (2015) propone: “Una organización se define como dos o más personas que trabajan en colaboración y en conjunto dentro de unos límites identificables para alcanzar una meta u objetivo en común.” (p. 11). Según la cita toda organización está conformada por individuos que trabajan de forma colaborativa para lograr un objetivo en común, está claro que hay miembros que la integran y todos persiguen metas establecidas.

Las organizaciones pueden desarrollar varias acciones vitales para su subsistencia, por ejemplo, cumplen funciones políticas, que señalan el rumbo y la forma de alcanzar objetivos;

función administrativa, que organiza los recursos humanos, materiales y financieros; función económica, orientada a la supervivencia de la organización; y función social, que expresa el lado humano de la misma.

Sobre las funciones de las personas que componen la organización, Fernández (1991) señala que éstas:

- saben que ciertos objetivos solo se alcanzan mediante actividades de cooperación;
- obtienen materiales, energía e información del ambiente;
- se integran, coordinan y transforman sus actividades para transformar los recursos;
- reintegran al ambiente los insumos procesados, como resultado de las actividades de la organización. (p. 13)

Se refuerza la idea de actividades en colaboración para el cumplimiento de metas, además del uso y transformación de recurso según el rubro al que se dedique la organización.

2.2.2 Clima organizacional

Las indagaciones acerca del clima o ambiente organizacional se iniciaron a mediados del siglo XX, tal vez, una de las primeras definiciones al respecto la emiten Forehand y Gilmer (como se citó en Uribe, 2015) definiendo al clima organizacional como un “conjunto de características percibidas por los trabajadores para descifrar a una organización y distinguirla de otras, su estabilidad es relativa en el tiempo e influye en el comportamiento de las personas en la organización”. (p. 40)

La definición apela a la percepción del público, es decir, la forma en que las personas que pertenecen a la organización, ven a la misma, agregan que esa percepción es momentánea y cambiante a partir del accionar de los mismos trabajadores.

Se sabe que el ser humano al momento de desempeñar una función específica dentro de una organización, éste apela a un conjunto de habilidades, capacidades y actitudes tanto físicas como mentales que deben realizarse en un entorno con sus propias características

donde el trabajador debe adaptarse a él. Lo que nos recuerda Brunet (1987) cuando afirma que “toda situación de trabajo implica un conjunto de factores específicos en el individuo, tales como las aptitudes y características físicas y psicológicas y, a cambio, {esta presenta entornos sociales y físicos que tiene sus particularidades propias.” (p. 11)

Rogers y Rogers (como se citó en Fernández, 1991) aseguran que “el ambiente de una organización está formado por todos aquellos factores, tanto físicos como sociales, externos a la organización y que es importante considerar por individuos del sistema en la toma de decisiones” (p. 277), agregando otros factores externos que pueden repercutir en el ambiente organizacional.

Levinson, refiriéndose al ambiente organizacional menciona dos tipos de estímulos: los primarios (condiciones del mercado, condiciones de los proveedores y las condiciones laborales) y los secundarios (lo legislativo, el transporte, los competidores, el desarrollo tecnológico y las tendencias económicas, sociales y políticas de un país. Ambos estímulos afectan directa o indirectamente a la organización. (Fernández, 1991, p.278)

Lo cierto es que cuando esa percepción es positiva “genera beneficios tanto para los empleados como para la organización misma, mientras que cuando es negativa conduce a pérdidas, gastos, conflictos y demás situaciones adversas que pueden llevar a la organización incluso a la quiebra”. (Ortega, 2007, par. 02)

Respecto a las instancias del ambiente o clima organizacional hay estudiosos que mencionan algunos factores que pueden afectarla:

- a) Turbulencia, fenómenos que afectan las leyes mercantiles, inflación económica y mercados variantes.
- b) Hostilidad, ambiente caracterizado por ser dominante, estresante y arriesgado.
- c) Diversidad, cuando los mercados de una organización son variados en sus características.

- d) Desintegración, grado en que un determinado ambiente se encuentra organizado.
- e) Escasez, de materias primas, de recursos humanos o naturales.

Llegamos a la conclusión de que el clima organizacional es un conjunto de atributos percibidos en una organización y que pueden determinar el comportamiento de los trabajadores.

Para De Azkue existen cuatro factores que influyen en el clima organizacional:

- a) Ambiente físico apropiado: comodidades que requiere cada trabajador, materiales e insumo suficientes y lugares de esparcimiento o contacto con la naturaleza.
- b) Recurso humano cuidado, a través de departamentos de Recursos Humanos quienes gestionan tareas e favor del personal.
- c) Comunicación interna fluida: gestionada desde la dirección y gestionada a través de las jefaturas correspondientes.
- d) Beneficios y recompensas: buscando el impacto del trabajo en la vida personal del trabajador. (De Azkue, 2016, parr. 6-16)

Por la naturaleza de la investigación es necesario dimensionar la variable independiente “Clima organizacional” y para ello nos es útil la estructura y factores de la Escala Multidimensional de Clima Organizacional (EMCO), dichos factores se dividen en tres:

a) Sistema individual, conformado por:

- a.1 Satisfacción de los trabajadores, percepción de los trabajadores al ser reconocidos por su labor y se sienten satisfechos con el logro de objetivos institucionales.
- a.2 Autonomía en el trabajo, percepción de sentirse independientes laboralmente y gozar de libertad para elegir formas de afrontar sus labores.

b) Sistema interpersonal, conformado por:

- b.1 Relaciones sociales entre los miembros de la organización, atmósfera de amistad y camaradería para el trabajo en equipo.
- b.2 Unión y apoyo entre los compañeros de trabajo, compromiso e integración entre los miembros de la organización, además de la percepción de obtener ayuda de los compañeros.

c) Sistema organizacional, formado por:

- c.1 Consideración de los directivos, percepción de apoyo a los trabajadores por parte de los superiores.
- c.2 Beneficios y recompensas, si la institución retribuye el trabajo de los colaboradores mediante estímulos y recompensas.
- c.3 Motivación y esfuerzo, grado en que los colaboradores son alentados por la organización.
- c.4 Liderazgo de directivos, percepción de manejo inteligente, responsable y alentador de sus superiores. (Uribe, 2015, pp. 48 y 49)

La importancia de que la organización desarrolle un óptimo clima laboral quizás radique en todos los factores o elementos tratados anteriormente, como aseguran Gan y Triginé (2012):

Un buen clima laboral favorece los logros y el éxito de la gestión empresarial: las emociones positivas, la continuidad en los planes y programas, la confianza y la cercanía de personas y equipo, la forma positiva de resolver la conflictividad...son algunos de los ingredientes que facilitan la consecución de estrategias y objetivos. (p. 276)

Existen muchas propuestas para cotejar o medir con mayor exactitud el ambiente o clima organizacional, sin embargo, pareciera que los elementos fundamentales a tener en cuenta para dicha medición recaen en la percepción, cuando los trabajadores, a través de los sentidos, guardan sus impresiones del entorno laboral; también cuentan los factores

organizacionales, elementos que influyen en la motivación y desempeño del trabajador; por último, está el comportamiento organizacional, que es la actuación del trabajador de manera individual o grupal. (García, 2009, par. 63)

2.2.3 Imagen institucional

Referirse a la imagen institucional es recurrir a un análisis desde lo etimológico hasta lo especializado. Etimológicamente la palabra imagen proviene de la voz latina “imago” que significa figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa.

Para Capriotti (como se citó en Aguilar, Salguero y Barriga, 2018) “la imagen corporativa es aquella herramienta utilizada por las organizaciones para expresar la idea global sobre sus productos, las actividades que realizan o su conducta.” (pp. 70-71)

Existen posturas diversas respecto al estudio de la imagen institucional o como también se le conoce, imagen corporativa. Una de ellas incide en que dicha imagen debe ser tratada desde el emisor, es decir, aquello que la organización desea que la gente perciba de ella y hay otra imagen, desde el receptor, lo que en realidad perciben las personas, desde afuera, acerca de la imagen proyectada por la organización y que no necesariamente coincide con el objetivo de la empresa.

Sobre ello, Pereira y Flores (2010) agregan sobre el punto:

En buena cuenta, la imagen objetiva es la que la empresa tiene y proyecta, y la imagen subjetiva es la imagen que la gente “se forma en la cabeza”, de acuerdo a sus experiencias y esquemas de interpretación. Finalmente, tenemos la imagen global que viene a ser una síntesis de los dos anteriores. (p. 50)

Lo curioso de la propuesta de Pereira y Flores es que la unión de ambas percepciones de imagen (emisor-receptor u objetiva-subjetiva) dan como resultante a una imagen global o pública que tendría que ser un resultado de ambas imágenes mencionadas con anterioridad.

Según Aguilar, Salguero y Barriga (2018) la imagen corporativa es:

El conjunto de varios elementos icónicos de una empresa, persona o marca, para poder llevar al mercado meta el mensaje de lo que es, lo que hace y lo que proyecta dicha organización, estos elementos son adaptados a la identidad de la institución y su principal objetivo es buscar diferenciarse de los competidores a la vez que se posicionan en la mente de supúblico. (p. 72)

El concepto anterior resalta dos objetivos fundamentales del tema imagen: buscar la ventaja diferencial para destacarse de la competencia y lograr el ansiado posicionamiento en la mente del público. Dos objetivos que tienen que ver más con la disciplina de la Publicidad que con las Relaciones Públicas o Comunicación Organizacional que es el tema central que motiva la presente investigación.

Argote (2003) afirma “la imagen, refiriéndonos específicamente a una organización, no es la realidad, sino una virtualidad, es decir, una representación de ella.” (p. 164) dándonos a entender que la imagen más que una situación real está más vinculada con lo virtual.

Concluimos que la imagen institucional es una idea que se forma en el público a partir de una serie de factores, esa percepción puede ser positiva o negativa y al mismo tiempo cambiante.

Existen teóricos como Paul Capriotti que se animan a esgrimir la importancia de la imagen corporativa en beneficio de la organización que resume en los siguientes puntos:

- a) Ayuda a ocupar un espacio en la mente de los públicos, es decir, permanecer en la mente del público como usuarios directos o indirectos.
- b) Diferenciar a la organización de sus competidores, con un perfil de identidad propio y diferenciado. Disminuye la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, gracias a una información adicional que tendrán los indecisos.
- c) Actúa como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y

distribuidor, existirá más confianza entre ambos protagonistas.

- d) Lograr vender mejor, si hay buena imagen corporativa, los márgenes de venta también se elevarán.
- e) Atrae mejores inversores, ya que se generarán intereses de los inversionistas.
- f) Consigue mejores trabajadores, ya que una empresa de buena imagen será más apetecible para los trabajadores. (Capriotti, 1992, pp. 63-64)

El proceso de formación de la imagen y el concepto público es materia de muchas reflexiones, por ejemplo, para Argote (2003) la imagen se evalúa desde tres elementos: la experiencia, el contexto y los intereses:

En el proceso de formación de imagen influyen inicialmente tres factores: la experiencia, el contexto y los intereses. El primero se refiere a que los empresarios deciden invertir en el rubro que más conocen. El segundo, toma en cuenta el escenario donde las organizaciones van a trabajar y el último, señala el interés económico, político o social que prima en los inversionistas. (p. 169)

Entendemos que el público reconocerá de la organización elementos físicos como la marca, el logotipo y hasta el color en la composición de su marca, pero al mismo tiempo percibirá la expresión de los valores de la organización manifestada en su misión, visión, objetivos institucionales y valores.

De todas las teorías estudiadas y siendo relevante dimensionar nuestra variable dependiente “imagen institucional”, quizás la propuesta que más conviene a nuestra investigación, en cuanto a la relación con la imagen corporativa es la de Perlstein (como se citó en Olcese, 2013), al presentar tres enfoques que comprenden distintos niveles de comunicación en cuanto a la construcción de una imagen:

- a) **Elementos de identidad:** nombre, nacionalidad, tamaño, posición de la empresa, la región en la que se encuentra, su situación financiera y la capacidad de

exportación

- b) **Parámetros de rendimiento:** la producción, la eficacia, los productos o servicios, las perspectivas, gestión y las relaciones financieras;
- c) **Relaciones afectivas:** la capacidad de decir la verdad, la contribución a la riqueza de un país, la conservación de la energía, la voluntad de reducir los problemas de contaminación, etc. (p. 153)

2.2.4 Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa”:

La Universidad nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” se creó un viernes 19 de noviembre del año 2010 sobre las bases de las filiales de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión y de la Universidad Nacional del Centro del Perú, con el objetivo de atender la formación profesional integral, la investigación científica y tecnológica y las actividades de extensión cultural de la población.

El área de influencia de la universidad abarca la zona de la Selva Central, específicamente, el espacio supradepartamental, regado por los ríos Ene, Perené, Tambo y Pachitea, así como de sus afluentes pertenecientes al departamento de Huánuco, la provincia de Oxapampa, perteneciente al departamento de Pasco y las provincias de Chanchamayo y Satipo, pertenecientes al departamento de Junín.

Actualmente la universidad ofrece la formación académica profesional en las siguientes facultades: Ciencias Administrativas y su escuela de Administración de Negocios Internacionales; Educación y su escuela de Educación Intercultural Bilingüe: Nivel inicial y nivel primaria; e Ingeniería, con sus escuelas de Ingeniería ambiental e Ingeniería Civil.

2.3. Bases filosóficas

La investigación parte del método o enfoque cuantitativo donde el saber científico, que se caracteriza por ser de naturaleza objetivo y racional, se basa en los fenómenos observables, manipulables y verificables. Es el pensador Augusto Comte quien da inicio al

origen del Positivismo afirmando que el objetivo de esta base filosófica radica en comprobar o no una hipótesis a partir de medios estadístico o también, para determinar los parámetros de una variable o variables mediante la expresión numérica.

Pretendemos medir ambas variables, la independiente (clima organizacional) y la relación que ésta tenga con la dependiente (imagen corporativa) empleando técnicas de recojo de datos cuantificables, medibles y comprobables a lo largo del presente documento, transformándose automáticamente en una investigación de enfoque cuantitativo situándose en la base filosófica positivista.

En cuanto al ámbito de la disciplina Comunicación Organizacional y específicamente de las Relaciones Públicas, Canfield (como se citó en Pereira y Flores, 2010) ya en la década de los sesenta propuso un concepto que define un vínculo entre la Filosofía y las Relaciones Públicas, afirmando lo siguiente:

Las Relaciones Públicas constituyen primero y principalmente una filosofía de la administración de la empresa, una expresión de la inteligencia de los conductores de las instituciones económicas, sociales y políticas, que coloca en primer lugar el interés del público respecto de todos los factores concernientes a la dirección de una empresa fabril mercantil, bancaria, de servicios, o de una institución de bienestar social, comercial o profesional. (p. 185)

Tal filosofía contempla el espíritu de servicio con que debe contar toda organización, independientemente del rubro al que se dedique, quizás esta filosofía de servicio público es la que anima la concepción de las Relaciones Públicas en la dirección institucional.

2.4. Definición de términos básicos

- **Ambiente de la organización:** Formado por todos aquellos factores, tanto físicos como sociales, externos a la organización y que es importante considerar por individuos del sistema en la toma de decisiones. (Fernández, 1991, p. 277)

- **Autonomía en el trabajo:** Grado en que los trabajadores perciben sentirse independientes en su trabajo y tienen la libertad de elegir y decidir la forma más conveniente de realizar su trabajo. (Uribe, 2015, p. 49).
- **Beneficios y recompensas:** Grado en que los trabajadores perciben que la organización busca retribuir el trabajo por medio de estímulos y recompensas (aumento de sueldo, vacaciones y otros). (Uribe, 2015, p. 49).
- **Clima organizacional:** Conjunto de atributos percibidos de una organización, y o sus subsistemas, o ambos, que determinan el comportamiento de los trabajadores y que pueden ser inducidos de forma que la organización y, o sus subsistemas, o ambos, sean acordes con sus miembros o el entorno. (Uribe, 2015, p.47)
- **Comunicación externa:** Conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.) encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. (Adler y Marquardt, 2005, p. 12)
- **Comunicación interna:** Conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Adler y Marquardt, 2005, p. 12)
- **Comunicación organizacional:** Conjunto de manifestaciones verbales y no verbales que se transmiten dinámicamente o de manera clasificada dentro de las instituciones. (Aguirre, 2019, p. 42).
- **Consideración de los directivos:** Grado en que los trabajadores perciben que su superior otorga apoyo a los trabajadores, se dirige y comunica con respeto a sus

subordinados. (Uribe, 2015, p. 49).

- **Imagen institucional:** Representación favorable de una institución u organización a los ojos de su público, con el fin de captar la atención de los clientes. (Olcese, 2013, p. 143).
- **Liderazgo de directivos:** Grado en el que los trabajadores perciben un manejo inteligente, responsable y alentador por parte de sus superiores. (Uribe, 2015, p. 49).
- **Motivación y esfuerzo:** Grado en que los trabajadores son alentados por la organización y las condiciones que hacen que los colaboradores trabajen de manera intensa. (Uribe, 2015, p. 49).
- **Organización:** Agrupación de personas que se organizan para lograr objetivos predeterminados, con funciones administrativas específicas, sistematizadas y legalmente constituida. (Ibáñez, 2011, p. 94)
- **Público externo:** Personas que no necesariamente se relacionan con una organización particular. (Argote, 2003, p. 48)
- **Público interno:** Personas que ya están conectadas con una organización y con quienes la organización se comunica normalmente en la rutina ordinaria de trabajo. (Argote, 2003, p. 47)
- **Público mixto:** Es aquel que tiene características de público interno y externo. (Argote, 2003, p. 50)
- **Relaciones Públicas:** Disciplina que tiene por finalidad promover confianza recíproca entre una entidad y las personas que la conforman, o que se relacionan con ella (sus públicos). (Pereira y Flores, 2010, p. 25).
- **Relaciones sociales entre el personal:** Grado en el que los trabajadores perciben el trabajo con sus compañeros bajo una atmósfera de amistad y camaradería.

(Uribe, 2015, p. 49).

- **Satisfacción de trabajadores:** Grado en que los trabajadores perciben que son reconocidos por su trabajo y si éstos se sienten satisfechos con el logro de las metas. (Uribe, 2015, p. 49)
- **Unión y apoyo entre compañeros:** Grado de comunicación, compromiso e integración que existe entre los miembros de la organización. (Uribe, 2015, p. 49)

2.5. Hipótesis de investigación

2.5.1. *Hipótesis general*

Existe relación entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

2.5.2. *Hipótesis específicas*

Existe relación entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Existe relación entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Existe relación entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023

2.6. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Clima organizacional	Sistema individual	Satisfacción de los trabajadores	1 - 4
		Autonomía en el trabajo	5 - 7
	Sistema interpersonal	Relaciones sociales entre miembros de la organización	8 - 10
		Unión y apoyo entre compañeros de trabajo	11 - 14
		Consideración de directivos	15 - 19
	Sistema organizacional	Beneficios y recompensas	20 - 23
		Motivación y esfuerzo	24 - 26
		Liderazgo de directivos	27 - 29
Imagen institucional	Elementos de identidad	Nombre	1
		Nacionalidad	2
		Tamaño	3
		Posición de la empresa	4
		Región en la que se encuentra	5
		Situación financiera	6
		Capacidad de exportación	7
		Producción	8
		Eficacia	9
	Parámetros de rendimiento	Productos o servicios	10 - 11
		Perspectivas	12
		Gestión	13
	Relaciones afectivas	Relaciones financieras	14
		Capacidad de decir la verdad	15
		Contribución a la riqueza del país	16
		Conservación de la energía	17
		Voluntad de reducir problemas de contaminación	18

Capítulo III

Metodología

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación responde al tipo de investigación básico o teórico ya que se pretendió, apartir de los resultados y conclusiones, producir conocimientos nuevos y de esta manera colaborar con nuevas teorías sociales.

Sobre la investigación de tipo básica, Carrasco (2015) añade:

Es la que se realiza con la finalidad de producir nuevos conocimientos para ampliar y profundizar las teorías sociales, no está dirigida al tratamiento inmediato de un hecho concreto, ni a resolver una interrogante fáctica, sino, que únicamente es una investigación para profundizarla información sobre las relaciones sociales que se producen en el seno de la sociedad. (p. 49)

3.1.2. Nivel de investigación

El nivel de la investigación es de tipo correlacional ya que se pretendió medir las dos variables para constatar si están relacionadas o no. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista(1994) señalan: “Los estudios correlacionales miden las dos o más variables que se pretende ver si están relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación.”(p. 63)

3.1.3. Diseño de investigación

Por la naturaleza de la investigación se ajusta al diseño no experimental ya que no se pretendió manipular intencionalmente las variables, solo se analizaron los hechos tal y como ocurrieron en su momento.

Sobre el diseño no experimental, Carrasco (2015) aporta: “Son aquellos cuyas

variables independientes carecen de manipulación intencional, y o poseen grupo de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia.” (p. 71)

3.1.4. Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación responde al cuantitativo ya que se utilizaron datos numéricos como producto de mediciones a partir de la búsqueda de objetividad, generalización de resultados, culminando con la formulación y demostración de teorías.

Hernández y Mendoza (2018) dicen: “El proceso cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias o hipótesis (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población o fenómeno.” (p. 51)

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población objeto de estudio fueron 84 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa”.

Fuente: Formato N° 2.2 Relación de personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural “Juan Santos Atahualpa” de la Selva Central. Oficina de Recursos Humanos.

Respecto a la población Carrasco (2015) la define como “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación.” (pp. 236 y 237)

3.2.2. Muestra

Al ser una población conformada por 84 trabajadores administrativos de la referida universidad no existe la necesidad de estimar la muestra ya que el número en mención es manejable.

Según Hernández, Fernández y Baptista (1994) “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población” (p. 212)

3.3. Técnicas de recolección de datos

La técnica de recojo de datos fue la encuesta diseñada en dos cuestionarios, uno para medir la variable independiente “Clima organizacional”, constituida por 29 ítems tomando los factores de la Escala Multidimensional de Clima Organizacional EMCO de Gómez y Vicario (2010) y el segundo cuestionario para medir la variable dependiente “Imagen institucional” adaptado por la investigadora, conformado por 18 ítems.

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Se sometió a la técnica de encuestas a 84 trabajadores administrativos de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central, “Juan Santos Atahualpa” consistente en 47 ítems para medir dos variables: Clima organizacional (29 ítems) e Imagen institucional (18 ítems).

3.4.1 Confiabilidad

La confiabilidad de un instrumento es esencial en investigaciones relacionadas con la administración y la gestión empresarial. La confiabilidad se refiere a la habilidad del instrumento para lograr resultados consistentes a lo largo del tiempo y en diversas circunstancias. Una herramienta precisa y confiable resulta esencial para tomar decisiones fundamentadas en datos y llevar a cabo un análisis organizacional efectivo. El Alfa de Cronbach es un coeficiente utilizado frecuentemente para evaluar la confiabilidad interna de cuestionarios y escalas, especialmente aquellos con múltiples ítems. Este coeficiente indica el grado en que los ítems de un instrumento están correlacionados entre sí, ofreciendo una estimación de su consistencia interna. Hair y otros (2010) destacan la relevancia de este coeficiente para evaluar la confiabilidad en investigaciones relacionadas con el marketing y la administración.

Tabla 1

Resumen de procesamiento de casos y Estadísticas de fiabilidad del clima organizacional

		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	13	100.0		
	Excluido ^a	0	0.0	0.820	29
	Total	13	100.0		

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

Tabla 2

Resumen de procesamiento de casos y Estadísticas de fiabilidad de la imagen institucional

		N	%	Alfa de Cronbach	N de elem
Casos	Válido	13	100.0		
	Excluido ^a	0	0.0	0.884	18
	Total	13	100.0		

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

Según las tablas 1 y 2 proporcionadas, se procesaron 13 casos tanto para el clima organizacional como para la imagen institucional, todos válidos y representando el 100% del total en ambos contextos. En el contexto organizacional, el Alfa de Cronbach alcanzó un valor de 0.820 con 29 ítems, mientras que, para la imagen institucional, el coeficiente de 0.884 se basó en 18 ítems. Los valores que superan el umbral aceptado de 0.80, evidencian una elevada confiabilidad en las mediciones.

Capítulo IV

Resultados

4.1. Análisis de resultados

4.1.1 Análisis descriptivo del clima organizacional:

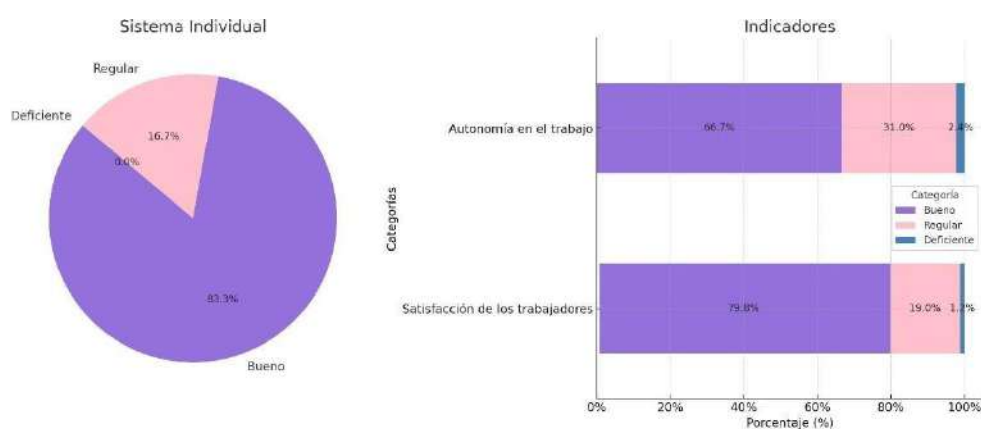
Tabla 3

Distribución de frecuencia del sistema individual y sus indicadores

	Bueno		Regular		Deficiente	
	f	%	f	%	f	%
Sistema individual	70	83.3%	14	16.7%	0	0.0%
Satisfacción de los trabajadores	67	79.8%	16	19.0%	1	1.2%
Autonomía en el trabajo	56	66.7%	26	31.0%	2	2.4%

Figura 1

Sistema individual y sus indicadores



La Tabla 1 indica que, en el clima organizacional de la entidad, un 83.3% de los empleados consideran el sistema individual como bueno, lo que indica una percepción generalmente positiva sobre la gestión de tareas individuales, mientras que un 16.7% lo califica como regular, mostrando cierto margen para mejoras, pero sin ninguna percepción deficiente. En lo que respecta a la satisfacción de los trabajadores, un 79.8% la califica como positiva, evidenciando un ambiente laboral satisfactorio, aunque un 19.0% la ve regular y un 1.2% deficiente, señalando áreas específicas que requieren atención. En lo que respecta a la

autonomía en el trabajo, un 66.7% la percibe como buena, mientras que un 31.0% la califica como regular y un 2.4% como deficiente. Este aspecto se posiciona como un área prioritaria para mejorar, señalando la necesidad de incrementar la autonomía y flexibilidad en el trabajo para mejorar el ambiente organizacional en general.

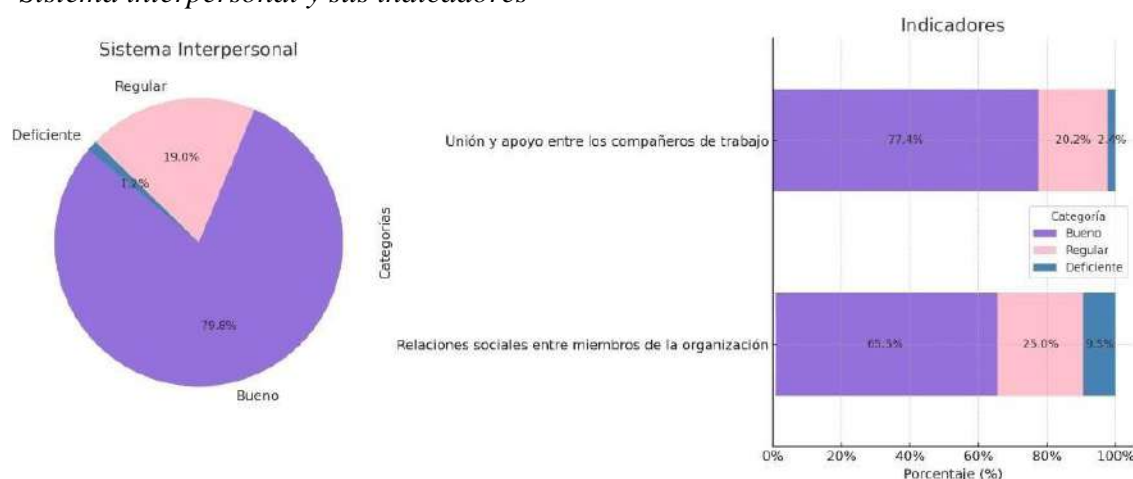
Tabla 4

Distribución de frecuencia del sistema interpersonal y sus indicadores

	Bueno		Regular		Deficiente	
	f	%	f	%	f	%
Sistema interpersonal	67	79.8%	16	19.0%	1	1.2%
Relaciones sociales entre miembros de la organización	55	65.5%	21	25.0%	8	9.5%
Unión y apoyo entre los compañeros de trabajo	65	77.4%	17	20.2%	2	2.4%

Figura 2

Sistema interpersonal y sus indicadores

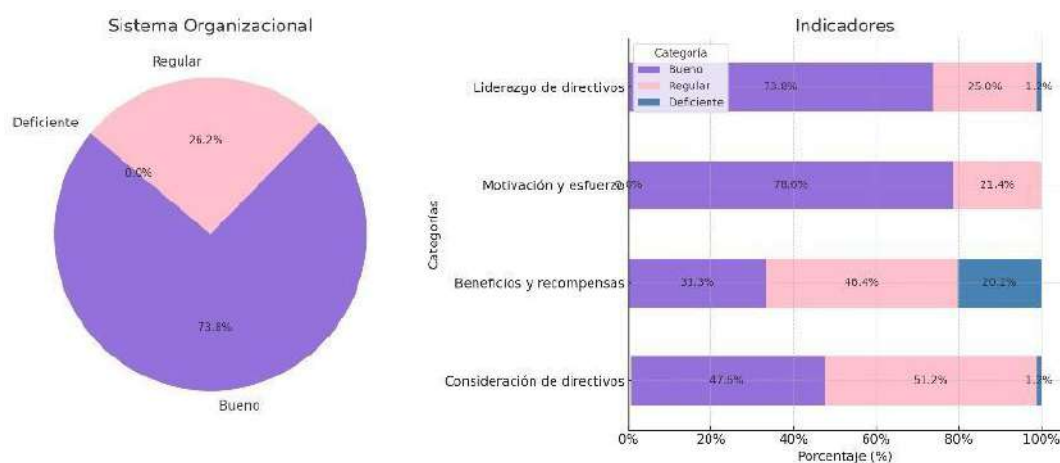


La Tabla 2, que se centra en la distribución de frecuencia del sistema interpersonal y sus indicadores, muestra que un 79.8% de los empleados califica el sistema interpersonal como bueno, lo que indica una percepción generalmente favorable de las dinámicas interpersonales en la organización, mientras que un 19.0% lo considera regular y un 1.2% deficiente, lo que sugiere un margen para mejoras en este aspecto. En lo que respecta a las relaciones sociales entre miembros de la organización, un 65.5% las considera buenas, mientras que un 25.0% las considera regulares y un 9.5% como deficientes. Este aspecto destaca la necesidad de fortalecer las interacciones sociales y la cohesión en el equipo. En

cuanto a la unión y apoyo entre los compañeros de trabajo, un 77.4% lo percibe como bueno, con un 20.2% viéndolo como regular y un 2.4% como deficiente. Esto demuestra la importancia de fomentar un mayor apoyo y solidaridad entre los empleados para mejorar aún más el ambiente laboral.

Tabla 5*Distribución de frecuencia del sistema organizacional y sus indicadores*

	Bueno		Regular		Deficiente	
	f	%	f	%	f	%
Sistema organizacional	62	73.8%	22	26.2%	0	0.0%
Consideración de directivos	40	47.6%	43	51.2%	1	1.2%
Beneficios y recompensas	28	33.3%	39	46.4%	17	20.2%
Motivación y esfuerzo	66	78.6%	18	21.4%	0	0.0%
Liderazgo de directivos	62	73.8%	21	25.0%	1	1.2%

Figura 3*Sistema organizacional y sus indicadores*

La Tabla 3, dedicada a la distribución de frecuencia del sistema organizacional y sus indicadores, revela que un 73,8% de los empleados califica el sistema organizacional como bueno, mostrando una percepción generalmente positiva, pero un 26.2% considerándolo regular. Esto indica áreas de mejora potencial en la estructura organizacional, sin embargo, no se reportan percepciones deficientes. En cuanto a la evaluación de los directivos, solo un 47.6% la considera como buena, mientras que un significativo 51.2% la ve como regular y

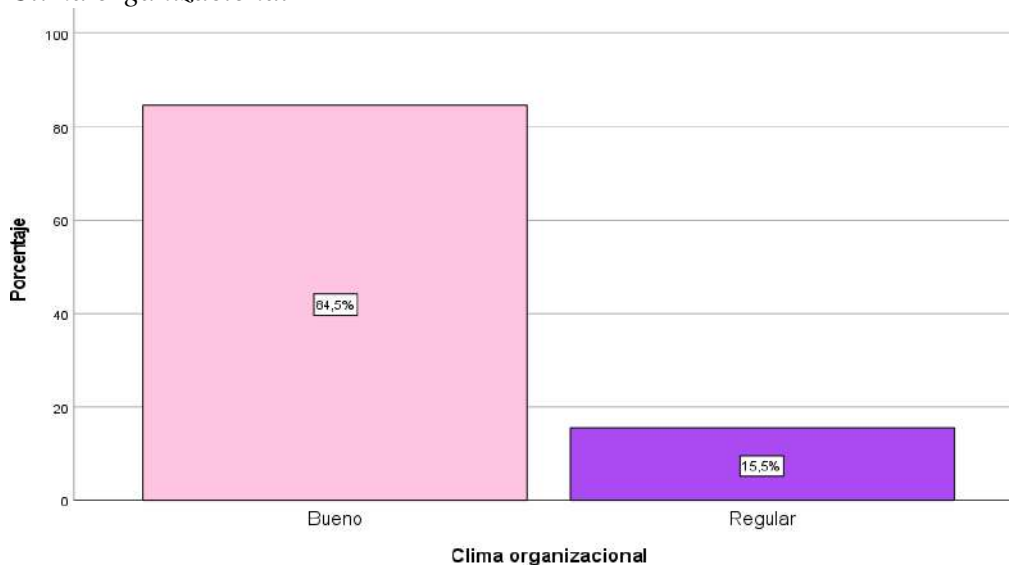
un 1.2% como deficiente, lo que sugiere una necesidad crítica de mejorar la comunicación y el apoyo desde la dirección.

En cuanto a los beneficios y recompensas, un 33.3% los considera buenos, pero un 46.4% los considera regulares y un preocupante 20.2% como deficientes, destacando este como un área clave para incrementar la satisfacción y motivación de los empleados. En lo que respecta a la motivación y el esfuerzo, un 78.6% lo percibe como positivo, mientras que un 21.4% lo observa como regular, lo que indica una tendencia general hacia una fuerza laboral motivada y esforzada. En última instancia, el liderazgo de los directivos es visto como bueno por un 73,8%, regular por un 25.0% y deficiente por un 1.2%, lo cual indica la importancia de reforzar las habilidades de liderazgo en la gestión para mejorar el clima organizacional global.

Tabla 6
Clima organizacional

		f	%
Válido	Bueno	71	84.5
	Regular	13	15.5
	Malo	0	0.0
	Total	84	100.0

Figura 4
Clima organizacional



4.1.2 Análisis descriptivo de la imagen institucional:

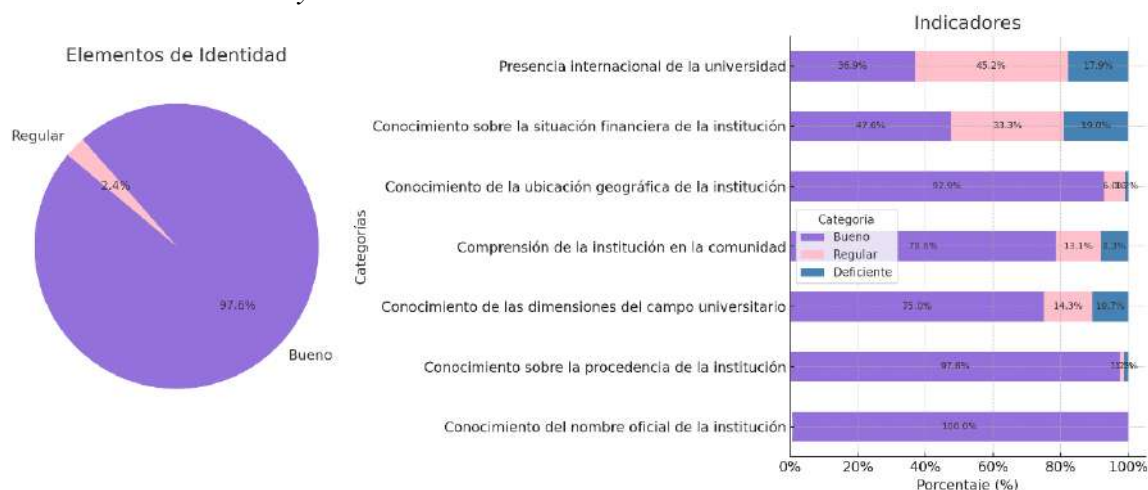
Tabla 7

Distribución de frecuencia de los elementos de identidad y sus indicadores

	Bueno		Regular		Deficiente	
	f	%	f	%	f	%
Elementos de identidad	82	97.6%	2	2.4%	0	0.0%
Conocimiento del nombre oficial de la institución	84	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
Conocimiento sobre la procedencia de la institución	82	97.6%	1	1.2%	1	1.2%
Conocimiento de las dimensiones del campo universitario	63	75.0%	12	14.3%	9	10.7%
Comprensión de la institución en la comunidad	66	78.6%	11	13.1%	7	8.3%
Conocimiento de la ubicación geográfica de la institución	78	92.9%	5	6.0%	1	1.2%
Conocimiento sobre la situación financiera de la institución	40	47.6%	28	33.3%	16	19.0%
Presencia internacional de la universidad	31	36.9%	38	45.2%	15	17.9%

Figura 5

Elementos de identidad y sus indicadores

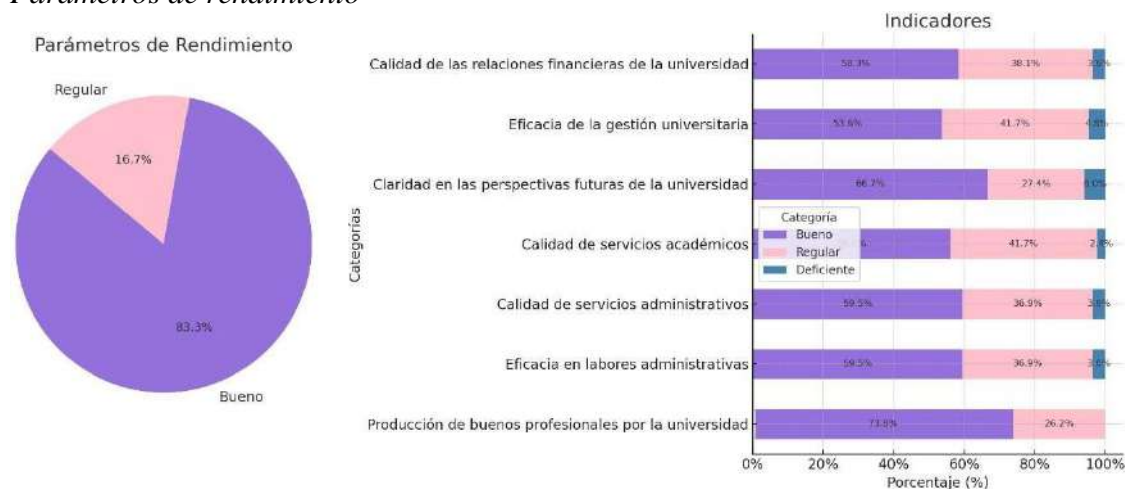


La Tabla 5, enfocada en la distribución de frecuencia de los elementos de identidad y sus indicadores, evidencia que un abrumador 97.6% de los encuestados califica los elementos de identidad de la institución como buenos, mientras que un 2.4% los considera regulares, lo que evidencia una profunda identificación y vínculo con la institución. El conocimiento del

nombre oficial de la institución es universal, lo cual evidencia una conciencia completa y una familiaridad absoluta con la identidad fundamental de la institución. Otro 97.6% también tiene un conocimiento claro sobre la procedencia de la institución, aunque hay una pequeña fracción (1.2%) con un conocimiento menos firme, y otro 1.2% lo califica como deficiente. En cuanto al conocimiento de las dimensiones del campo universitario, un 75.0% lo califica como bueno, un 14.3% lo ve como regular y un 10.7% como deficiente, lo que indica una necesidad de mejorar la comunicación sobre el alcance y las actividades de la universidad. Un 78.6% de los individuos comprenden de manera clara el papel de la institución en la comunidad, no obstante, un 13.1% y un 8.3% califican el rol de la institución como regular y deficiente, lo que sugirió un espacio para mejorar la percepción pública. En lo que respecta a la ubicación geográfica de la institución, un 92% de los ciudadanos lo califica como adecuado, lo que indica una profunda familiaridad con la infraestructura física de la institución. No obstante, solo un 47.6% posee un conocimiento exhaustivo acerca de la situación financiera de la institución, mientras que un 33.3% y un 19.0% observan su estado regular y deficiente, lo que podría indicar una carencia de transparencia o comunicación en asuntos financieros. En última instancia, la presencia internacional de la universidad es considerada como positiva por un 36.9%, mientras que un 45.2% se considera regular y un 17.9% deficiente. Este hecho se traduce en un área crucial en la proyección internacional y la visibilidad de la universidad.

Tabla 8*Distribución de frecuencia de los parámetros de rendimiento y sus indicadores*

	Bueno		Regular		Deficiente	
	f	%	f	%	f	%
Parámetros de rendimiento	70	83.3%	14	16.7%	0	0.0%
Producción de buenos profesionales por la universidad	62	73.8%	22	26.2%	0	0.0%
Eficacia en labores administrativas	50	59.5%	31	36.9%	3	3.6%
Calidad de servicios administrativos	50	59.5%	31	36.9%	3	3.6%
Calidad de servicios académicos	47	56.0%	35	41.7%	2	2.4%
Claridad en las perspectivas futuras de la universidad	56	66.7%	23	27.4%	5	6.0%
Eficacia de la gestión universitaria	45	53.6%	35	41.7%	4	4.8%
Calidad de las relaciones financieras de la universidad	49	58.3%	32	38.1%	3	3.6%

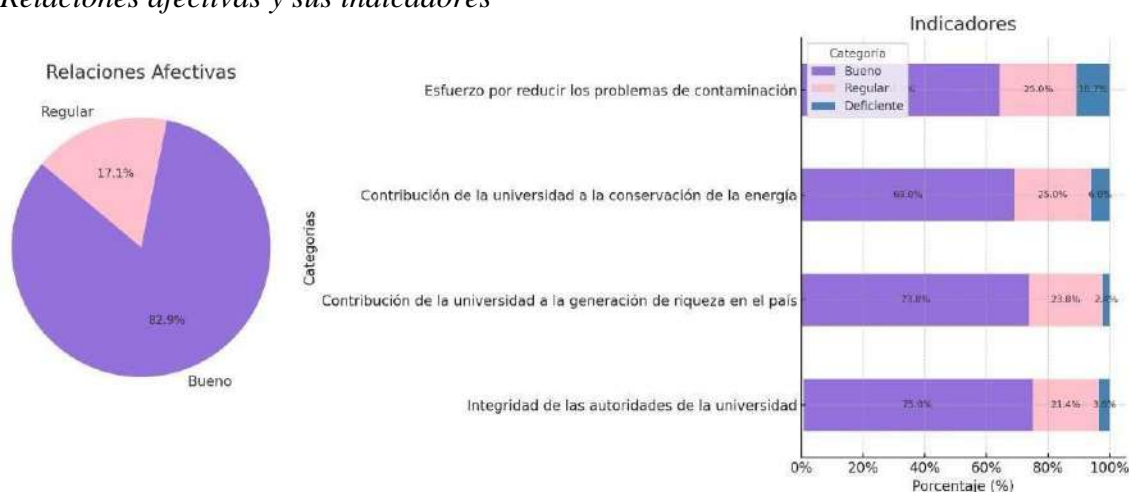
Figura 6*Parámetros de rendimiento*

Como se muestra en la Tabla 6, que se centra en la distribución de frecuencia de los parámetros de rendimiento y sus indicadores, un 83.3% de los encuestados califica los parámetros de rendimiento en general como buenos, mientras que un 16.7% viéndolos como regulares, lo que indica una percepción global positiva del rendimiento de la institución. En cuanto a la producción de buenos profesionales en la universidad, un 73.8% lo considera bueno, pero un 26.2% lo considera regular, sugiriendo que, aunque la mayoría está

satisfecha, hay espacio para mejorar la calidad educativa. La eficacia en las tareas administrativas y la excelencia en los servicios administrativos son valoradas por un 59.5%. No obstante, se observa un significativo 36.9% de las actividades regulares y un 3.6% de las deficientes. Se hace hincapié en la necesidad de mejorar en estas áreas para una gestión más eficiente y eficaz. La excelencia en los servicios académicos se evidencia en un 56.0%, mientras que un 41.7% se encuentra regular y un 2.4% se encuentra desfavorable, lo que indica una necesidad de revisión y mejora en la oferta académica. En lo que respecta a la claridad en las perspectivas futuras de la institución, un 66.7% la califica como buena, mientras que un 27.4% la considera regular y un 6.0% como deficiente. La eficacia de la gestión universitaria se otorga a un 53.6%, mientras que un 41.7% se encuentra en estado regular y un 4.8% en deficiente. En última instancia, la calidad de las relaciones financieras de la universidad es reconocida como excelente por un 58.3%, mientras que un 38.1% la califica como regular y un 3.6% como deficiente. Este hecho sugiere que la gestión financiera y la transparencia podrían ser áreas de mejora.

Tabla 9*Distribución de frecuencia de las relaciones afectivas y sus indicadores*

	Bueno		Regular		Deficiente	
	f	%	f	%	f	%
Relaciones afectivas	68	81.0%	14	16.7%	2	2.4%
Integridad de las autoridades de la universidad	63	75.0%	18	21.4%	3	3.6%
Contribución de la universidad a la generación de riqueza en el país	62	73.8%	20	23.8%	2	2.4%
Contribución de la universidad a la conservación de la energía	58	69.0%	21	25.0%	5	6.0%
Esfuerzo por reducir los problemas de contaminación	54	64.3%	21	25.0%	9	10.7%

Figura 7*Relaciones afectivas y sus indicadores*

La Tabla 7, que examina la distribución de frecuencia de las relaciones afectivas y sus indicadores, evidencia que un 81.0% de los encuestados califica las relaciones afectivas en la universidad como buenas, mientras que un 16.7% considerarlas regulares y un 2.4% deficiente, lo que refleja una percepción mayoritariamente positiva de la dinámica interpersonal. En lo que respecta a la integridad de las autoridades de la institución universitaria, un 75.0% la considera buena, mientras que un 21.4% la considera regular y un 3.6% como deficiente. La contribución de la universidad en la generación de riqueza en el territorio nacional es considerada como positiva por un 73.8%, mientras que un

23.8% la considera regular y un 2.4% como deficiente, lo que indica una percepción general de impacto positivo de la universidad en el desarrollo económico. Con respecto a la contribución a la conservación de la energía, un 69.0% la califica como buena, pero con un 25.0% como regular y un 6.0% como deficiente, lo que sugiere un área de mejora en las iniciativas de sostenibilidad de la universidad. Por último, el esfuerzo de la universidad por reducir los problemas de contaminación es valorado por un 64.3%, pero con un significativo 25.0% calificándolo como regular y un 10.7% como deficiente. Esto resalta la necesidad de reforzar las políticas y prácticas ambientales para mejorar la percepción y el impacto real de la universidad en el medio ambiente.

4.1.3 Prueba de normalidad

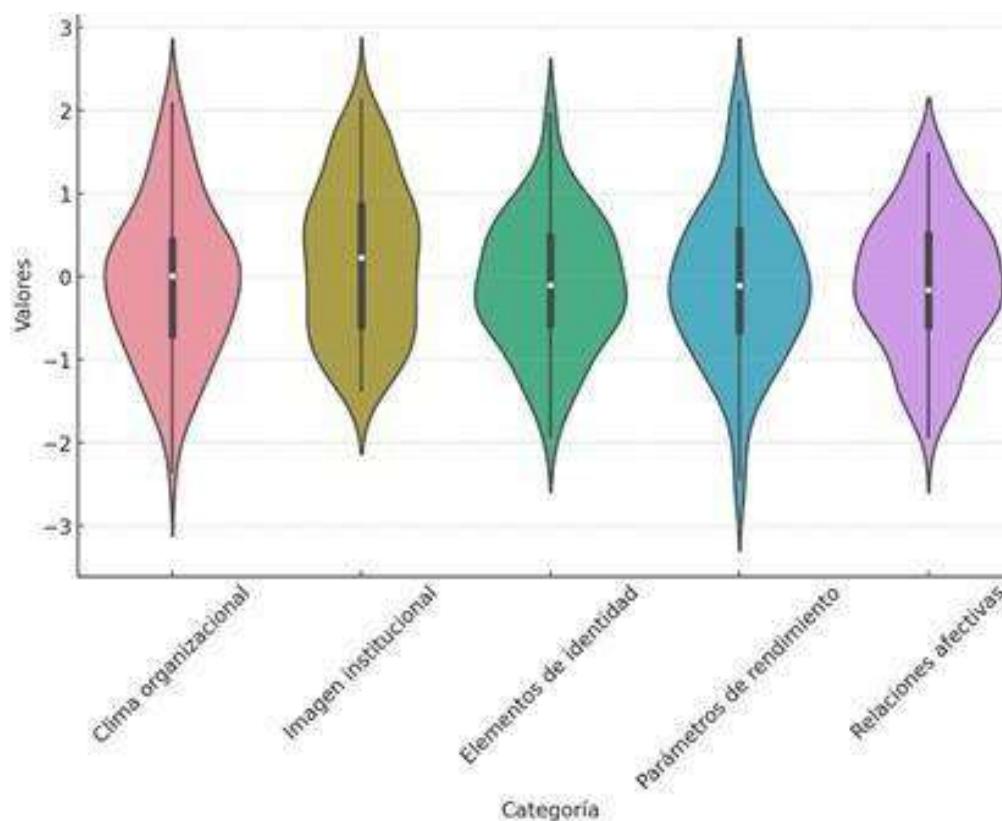
Tabla 10
Pruebas de normalidad

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Estadístico	gl	Sig.
Clima organizacional	0.080	84	,200*
Imagen institucional	0.109	84	0.015
Elementos de identidad	0.131	84	0.001
Parámetros de rendimiento	0.086	84	0.189
Relaciones afectivas	0.144	84	0.000

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 8
Comportamiento normalidad



La Tabla 8 presenta los resultados de las pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov para diversas variables relacionadas con una organización. Se indica que el Clima Organizacional y los Parámetros de Rendimiento, con valores p de 0.200 y 0.189 respectivamente, siguen una distribución normal, ya que estos valores son superiores al umbral común de 0.05. En cambio, la Imagen Institucional, los elementos de Identidad y las Relaciones Afectivas, con valores p de 0.015, 0.001 y 0.000, no se ajustan a una distribución habitual, ya que estos valores son inferiores a 0.05. La presente afirmación indica que, a pesar de que el Clima Organizacional y los Parámetros de Rendimiento pueden ser analizados mediante métodos estadísticos paramétricos, la Imagen Institucional, los elementos de Identidad y las Relaciones Afectivas pueden requerir técnicas no paramétricas para analizar un proyecto.

4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

Ho: No existe relación entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

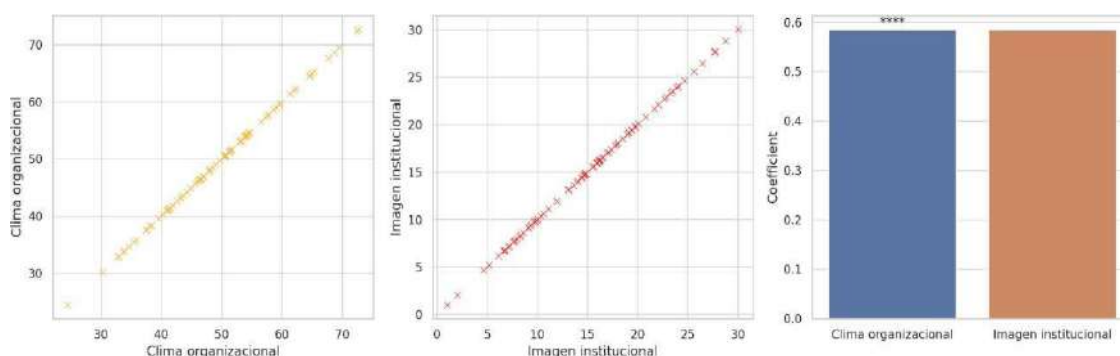
Ha: Existe relación entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Tabla 11

Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y la imagen institucional

		Clima organizacional	Imagen institucional
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,281**
		N	84
Imagen institucional	de correlación	Coefficiente de correlación	,281**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	84

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

Figura 9*Dispersión del clima organizacional y la imagen institucional*

La Tabla 9 exhibe los resultados de la prueba de Rho de Spearman, llevada a cabo con el propósito de evaluar la correlación entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023. El coeficiente de correlación de Spearman entre el clima organizacional y la imagen institucional es de 0.281, lo cual indica una correlación positiva entre estas dos variables. A pesar de que la correlación no es suficientemente intensa, sí se propone una correlación moderada. La magnitud bilateral de esta correlación es de 0.010, lo cual es superior al umbral común de 0.05. Los resultados obtenidos respaldan la hipótesis, corroborando que existe una correlación significativa, aunque moderada, entre el clima organizacional y la imagen institucional en la universidad estudiada en 2023. La presente afirmación implica que cambios o alteraciones en el ambiente organizacional están vinculados, en cierta medida, con alteraciones en la percepción de la imagen institucional entre el personal administrativo.

4.2.2 Hipótesis específico 1

Ho: No existe relación entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan

Santos Atahualpa” en el año 2023.

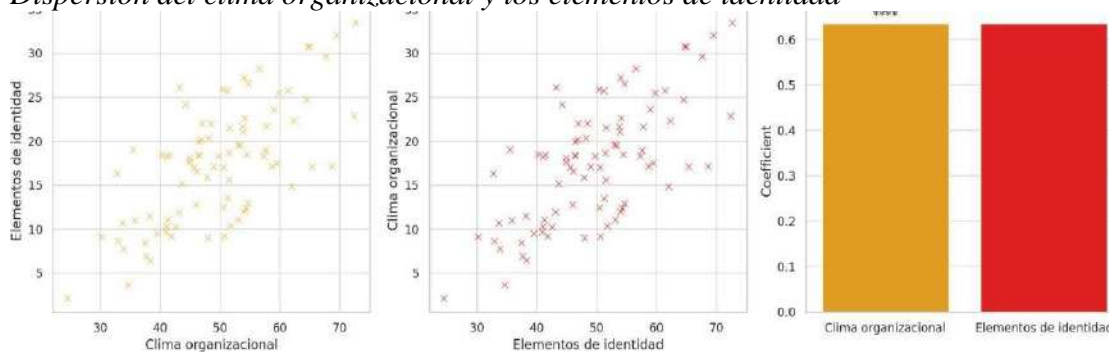
Ha: Existe relación entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Tabla 12
Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y los elementos de identidad

		Clima organizacional	Elementos de identidad
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente 1.000	,328**
		Correlación	
		Sig. (bilateral)	0.002
		N	84
Elementos de identidad	Elementos de identidad	Coefficiente ,328**	1.000
		de correlación	
		Sig. (bilateral)	0.002
		N	84

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

Figura 10
Dispersión del clima organizacional y los elementos de identidad



La Tabla 10 presenta los resultados de la prueba de Rho de Spearman para evaluar la relación entre el clima organizacional y los elementos de identidad en el personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en 2023. El coeficiente de correlación de Spearman entre el clima organizacional y los elementos de identidades de 0.328, lo cual indica una correlación favorable y moderada entre ambas variables. La presente afirmación sostiene que, a medida que se mejora el ambiente organizacional, se produce una tendencia a una percepción más favorable de los elementos de identidad, o, en otras palabras, a una percepción más positiva de los elementos de identidad. La magnitud bilateral de esta correlación es de 0.002, lo cual es significativamente inferior al umbral común de 0.05. Estos resultados respaldan la hipótesis, demostrando que efectivamente existe una relación significativa y moderadamente positiva entre el clima organizacional y los elementos de identidad en la universidad para el año especificado. La presente afirmación implica que aspectos como la percepción del entorno de trabajo y las relaciones interpersonales están vinculados con la identificación y conexión del personal administrativo con los valores, la cultura y la misión de la institución.

4.2.3 Hipótesis específico 2

Ho: No existe relación entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Ha: Existe relación entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

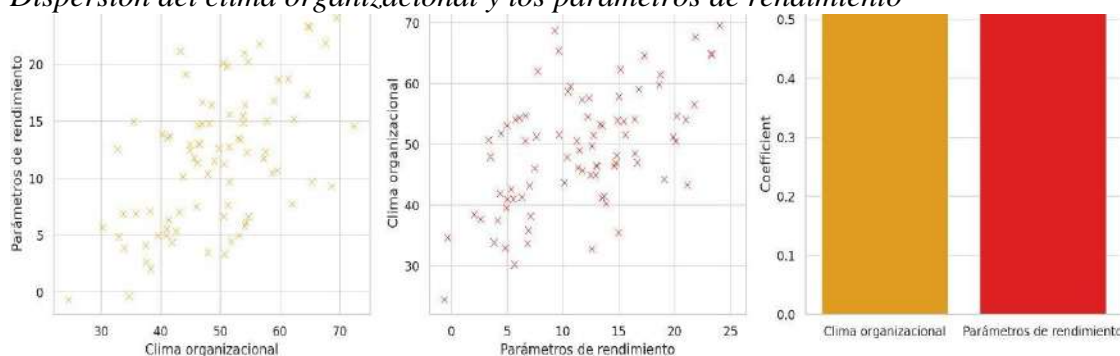
Tabla 13

Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento

	Clima organizacional	Parámetros de rendimiento
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	0.213
	Sig. (bilateral)	0.051
	N	84
Parámetros de rendimiento	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	0.051
	N	84

Figura 11

Dispersión del clima organizacional y los parámetros de rendimiento



La Tabla 11 exhibe los resultados de la prueba de Rho de Spearman, con el propósito de evaluar la correlación entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa", realizada en el año 2023. La correlación entre Spearman y los parámetros de rendimiento es de 0.213. Esta correlación, aunque se encuentra en un estado de equilibrio. La correlación, aunque positiva, es relativamente baja, evidenciando una correlación leve entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento en esta institución. La magnitud bilateral de esta correlación es de 0.051, que se encuentra en una distancia cercana al umbral común de significación estadística de 0.05. A partir de este

contexto, estos resultados sugieren que, a pesar de que existe una correlación positiva entre ambas variables, la relación no es estadísticamente significativa al nivel convencional de 0.05. Existen suficientes pruebas para confirmar con certeza que exista una significativa relación entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la universidad en 2023, basándonos en estos datos.

4.2.4 Hipótesis específico 3

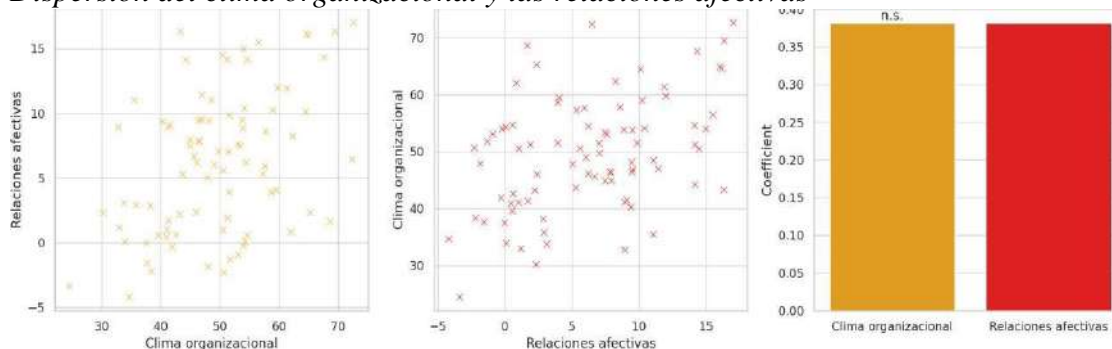
Ho: No existe relación entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Ha: Existe relación entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.

Tabla 14

Pruebas de Rho de Spearman entre el clima organizacional y las relaciones afectivas

		Clima organizacional	Relaciones afectivas	
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coeficiente	1.000	0.102
		Sig. (bilateral)		0.355
		N	84	84
	Relaciones afectivas	Coeficiente	0.102	1.000
		Sig. (bilateral)	0.355	
		N	84	84

Figura 12*Dispersión del clima organizacional y las relaciones afectivas*

La Tabla 12 proporciona los resultados de la prueba de Rho de Spearman con el propósito de examinar la correlación entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023. La correlación de Spearman entre el clima organizacional y las relaciones afectivas es de 0.102, lo cual indica una correlación notable entre ambas variables. La presente correlación indica que existe una escasa o nula correlación lineal entre la percepción del clima organizacional y la calidad de las relaciones afectivas en la universidad, aunque no existe una correlación lineal. La significancia bilateral de esta correlación es de 0,355, lo cual es significativamente superior al umbral común de 0.05. Esto quiere decir que la correlación observada no es estadísticamente significativa.

En este contexto, estos resultados sugieren que no existe una evidencia suficiente para afirmar que existe una correlación significativa entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la universidad durante el año 2023. La correlación muy baja y la falta de significancia estadística sugieren que estos dos aspectos pueden ser independientes o que cualquier relación entre ellos es débil y no significativa desde el punto de vista estadístico, ya que la correlación entre ellos es débil y no significativa.

Capítulo V

Discusión

5.1. Discusión

Al evidenciarse una correlación significativa moderada entre el clima organizacional y la imagen institucional de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023, nuestros resultados coinciden con los resultados del autor Palacios (2019), quien en los antecedentes de nuestro estudio llega a la conclusión de que la percepción del clima laboral en la imagen institucional de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Eloy Alfaro de Ecuador es buena. Sin embargo, recalca presencia de ciertas dificultades motivadas por las características propias del temperamento del personal administrativo.

Si bien la relación entre el clima laboral y la imagen institucional en la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023 es moderada, pues difiere con la correlación significativas altas que Carrión (2016), Muelle (2018) y Bravo (2019) aseguran haber encontrado en sus respectivas investigaciones en Arequipa, Cusco y Lima, donde lo más resaltante es que esa correlación entre clima laboral y percepción de imagen institucional es positiva y con niveles altos.

Finalmente, si la discusión nos permite confirmar una base teórica, según el estudio realizado mencionaremos a De Azkue (2016), quien menciona que existen factores que influyen en el clima organizacional, siendo uno de ellos los beneficios y recompensas que tienden a buscar un impacto del trabajo en la vida personal del trabajador. En este punto encontramos unas cifras llamativas, la mayoría de administrativos (46.4%) califica este rubro como "regular" y un 20.2% lo califica como malo, entendiendo que los beneficios y recompensas son determinantes para incrementar la satisfacción y motivación de los

trabajadores.

Algo similar ocurre con lo mencionado por el autor Capriotti (1992), quien considera, entre otros puntos básicos, la importancia de la imagen corporativa en el hecho de conseguir mejores trabajadores, ya que una empresa de buena imagen será más apetecible para los mismos. En nuestra investigación, el punto relacionado a los “elementos de identidad” es considerado como bueno, con un alto porcentaje (97.6%) lo que seguramente motiva al trabajador y quizás, pueda ser percibido en el exterior generando en el público expectativas para laborar en la mencionada universidad en estudio.

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

Conclusión 1:

Luego de conocer e interpretar los resultados obtenidos se concluye que existe una correlación significativa moderada entre el clima organizacional y la imagen institucional de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023.

Conclusión 2:

Respecto a nuestra primera dimensión de la variable medida, se concluye que existe una correlación favorable, pero a la vez moderada, entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023.

Conclusión 3:

Con relación a nuestra dimensión "Parámetros de rendimiento del personal administrativo", se evidencia una correlación relativamente baja, estadísticamente no significativa, entre la dimensión y el clima organizacional de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023.

Conclusión 4:

Finalmente, se concluye que existe una escasa o nula correlación entre el clima organizacional con la dimensión "Calidad de las relaciones afectivas" del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023.

6.2. Recomendaciones

Recomendación 1:

Si bien existe una correlación significativa moderada entre el clima organizacional y la imagen institucional de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023, esta relación podría ser más significativa, para ello, la organización tendría que trabajar en los indicadores desfavorables para que la percepción de la imagen, del público interno mejore, por ende, la percepción del público externo. Dichos indicadores desfavorables se desglosan en las siguientes recomendaciones:

Recomendación 2:

Si existe una correlación favorable, pero a la vez moderada, entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023, entonces se recomienda usar métodos comunicativos (boletines, afiches, banners, redes sociales) más eficaces para informar a los colaboradores el accionar de la universidad en la región y país, incluyendo temas financieros, así como fortalecer la presencia de la universidad en el contexto internacional, a través de pasantías, convenios marco e intercambios académicos y de esta manera mejorar la percepción pública, para ello tendría que hacerse una análisis de medios para saber el canal idóneo para la transmisión de mensajes.

Recomendación 3:

Se evidencia una correlación relativamente baja, estadísticamente no significativa, entre la dimensión "Parámetros de rendimiento" y el clima organizacional de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023. Ello nos lleva a recomendar acciones de inducción al personal administrativo para mejorar la eficacia de las tareas administrativas y académicas en búsqueda de la excelencia de los servicios. Es necesario aplicar un sistema de gestión para organizaciones educativas regidas por

la norma internacional ISO 21001.

Recomendación 4:

Se evidencia una escasa o nula correlación entre el clima organizacional con la “calidad de las relaciones afectivas” del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central "Juan Santos Atahualpa" durante el año 2023. Aunque el personal se sienta satisfecho con el clima organizacional, éstas respuestas podrían ser sesgadas, aunque existe preocupación del personal por el accionar medioambiental de la universidad. Por ello, se recomienda que las facultades implementen y monitoreen el factor 8, estándar 26 del modelo de acreditación: “Implementación de políticas medioambientales” para que se perciba compromiso de la universidad para con el entorno: enfoque ambiental en plan de estudio, aplicar educación ambiental para el desarrollo sostenible, diseño de proyectos medioambientales, conformación de redes ambientales universitarias y voluntariado estudiantil, entre otros aportes.

Capítulo VII

Referencias

7.1 Fuentes documentales

Arévalo y Ruiz (2019). *Estudio de caso Induga: Imagen corporativa y su impacto en el clima organizacional*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Especialización en Gerencia de Mercado. Bogotá – Colombia. Recuperado de:

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/8536?locale-attribute=pt>

Bravo, R. (2019). *Clima laboral y percepción de la imagen institucional en una institución de Villa María del Triunfo*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Dirección General de Estudios de Posgrado. Lima – Perú. Recuperado de:

<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11575>

Carrión, T. (2015). *Clima laboral y percepción de la Imagen Institucional en Docentes de Instituciones Educativas del Nivel Inicial, Paucarpata, Arequipa 2015*. Universidad César Vallejo. Lima – Perú. Recuperado de:

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_d6906559f09020c255b872a8a8abfe03

Guevara, X. (2018). *Clima organizacional: nivel de satisfacción en la Unidad Educativa Particular La Dolorosa*. Universidad Andina Simón Bolívar – Ecuador. Recuperado de:

<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6169>

Muelle, M. (2018). *Clima Laboral e Imagen Institucional de la Empresa CONSETTUR Macchupicchu SAC. Cusco – 2018*. Universidad César Vallejo. Escuela de Posgrado. Lima – Perú. Recuperado de:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37601?locale-attribute=es>

Palacios, E. (2019). *El clima laboral y su repercusión en la imagen institucional de la Facultad de Ciencias de la Comunicación*. Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí. Ecuador. Recuperado de:

<https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/2191?mode=simple>

Prado y Ronceros, D. (2015). *Barreras de comunicación en el clima organizacional de los*

trabajadores administrativos nombrados de la Municipalidad distrital de Santa María – Huaura 2015”. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho – Perú.

7.2 Fuentes bibliográficas

- Adler, R. y Marquardf, J. (2005). *Comunicación organizacional: Principios y prácticas para negocios y profesiones*. México: Editorial McGraw Hill Interamericana.
- Argote, J. (2003). *Algunos fundamentos de Relaciones Públicas*. Lima – Perú: Ediciones Servicom. Primera edición.
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la Investigación Científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Impreso en el Perú: Editorial San Marcos de Aníbal Jesús Paredes Galván.
- Fernández, C. (1991). *La comunicación en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Hair, J. Black, W. Anderson, R & Tatham, R. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.) Prentice Hall.
- Hernández, Fernández y Baptista (1994). *Metodología de la investigación*. Nacalpán de Juárez – Edo. de Méxic: Editorial McGraw – Hill Interamericana.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Ibáñez, M. ((2015). *Gestión del talento humano en la empresa*. Lima – Perú: Editorial San Marcos de Aníbal Jesús Paredes Galván.
- Olcese, A. (2013). *Relaciones Públicas: Estrategias y técnicas efectivas*. Impreso en Perú: Nóstica Editorial S.A.C.
- Pereira, J. y Flores F. (2010). *Relaciones Públicas: Fundamentos, praxis y comunicación corporativa en el Tercer Milenio*. Impreso en Perú: Editorial San Marcos de Aníbal Paredes Galván.
- Ramos, C. (2015). *Los paradigmas de la investigación científica*. Ecuador: Ediciones UNIFÉ.
- Uribe, J. (2015). *Clima y ambiente organizacional: Trabajos, salud y factores psicosociales*. México D. F: Editorial Manual moderno S. A.

7.3 Fuentes hemerográficas

No se utilizó.

7.4 Fuentes electrónicas

Aguilar, S. y otros (2018). *Comunicación e imagen corporativa*. Ecuador. Editorial UTMACH. Recuperado de:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12502/1/Comunicacion-e-ImagenCorporativa.pdf>

Aguirre, S. (2019). *La identidad e imagen corporativa en las instituciones de educación superior. Caso Universidad ECOTEC*. Universidad Tecnológica ECOTEC.

Sanborondón – Ecuador. Recuperado de:

<https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/50/45/659-1?inline=1>

Brunet, L. (1987). *El clima de trabajo en las organizaciones: definición, diagnóstico y consecuencias*. México. Editorial Trillas. Recuperado de:

<https://corganizacional1.files.wordpress.com/2017/02/el-clima-de-trabajo-en-las-organizaciones.pdf>

Capriotti, P. (1992). *La imagen de empresa*. Universidad de Vic. Barcelona – España. El Ateneo. Recuperado de:

https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/23/2020/03/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf

De Azkue, I. (2016). *Clima Organizacional*. Enciclopedia Humanidades. EditorialEtecé.

Recuperado de: <https://humanidades.com/clima-organizacional/>

EmpresaActual.com (2021). *Clima organizacional. ¿Qué es y por qué hay que tenerlo en cuenta?* Recuperado de:

<https://www.empresaactual.com/clima-organizacional/>

Gan, F. y Triginé, J. (2012). *Clima Laboral*. Madrid – España. Ediciones Díaz de Santos.

Recuperado de:

https://www.google.com.pe/books/edition/Clima_laboral/bSSMoQ2pwIC?hl=es&gbpv=1&printsec=frontcover

García, M. (2009). *Clima organizacional y su diagnóstico. Una aproximación conceptual*.

Cuadernos de Administración. Cali – Colombia. Recuperado de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452009000200004

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

CLIMA ORGANIZACIONAL E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL DE LA SELVA CENTRAL JUAN SANTOS ATAHUALPA, AÑO 2023					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023?</p> <p>Problemas específicos ¿Qué relación existe entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023?</p> <p>¿Qué relación existe entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal</p>	<p>Objetivo general Describir la relación existente entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p> <p>Objetivos específicos Describir la relación existente entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p> <p>Describir la relación existente entre el clima organizacional y los</p>	<p>Hipótesis general Existe relación entre el clima organizacional y la imagen institucional del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p> <p>Hipótesis específicos Existe relación entre el clima organizacional y los elementos de identidad del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p> <p>Existe relación entre el clima organizacional y los parámetros de rendimiento del personal administrativo de la</p>	<p>Independiente Clima organizacional</p> <p>Dependiente Imagen institucional</p>	<p>Clima organizacional D1 Sistema individual</p> <ul style="list-style-type: none"> Satisfacción de los trabajadores. Autonomía en el trabajo. <p>D2 Sistema interpersonal</p> <ul style="list-style-type: none"> Relaciones sociales entre los miembros de la organización. Unión y apoyo entre los compañeros de trabajo. <p>D3 Sistema organizacional</p> <ul style="list-style-type: none"> Consideración de directivos. Beneficios y recompensas. Motivación y esfuerzo. Liderazgo de directivos. <p>Imagen institucional D1 Elementos de identidad</p>	<p>Tipo de investigación Básica</p> <p>Nivel de investigación Correlacional</p> <p>Diseño de investigación No experimental</p> <p>Enfoque de investigación Cuantitativo.</p> <p>Población 84 trabajadores administrativos.</p> <p>Muestra 84 trabajadores administrativos.</p> <p>Técnicas de recolección de datos Encuesta</p> <p>Técnica para el procedimiento de la información</p>

<p>administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023?</p> <p>¿Qué relación existe entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023?</p>	<p>Parámetros de rendimiento del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p> <p>Describir la relación existente entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p>	<p>Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p> <p>Existe relación entre el clima organizacional y las relaciones afectivas del personal administrativo de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa” en el año 2023.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Nombre • Nacionalidad • Tamaño • Posición de la empresa • Región en la que se encuentra • Situación financiera • Capacidad de exportación <p>D2 Parámetros de rendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción • Eficacia • Productos o servicios • Perspectivas • Gestión • Relaciones financieras <p>D3 Relaciones afectivas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de decir la verdad • Contribución a la riqueza del país • Conservación de la energía • Reducción de Problemas de contaminación 	<p>Estadístico SPSS</p>
--	--	--	--	---	-------------------------

Anexo 2. Instrumentos para la toma de datos cuestionario clima organizacional*Adaptado de Gómez y Vicario (2010)*

Estimado colaborador (a) solicito su participación respondiendo el siguiente cuestionario que tiene como objetivo obtener información sobre el clima organizacional en la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa”. Pedimos que sea sincero con sus respuestas, dado que el cuestionario es anónimo.

Instrucciones: Lea detenidamente cada enunciado e indique qué tan de acuerdo está con cada uno de ellos (según la siguiente categoría).

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

1. SISTEMA INDIVIDUAL						
N°	Satisfacción de los trabajadores	1	2	3	4	5
1	Me siento satisfecho (a) con mis actividades laborales.					
2	Me siento realizado (a) en mi trabajo.					
3	Disfruto realizar mis actividades laborales.					
4	Realizo con desgano mis actividades laborales.					
Autonomía en el trabajo		1	2	3	4	5
5	Gozo de libertad para elegir cómo hacer mis actividades.					
6	Gozo de libertad para elegir la forma de solucionar problemas en mi trabajo.					
7	A cada trabajador (a) se le brinda la oportunidad de proponer la forma en la cual desea realizar sus actividades.					
2. SISTEMA INTERPERSONAL						
Relaciones sociales entre miembros de la organización		1	2	3	4	5
8	Los (as) trabajadores (as) se llevan bien entre ellos (as).					
9	En la organización hay compañerismo entre los trabajadores.					
10	Existe confianza entre los compañeros para conversar cualquier tipo de problema.					
Unión y apoyo entre los compañeros de trabajo		1	2	3	4	5
11	Cuando se incorpora un nuevo empleado, los trabajadores de inmediato lo integran al grupo.					
12	Los trabajadores dentro de la organización se sienten parte de un mismo equipo.					
13	En el trabajo se unen esfuerzos cuando surgen problemas laborales.					
14	En la organización la unión entre compañeros propicia un ambiente agradable.					
3. SISTEMA ORGANIZACIONAL						

	Consideración de directivos	1	2	3	4	5
15	El rector trata a su personal de la manera más humana posible.					
16	El trato de los superiores hacia sus trabajadores se da con respeto.					
17	Los directivos dan apoyo a su personal en la realización de sus actividades.					
18	El jefe trata con indiferencia a su personal.					
19	Dentro de la organización el jefe trata a los empleados de manera deshumanizada.					

	Beneficios y recompensas	1	2	3	4	5
20	La organización emplea incentivos para que los trabajadores realicen mejor sus actividades.					
21	Dentro de la organización, todos los trabajadores tienen posibilidades de ser beneficiados por su trabajo.					
22	La organización otorga estímulos a los trabajadores para mejorar su desempeño.					
23	Existen distintas formas de recompensar a los trabajadores.					
	Motivación y esfuerzo	1	2	3	4	5
24	Cada trabajador realiza sus actividades con entusiasmo.					
25	Los trabajadores muestran agrado en realizar sus tareas.					
26	Los trabajadores brindan su mejor esfuerzo en la realización de su trabajo.					
	Liderazgo de directivos	1	2	3	4	5
27	El jefe mantiene una actitud abierta para recibir propuestas relacionadas al trabajo.					
28	En la organización todos los empleados reciben apoyo del jefe en la realización de las tareas.					
29	Al jefe se le dificulta guiar a su personal para que éstos cumplan con los objetivos de la organización.					

Cuestionario Imagen Institucional

Propuesto por J.Perlstein

Estimado colaborador (a) solicito su participación respondiendo el siguiente cuestionario que tiene como objetivo obtener información sobre la imagen institucional en la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa”. Pedimos que sea sincero con sus respuestas, dado que el cuestionario es anónimo.

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

N°	1. ELEMENTOS DE IDENTIDAD	1	2	3	4	5
1	Conozco el nombre oficial de la institución donde trabajo.					
2	Conozco la procedencia de la institución donde trabajo.					
3	Conozco las dimensiones de nuestro campus universitario.					
4	Sé cuál es la posición de nuestra institución en la comunidad.					
5	Conozco en qué región se encuentra nuestra institución.					
6	Conozco la situación financiera de la institución donde laboro.					
7	La universidad tiene presencia internacional.					
	2. PARAMETROS DE RENDIMIENTO	1	2	3	4	5
8	La universidad produce buenos profesionales.					
9	La universidad actúa con eficacia en sus labores administrativas.					
10	La universidad brinda servicios administrativos óptimos.					
11	La universidad brinda servicios académicos óptimos.					
12	La universidad tiene claras sus perspectivas a futuro.					
13	La gestión de las autoridades universitarias es eficiente.					
14	La universidad cuenta con excelentes relaciones financieras.					
	3. RELACIONES AFECTIVAS	1	2	3	4	5
15	Las autoridades de la universidad obran con la verdad.					
16	La universidad contribuye a generar riqueza para el país.					
17	La universidad contribuye a la conservación de la energía.					
18	La universidad muestra voluntad de reducir los problemas de contaminación.					

Anexo 3. Trabajo Estadístico Desarrollado

Clima organizacional	Sistema individual	Satisfacción de los trabajadores	Autonomía en el trabajo	Sistema interpersonal	Relaciones sociales entre miembros de la organización	Unión y apoyo entre los compañeros de trabajo	Sistema organizacional	Consideración de directivos	Beneficios y recompensas	Motivación y esfuerzo	Liderazgo de directivos
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno
Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Deficiente	Regular	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Deficiente	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Bueno	Regular	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Deficiente	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno
Regular	Regular	Bueno	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Deficiente	Regular	Deficiente

Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Deficiente	Deficiente	Regular	Bueno
Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular
Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno
Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno
Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular
Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno
Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Deficiente	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno

IMAGEN INSTITUCIONAL	ELEMENTOS DE IDENTIDAD	Conocimiento del nombre oficial de la institución	Conocimiento sobre la procedencia de la institución	Conocimiento de las dimensiones del campo universitario	Comprensión de la institución en la comunidad	Conocimiento de la ubicación geográfica de la institución	Conocimiento sobre la situación financiera de la institución	Presencia internacional de la universidad	PARAMETROS DE RENDIMIENTO	Producción de buenos profesionales por la universidad	Eficacia en labores administrativas	Calidad de servicios administrativos	Calidad de servicios académicos	Claridad en las perspectivas futuras de la universidad	Eficacia de la gestión universitaria	Calidad de las relaciones financieras de la universidad	RELACIONES AFECTIVAS	Integridad de las autoridades de la universidad	Contribución de la universidad a la generación de riqueza en el país	Contribución de la universidad a la conservación de la energía	Esfuerzo por reducir los problemas de contaminación
Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Deficiente
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Regular	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Deficiente
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular
Regular	Regular	Bueno	Bueno	Deficiente	Deficiente	Deficiente	Regular	Deficiente	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Deficiente	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Deficiente	Bueno	Deficiente	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno

Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Bueno	Regular	Deficiente	Deficiente
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Deficiente
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Deficiente	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Deficiente
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Deficiente	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular
Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Deficiente