



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

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



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud de la **TESIS** cuyo título es:

"IMAGEN Y CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL "ASINVESTIGA PERÚ"- LIMA, 2023"

Presentado por:

SIERRALTA VILCA AGAPITA GEORGINA

De la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** mención **GESTIÓN EMPRESARIAL**.

Que, se ha recibido del operador del programa informático evaluador de originalidad de la Escuela de Posgrado de la UNICA, el informe automatizado de originalidad, el mismo que concluye de la siguiente manera:

El documento de investigación APRUEBA los criterios de originalidad con un porcentaje de similitud de 5%.

Para dar fe, se adjunta al presente el reporte de similitud de las bases de datos de iThenticate. En Ica 23 de octubre de 2025.

Atentamente

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
ESCUELA DE POSGRADO



Mario Gustavo Reyes Mejía
Dr. MARIO GUSTAVO REYES MEJÍA
DIRECTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

MENCIÓN GESTIÓN EMPRESARIAL



TESIS

Imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social "ASINVESTIGA PERÚ"- Lima, 2023

Línea de investigación

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

AUTORA:

AGAPITA GEORGINA SIERRALTA VILCA

PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRO

ASESOR

DR. MANUEL ANTONIO ACASIETE APARCANA

Ica - Perú

2025

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, fuente de fortaleza y guía en cada paso de mi vida. A mi familia, y en especial a mis hijos, quienes son mi mayor inspiración y motivo de superación constante.

Este logro también es de ustedes, por acompañarme en cada paso del camino.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mi asesor de tesis, cuya orientación, compromiso y valiosos aportes fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Asimismo, expreso mi sincero reconocimiento a los docentes de la Escuela de Posgrado por brindarme las herramientas académicas y el respaldo necesario durante todo el proceso formativo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	28
III. RESULTADOS.....	31
IV. DISCUSION	122
V. CONCLUSIONES	124
VI. RECOMENDACIONES.....	125
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	126
VIII. ANEXOS	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Las actividades se desarrollan dentro de un marco de respeto a sus derechos y deberes, propiciando la identidad institucional	31
Figura 2 Esta organización es adecuada para el desarrollo y progreso de nuestro país	33
Figura 3 Considero que esta organización apuesta por la innovación y la creatividad en los procesos y la efectividad en los resultados	35
Figura 4 Las políticas de esta institución responden a las necesidades formativas en investigación, que exige la sociedad actual	37
Figura 6 Me siento satisfecho porque en esta institución existe buen nivel de organización, orden y disciplina	41
Figura 7 Los problemas y dificultades que suelen darse en esta institución se resuelven con prontitud	43
Figura 8 Los procedimientos administrativos en esta organización están debidamente identificados y se desarrollan con celeridad	45
Figura 9 La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta organización	47
Figura 10 En esta organización el personal brinda un buen trato a los usuarios	49
Figura 11 En esta organización el personal toma en cuenta la opinión de los usuarios	51
Figura 12 Está satisfecho con la puntualidad en el trabajo que se desarrolla en esta institución	53
Figura 13 Todos los estamentos de esta organización trabajen coordinadamente	55
Figura 14 Existe unidad de criterios para el desempeño laboral de los trabajadores de esta institución	57
Figura 15 Considera que en esta organización se trate de manera equitativa a todos los usuarios	59
Figura 16 Los recursos con que cuenta esta organización se orientan a garantizar un servicio de calidad para los usuarios	61

Figura 17 Existe un interés de toda la organización por hacer bien el servicio a los usuarios ...	63
Figura 18 Los recursos que brinda la organización se caracterizan por ser oportunos y equitativos	65
Figura 19 Nivel de variable imagen institucional	67
Figura 20 La mayoría de los trabajadores se comprometen con la labor que realizan.....	69
Figura 22 Se fomenta activamente la cooperación entre las diferentes áreas de esta organización	73
Figura 23 Tiene el compromiso de trabajar en equipo para el bien personal y organizacional..	75
Figura 24 La entidad invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros	77
Figura 25 La capacidad de los colaboradores es vista como una fuente importante de ventaja competitiva	79
Figura 26 Los líderes y directores de esta entidad practican lo que proponen	81
Figura 27 Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto en la institución que labora	83
Figura 28 Cuando existen desacuerdos, trabajan intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen.....	85
Figura 29 Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta de hacer las cosas	87
Figura 30 Es sencillo coordinar proyectos entre las diferentes áreas de esta organización.....	89
Figura 31 Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos del centro laboral.....	91
Figura 32 La forma de trabajar es flexible y fácil de cambiar	93
Figura 33 Las diferentes áreas cooperan en mejora de la institución.....	95
Figura 34 Los comentarios y recomendaciones de nuestros superiores conducen a menudo a introducir mejoras	97

Figura 35 La información sobre la atención que se les brinda a los usuarios influye en el cambio de actitud	99
Tabla 37 La información sobre la atención que se les brinda a los usuarios influye en el cambio de actitud	99
Figura 36 Considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar	101
Figura 37 El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano	103
Figura 38 Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo	105
Figura 39 Esta organización tiene claro el propósito a lograr según actividades a realizar	107
Figura 40 Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir.....	109
Figura 41 Los trabajadores de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo.....	111
Figura 42 La misión institucional es clara que se distingue de otras entidades de similar rubro	113
Figura 43 Nivel de variable cultura organizacional	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable imagen organizacional.....	26
Tabla 2 Operacionalización de variable imagen organizacional.....	27
Tabla 3 Las actividades se desarrollan dentro de un marco de respeto a sus derechos y deberes, propiciando la identidad institucional	31
Tabla 4 Esta organización es adecuada para el desarrollo y progreso de nuestro país.....	33
Tabla 5 Considero que esta organización apuesta por la innovación y la creatividad en los procesos y la efectividad en los resultados	35
Tabla 6 Las políticas de esta institución responden a las necesidades formativas en investigación, que exige la sociedad actual	37
Tabla 7 Esta institución asume la responsabilidad social que se deriven del desarrollo de las actividades	39
Tabla 8 Me siento satisfecho porque en esta institución existe buen nivel de organización, orden y disciplina	41
Tabla 9 Los problemas y dificultades que suelen darse en esta institución se resuelven con prontitud.....	43
Tabla 10 Los procedimientos administrativos en esta organización están debidamente identificados y se desarrollan con celeridad	45
Tabla 11 La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta organización	47
Tabla 12 En esta organización el personal brinda un buen trato a los usuarios.....	49
Tabla 13 En esta organización el personal toma en cuenta la opinión de los usuarios	51
Tabla 14 Está satisfecho con la puntualidad en el trabajo que se desarrolla en esta institución.....	53
Tabla 15 Todos los estamentos de esta organización trabajen coordinadamente	55
Tabla 16 Existe unidad de criterios para el desempeño laboral de los trabajadores de esta institución.....	57

Tabla 17 Considera que en esta organización se trate de manera equitativa a todos los usuarios	59
Tabla 18 Los recursos con que cuenta esta organización se orientan a garantizar un servicio de calidad para los usuarios	61
Tabla 19 Existe un interés de toda la organización por hacer bien el servicio a los usuarios.....	63
Tabla 20 Los recursos que brinda la organización se caracterizan por ser oportunos y equitativos	65
Tabla 21 Nivel de variable imagen institucional	67
Tabla 22 La mayoría de los trabajadores se comprometen con la labor que realizan	69
Tabla 23 Las decisiones se toman en el nivel que dispone de la mejor alternativa para solución los problemas.....	71
Tabla 24 Se fomenta activamente la cooperación entre las diferentes áreas de esta organización	73
Tabla 25 Tiene el compromiso de trabajar en equipo para el bien personal y organizacional ...	75
Tabla 26 La entidad invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros	77
Tabla 27 La capacidad de los colaboradores es vista como una fuente importante de ventaja competitiva	79
Tabla 28 Los líderes y directores de esta entidad practican lo que proponen.....	81
Tabla 29 Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto en la institución que labora	83
Tabla 30 Cuando existen desacuerdos, trabajan intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen.....	85
Tabla 31 Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta de hacer las cosas	87
Tabla 32 Es sencillo coordinar proyectos entre las diferentes áreas de esta organización	89

Tabla 33 Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos del centro laboral.....	91
Tabla 34 La forma de trabajar es flexible y fácil de cambiar	93
Tabla 35 Las diferentes áreas cooperan en mejora de la institución	95
Tabla 36 Los comentarios y recomendaciones de nuestros superiores conducen a menudo a introducir mejoras.....	97
Tabla 38 Considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar.....	101
Tabla 39 El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano	103
Tabla 40 Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo	105
Tabla 41 Esta organización tiene claro el propósito a lograr según actividades a realizar.....	107
Tabla 42 Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir	109
Tabla 43 Los trabajadores de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo	111
Tabla 44 La misión institucional es clara que se distingue de otras entidades de similar rubro	113
Tabla 45 Nivel de variable cultura organizacional	115
Tabla 46 Prueba de hipótesis general.....	117
Tabla 47 Hipótesis específica 1	118
Tabla 48 Hipótesis específica 2	119
Tabla 49 Hipótesis específica 3	120
Tabla 50 Hipótesis específica 4	121

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la imagen y la cultura organizacional en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “Asinvestiga Perú” – Lima, en el año 2023. Bajo un enfoque mixto, de tipo básico, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte correlacional, se trabajó con una muestra censal de 50 colaboradores. La recolección de datos se realizó mediante dos cuestionarios estructurados, uno para cada variable, cuyos resultados fueron procesados con estadística descriptiva e inferencial usando SPSS. Los resultados descriptivos evidenciaron que el 36.0 % de los trabajadores percibió un nivel medio en la imagen institucional, mientras que otro 36.0 % consideró que la cultura organizacional es alta, lo que indica una percepción moderadamente favorable de la identidad, valores y prácticas internas. El análisis inferencial arrojó un coeficiente Rho de Spearman de 0.872 con una significancia de 0.000, lo que demuestra una relación positiva, fuerte y significativa entre ambas variables. Esto implica que una imagen institucional coherente, sólida y bien gestionada está estrechamente asociada a una cultura organizacional fortalecida, influyendo en el compromiso, comportamiento y cohesión interna de los miembros de la asociación.

Palabras claves: imagen institucional, cultura organizacional, identidad corporativa.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between image and organizational culture in the International Association for Research and Social Development “Asinvestiga Perú” - Lima, in the year 2023. Under a quantitative approach, of basic type, descriptive correlational level and non-experimental cross-sectional design, we worked with a census sample of 50 collaborators. Data collection was carried out by means of two structured questionnaires, one for each variable, whose results were processed with descriptive and inferential statistics using SPSS. The descriptive results showed that 36.0 % of the workers perceived a medium level of institutional image, while another 36.0 % considered the organizational culture to be high, indicating a moderately favorable perception of identity, values and internal practices. The inferential analysis yielded a Spearman's Rho coefficient of 0.872 with a significance of 0.000, demonstrating a positive, strong and significant relationship between the two variables. This implies that a coherent, solid and well-managed institutional image is closely associated with a strengthened organizational culture, influencing the commitment, behavior and internal cohesion of the association's members.

Key words: institutional image, organizational culture, corporate identity.

I. INTRODUCCIÓN

La tesis en el contexto actual, las organizaciones no solo enfrentan desafíos operativos y administrativos, sino también la necesidad de construir una imagen institucional sólida y coherente con su cultura organizacional. La percepción que las personas tienen tanto interno y externo de una institución, puede influir directamente en su reputación, legitimidad y sostenibilidad. En este sentido, la presente investigación tiene como propósito analizar la relación entre la imagen institucional y la cultura organizacional en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “ASINVESTIGA PERÚ”, con sede en Lima, durante el año 2023.

La imagen institucional, entendida como la representación mental que tienen las personas sobre una organización, se estudia en función de tres dimensiones fundamentales: la identidad institucional, que refleja los elementos distintivos y los valores que la organización comunica; el comportamiento organizacional, que alude a la coherencia entre el decir y el hacer institucional; y la personalidad corporativa, que describe los rasgos característicos percibidos por los públicos.

Por otro lado, la cultura organizacional es considerada un sistema de valores, creencias y prácticas compartidas que orientan el comportamiento de sus miembros. Para efectos de este estudio, se han considerado las dimensiones de implicación, referida al grado de compromiso y pertenencia de los colaboradores; consistencia, relacionada con la existencia de normas claras y cohesión interna; adaptabilidad, que señala la capacidad de la organización para ajustarse a los cambios del entorno; y misión, como el propósito compartido que guía las acciones institucionales.

La importancia de este estudio radica en comprender cómo estos dos constructos se interrelacionan dentro de una organización del sector social, como ASINVESTIGA PERÚ, con el fin de proponer estrategias de mejora que fortalezcan tanto su imagen ante la sociedad como su cultura interna. Asimismo, se busca generar conocimiento útil para otras instituciones similares, que deseen consolidar su posicionamiento a partir de un enfoque estratégico y culturalmente coherente.

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes internacionales

Montaña y Torres (2015) en su tesis: Caracterización de la cultura organizacional y lineamientos de intervención para la implementación de procesos de cambio en las organizaciones. Caso empresa sector financiero. (Tesis de maestría). Universidad del Rosario, Bogotá - Colombia. La presente investigación presenta un tipo inductivo deductivo. La muestra del estudio estuvo formada por 120 empleados. Para la recolección de datos se utilizó la encuesta. Finalmente se llegó a la siguiente conclusión: la empresa objeto de estudio cuenta con una Cultura Alternativa Explícita conformada por la Macro- tendencia de formalización y de Calidad de la interacción social evidenciando así que en la empresa no se perciben rasgos altamente arraigados en situaciones de nivel dicotómico y, por el contrario, existe algún nivel de equilibrio en las percepciones que tienen las personas alrededor de las dos Macro-tendencias. Asimismo, su operación se representa a través de la formalización de las normas, en donde son importantes la estructura, las políticas y los procedimientos; sin que la interacción y la gestión de los empleados dejen de ser relevantes.

Dentro de toda institución y organización, existen distintas normas las cuales la hacen diferente del resto, al referirnos a cultura organizacional, aquí encontramos hábitos y actividades a realizarse en determinadas fechas y circunstancias. Otro aspecto importante es la relación entre los directores y los colaboradores, ya que debe ser buena para que así mismo el ambiente laboral sea el apto para desarrollar un excelente desempeño.

Gutierrez (2017) en su tesis: Cultura organizacional y ley de transparencia: Estudio de caso de un centro de Salud Familiar (CESFAM) en Chile. (Tesis de maestría). Universidad de Concepción, Chile. La presente investigación presenta un tipo transversal exploratoria y de diseño no experimental. La muestra del estudio estuvo formada por 3 centros de CESFAM. Para la recolección de datos se utilizó la entrevista. Finalmente se llegó a la siguiente conclusión: El CESFAM José Alvo existen dos tipos de cultura organizacional, jerárquica y de clan, y de ellas el tipo de cultura organizacional de clan contribuye a la implementación de buenas prácticas y

acciones innovadoras en la política de transparencia, mientras que la cultura jerárquica provee las bases para el cumplimiento de los objetivos organizacionales del CESFAM y también el cumplimiento legal y burocrático de la ley de transparencia. En cuanto al liderazgo y dirección en instituciones, cabe mencionar a dos tipos de cultura organizacional que pueden presentar en una institución, en primer lugar, se tiene a la de clan, que va relacionada al desarrollo de buenas acciones realizadas con transparencia y eficiencia, por otro lado, encontramos la cultura organizacional jerárquica, la cual se basa principalmente en el lograr cumplir con las metas de la organización a toda costa.

Ruiz (2016) en su tesis: Aspectos de la cultura organizacional en una empresa de turismo: relatos de trabajadores, análisis desde el enfoque socio-analítico. (Tesis de Maestría). Universidad de Chile. Chile. La presente investigación es de tipo exploratorio. La muestra del estudio estuvo conformada por extrabajadores. La información fue recolectada a través de la encuesta. Se llegaron a las siguientes conclusiones: la principal característica de la cultura organizacional de la empresa es su carácter tradicional y paternalista el que da cuenta principalmente de un ordenamiento jerárquico, de una cartografía del poder y de los privilegios, en el que sólo aquellos que pertenecen a las gerencias tienen acceso; despojando al resto de los trabajadores de los beneficios que en otras organizaciones hoy en día son comunes; es por ello que en algunos relatos se caracteriza a la empresa como un "fundo" y a los gerentes como "latifundistas" o "semidioses" dando cuenta de la absoluta concentración del poder. En muchas instituciones se resalta mucho el sobre valor que se les da a los cargos altos y la poca atención sobre el talento humano que está detrás de ellos, lo cual produce en cierta forma un desbalance de satisfacción de trabajo y también de motivación. No se puede negar que las cabezas de toda organización cumplen un rol importante en la dirección y gestión, pero que sería de ellos y la organización si los colaboradores no fueran eficientes ni productivos, es por ello que el darle valor a cada persona que se desempeña debe ser de manera justa y cuidadosa.

Virginia (2016) en su tesis: La Cultura Organizacional en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). (Tesis de Maestría). Universidad de BELGRANO, Buenos Aires, Argentina. La presente investigación es de tipo descriptivo. La muestra del estudio estuvo

conformada por 4323 personas distribuidas en 17 talleres. La información fue recolectada a través de la encuesta y registros. Se llegaron a las siguientes conclusiones: La cultura organizacional está impreso el descreimiento al cambio, a que realmente sea un proceso participativo, que trascienda a través del tiempo, que deje de ser una organización de estructuras rígidas, que se puedan establecer y se mantenga el funcionamiento matricial, las relaciones horizontales, el trabajo en equipo, la comunicación fluida y accesible a todos. Acá se visualiza la lógica de la familia, la relación de padre hijo, donde uno espera que el mayor resuelva que haga, que le diga qué y cómo debe hacerlo. En cuanto al cambio, algunas organizaciones tienen miedo a ello, piensan que debilitará su estructura organizativa o que los riesgos aumentarán, pero se sabe que no es así, la innovación ha sido herramienta importante para impulsar muchas organizaciones, en donde los cambios han reflejado frutos de calidad, optimización y competitividad.

Solarte y Solarte (2017) en su tesis: Influencia de la cultura organizacional y la innovación en la orientación al mercado de las empresas de familia de la ciudad de Pasto (Tesis de Maestría). Universidad de Manizales-Institución Universitaria Cesmag, Colombia. La presente investigación utilizó un enfoque cuantitativo, tipo explicativo. La muestra del estudio estuvo conformada por 234 personas. La información fue recolectada a través del cuestionario. Se llegaron a las siguientes conclusiones: Las variables innovación y orientación al mercado están fuertemente relacionadas, atendiendo y evidenciando que la teoría existente con respecto al asunto es aplicable para el caso de las empresas de familia de la ciudad de San Juan de Pasto; es decir, que a medida que la empresa incluye a su producción de bienes o servicios algún tipo de innovación, la orientación al mercado crece en una magnitud en específico, es decir, mantienen una correlación positiva entre las mismas. Las empresas de familia de la ciudad de Pasto están mal organizadas, hacen falta reglas y políticas formales, imponerse logros y metas tanto en el corto como en el largo plazo, ser más emprendedores, mentores de cambio, competitivos y coordinadores de la búsqueda de una mayor estabilidad y expansión de la empresa en los mercados. En cuanto a la innovación y su relación con el ámbito administrativo, se relacionan de manera importante y en todo tipo de organizaciones, ya que, al desarrollo, mejora y aplicación de uno, el otro se beneficiará tanto en calidad de servicio, mayor nivel de satisfacción de necesidades

y mayor nivel de producción es por ello que su importancia está presente de manera constante y se va buscando la manera de que todos los sectores utilicen la innovación. En cuanto a la cultura organizacional, esta influye en si se va a optar por innovar o se van a estancar en el mismo sistema arcaico que limita avances en el desarrollo organizacional.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Núñez (2017) en su tesis: Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Professionals On Line SAC 2016. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo. Perú. La presente investigación es de diseño no experimental de nivel descriptivo correlacional. La muestra del estudio estuvo conformada por clientes de la universidad. La información fue recolectada a través de la escala de Likert y Cuestionario. Se llegaron a la siguiente conclusión: En cuanto al objetivo General, la presente investigación demuestra que Existe una relación significativa entre la Imagen Corporativa y la comunicación interna en la Empresa Professionals On Line SAC 2016; siendo que el coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.653, demostró una moderada asociación entre las variables. La imagen corporativa de una empresa va de la mano con el desempeño de quienes la integran, el buen trabajo de gestión y de valor que se le da a la marca, su posicionamiento, promoción y calidad de productos y/o servicios. En cuanto a la comunicación, como ya se mencionó también cumple un rol importante y es que, si esta se da de forma equívoca, las actividades y los objetivos a alcanzar se verán perjudicados.

Torres (2017) en su tesis: Cultura organizacional en empresas familiares. (Tesis de Doctorado). Pontificia Nacional de San Agustín de Arequipa. Perú. La presente investigación muestra un diseño no experimental, de tipo descriptiva comparativa y transversal. La muestra del estudio estuvo conformada por 163 personas. La información fue recolectada a través del instrumento cuestionario. Se llegaron a las siguientes conclusiones: La “Cultura Organizacional Actual” en las tres empresas familiares motivo de estudio, desde un análisis comparativo es variada, con cierta inclinación de dos de ellas al tipo de cultura Mercado, y la otra a tipo de cultura Jerarquizada, se confirma la hipótesis planteada.

Janampa (2016) en su tesis: Relación entre la cultura organizacional y el clima laboral en la empresa DOA HOLDING SAC. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. La presente investigación es de tipo básica, diseño no experimental. La muestra del estudio estuvo conformada por 102 personas. La información fue recolectada a través del instrumento cuestionario. Se llegaron a las siguientes conclusiones: El 96 por ciento de los encuestados acepta que existe una relación entre la cultura organizacional y el clima laboral de la empresa DOA HOLDING SAC. El estado del clima laboral de una organización ayuda a determinar si se está produciendo una buena dirección dentro de ella, si la relación entre directores y colaboradores es buena, si hay incentivos para las buenas acciones y excelentes rendimientos, etc. Dentro de esto la cultura organizacional se manifiesta, como es el caso de actividades de fin de año y normas a cumplirse en las actividades tanto dentro como fuera de la institución.

Lázaro, et. al (2017) en su tesis: La Cultura Organizacional en Tres Bancos Comerciales del Departamento de Lambayeque. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. La presente investigación muestra un diseño descriptiva y comparativa. La muestra del estudio estuvo conformada por 123 trabajadores. La información fue recolectada a través del instrumento OCAI. Se llegaron a las siguientes conclusiones: En el Banco 1 se determina que no existe consenso en la percepción de cultura actual y deseada, ya que en un intervalo con 95% de confianza, los porcentajes de respuestas estuvieron por debajo del 70%. En relación con el componente dominante de cultura organizacional, se determina que tanto en la percepción actual y deseada, la dimensión que predomina es clan. Se asume que esta cultura es la ideal para dicha entidad, tal como se describe en su Memoria Anual 2014, dicho Banco se ha propuesto incentivar un liderazgo de equipos basado en el respeto y la transparencia en un entorno que brinda todas las facilidades de bienestar, seguridad y desarrollo profesional. El objetivo es que los colaboradores sientan que la institución es la mejor decisión para su desarrollo profesional, personal y el de sus familias. Al mismo tiempo el Banco 2, el componente dominante en la cultura percibida actual y deseada es la dimensión clan, esta cultura guarda relación con la estrategia a largo plazo de la institución, la misma que se enfoca en otorgar soluciones adecuadas para la necesidad de sus clientes, facilitar el desarrollo de sus colaboradores, generar valor para los

accionistas y apoyar el desarrollo sostenido del país. Adicionalmente se determina que no existe consenso en la percepción de cultura actual y deseada, ya que en un intervalo con 95% de confianza, los porcentajes de respuestas estuvieron por debajo del 70%. Por otro lado, para el Banco 3, la dimensión predominante en la cultura percibida actual es mercado y para la cultura deseada predomina la dimensión clan. La institución está orientada a logro de resultados, teniendo en cuenta el crecimiento sostenible de sus clientes, colaboradores, accionistas y del país.

Fernández y Robles (2016) en su tesis: Gestión de las comunicaciones para el aseguramiento de la calidad educativa: el caso de la oficina de imagen institucional de la Universidad Nacional de San Martín en el 2016. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú. La presente investigación es descriptiva ilustrativa mixta. La muestra del estudio estuvo conformada por clientes de la universidad. La información fue recolectada a través la entrevista. Se llegaron a la siguiente conclusión: La gestión de comunicaciones es un proceso transversal fundamental para cualquier organización, empresa o institución, ya que no solo se basa en la difusión dentro de ella o externa también, sino que por otro lado busca que el tráfico de la información sea eficaz y no unidireccional, dando a conocer que todos analicen la información produciendo un involucramiento importante y constante. Todo lo ya señalado incide en la cultura organizacional y esta, en la generación de una identidad verídica la que, a través de su difusión, permita un posicionamiento objetivo, el cual debería reflejar el funcionamiento adecuado dentro de la organización. Esto es importante tratándose de una organización social que impacta directamente en el bienestar de sus usuarios, como es el caso de una universidad pública.

1.1.3. Antecedentes locales

Apaza (2018) en su tesis: Gestión de la comunicación e imagen corporativa en trabajadores de una municipalidad de Ica, 2018. (Tesis de maestría) Universidad de César Vallejo, sede de Ica. La investigación es de tipo no experimental, con un diseño correlacional. La muestra estuvo constituida por 127 trabajadores. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario. Se llegó a la siguiente conclusión: En base a los datos recogidos en la investigación se ha logrado determinar que existe una relación directa entre gestión de la comunicación e imagen corporativa

en trabajadores de la municipalidad de la Tinguña-Ica, en el año 2018 esto se refleja en el coeficiente de correlación Rho Spearman de $r = 0,662$ y un nivel de significancia de $0,000$ menor a la región crítica $0,05$. La imagen corporativa de una organización como ya se mencionó anteriormente, se relaciona de manera significativa con el desempeño de quienes la integran, el buen trabajo de gestión y de valor que se le da a la marca, su posicionamiento, promoción y la calidad al momento en que se brinda un servicio o un producto. La gestión de la comunicación cumple un rol importante también, dentro del tráfico de información y el nivel de relaciones personales y profesionales dentro de un ambiente laboral.

Vargas (2016) en su tesis: Cultura organizacional y gestión administrativa de la Municipalidad Distrital de Parcona, 2015. (Tesis de maestría) Universidad de César Vallejo, sede de Ica. La investigación es de tipo no experimental, con un diseño correlacional. La muestra estuvo constituida por 49 trabajadores. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario. Se llegó a la siguiente conclusión: Se ha logrado determinar que existe relación directa entre la cultura organizacional y la gestión administrativa en trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Parcona, 2015, esta decisión se sustenta en el valor del coeficiente de correlación de Pearson $r = 0,878$ (tabla 10) es decir a un buen nivel de cultura organizacional le corresponde un buen nivel de gestión administrativa, por otro lado si existe un deficiente nivel de cultura organizacional le corresponde un deficiente nivel de gestión administrativa.

García (2017) en su tesis Cultura organizacional, motivación y la satisfacción laboral del personal de una municipalidad de Ica. (Tesis de Doctorado). Universidad César Vallejo, sede Ica. La investigación es de tipo, cuantitativa con un diseño descriptivo correlacional. La muestra estuvo constituida por el personal de la municipalidad provincial de Ica. Para la recolección de datos se utilizó se utilizó la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario, con preguntas tipo Escala de Likert. Para la confiabilidad de los instrumentos se usó el Alfa de Cronbach. Las encuestas posibilitaron determinar la relación que existe entre la cultura organizacional, la motivación y la satisfacción laboral del personal de una municipalidad de Ica. Se llegó a la conclusión que existe una correlación positiva entre las variables la cultura organizacional, la

motivación y la satisfacción laboral. La evidencia de estas actividades muestra que hay una relación de influencia positiva entre las variables.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Imagen institucional

La imagen institucional es un constructo comunicacional y simbólico que representa la percepción colectiva que tienen los públicos internos y externos sobre una organización. Según Capriotti (2009), la imagen institucional es el resultado de un proceso de interacción entre lo que la organización es, lo que comunica y cómo es percibida por su entorno. Es un elemento fundamental en la construcción del prestigio y posicionamiento de una entidad en la sociedad; comprende:

Identidad Institucional

Se refiere al conjunto de atributos esenciales que definen a la organización: su misión, visión, valores, historia y cultura. Para Bernstein (1986), la identidad es aquello que la organización dice ser, lo que pretende ser, y lo que realmente es. En este sentido, una identidad institucional coherente y claramente comunicada permite generar confianza y diferenciación en el entorno.

Comportamiento Organizacional

Esta dimensión alude a las acciones y conductas reales de la organización frente a sus públicos. Según Villafañe (2006), la coherencia entre el discurso institucional y el comportamiento organizacional refuerza la credibilidad y solidez de la imagen. Las incongruencias pueden dañar significativamente la percepción pública.

Personalidad Corporativa

Representa los rasgos simbólicos y emocionales que el público atribuye a la organización, como si esta fuera una persona. Según Aaker (1997), la personalidad corporativa incluye características como la sinceridad, competencia, sofisticación o robustez, que se derivan de la experiencia de los usuarios y del estilo de comunicación institucional.

1.2.2. La cultura organizacional

La cultura organizacional comprende los valores, creencias, normas y prácticas compartidas por los miembros de una organización, los cuales orientan el comportamiento colectivo. Para Schein (2010), es el patrón de supuestos básicos que un grupo ha inventado, descubierto o desarrollado para enfrentar los desafíos de adaptación externa e integración interna. Esta cultura influye de manera significativa en el clima laboral, la motivación, la toma de decisiones y la forma en que la organización se proyecta al exterior; comprende:

Implicación

Refiere al compromiso emocional, cognitivo y conductual de los miembros de la organización. Según Denison (1990), una alta implicación implica que los colaboradores se sienten parte de la organización, se identifican con sus objetivos y están motivados a contribuir activamente.

Consistencia

Se relaciona con la existencia de normas claras, valores compartidos y cohesión entre los miembros de la organización. Una cultura organizacional consistente genera alineación y coordinación efectiva, facilitando el logro de metas comunes.

Adaptabilidad

Hace referencia a la capacidad de la organización para responder a los cambios del entorno y transformar sus estructuras, procesos y estrategias de forma proactiva. Una cultura adaptable es clave para la innovación y la sostenibilidad institucional.

Misión

Se refiere al sentido de propósito compartido que guía el accionar de la organización. La misión clara y bien difundida permite orientar las decisiones estratégicas y alinear los esfuerzos de los colaboradores con los objetivos institucionales.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023?

1.3.2. Problemas específicos

PE1. ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023?

PE2. ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023?

PE3. ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la adaptabilidad en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023?

PE4. ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023?

1.4. Justificación e importancia de investigación.

1.4.1. Justificación

El presente trabajo de investigaciones necesario debido a los aspectos que se describen a continuación:

Por su conveniencia, este estudio conviene realizar debido a la problemática observada ya que en la institución existe un malestar no se puede trabajar bien por factores externos e internos que distorsionan el normal desarrollo de las actividades por medio de opiniones tergiversadas o malos comentarios etc., no hay una adecuada imagen en la institución lo que tiene relación con la cultura organizacional ya que aún existen trabajadores que no tiene convicción y su personalidad deja mucho que desear.

Por su relevancia social, la investigación desde el aspecto social beneficia directamente en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023, indirectamente a usuarios que acuden a dicha asociación.

Por su implicancia práctica, con la ejecución del presente trabajo de investigación se recogió información mediante instrumentos para luego ser analizados y poder formular las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Por su valor teórico, la búsqueda de información en las diferentes fuentes bibliográficas permitió desarrollar un mejor entendimiento de las variables de estudio, y se convertirá en una fuente secundaria para aquellas personas interesadas deseen realizar en estudio más profundo sobre la imagen y la cultura organización en otros contextos.

Por su utilidad metodológica, en el presente proyecto se elaboraron instrumentos de investigación los cuales fueron validados y evaluados mediante pruebas de confiabilidad, dichos instrumentos son un aporte para la comunidad científica.

1.4.2. Importancia

La presente investigación resulto de suma importancia; hoy en día el manejo de la imagen corporativa es un factor esencial para el éxito de toda organización. El proceso de globalización económica mundial obliga a toda entidad tanto pública como privada a ser conscientes, de la importancia que tiene la percepción que se tiene de ellas. El no considerar la importancia de este aspecto puede llevar a la organización no sólo a la pérdida de su reputación, sino a su desaparición misma. Por otro también resulta relevante el estudio de la cultura organizacional porque refleja las creencias inconscientes del grupo, las cuales se manifiestan por medio de lo que sienten y piensan los colaboradores. Esto permite orientar sus decisiones, definir las acciones y el destino de la misma organización con una fuerte y sostenida cultura de servicio, y con esto probablemente lograra fidelizar más a sus clientes teniendo aun mayor sostenibilidad en el tiempo.

1.5. Objetivo

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023.

1.5.2. Objetivos Específicos

OE1. Determinar la relación que existe entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023.

OE2. Analizar la relación que existe entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023.

OE3. Establecer la relación que existe entre la imagen y la adaptabilidad en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023.

OE4. Preciar la relación que existe entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023.

1.6. Hipótesis y variables de la investigación

1.6.1. Hipótesis

1.6.1.1. Hipótesis General

Existe relación directa entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

1.6.1.2. Hipótesis específicas

HE1. Existe relación directa entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

HE2. Existe relación directa entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga- Perú”- Lima-2023.

HE3. Existe relación directa entre la imagen y la adaptabilidad en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

HE4. Existe relación directa entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

1.6.2. Variables

Variable X: Imagen organizacional

Variables Y: Cultura organizacional

1.6.3. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variable imagen organizacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
VX: Imagen organizacional	Según Santiesteban (citado en Viera, 2016) define la imagen organizacional como aquella representación mental que una persona desarrolla acerca de una institución específica, la cual le viene de forma directa a la mente cuando escucha el nombre de la institución o alguna característica que relaciona de forma directa a dicha imagen.	La imagen institucional se evalúa en función a sus dimensiones en un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> -Identidad institucional -Comportamiento organizacional -Personalidad corporativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Cualidades positivas de la identidad institucional - Características de las políticas institucionales - Comportamiento característico de la comunidad educativa - Comportamiento característico del trabajo docente - Cualidades corporativas de la institución - Interés y uso de recursos para un servicio de calidad 	De intervalo BAJO [24-32> MEDIO [32-40> ALTO [40-48]

Tabla 2

Operacionalización de variable imagen organizacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
VY: Cultura organizacional	Según Jaques (citado en Mellan, 2017) es una forma común y tradicional de pensar y hacer las cosas, las cuales son compartidas en mayor o menor grado por todos los miembros, y los nuevos miembros deben aprender y por lo menos aceptar parcialmente, para ser incorporados al servicio de la firma.	La cultura organizacional se evalúa en función a sus dimensiones en un cuestionario.	-Implicación	-Empowerment -Trabajo en equipo -Desarrollo de capacidades	De intervalo BAJO [0-16>
			-Consistencia	-Valores centrales -Acuerdo -Coordinación e integración	MEDIO [16-32>
			-Adaptabilidad	-Orientación al cambio -Orientación al cliente -Aprendizaje organizativo	ALTO [32-48]
			-Misión	-Dirección y propósitos estratégicos -Metas y objetivos Visión	

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

2.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

Este trabajo de investigación fue básico por la búsqueda de información teórica de autores que fundamentan las variables de estudio utilizando el método científico (De la Orden, 1985); de enfoque mixto.

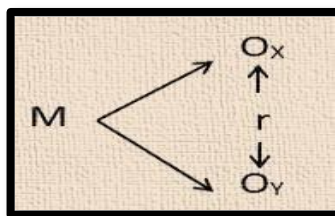
2.1.2. Nivel de investigación

El trabajo fue de nivel descriptivo. Hernández et al (2006 p, 103) sostiene que “la investigación descriptiva busca analizar aspectos propios, concretos, características y rasgos importantes de las variables de estudio, este estudio analiza información aspectos relevantes de acerca de la imagen y cultura organización. Describe tendencias de los sujetos de la muestra de estudio, quienes son los que van a opinar acerca de todo el proceso que se está desarrollando en la organización”.

2.1.3. Diseño de investigación

El diseño que corresponde al trabajo de investigación es el no experimental correlacional; en estos diseños lo que se busca es describir las variables de estudio para luego analizar la relación existente entre ellas (González, 2011).

Después se recoger sus opiniones de los trabajadores de la organización a través de los instrumentos, luego de ello se procese estadísticamente analizar la relación que existe entre ambas variables. Siendo el esquema:



Donde:

M = Muestra de estudio

Ox = Imagen organizacional

Oy = Cultura organizacional

r= Relación entre las variables de estudio

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Ramírez (2005, p. 55), afirma que la población es el conjunto constituido por aquellos elementos que forman parte del grupo de estudio y en forma individual podrían ser cobijados en la investigación.

La población estuvo conformada por 50 trabajadores de la asociación internacional de investigación y desarrollo social “ASINVESTIGA PERÚ”- Lima-2023.

2.2.2. Muestra

Es la parte representativa de la población, seleccionando por algún método racional (VARA, 2012 p. 221).

Entonces, la muestra estuvo conformada por 50 trabajadores de la asociación internacional de investigación y desarrollo social “ASINVESTIGA PERÚ”- Lima-2023.

El criterio que se empleó es el muestreo censal, por considerarse la misma cantidad de la población y la muestra por tener una cantidad pequeña y mínima.

2.3. Técnicas de recolección de datos

La técnica utilizada fue la encuesta, la misma que permitió recabar la opinión de los sujetos inmersos en el estudio

2.4. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos utilizado fue:

Cuestionario sobre imagen institucional:

El cuestionario tuvo como finalidad evaluar el nivel de la imagen en la institución; este instrumento estuvo estructurado con 18 ítems en función de sus dimensiones: D1: Identidad institucional, D2: Comportamiento organizacional, D3: Personalidad corporativa. Con un criterio de valoración de: Siempre (S =5 puntos); Casi siempre (CS =4 puntos); A veces (AV = 3 puntos); Casi nunca (CN = 2 puntos) y Nunca (N = 1 punto).

Cuestionario sobre cultura organizacional:

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada realidad. El cuestionario tuvo como finalidad evaluar la cultura organizacional; este instrumento consta de 23 ítems y fue estructurado en función de sus dimensiones: D1: Implicación, D2: Consistencia, D3: Adaptabilidad, D4: Misión. Con un criterio de valorización de: Siempre (S=5 puntos), Casis siempre (CS=4 puntos), A veces (AV= 3 puntos), Casi nunca (CN=2 puntos) y Nunca (N=1 punto).

2.5. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Para el procesamiento de datos e interpretación se usó la estadística descriptiva: codificación, representación de tablas y figuras; y la estadística inferencial, la prueba de hipótesis. El software que se usó fue SPSS versión 27 y Excel 365.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis de variable imagen institucional:

Figura 1

Las actividades se desarrollan dentro de un marco de respeto a sus derechos y deberes, propiciando la identidad institucional

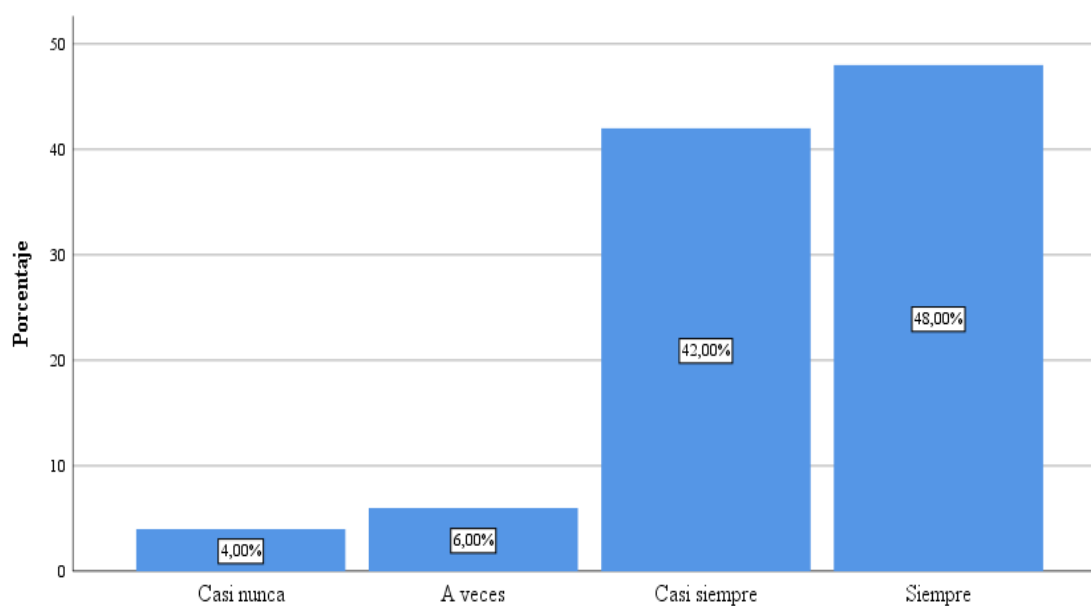


Tabla 3

Las actividades se desarrollan dentro de un marco de respeto a sus derechos y deberes, propiciando la identidad institucional

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	3	5	6.0	10.0
Casi siempre	21	26	42.0	52.0
Siempre	24	50	48.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 1 y la Tabla 3 muestran los resultados obtenidos sobre la percepción de los trabajadores respecto a la afirmación: “Las actividades se desarrollan dentro de un marco de

respeto a sus derechos y deberes, propiciando la identidad institucional”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional.

Una mayoría significativa de los encuestados (48%) considera que siempre se respetan los derechos y deberes dentro de las actividades institucionales, lo cual evidencia un alto nivel de identificación y compromiso con la organización. Este resultado sugiere que casi la mitad de los trabajadores perciben una imagen institucional sólida, basada en valores organizacionales claramente establecidos y respetados. La consistencia en estas prácticas fortalece la identidad institucional y proyecta una imagen positiva tanto interna como externamente.

El segundo grupo más representativo (42%) manifestó que casi siempre se actúa bajo un marco de respeto y derechos. Este porcentaje complementa el anterior, consolidando la percepción favorable de la mayoría (90% entre “siempre” y “casi siempre”). Aunque existe una pequeña brecha con respecto al ideal, este resultado indica que los trabajadores reconocen esfuerzos constantes hacia una cultura organizacional basada en la ética y el respeto, lo cual promueve una percepción institucional positiva, aunque con algunos márgenes de mejora.

Un porcentaje reducido (6%) señaló que a veces se respetan los derechos y deberes en las actividades realizadas. Este dato, aunque minoritario, sugiere que existen situaciones puntuales donde los principios institucionales pueden no estar siendo aplicados de manera uniforme. Este grupo podría estar reflejando experiencias individuales negativas o áreas específicas dentro de la organización donde las políticas de respeto e identidad no se implementan de forma efectiva.

Finalmente, el 4% de los trabajadores indicó que casi nunca se respetan los derechos y deberes en la institución. Aunque es el porcentaje más bajo, no debe ignorarse, ya que pone en evidencia la existencia de una percepción crítica y posiblemente desconectada de los valores institucionales. Esto puede representar una alerta temprana para la gestión, que deberá indagar en los motivos detrás de estas respuestas y tomar acciones correctivas si es necesario.

Conclusión general

En conjunto, los resultados de la Figura 1 y Tabla 3 revelan una percepción mayoritariamente positiva respecto a la imagen institucional de ASINVESTIGA PERÚ. El 90%

de los trabajadores considera que se actúa bajo un marco de respeto a los derechos y deberes, lo que fortalece la identidad organizacional. No obstante, la presencia de un 10% con percepciones neutras o negativas indica la necesidad de continuar promoviendo buenas prácticas institucionales, asegurando que la cultura de respeto y compromiso sea transversal.

Figura 2

Esta organización es adecuada para el desarrollo y progreso de nuestro país

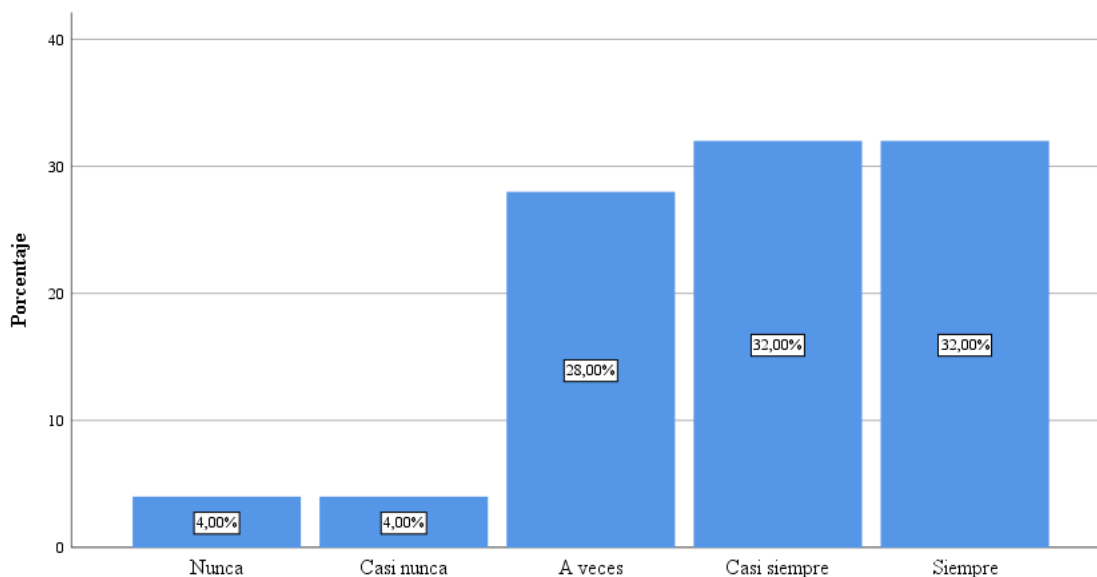


Tabla 4

Esta organización es adecuada para el desarrollo y progreso de nuestro país

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2	4.0	4.0
Casi nunca	2	4	4.0	8.0
A veces	14	18	28.0	36.0
Casi siempre	16	34	32.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 2 y la Tabla 4 presentan los resultados relacionados con la percepción de los trabajadores respecto a la afirmación: “Esta organización es adecuada para el desarrollo y progreso de nuestro país”, dentro de la variable independiente Imagen Institucional. La

distribución de respuestas permite analizar el grado de confianza que tienen los trabajadores en la contribución social y nacional de ASINVESTIGA PERÚ.

Un 32% de los encuestados considera que la organización casi siempre es adecuada para el desarrollo y progreso del país. Este grupo reconoce de forma frecuente la labor institucional y su impacto positivo en la sociedad, aunque deja entrever que podrían existir limitaciones o áreas de mejora para alcanzar un nivel óptimo y sostenido.

Igualmente, un 32% afirma que siempre la organización es adecuada para el desarrollo nacional. Este resultado refleja un grado elevado de confianza y valoración institucional. Quienes responden así, perciben a ASINVESTIGA PERÚ como una entidad con un compromiso claro y efectivo con el progreso social, educativo o científico del país, lo cual refuerza una imagen institucional positiva y trascendente.

El 28% de los trabajadores manifestó que a veces considera adecuada la contribución de la organización al país. Esta respuesta evidencia una percepción ambivalente o intermedia. Aunque reconocen potencial, también podrían identificar limitaciones en la capacidad de la institución para impactar en el desarrollo nacional de manera constante o efectiva.

Un pequeño grupo (4%) opina que casi nunca la organización cumple con este rol, lo que sugiere una percepción crítica o una experiencia institucional poco satisfactoria. Este resultado debe ser considerado como una señal de alerta respecto al posicionamiento.

El 4% restante sostiene que nunca la organización es adecuada para el progreso del país. Aunque representa una minoría, esta percepción negativa puede influir en el clima organizacional y la reputación institucional si no se atiende adecuadamente.

En conclusión, según los datos de la Figura 2 y Tabla 4, el 64% de los trabajadores tiene una percepción favorable (entre “casi siempre” y “siempre”) sobre la contribución nacional de ASINVESTIGA PERÚ. Sin embargo, el 28% tiene una percepción neutra y el 8% negativa, lo cual sugiere la necesidad de fortalecer la comunicación del impacto social de la organización, reforzar su rol institucional frente a los trabajadores, y asegurar la alineación entre la misión institucional y las actividades que realizan.

Figura 3

Considero que esta organización apuesta por la innovación y la creatividad en los procesos y la efectividad en los resultados

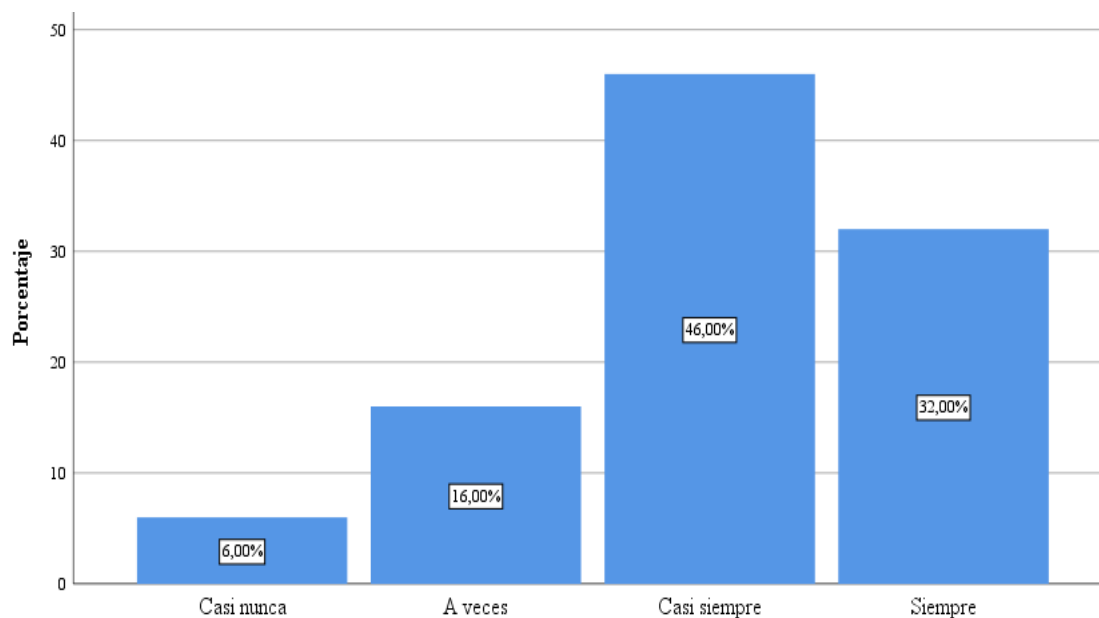


Tabla 5

Considero que esta organización apuesta por la innovación y la creatividad en los procesos y la efectividad en los resultados

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	3	6.0	6.0
A veces	8	11	16.0	22.0
Casi siempre	23	34	46.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 3 y la Tabla 5 presentan los resultados obtenidos respecto a la percepción de los trabajadores sobre la afirmación: “Considero que esta organización apuesta por la innovación y la creatividad en los procesos y la efectividad en los resultados”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. El análisis de las respuestas, permite identificar el grado en

que los colaboradores perciben a ASINVESTIGA PERÚ como una entidad moderna, proactiva y orientada a resultados.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 46.0%, lo que indica que casi la mitad de los trabajadores considera que la organización apuesta de manera frecuente por la innovación y creatividad. Esto refleja un entorno organizacional dinámico, en el cual se perciben cambios constantes orientados a la mejora de procesos y resultados, aunque aún no en su totalidad.

Le sigue la respuesta “Siempre” con un 32.0%, lo cual evidencia que una proporción importante de trabajadores reconoce de manera plena el compromiso de la institución con la innovación y la efectividad. Este dato fortalece la imagen institucional, proyectando una cultura organizacional proactiva y centrada en el mejoramiento continuo.

En tercer lugar, el 16.0% de los encuestados señaló “A veces”, lo que revela una percepción intermedia o poco constante. Para este grupo, la apuesta por la innovación y la creatividad no es uniforme ni sistemática, y podría depender de contextos específicos o áreas puntuales dentro de la organización.

Finalmente, el 6.0% indicó “Casi nunca”, lo que representa una percepción crítica que debe tomarse en cuenta, ya que sugiere la existencia de sectores o experiencias donde no se percibe un impulso claro hacia la mejora o modernización institucional.

En conclusión, los datos de la Figura 3 y Tabla 5 muestran que el 78.0% de los trabajadores (sumando “casi siempre” y “siempre”) percibe una imagen institucional positiva en términos de innovación y efectividad. Sin embargo, el 22.0% restante (entre “a veces” y “casi nunca”) revela oportunidades de mejora en la comunicación, implementación y visibilidad de prácticas innovadoras dentro de la organización.

Figura 4

Las políticas de esta institución responden a las necesidades formativas en investigación, que exige la sociedad actual

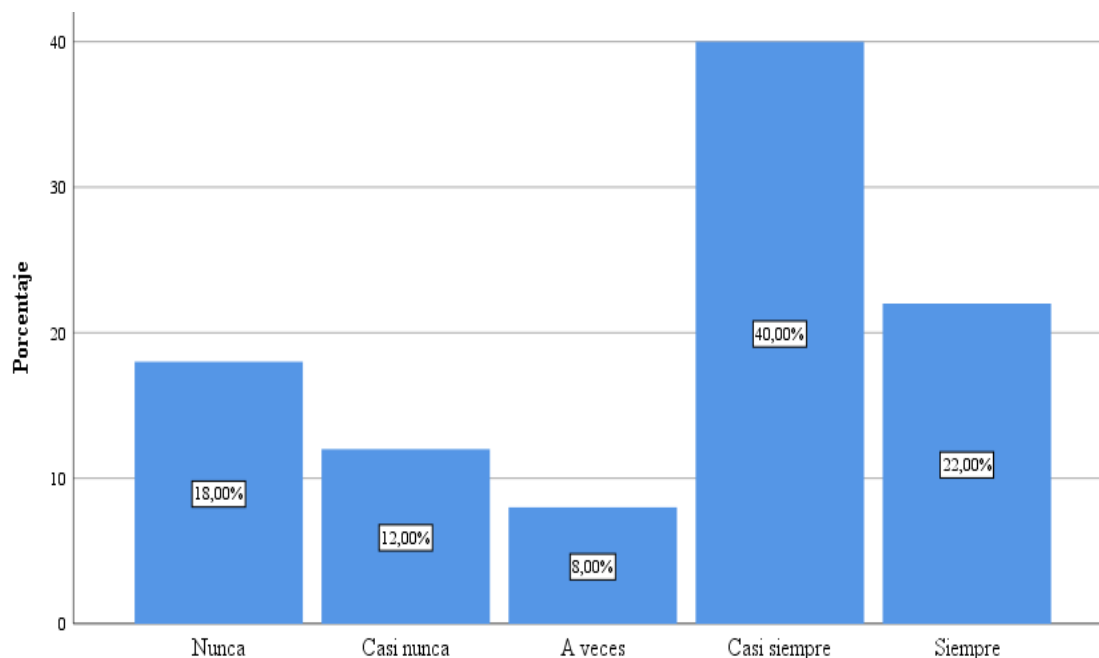


Tabla 6

Las políticas de esta institución responden a las necesidades formativas en investigación, que exige la sociedad actual

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	9	18.0	18.0
Casi nunca	6	15	12.0	30.0
A veces	4	19	8.0	38.0
Casi siempre	20	39	40.0	78.0
Siempre	11	50	22.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 4 y la Tabla 6 muestran los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Las políticas de esta institución responden a las necesidades formativas en investigación, que exige la sociedad actual”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Este análisis

permite valorar el grado en que los trabajadores perciben alineación entre las políticas institucionales y las demandas contemporáneas en el ámbito de la investigación social.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 40.0%. Este resultado indica que una parte significativa de los trabajadores percibe que la institución, de manera frecuente, diseña e implementa políticas formativas en sintonía con las exigencias actuales del entorno. Esto refleja una imagen institucional receptiva, aunque aún con margen para una respuesta más constante y efectiva.

En segundo lugar, el 22.0% de los encuestados eligió la opción “Siempre”, lo que evidencia que un sector importante del personal reconoce en la organización una clara orientación hacia la formación en investigación con pertinencia social. Esta percepción refuerza positivamente la imagen institucional, al asociarla con una visión moderna y comprometida con el desarrollo académico y científico.

Sin embargo, un 18.0% de los trabajadores respondió “Nunca”, lo cual representa un resultado preocupante. Este grupo manifiesta que las políticas institucionales no responden en absoluto a las necesidades actuales, lo que puede revelar desconexión, falta de comunicación o debilidades estructurales en la gestión académica.

A continuación, el 12.0% indicó “Casi nunca”, lo cual también señala una percepción negativa, aunque con un matiz menor. Este resultado sugiere que existen experiencias laborales donde las políticas se perciben como desactualizadas o ineficientes.

Finalmente, el 8.0% eligió la opción “A veces”, lo que evidencia una percepción ambigua o intermitente. En este caso, las políticas podrían ser vistas como ocasionalmente pertinentes, pero sin consistencia en su aplicación ni impacto.

En conjunto, el 62.0% de los trabajadores (“casi siempre” y “siempre”) tiene una percepción positiva de la imagen institucional en relación con la formación investigativa. No obstante, el 38.0% presenta percepciones neutras o negativas, lo que evidencia una polarización que debe ser atendida mediante el fortalecimiento de políticas inclusivas, actualizadas y visibilizadas, alineadas con las exigencias del entorno académico y social actual.

Figura 5

Esta institución asume la responsabilidad social que se deriven del desarrollo de las actividades

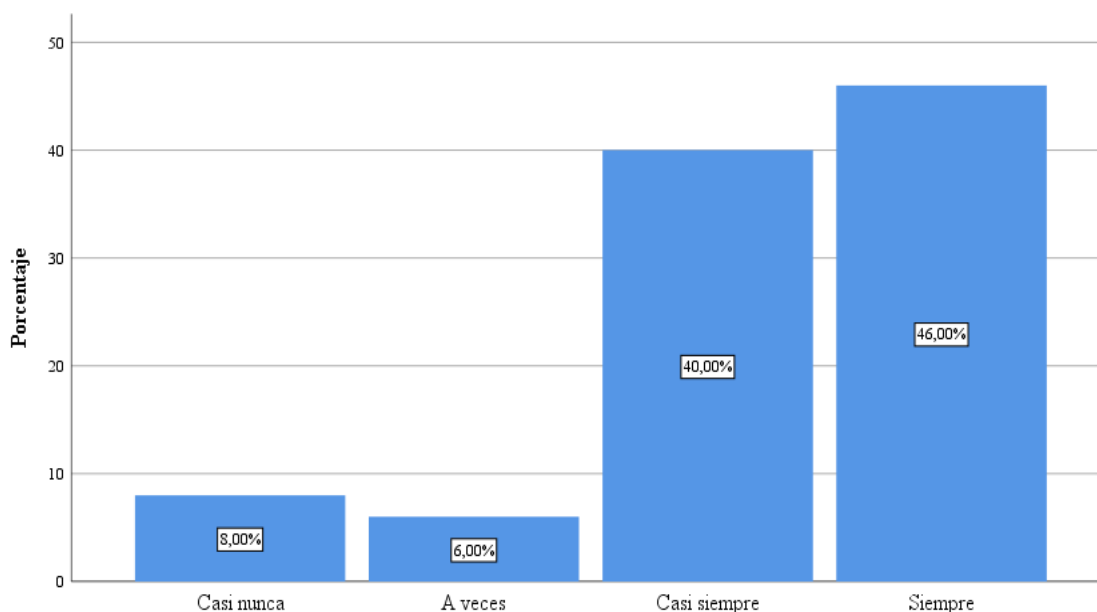


Tabla 7

Esta institución asume la responsabilidad social que se deriven del desarrollo de las actividades

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	4	4	8.0	8.0
A veces	3	7	6.0	14.0
Casi siempre	20	27	40.0	54.0
Siempre	23	50	46.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 5 y la Tabla 7 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Esta institución asume la responsabilidad social que se derive del desarrollo de las actividades”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. El análisis de las respuestas evidencia el nivel de compromiso percibido por los trabajadores en relación con la función social que desempeña ASINVESTIGA PERÚ.

El porcentaje más alto corresponde a la opción “Siempre” con un 46.0%. Este resultado indica que casi la mitad de los trabajadores considera que la institución asume de manera constante y comprometida su responsabilidad social, lo cual proyecta una imagen sólida, ética y con conciencia de su impacto en el entorno. Esta percepción refuerza la identidad institucional como una entidad responsable y orientada al bien común.

En segundo lugar, el 40.0% eligió la opción “Casi siempre”, lo que demuestra que un segmento significativo de los colaboradores reconoce un cumplimiento frecuente de dicha responsabilidad. Aunque no es absoluta, esta percepción es altamente positiva y muestra que, en la práctica cotidiana, la institución mantiene un vínculo social activo y coherente con su misión.

En contraste, el 8.0% de los trabajadores respondió “Casi nunca”, lo cual representa una percepción crítica que sugiere la existencia de áreas o experiencias específicas en las que la responsabilidad social no se manifiesta con claridad. Esto podría estar relacionado con fallas en la comunicación institucional o con la falta de estrategias visibles en determinados contextos.

Finalmente, el 6.0% indicó “A veces”, reflejando una percepción ambigua o esporádica. Este grupo reconoce la presencia ocasional de acciones de responsabilidad social, pero no percibe una política institucional sólida ni sostenida al respecto.

En conjunto, los datos de la Figura 5 y Tabla 7 revelan que el 86.0% de los trabajadores (sumando “siempre” y “casi siempre”) percibe que ASINVESTIGA PERÚ asume de manera activa su responsabilidad social, lo que fortalece su imagen institucional ante la comunidad interna y externa. Sin embargo, el 14.0% restante con percepciones neutras o negativas evidencia la necesidad de reforzar y visibilizar aún más estas acciones, promoviendo una cultura organizacional donde la responsabilidad social sea transversal y reconocida por todos los miembros de la institución.

Figura 6

Me siento satisfecho porque en esta institución existe buen nivel de organización, orden y disciplina

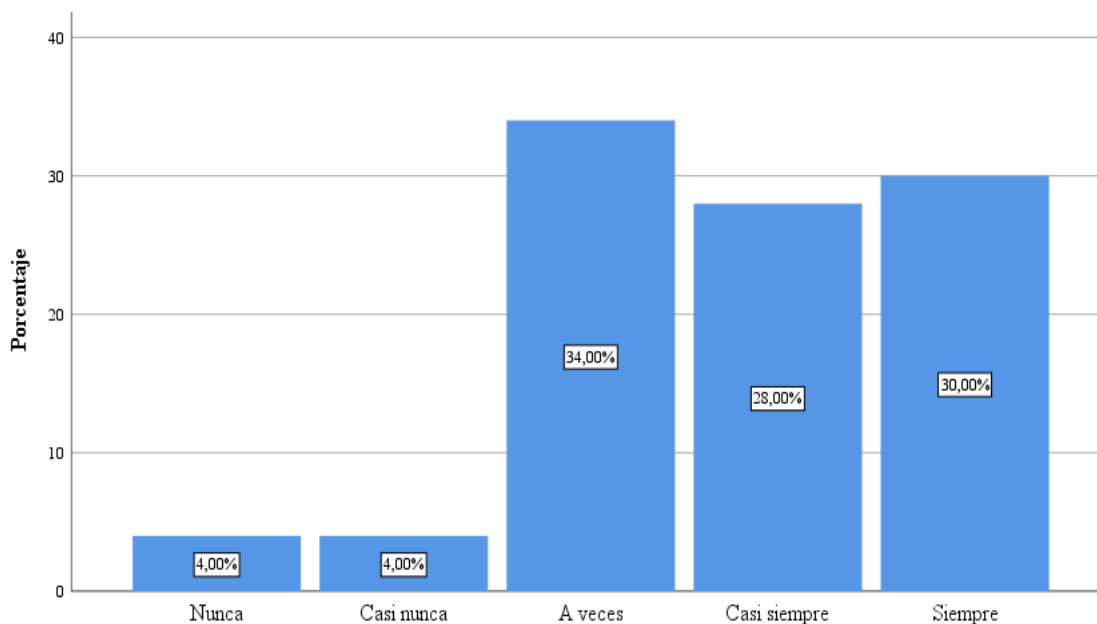


Tabla 8

Me siento satisfecho porque en esta institución existe buen nivel de organización, orden y disciplina

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2	4.0	4.0
Casi nunca	2	4	4.0	8.0
A veces	17	21	34.0	42.0
Casi siempre	14	35	28.0	70.0
Siempre	15	50	30.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 6 y la Tabla 8 presentan los resultados relacionados con la afirmación: “Me siento satisfecho porque en esta institución existe buen nivel de organización, orden y disciplina”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta percepción es fundamental

para evaluar cómo los trabajadores valoran la estructura interna y el funcionamiento institucional de ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “A veces” con un 34.0%, lo cual refleja que una parte considerable de los trabajadores percibe de manera intermitente la existencia de organización, orden y disciplina. Esta respuesta evidencia una percepción moderada y fluctuante, donde la satisfacción con el entorno organizativo no es constante ni plenamente consolidada.

En segundo lugar, un 30.0% de los encuestados respondió “Siempre”, lo que indica que casi un tercio de los trabajadores se siente totalmente satisfecho con los niveles organizativos y disciplinarios. Esta percepción refleja una imagen institucional positiva, asociada al cumplimiento de normas, coordinación efectiva y claridad en los procesos.

Le sigue la opción “Casi siempre” con un 28.0%. Este grupo también reconoce un entorno laboral ordenado y disciplinado de forma regular, aunque con posibles excepciones o áreas de mejora. Sumado al grupo anterior, se obtiene un 58.0% de respuestas favorables, lo cual es significativo para la evaluación institucional.

En contraste, un 4.0% señaló “Nunca” sentirse satisfecho con el nivel de organización, y otro 4.0% indicó “Casi nunca”. Aunque estos porcentajes son bajos, no deben pasarse por alto, ya que reflejan experiencias negativas o percepciones críticas que pueden afectar el clima organizacional si no se atienden adecuadamente.

En conjunto, los resultados de la Figura 6 y Tabla 8 muestran que el 58.0% de los trabajadores tiene una percepción positiva (“casi siempre” y “siempre”) respecto al nivel de organización, mientras que el 34.0% mantiene una posición neutra (“a veces”) y un 8.0% expresa insatisfacción. Estos datos sugieren que, si bien existe una valoración mayoritaria favorable, es necesario fortalecer la consistencia de las prácticas organizativas para lograr una percepción más uniforme y consolidar una imagen institucional basada en el orden, la eficiencia y la disciplina.

Figura 7

Los problemas y dificultades que suelen darse en esta institución se resuelven con prontitud

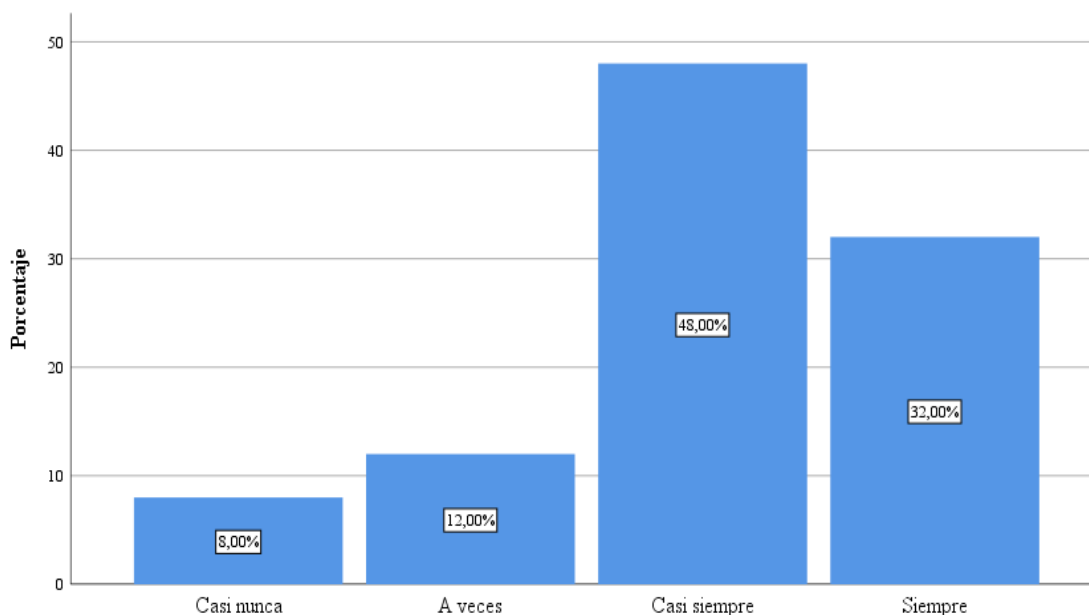


Tabla 9

Los problemas y dificultades que suelen darse en esta institución se resuelven con prontitud

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	4	4	8.0	8.0
A veces	6	10	12.0	20.0
Casi siempre	24	34	48.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 7 y la Tabla 9 presentan los resultados correspondientes a la afirmación: “Los problemas y dificultades que suelen darse en esta institución se resuelven con prontitud”, vinculada a la variable independiente Imagen Institucional. Esta percepción permite evaluar la capacidad de respuesta y gestión interna de ASINVESTIGA PERÚ frente a situaciones adversas, lo cual influye directamente en la confianza del personal y en la proyección institucional.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 48.0%. Este resultado indica que casi la mitad de los trabajadores considera que la institución actúa con eficiencia y rapidez ante los problemas, lo que refleja una estructura operativa funcional, con mecanismos de atención y resolución bastante efectivos en la mayoría de los casos.

En segundo lugar, el 32.0% respondió “Siempre”, lo que refuerza aún más la percepción positiva. Este grupo de trabajadores manifiesta plena confianza en la capacidad de la institución para resolver conflictos de forma inmediata, lo cual habla de una organización ágil, con liderazgo proactivo y procesos internos bien establecidos para atender contingencias.

Por otro lado, el 12.0% señaló la opción “A veces”, lo cual evidencia una percepción intermedia. Este grupo considera que la resolución de problemas no es consistente, sino que varía dependiendo del tipo de dificultad, del área implicada o de los responsables a cargo, lo que podría reflejar ciertas debilidades en la sistematización de las soluciones.

Finalmente, el 8.0% indicó “Casi nunca”, lo cual representa una percepción crítica y minoritaria. Estos trabajadores no identifican una respuesta oportuna ante las dificultades, lo cual puede generar desmotivación y desconfianza, afectando la imagen institucional y el clima laboral.

En síntesis, los resultados de la Figura 7 y Tabla 9 evidencian que el 80.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) percibe una gestión eficiente en la resolución de problemas, lo cual fortalece la imagen institucional de ASINVESTIGA PERÚ como una organización resolutiva. No obstante, el 20.0% restante, con percepciones neutras o negativas, señala la necesidad de continuar mejorando los canales de comunicación, respuesta y seguimiento ante las dificultades internas para lograr una percepción más uniforme y positiva.

Figura 8

Los procedimientos administrativos en esta organización están debidamente identificados y se desarrollan con celeridad

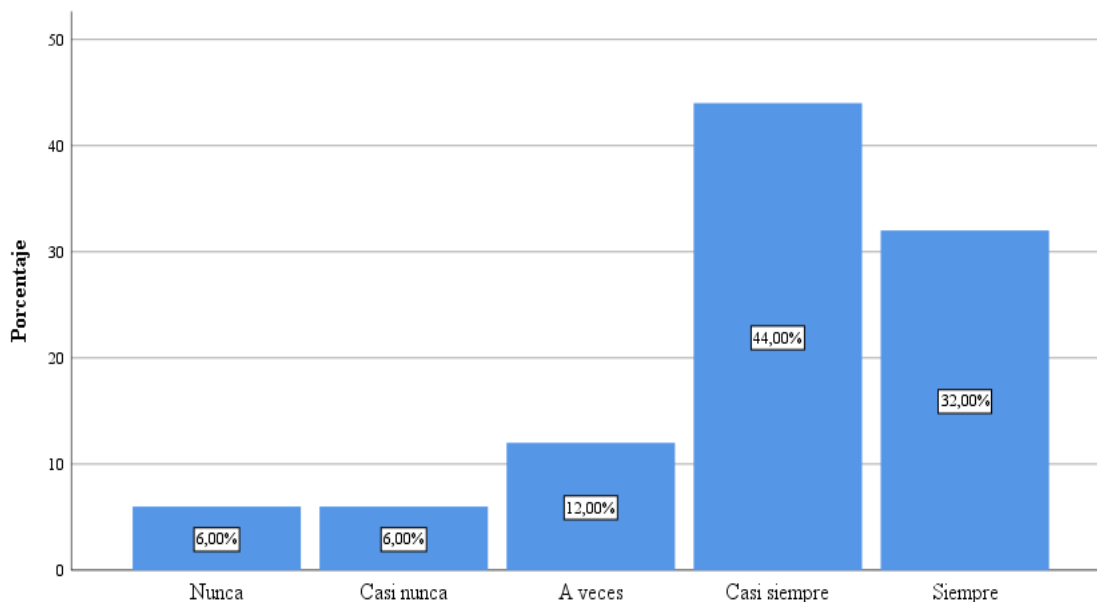


Tabla 10

Los procedimientos administrativos en esta organización están debidamente identificados y se desarrollan con celeridad

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	3	6.0	6.0
Casi nunca	3	6	6.0	12.0
A veces	6	12	12.0	24.0
Casi siempre	22	44	44.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 8 y la Tabla 10 muestran los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Los procedimientos administrativos en esta organización están debidamente identificados y se desarrollan con celeridad”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta

pregunta permite valorar la percepción del personal sobre la claridad y eficiencia de los procesos administrativos en ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 44.0%. Esto indica que una parte importante de los trabajadores considera que los procedimientos administrativos suelen estar bien definidos y se ejecutan con rapidez en la mayoría de los casos. Este resultado refleja una estructura organizacional funcional y con procesos en su mayoría estandarizados, aunque con ciertas oportunidades de mejora.

Le sigue la opción “Siempre” con un 32.0%, lo cual refuerza la percepción positiva sobre la gestión administrativa. Este grupo manifiesta plena satisfacción respecto al orden y agilidad con la que se desarrollan los procedimientos, lo cual es un factor clave en la construcción de una imagen institucional eficiente y confiable.

Por otro lado, el 12.0% eligió la opción “A veces”, reflejando una percepción neutral. Estos trabajadores consideran que la identificación y ejecución de procedimientos administrativos no es constante, lo que puede deberse a variaciones en la carga de trabajo, comunicación interna deficiente o falta de uniformidad en los procesos.

En los extremos críticos, un 6.0% señaló “Nunca” y otro 6.0% “Casi nunca”, lo cual suma un 12.0% de respuestas negativas. Este grupo expresa que los procedimientos no están claramente establecidos o no se ejecutan con prontitud, lo cual puede generar frustración, lentitud operativa y percepción de desorganización.

En conjunto, los resultados de la Figura 8 y Tabla 10 reflejan que el 76.0% del personal encuestado (sumando “siempre” y “casi siempre”) percibe que los procedimientos administrativos están bien definidos y se realizan con celeridad, lo que fortalece la imagen institucional. No obstante, el 24.0% restante con percepciones neutras o negativas evidencia la necesidad de reforzar la estandarización, capacitación y supervisión de los procesos administrativos para lograr mayor eficiencia y confianza organizacional.

Figura 9

La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta organización

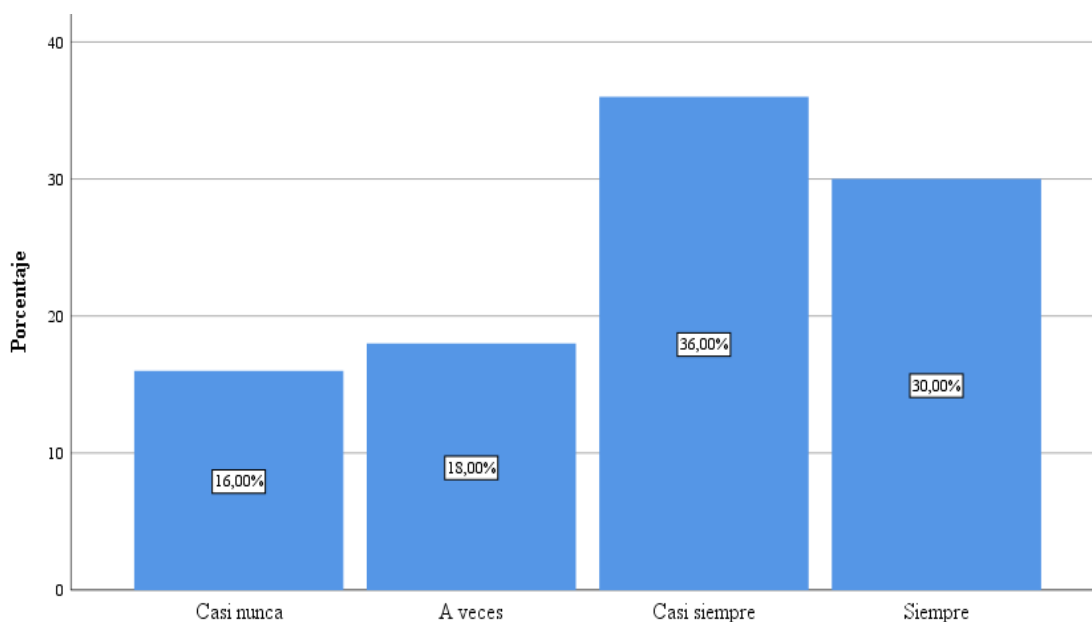


Tabla 11

La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta organización

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	8	8	16.0	16.0
A veces	9	17	18.0	34.0
Casi siempre	18	35	36.0	70.0
Siempre	15	50	30.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 9 y la Tabla 11 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta organización”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta afirmación permite conocer la percepción de los trabajadores sobre el clima de colaboración y apoyo mutuo dentro de ASINVESTIGA PERÚ, elementos esenciales para una cultura organizacional cohesionada.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 36.0%, lo cual revela que una parte importante de los trabajadores percibe que los valores de cooperación y solidaridad se practican de forma habitual, aunque no en su totalidad. Esta percepción sugiere la existencia de una base cultural positiva, pero con necesidad de reforzarse para lograr mayor consistencia.

Le sigue la opción “Siempre” con un 30.0%. Este grupo considera que la cooperación y el trabajo solidario están plenamente integrados en la dinámica institucional. Esta percepción fortalece la imagen organizacional, ya que refleja un entorno donde se promueve el trabajo en equipo, el respeto mutuo y el compromiso colectivo.

Por otro lado, el 18.0% de los trabajadores indicó “A veces”, lo que representa una postura neutral. Para estos trabajadores, la práctica de los valores mencionados no es constante, lo que podría reflejar diferencias en los estilos de liderazgo, en la cultura de determinadas áreas o en la falta de mecanismos que promuevan activamente la colaboración.

Finalmente, el 16.0% respondió “Casi nunca”, evidenciando una percepción negativa sobre la práctica de estos valores en la institución. Este resultado implica un reto importante, ya que un ambiente carente de cooperación puede generar conflictos, aislamiento laboral y debilitar la cohesión institucional.

En resumen, los resultados de la Figura 9 y Tabla 11 muestran que el 66.0% de los trabajadores (sumando “siempre” y “casi siempre”) percibe que la cooperación y el trabajo solidario son valores presentes en la organización, lo cual proyecta una imagen institucional favorable. Sin embargo, el 34.0% restante, con percepciones neutras o negativas, indica la necesidad de fortalecer espacios de integración, colaboración y trabajo en equipo para consolidar estos valores como parte esencial de la cultura organizacional.

Figura 10

En esta organización el personal brinda un buen trato a los usuarios

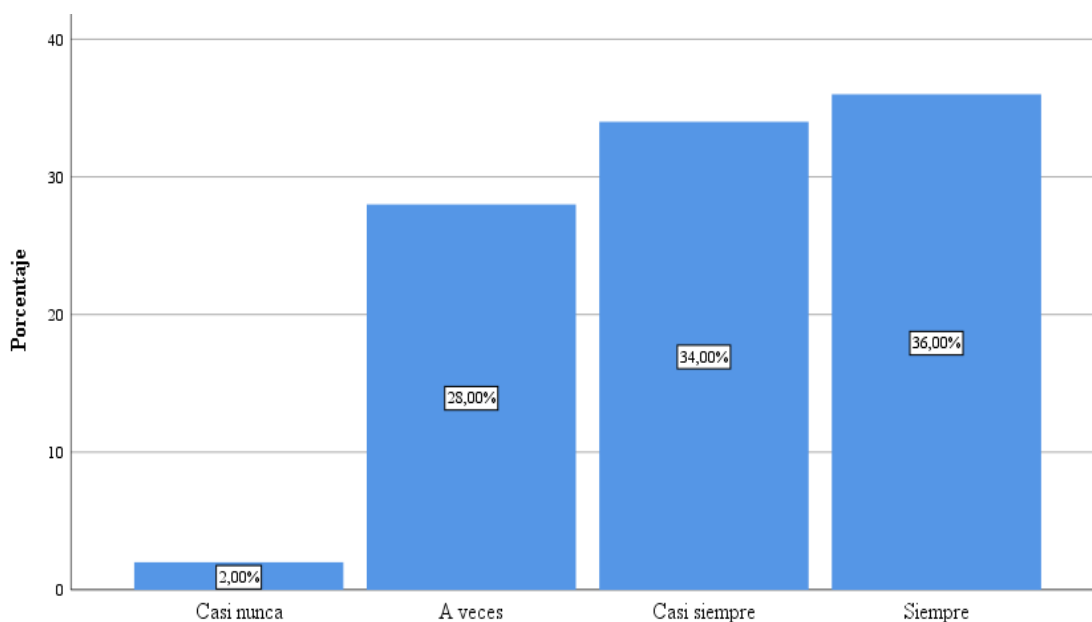


Tabla 12

En esta organización el personal brinda un buen trato a los usuarios

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	1	2.0	2.0
A veces	14	15	28.0	30.0
Casi siempre	17	32	34.0	64.0
Siempre	18	50	36.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 10 y la Tabla 12 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “En esta organización el personal brinda un buen trato a los usuarios”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta dimensión es clave, ya que la calidad del trato al usuario influye directamente en la percepción externa de la organización y en su legitimidad social.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Siempre” con un 36.0%, lo que indica que más de un tercio de los trabajadores percibe que el trato al usuario es consistentemente adecuado

y cordial. Esta percepción refleja una cultura organizacional orientada al respeto, la empatía y el servicio, lo que fortalece notablemente la imagen institucional.

Le sigue la opción “Casi siempre” con un 34.0%, lo cual también representa una valoración positiva. Este grupo considera que, aunque pueden existir algunas excepciones, el buen trato al usuario es una práctica común y sostenida en la organización. Sumados ambos porcentajes, se obtiene un 70.0% de respuestas favorables, lo que evidencia una fuerte tendencia institucional hacia la atención de calidad.

En tercer lugar, el 28.0% de los trabajadores respondió “A veces”, reflejando una percepción neutral. Este grupo considera que la calidad del trato no es constante y que puede depender de factores como el área de atención, la carga laboral o la actitud individual del personal. Esta respuesta indica oportunidades de mejora en la estandarización del servicio.

Finalmente, el 2.0% señaló “Casi nunca”, lo que representa una percepción crítica, aunque minoritaria. Este grupo percibe que la atención al usuario no cumple con estándares adecuados de cordialidad, lo que podría afectar directamente la imagen institucional si estas experiencias no son atendidas oportunamente.

En conjunto, los resultados de la Figura 10 y Tabla 12 revelan que el 70.0% del personal encuestado valora positivamente el trato que se brinda a los usuarios, lo que posiciona a ASINVESTIGA PERÚ como una organización con orientación al servicio. No obstante, el 30.0% restante, con percepciones neutras o negativas, sugiere la necesidad de reforzar capacitaciones en atención al usuario, mejorar la supervisión del servicio y promover una cultura institucional centrada en la excelencia del trato humano.

Figura 11

En esta organización el personal toma en cuenta la opinión de los usuarios

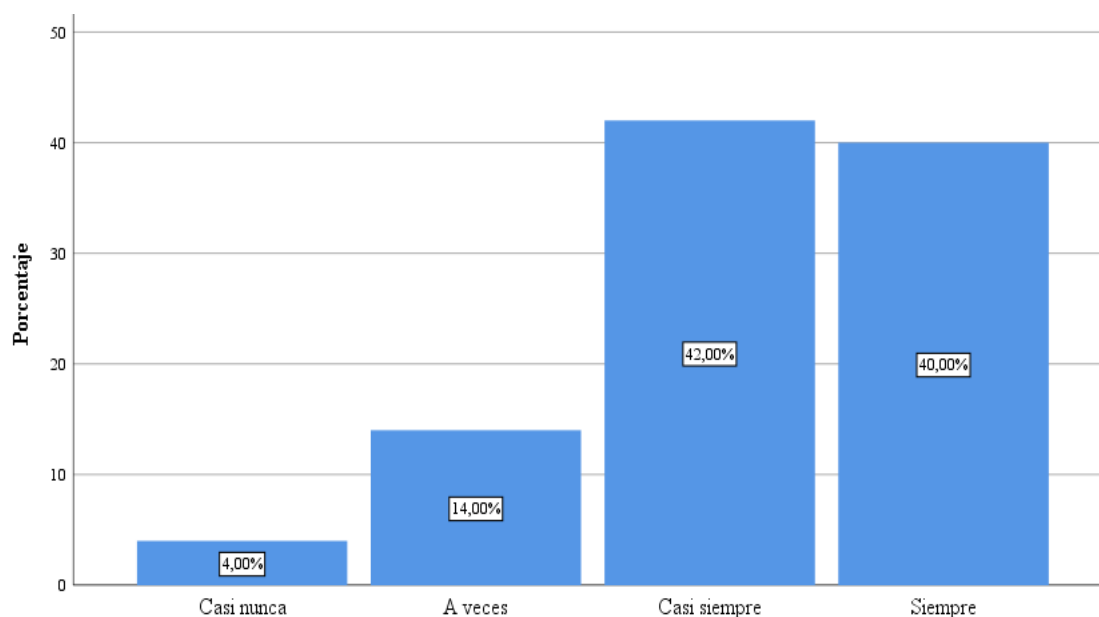


Tabla 13

En esta organización el personal toma en cuenta la opinión de los usuarios

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	7	9	14.0	18.0
Casi siempre	21	30	42.0	60.0
Siempre	20	50	40.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 11 y la Tabla 13 muestran los resultados relacionados con la afirmación: “En esta organización el personal toma en cuenta la opinión de los usuarios”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta dimensión permite evaluar el nivel de apertura y receptividad que tiene la organización hacia las necesidades y sugerencias de sus usuarios, lo cual es un componente esencial de una gestión participativa y orientada a la mejora continua.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 42.0%, lo cual indica que una parte considerable de los trabajadores percibe que el personal de ASINVESTIGA PERÚ considera con frecuencia las opiniones de los usuarios. Este resultado refleja una cultura institucional relativamente abierta al diálogo, aunque con ciertos márgenes de mejora en cuanto a la sistematización de la retroalimentación.

En segundo lugar, un 40.0% de los encuestados respondió “Siempre”, lo que evidencia una percepción muy favorable. Este grupo reconoce una práctica constante de escucha activa, lo que fortalece la imagen institucional y proyecta una organización comprometida con la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

El 14.0% indicó la opción “A veces”, lo que representa una percepción intermedia. Estos trabajadores perciben que la consideración de las opiniones de los usuarios es ocasional y no responde a una política institucional claramente definida, lo que puede reflejar falta de canales formales de retroalimentación o escasa comunicación interna al respecto.

Finalmente, el 4.0% respondió “Casi nunca”, lo que revela una percepción crítica, aunque minoritaria. Este grupo considera que no se toman en cuenta las sugerencias o comentarios de los usuarios, lo que podría afectar la percepción externa y generar desconfianza si no se actúa correctivamente.

En conjunto, los resultados de la Figura 11 y Tabla 13 muestran que el 82.0% de los trabajadores (“siempre” y “casi siempre”) perciben una actitud positiva por parte del personal hacia las opiniones de los usuarios, lo cual fortalece la imagen institucional como una organización participativa y orientada a la mejora. Sin embargo, el 18.0% con percepciones neutras o negativas sugiere que es necesario seguir promoviendo canales eficaces de escucha activa, y garantizar que la retroalimentación del usuario sea considerada en la toma de decisiones y mejora de los servicios.

Figura 12

Está satisfecho con la puntualidad en el trabajo que se desarrolla en esta institución

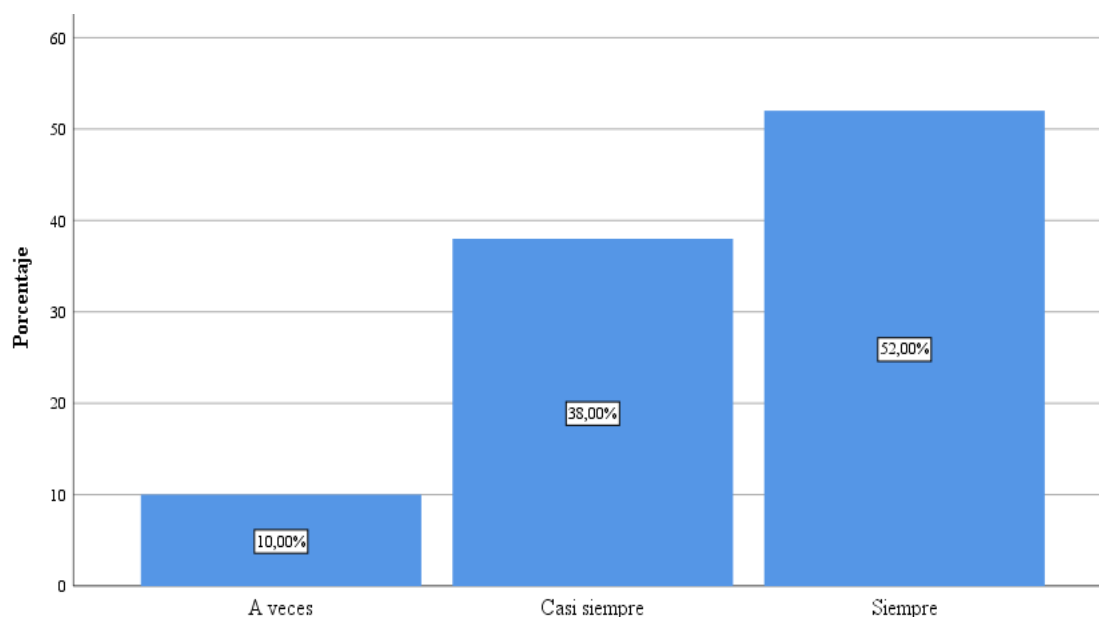


Tabla 14

Está satisfecho con la puntualidad en el trabajo que se desarrolla en esta institución

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	5	5	10.0	10.0
Casi siempre	19	24	38.0	48.0
Siempre	26	50	52.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 12 y la Tabla 14 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Está satisfecho con la puntualidad en el trabajo que se desarrolla en esta institución”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta dimensión permite evaluar el grado de cumplimiento en los tiempos establecidos para el desarrollo de labores, lo cual influye directamente en la percepción de eficiencia y compromiso organizacional.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Siempre” con un 52.0%. Esto indica que más de la mitad de los trabajadores manifiesta una percepción altamente positiva sobre la puntualidad institucional. Este resultado refleja una cultura organizacional disciplinada, donde los

tiempos de trabajo y entrega se respetan sistemáticamente, fortaleciendo así la imagen institucional como responsable y confiable.

En segundo lugar, un 38.0% señaló la opción “Casi siempre”, lo que también representa una percepción favorable. Este grupo considera que, en general, la organización cumple con los plazos y tiempos establecidos, aunque pueden presentarse situaciones ocasionales que afecten la puntualidad. Esta valoración sugiere un funcionamiento estable con oportunidades puntuales de mejora.

Por otro lado, el 10.0% respondió “A veces”, lo cual refleja una percepción intermedia o ambigua. Para este grupo, la puntualidad no es constante ni plenamente garantizada, lo que podría deberse a factores como la falta de control en los procesos, debilidades en la gestión del tiempo o incumplimientos no corregidos en determinadas áreas.

En conjunto, los datos de la Figura 12 y Tabla 14 revelan que el 90.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) está satisfecho con la puntualidad en el trabajo institucional, lo cual fortalece significativamente la imagen de ASINVESTIGA PERÚ como una organización eficiente, organizada y comprometida con el cumplimiento de sus objetivos. Sin embargo, el 10.0% con percepción neutral señala la importancia de continuar monitoreando y reforzando el cumplimiento de tiempos y plazos, especialmente en áreas donde puedan presentarse desviaciones o retrasos. Esto permitirá consolidar una imagen institucional aún más sólida y confiable.

Figura 13

Todos los estamentos de esta organización trabajen coordinadamente

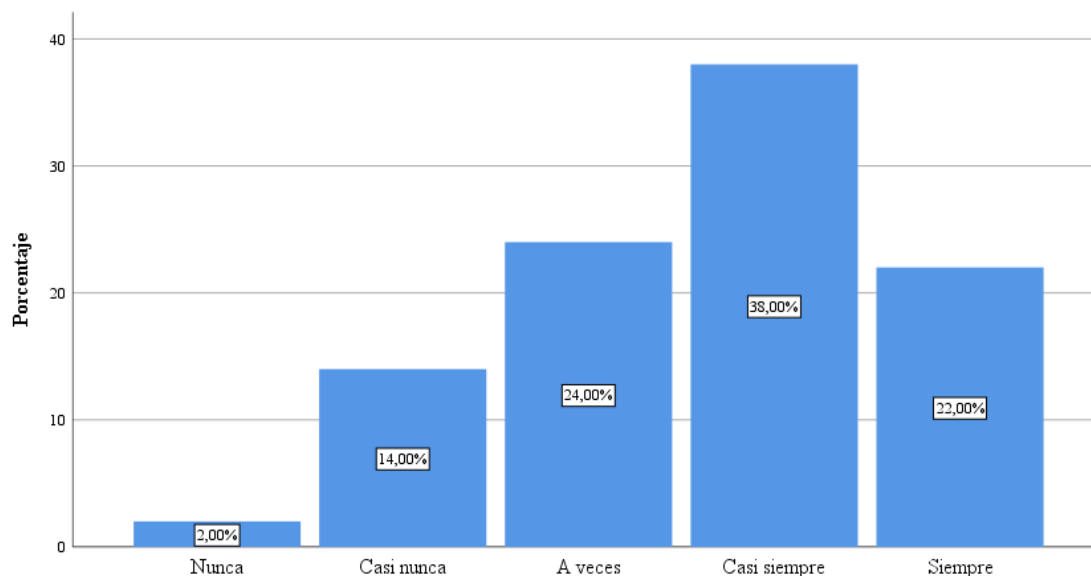


Tabla 15

Todos los estamentos de esta organización trabajen coordinadamente

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1	2.0	2.0
Casi nunca	7	8	14.0	16.0
A veces	12	20	24.0	40.0
Casi siempre	19	39	38.0	78.0
Siempre	11	50	22.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 13 y la Tabla 15 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Todos los estamentos de esta organización trabajan coordinadamente”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta dimensión permite valorar el nivel de articulación interna entre las diferentes áreas o niveles jerárquicos de ASINVESTIGA PERÚ, aspecto fundamental para una gestión eficiente y coherente.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 38.0%, lo que indica que una parte significativa de los trabajadores percibe que existe una coordinación frecuente entre los estamentos organizacionales. Este resultado sugiere que los procesos internos se desarrollan de forma mayormente articulada, aunque aún pueden presentarse casos de desalineación o falta de comunicación interna.

En segundo lugar, el 24.0% de los encuestados eligió la opción “A veces”, lo que refleja una percepción intermedia. Este grupo considera que la coordinación entre los diferentes niveles organizacionales no es constante y puede depender del tipo de actividad, del liderazgo o del contexto operativo. Esta respuesta evidencia oportunidades de mejora en la sistematización de los mecanismos de trabajo conjunto.

El 22.0% respondió “Siempre”, lo cual muestra que una proporción relevante de trabajadores percibe una coordinación plena y sostenida en toda la organización. Esta valoración aporta de manera positiva a la imagen institucional, al proyectar una estructura organizada, con comunicación fluida y procesos integrados.

Por otro lado, el 14.0% señaló “Casi nunca”, lo cual representa una percepción crítica. Este grupo percibe que la coordinación es poco frecuente, lo que podría generar duplicidad de esfuerzos, desorganización o desinformación en la ejecución de actividades institucionales.

Finalmente, el 2.0% respondió “Nunca”, lo que indica una percepción severamente negativa, aunque minoritaria. Esta opinión puede deberse a experiencias individuales desfavorables o a deficiencias específicas en determinados equipos o niveles jerárquicos.

En conjunto, los datos de la Figura 13 y Tabla 15 evidencian que el 60.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) percibe una coordinación efectiva entre los estamentos, lo cual contribuye positivamente a la imagen institucional. Sin embargo, el 40.0% restante presenta percepciones neutras o negativas, lo que subraya la necesidad de fortalecer canales de comunicación interna, establecer mecanismos formales de coordinación y promover una cultura organizacional basada en la colaboración interna.

Figura 14

Existe unidad de criterios para el desempeño laboral de los trabajadores de esta institución

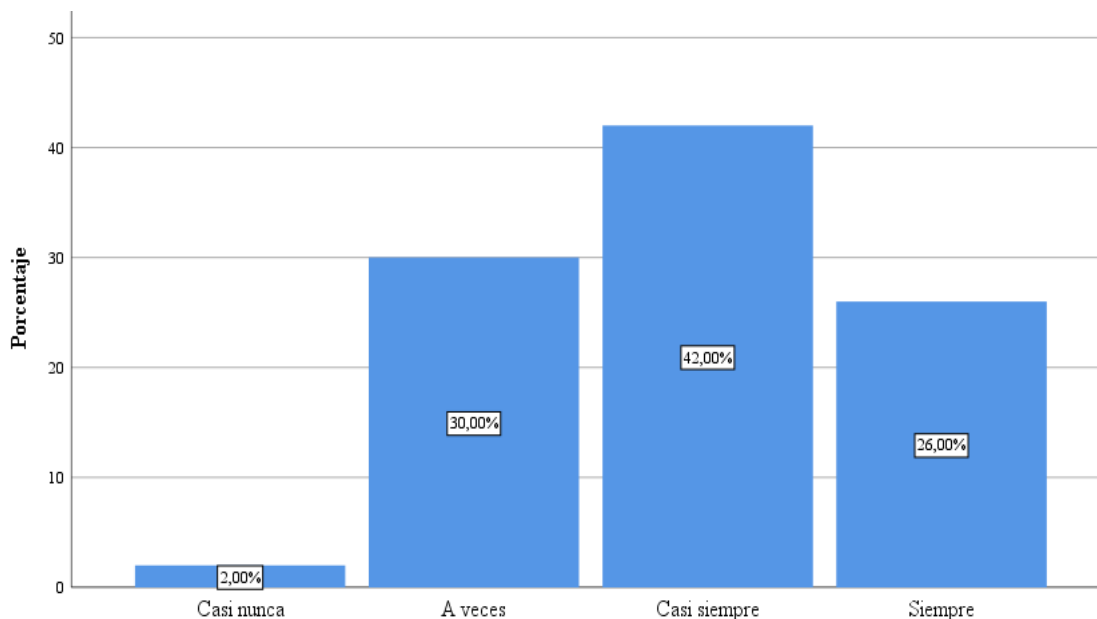


Tabla 16

Existe unidad de criterios para el desempeño laboral de los trabajadores de esta institución

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	1	2.0	2.0
A veces	15	16	30.0	32.0
Casi siempre	21	37	42.0	74.0
Siempre	13	50	26.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 14 y la Tabla 16 muestran los resultados correspondientes a la afirmación: “Existe unidad de criterios para el desempeño laboral de los trabajadores de esta institución”, asociada a la variable independiente Imagen Institucional. Esta dimensión permite analizar el grado de coherencia y alineación en las pautas y estándares que guían el trabajo del personal dentro de ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 42.0%, lo que sugiere que una porción importante de los trabajadores percibe que existe una unidad de criterios en el

desarrollo de las funciones laborales, aunque no de forma completamente constante. Esta respuesta refleja avances en la estandarización de procesos y lineamientos, pero también señala la necesidad de afianzar dicha unidad para lograr mayor consistencia institucional.

En segundo lugar, el 30.0% de los encuestados eligió la opción “A veces”, lo que evidencia una percepción intermedia. Este grupo considera que la unidad de criterios existe de forma parcial o irregular, lo cual podría deberse a la falta de normativas claras, a una comunicación interna deficiente o a diferencias en la interpretación de los lineamientos según las áreas o líderes.

La opción “Siempre” fue seleccionada por el 26.0% del personal, lo cual representa una valoración positiva. Estos trabajadores consideran que los criterios para el desempeño están claramente definidos y son aplicados de manera uniforme, lo que favorece la equidad, el orden y la imagen institucional como una entidad con estándares sólidos.

Por otro lado, un 2.0% señaló “Casi nunca”, lo que refleja una percepción negativa, aunque minoritaria. Esta opinión puede estar asociada a experiencias específicas de desorganización, falta de directrices claras o diferencias marcadas en las expectativas de desempeño entre áreas o niveles jerárquicos.

En conjunto, los datos de la Figura 14 y Tabla 16 revelan que el 68.0% de los trabajadores (“siempre” y “casi siempre”) considera que hay unidad de criterios en el desempeño laboral, lo cual es un indicador favorable para la imagen institucional. No obstante, el 32.0% restante presenta percepciones neutrales o negativas, lo que señala la necesidad de reforzar la claridad en los lineamientos, promover capacitaciones y asegurar la coherencia en su aplicación, con el fin de consolidar una cultura organizacional homogénea y eficaz.

Figura 15

Considera que en esta organización se trate de manera equitativa a todos los usuarios

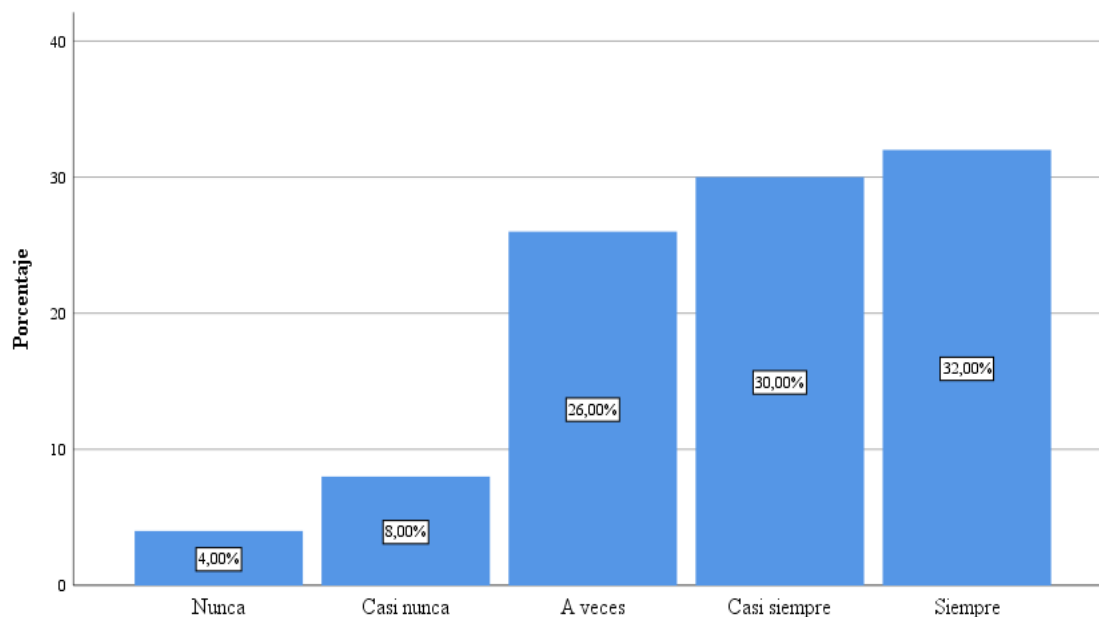


Tabla 17

Considera que en esta organización se trate de manera equitativa a todos los usuarios

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2	4.0	4.0
Casi nunca	4	6	8.0	12.0
A veces	13	19	26.0	38.0
Casi siempre	15	34	30.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 15 y la Tabla 17 presentan los resultados obtenidos en relación con la afirmación: “Considera que en esta organización se trate de manera equitativa a todos los usuarios”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta afirmación permite valorar la percepción del personal sobre el grado de justicia, imparcialidad y respeto en el trato que la institución brinda a su público externo.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Siempre” con un 32.0%. Este grupo de trabajadores considera que la organización aplica principios de equidad en todos los casos, lo cual fortalece de forma significativa la imagen institucional, proyectando un trato justo, respetuoso y sin discriminación hacia los usuarios.

Le sigue la opción “Casi siempre” con un 30.0%, lo cual refleja una valoración mayoritariamente positiva. Estos trabajadores perciben que, en general, se mantiene un trato equitativo, aunque podrían existir excepciones puntuales. Esta percepción sugiere que la organización tiene políticas claras, pero que podría mejorar en la uniformidad de su aplicación.

En tercer lugar, el 26.0% de los encuestados señaló la opción “A veces”, lo que denota una percepción intermedia. Este grupo considera que la equidad en el trato no es constante, lo cual puede deberse a criterios poco claros, diferencias entre áreas o situaciones no gestionadas adecuadamente. Esto representa una oportunidad de mejora en la formación del personal y en el monitoreo del servicio.

Por otro lado, el 8.0% respondió “Casi nunca”, y el 4.0% eligió “Nunca”, sumando un 12.0% de percepciones negativas. Estos trabajadores consideran que existe un trato desigual hacia los usuarios, lo que puede deberse a favoritismos, falta de control o deficiencias en los procesos de atención. Esta percepción representa un riesgo para la imagen institucional y debe ser abordada con urgencia.

En conjunto, los datos de la Figura 15 y Tabla 17 revelan que el 62.0% del personal encuestado (sumando “siempre” y “casi siempre”) percibe un trato equitativo hacia los usuarios, lo que refuerza una imagen institucional comprometida con la justicia y la inclusión. Sin embargo, el 38.0% restante con percepciones neutrales o negativas evidencia la necesidad de fortalecer los protocolos de atención, fomentar la cultura del respeto y garantizar mecanismos efectivos de supervisión y retroalimentación que promuevan la equidad de forma transversal en todos los niveles de la organización.

Figura 16

Los recursos con que cuenta esta organización se orientan a garantizar un servicio de calidad para los usuarios

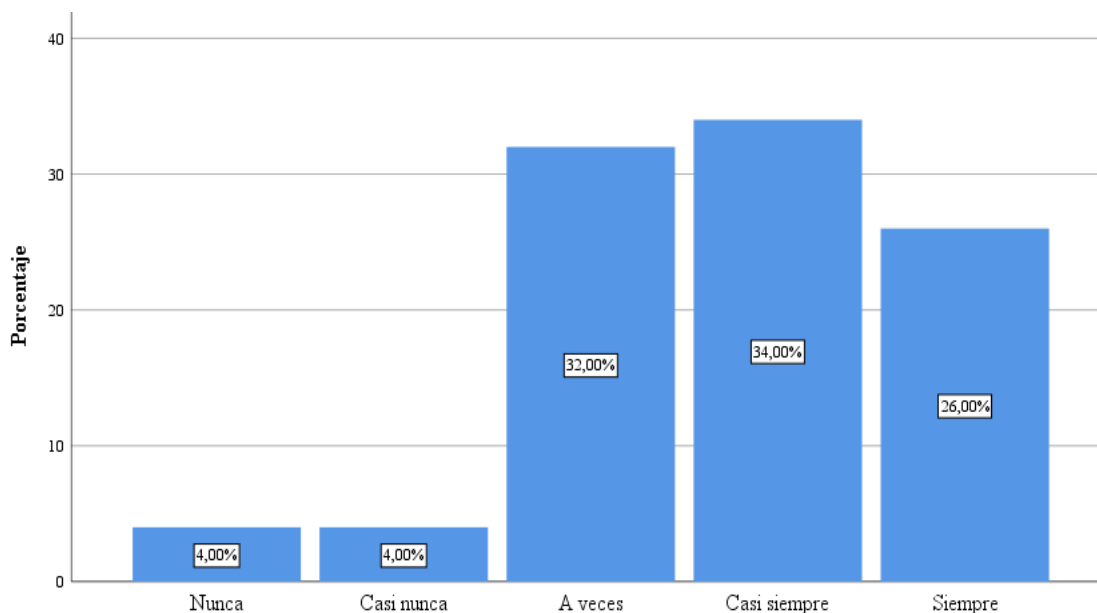


Tabla 18

Los recursos con que cuenta esta organización se orientan a garantizar un servicio de calidad para los usuarios

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2	4.0	4.0
Casi nunca	2	4	4.0	8.0
A veces	16	20	32.0	40.0
Casi siempre	17	37	34.0	74.0
Siempre	13	50	26.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 16 y la Tabla 18 presentan los resultados obtenidos en torno a la afirmación: “Los recursos con que cuenta esta organización se orientan a garantizar un servicio de calidad para los usuarios”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta dimensión permite evaluar cómo perciben los trabajadores la disponibilidad y orientación de los recursos materiales, humanos y tecnológicos en función del servicio brindado.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 34.0%, lo que indica que una parte significativa de los trabajadores percibe que los recursos institucionales suelen estar bien enfocados hacia la mejora del servicio. Sin embargo, esta percepción también sugiere que aún existen ocasiones en que la orientación no es clara o los recursos resultan insuficientes.

En segundo lugar, el 32.0% seleccionó la opción “A veces”, lo que refleja una percepción intermedia. Este grupo considera que la orientación de los recursos hacia la calidad del servicio no es constante y depende de factores como la gestión presupuestal, la planificación interna o las prioridades institucionales. Esta percepción evidencia cierta irregularidad que puede impactar en la imagen organizacional.

El 26.0% de los encuestados respondió “Siempre”, mostrando una percepción favorable. Este grupo sostiene que los recursos están permanentemente alineados con el objetivo de ofrecer un servicio de calidad, lo que fortalece la imagen institucional como una organización eficiente, estratégica y comprometida con sus usuarios.

En los extremos menos favorables, tanto “Nunca” como “Casi nunca” obtuvieron un 4.0% cada uno, sumando un 8.0% de respuestas negativas. Estos trabajadores consideran que los recursos no se emplean adecuadamente o no están orientados a mejorar el servicio, lo cual puede reflejar deficiencias en la gestión, asignación o visibilización del uso de recursos.

En conjunto, los datos de la Figura 16 y Tabla 18 muestran que el 60.0% del personal encuestado (sumando “siempre” y “casi siempre”) percibe una orientación adecuada de los recursos hacia la calidad del servicio, lo que proyecta una imagen institucional funcional y comprometida. No obstante, el 40.0% restante con percepciones neutras o negativas indica la necesidad de reforzar la planificación estratégica, mejorar la comunicación sobre el uso de recursos y asegurar una distribución eficiente que responda directamente a las necesidades de los usuarios.

Figura 17

Existe un interés de toda la organización por hacer bien el servicio a los usuarios

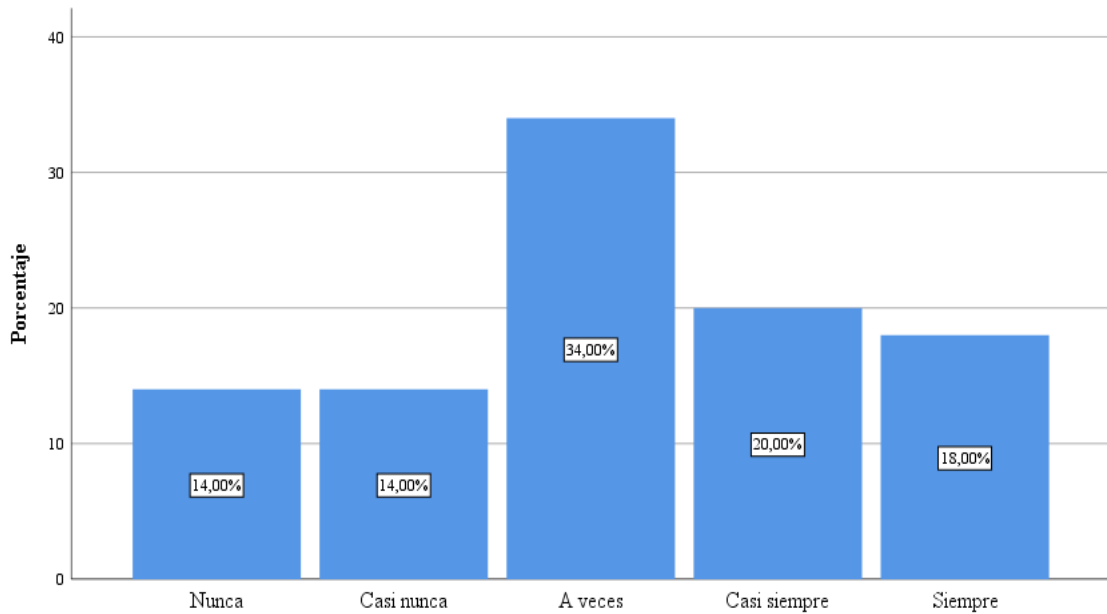


Tabla 19

Existe un interés de toda la organización por hacer bien el servicio a los usuarios

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	7	14.0	14.0
Casi nunca	7	14	14.0	28.0
A veces	17	31	34.0	62.0
Casi siempre	10	41	20.0	82.0
Siempre	9	50	18.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 17 y la Tabla 19 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Existe un interés de toda la organización por hacer bien el servicio a los usuarios”, vinculada a la variable independiente Imagen Institucional. Esta afirmación permite valorar la percepción del compromiso colectivo del personal con la calidad del servicio, un aspecto clave para consolidar una imagen institucional sólida y orientada al usuario.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “A veces” con un 34.0%. Esta respuesta evidencia una percepción moderada respecto al interés institucional por brindar un servicio de calidad. Los trabajadores reconocen que existen esfuerzos en algunos momentos o áreas, pero no se manifiesta de forma generalizada ni sostenida, lo cual indica una debilidad en la cohesión del compromiso organizacional.

Le sigue la opción “Casi nunca” con un 14.0%, empatada con la opción “Nunca”, también con 14.0%. En conjunto, el 28.0% de los encuestados expresa una percepción crítica, señalando que el interés institucional es escaso o inexistente. Esta situación refleja una seria alerta para la imagen de la organización, ya que puede interpretarse como falta de motivación, ausencia de liderazgo o carencia de políticas claras orientadas al usuario.

En cuarto lugar, la opción “Casi siempre” fue seleccionada por el 20.0% de los trabajadores. Este grupo percibe que existe un interés frecuente por mejorar el servicio, aunque posiblemente no es asumido por toda la organización, sino por equipos o personas específicas. Esta valoración indica iniciativas positivas, aunque limitadas o mal articuladas.

Finalmente, el 18.0% respondió “Siempre”, lo que refleja una percepción favorable, aunque minoritaria. Este grupo considera que la organización en su conjunto está comprometida con la excelencia del servicio, lo que proyecta una imagen institucional positiva, aunque claramente aún no es la visión predominante.

En resumen, los resultados de la Figura 17 y Tabla 19 muestran que solo el 38.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe un interés sostenido por brindar un buen servicio, frente a un 62.0% con percepciones neutras o negativas. Esto indica una debilidad considerable en la cultura de calidad de servicio, por lo que se recomienda implementar estrategias de sensibilización, fortalecimiento del liderazgo institucional y mejora de los canales de comunicación interna, con el fin de alinear a todos los estamentos en torno al objetivo común de brindar un servicio de excelencia al usuario.

Figura 18

Los recursos que brinda la organización se caracterizan por ser oportunos y equitativos

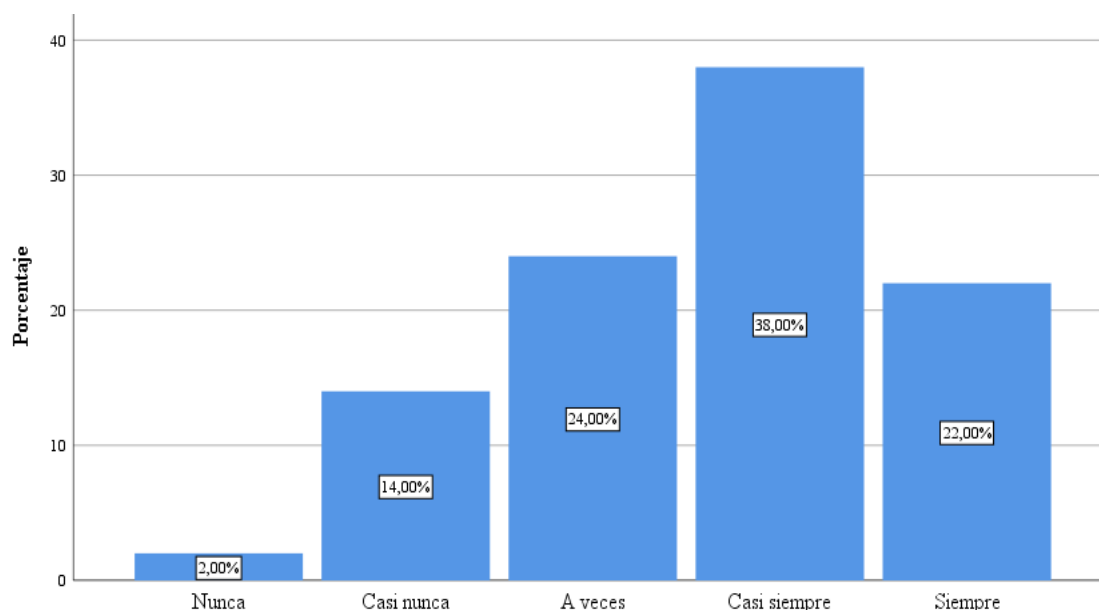


Tabla 20

Los recursos que brinda la organización se caracterizan por ser oportunos y equitativos

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1	2.0	2.0
Casi nunca	7	8	14.0	16.0
A veces	12	20	24.0	40.0
Casi siempre	19	39	38.0	78.0
Siempre	11	50	22.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 18 y la Tabla 20 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Los recursos que brinda la organización se caracterizan por ser oportunos y equitativos”, correspondiente a la variable independiente Imagen Institucional. Esta afirmación permite evaluar la percepción del personal sobre la disponibilidad y distribución justa de los recursos organizacionales, elementos fundamentales para el desarrollo eficiente de las actividades institucionales.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 38.0%. Este resultado indica que una parte importante de los trabajadores percibe que la organización brinda recursos adecuados de forma oportuna y con cierto nivel de equidad, aunque no de manera totalmente constante. Esta percepción sugiere que existen políticas o esfuerzos orientados a una distribución adecuada, pero que aún requieren mayor regularidad o control.

En segundo lugar, la opción “A veces” fue seleccionada por el 24.0% de los encuestados, lo cual refleja una percepción intermedia. Estos trabajadores consideran que la entrega de recursos se produce de manera irregular o en función de circunstancias específicas, lo que evidencia falta de consistencia y planificación, y puede generar sentimientos de desigualdad o desorganización.

La opción “Siempre” obtuvo un 22.0%, lo que representa una valoración positiva, aunque no mayoritaria. Este grupo percibe que la organización cumple de manera efectiva y continua con la entrega de recursos necesarios, en tiempos adecuados y de forma justa entre el personal, fortaleciendo así la imagen institucional como una entidad responsable y equitativa.

Por otro lado, el 14.0% eligió la opción “Casi nunca”, lo cual evidencia una percepción crítica. Estos trabajadores consideran que los recursos son distribuidos con poca frecuencia o de forma inequitativa, lo que puede derivar en descontento, baja motivación y debilitamiento del compromiso institucional.

Finalmente, el 2.0% respondió “Nunca”, reflejando una percepción altamente negativa, aunque minoritaria. Esta opinión podría deberse a experiencias particulares desfavorables o a problemas estructurales en la gestión de recursos.

En conjunto, los resultados de la Figura 18 y Tabla 20 evidencian que el 60.0% de los trabajadores (“siempre” y “casi siempre”) percibe una gestión de recursos oportuna y equitativa, lo que contribuye positivamente a la imagen institucional de ASINVESTIGA PERÚ. Sin embargo, el 40.0% restante presenta percepciones neutras o negativas, lo que pone de manifiesto la necesidad de mejorar los sistemas de planificación, distribución y transparencia en el uso de los recursos, asegurando que estos lleguen a tiempo y de forma justa a todos los colaboradores.

Figura 19

Nivel de variable imagen institucional

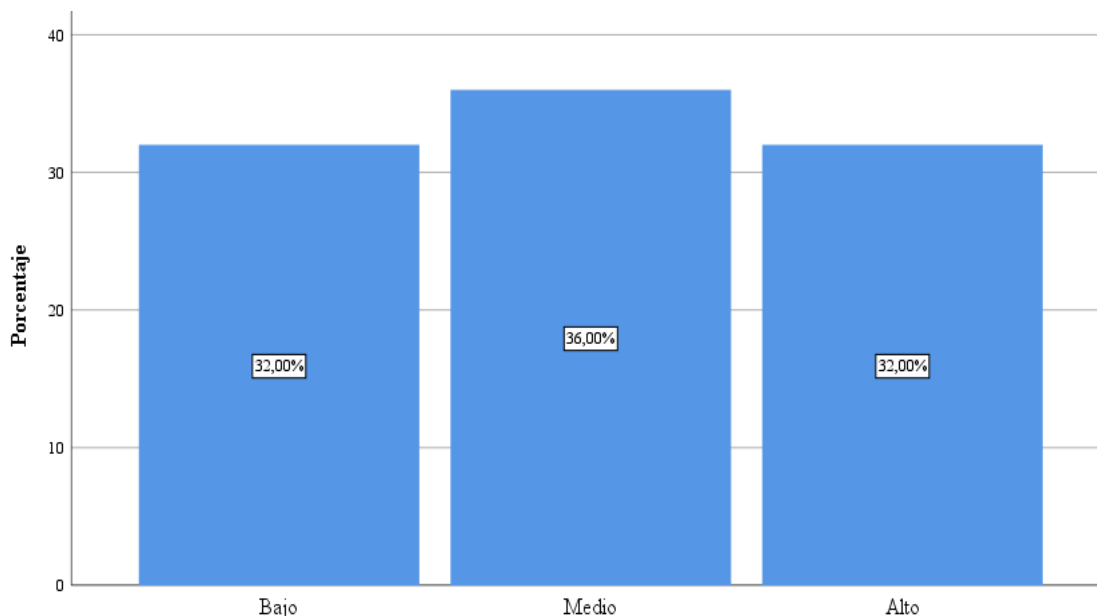


Tabla 21

Nivel de variable imagen institucional

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	16	16	32.0	32.0
Medio	18	34	36.0	68.0
Alto	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 19 y la Tabla 21 presentan los resultados obtenidos respecto al nivel general de la variable Imagen Institucional en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “ASINVESTIGA PERÚ” – Lima, 2023. Esta síntesis refleja la percepción global de los trabajadores sobre los componentes que conforman la imagen institucional, como el comportamiento organizacional, la identidad institucional y la personalidad corporativa.

El mayor porcentaje corresponde al nivel “Medio” con un 36.0%, lo cual indica que más de un tercio de los trabajadores considera que la imagen institucional es aceptable, pero no completamente fortalecida. Esta percepción sugiere que, si bien existen aspectos positivos en la

forma como la organización proyecta su identidad y se relaciona tanto interna como externamente, también hay elementos que requieren mejoras o mayor consolidación.

Los niveles “Bajo” y “Alto” comparten el mismo porcentaje, con un 32.0% cada uno. El 32.0% que percibe un nivel “Alto” refleja una valoración positiva y sólida, indicando que para este grupo la institución mantiene prácticas organizacionales coherentes, proyecta una imagen clara y cumple con las expectativas en cuanto a cultura y gestión interna. Esta percepción es un indicador favorable que posiciona a ASINVESTIGA PERÚ como una entidad bien organizada y reconocida en su entorno.

Sin embargo, el otro 32.0% que identifica un nivel “Bajo” es igualmente relevante, ya que refleja una percepción crítica sobre la imagen institucional. Este grupo posiblemente ha experimentado deficiencias en la comunicación interna, incoherencias en la proyección institucional, falta de coordinación o trato inadecuado hacia los usuarios, lo que debilita la percepción general y representa un riesgo para la reputación y legitimidad de la organización.

En conjunto, los resultados de la Figura 19 y Tabla 21 muestran una distribución equilibrada de percepciones entre los tres niveles, lo que evidencia una situación institucional ambivalente. Aunque existe una base importante que valora positivamente la imagen institucional, el porcentaje significativo de respuestas en los niveles medio y bajo sugiere la necesidad de implementar estrategias de mejora enfocadas en reforzar la identidad, optimizar la comunicación, garantizar coherencia en las acciones institucionales y promover una cultura organizacional más participativa y coherente. Esto permitirá avanzar hacia una percepción más homogénea y favorable de la imagen institucional en todos los niveles del personal.

3.2. Análisis de variable cultura organizacional

Figura 20

La mayoría de los trabajadores se comprometen con la labor que realizan

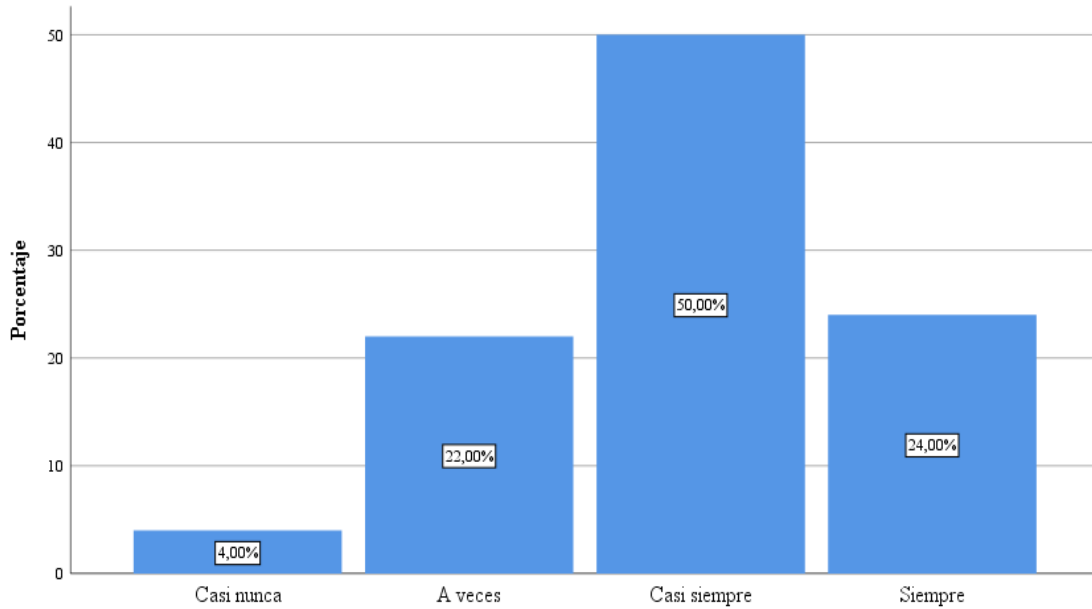


Tabla 22

La mayoría de los trabajadores se comprometen con la labor que realizan

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	11	13	22.0	26.0
Casi siempre	25	38	50.0	76.0
Siempre	12	50	24.0	100.0
Total	50		100.0	

En La Figura 20 y la Tabla 22 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “La mayoría de los trabajadores se comprometen con la labor que realizan”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta dimensión permite evaluar el nivel de identificación, responsabilidad y motivación del personal en relación con sus funciones dentro de ASINVESTIGA PERÚ, lo cual repercute directamente en el clima laboral y el desempeño institucional.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 50.0%, lo que indica que la mitad de los encuestados percibe un compromiso frecuente por parte de sus compañeros de trabajo. Esta valoración es positiva y refleja una cultura organizacional donde el sentido del deber y la participación activa son habituales, aunque no del todo generalizados ni permanentes.

En segundo lugar, un 24.0% de los trabajadores señaló la opción “Siempre”, lo que evidencia una percepción plenamente favorable. Este grupo considera que existe un alto grado de compromiso en el equipo de trabajo, lo que fortalece el sentido de pertenencia, mejora los resultados institucionales y contribuye a proyectar una imagen positiva tanto dentro como fuera de la organización.

La opción “A veces” fue seleccionada por el 22.0% de los encuestados, lo cual representa una percepción intermedia. Este grupo reconoce que el compromiso laboral no es constante ni uniforme entre todos los trabajadores, lo que podría estar relacionado con debilidades en la motivación, la distribución de tareas, el liderazgo o las condiciones laborales. Esta percepción debe ser considerada como un punto de alerta.

Por último, el 4.0% respondió “Casi nunca”, reflejando una percepción crítica, aunque minoritaria. Este grupo observa una escasa implicación de parte de los trabajadores, lo que puede estar vinculado a desmotivación, falta de reconocimiento o ausencia de mecanismos efectivos de participación.

En conjunto, los resultados de la Figura 20 y Tabla 22 evidencian que el 74.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe altos niveles de compromiso en la mayoría de los trabajadores, lo que constituye un aspecto fundamental de una cultura organizacional sólida. No obstante, el 26.0% con percepciones neutras o negativas sugiere que la institución debe continuar fortaleciendo el sentido de compromiso mediante estrategias motivacionales, incentivos laborales, programas de integración y una gestión del talento humano centrada en el reconocimiento y la participación activa.

Figura 21

Las decisiones se toman en el nivel que dispone de la mejor alternativa para solución los problemas

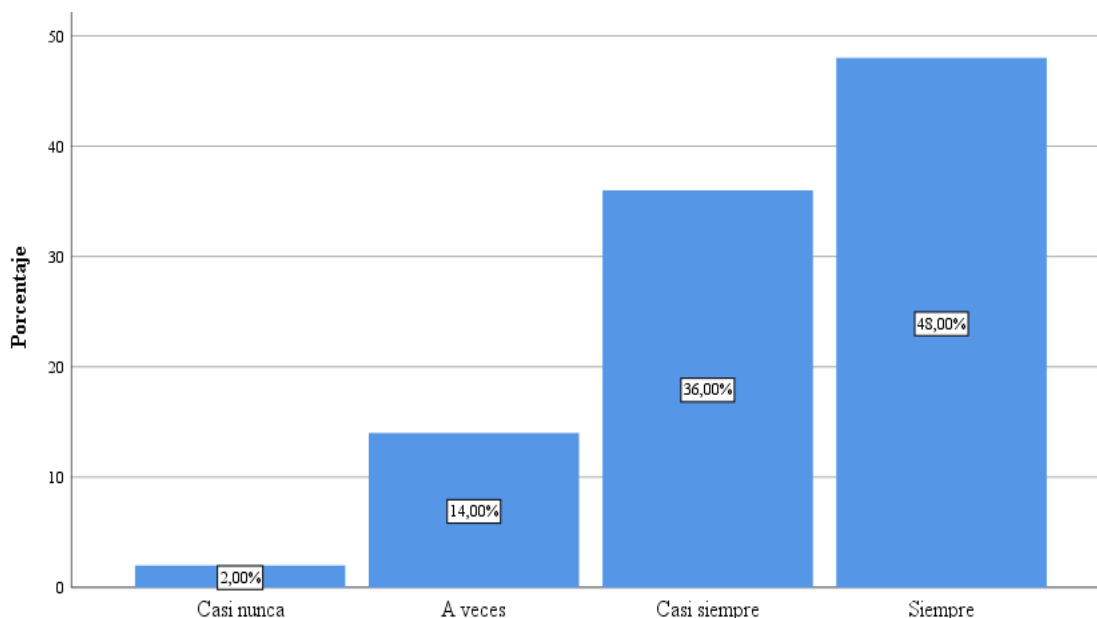


Tabla 23

Las decisiones se toman en el nivel que dispone de la mejor alternativa para solución los problemas

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	1	2.0	2.0
A veces	7	8	14.0	16.0
Casi siempre	18	26	36.0	52.0
Siempre	24	50	48.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 21 y la Tabla 23 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Las decisiones se toman en el nivel que dispone de la mejor alternativa para solucionar los problemas”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite evaluar cómo se distribuye la toma de decisiones dentro de ASINVESTIGA PERÚ y si esta se basa en criterios de eficacia, conocimiento técnico y autonomía organizacional.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Siempre” con un 48.0%, lo que refleja una percepción ampliamente positiva por parte del personal. Este grupo considera que la toma de decisiones se realiza en los niveles más competentes, lo que garantiza respuestas adecuadas a los problemas institucionales, promueve la eficiencia y fortalece la confianza organizacional.

En segundo lugar, el 36.0% de los trabajadores eligió la opción “Casi siempre”, lo que reafirma la tendencia favorable. Este porcentaje sugiere que, aunque existen algunos casos excepcionales, en la mayoría de situaciones la institución recurre a los niveles adecuados para la resolución de problemas, mostrando un sistema de decisión descentralizado y bien estructurado.

Por otro lado, el 14.0% seleccionó la opción “A veces”, lo que indica una percepción intermedia. Estos trabajadores consideran que la toma de decisiones no siempre se delega de forma correcta, lo que podría estar relacionado con centralismo, falta de comunicación o desconocimiento de capacidades técnicas en algunos niveles. Esta percepción representa una oportunidad de mejora para fortalecer los mecanismos de participación y autonomía operativa.

Finalmente, el 2.0% respondió “Casi nunca”, lo que representa una percepción crítica, aunque minoritaria. Este grupo señala una posible rigidez o ineficiencia en los procesos de decisión, lo que podría impactar negativamente en la cultura organizacional y generar desmotivación o lentitud en la resolución de problemas.

En conjunto, los resultados de la Figura 21 y Tabla 23 revelan que el 84.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) percibe que las decisiones se toman en los niveles con mejor capacidad para resolver problemas, lo cual fortalece la cultura organizacional en términos de eficacia, delegación y responsabilidad. No obstante, el 16.0% restante con percepciones menos favorables destaca la importancia de seguir promoviendo estructuras horizontales de decisión, optimizar la comunicación interna y reforzar la capacitación de los equipos para asegurar una toma de decisiones ágil, informada y participativa

Figura 22

Se fomenta activamente la cooperación entre las diferentes áreas de esta organización

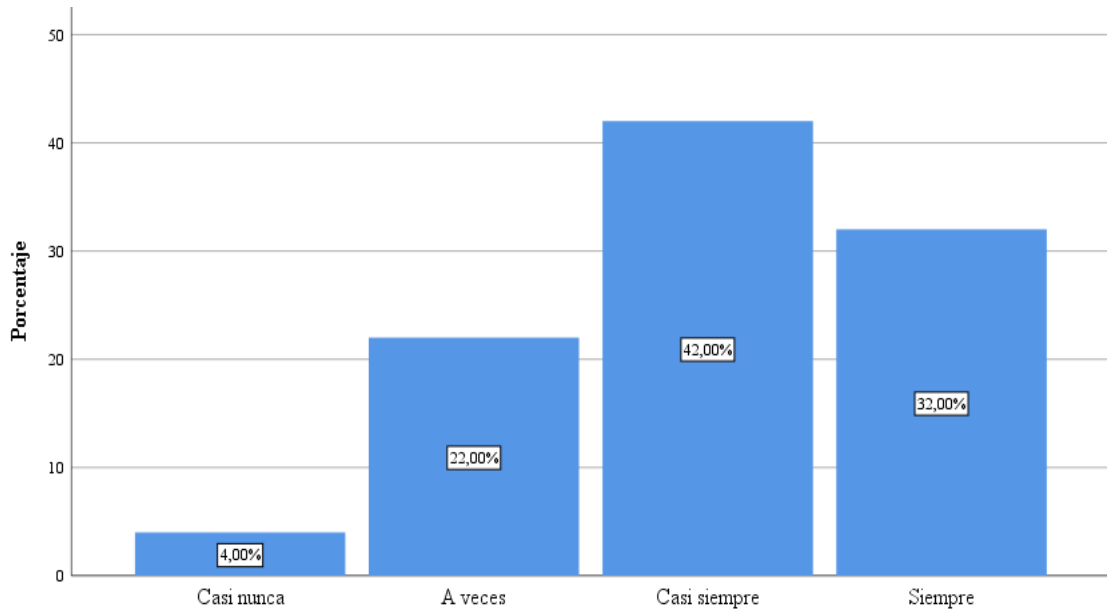


Tabla 24

Se fomenta activamente la cooperación entre las diferentes áreas de esta organización

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	11	13	22.0	26.0
Casi siempre	21	34	42.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 22 y la Tabla 24 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Se fomenta activamente la cooperación entre las diferentes áreas de esta organización”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación busca evaluar la percepción del personal respecto al trabajo colaborativo e integración interdepartamental dentro de ASINVESTIGA PERÚ, aspectos fundamentales para el fortalecimiento de la cultura organizacional.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 42.0%, lo que indica que una parte significativa de los trabajadores considera que existe un esfuerzo constante por promover la cooperación entre áreas. Esta percepción revela que, si bien aún no es una práctica completamente consolidada, se han generado mecanismos que impulsan el trabajo conjunto, lo cual es positivo para el desarrollo organizacional.

La opción “Siempre” ocupa el segundo lugar con un 32.0%, lo que representa una valoración plenamente favorable. Este grupo percibe una cultura organizacional fuertemente colaborativa, donde las áreas no trabajan de manera aislada, sino que interactúan de forma permanente, lo que mejora los resultados institucionales y proyecta una imagen interna de solidez y unidad.

En tercer lugar, el 22.0% respondió “A veces”, lo que refleja una percepción intermedia. Este grupo considera que la cooperación interárea es variable, dependiente de circunstancias, liderazgos o proyectos específicos. Esta situación indica que no existen aún mecanismos institucionalizados o suficientemente efectivos que garanticen la cooperación continua.

Finalmente, el 4.0% de los trabajadores seleccionó la opción “Casi nunca”, lo cual representa una percepción crítica, aunque minoritaria. Este grupo observa escasa colaboración entre áreas, posiblemente por falta de coordinación, comunicación deficiente o una cultura de trabajo individualista. Esta percepción puede derivar en fragmentación interna y conflictos organizacionales.

En conjunto, los resultados de la Figura 22 y Tabla 24 revelan que el 74.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) considera que se fomenta la cooperación entre las áreas, lo que fortalece la cultura organizacional basada en la colaboración, la sinergia y el logro de objetivos comunes. No obstante, el 26.0% restante refleja la necesidad de reforzar estrategias de integración institucional, promover espacios de trabajo colaborativo e incorporar herramientas de comunicación interna que faciliten la articulación constante entre todos los equipos de trabajo.

Figura 23

Tiene el compromiso de trabajar en equipo para el bien personal y organizacional

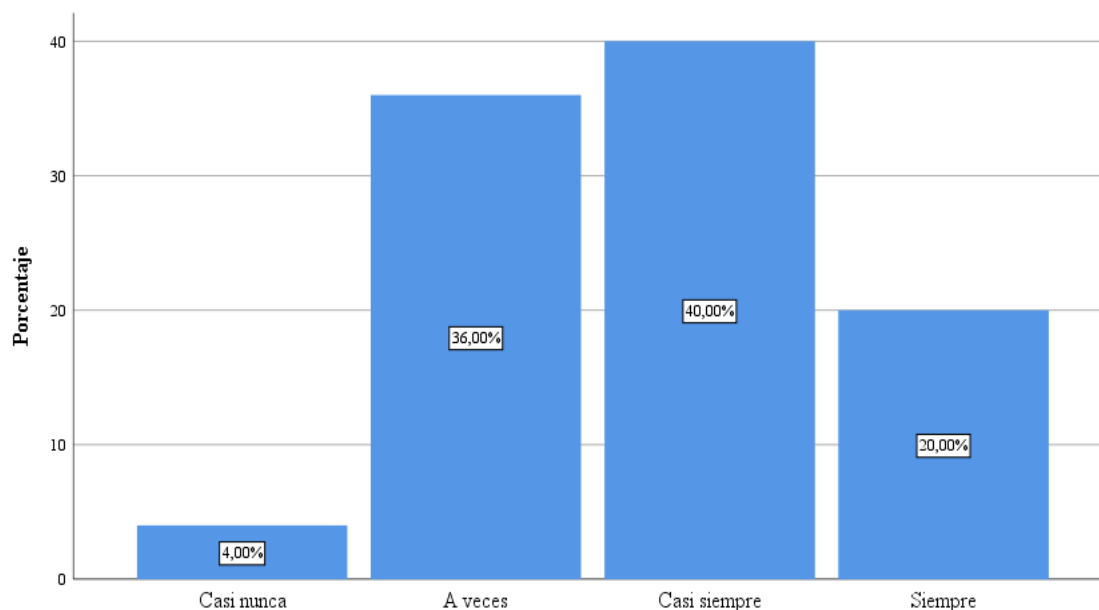


Tabla 25

Tiene el compromiso de trabajar en equipo para el bien personal y organizacional

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	18	20	36.0	40.0
Casi siempre	20	40	40.0	80.0
Siempre	10	50	20.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 23 y la Tabla 25 muestran los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Tiene el compromiso de trabajar en equipo para el bien personal y organizacional”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite analizar el nivel de compromiso del personal con el trabajo colaborativo, valor fundamental para el fortalecimiento de la cultura institucional en ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 40.0%, lo cual refleja que una parte significativa de los trabajadores reconoce en sí mismos y en sus compañeros un

compromiso frecuente con el trabajo en equipo. Esto evidencia una cultura organizacional orientada hacia la cooperación, aunque aún con espacios de mejora para lograr una integración más sólida y constante.

La opción “A veces” ocupa el segundo lugar con un 36.0%, lo que revela una percepción intermedia. Este grupo de encuestados considera que el compromiso con el trabajo en equipo no es continuo ni generalizado, lo que podría deberse a diferencias en los estilos de liderazgo, falta de incentivos, o carencias en los mecanismos de coordinación y comunicación interna.

En tercer lugar, la opción “Siempre” obtuvo un 20.0%. Esta valoración es positiva, aunque representa una proporción menor del total. Los trabajadores que eligieron esta respuesta evidencian una fuerte orientación al trabajo colaborativo, alineando sus objetivos personales con los de la organización, lo que resulta beneficioso para la cohesión institucional y la eficiencia en los resultados.

Finalmente, el 4.0% eligió la opción “Casi nunca”, lo que evidencia una percepción crítica, aunque poco representativa. Este grupo señala una falta de compromiso hacia el trabajo conjunto, lo cual podría estar vinculado a actitudes individualistas, conflictos interpersonales o una cultura organizacional débil en términos de integración.

En conjunto, los resultados de la Figura 23 y Tabla 25 reflejan que el 60.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) muestra una disposición constante al trabajo en equipo, lo que es positivo para el fortalecimiento de una cultura colaborativa. Sin embargo, el 40.0% restante, con percepciones variables o negativas, evidencia la necesidad de implementar estrategias que refuercen el sentido de pertenencia, promuevan dinámicas de colaboración y valoren el trabajo colectivo como pilar esencial del crecimiento institucional y personal dentro de ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 24

La entidad invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros

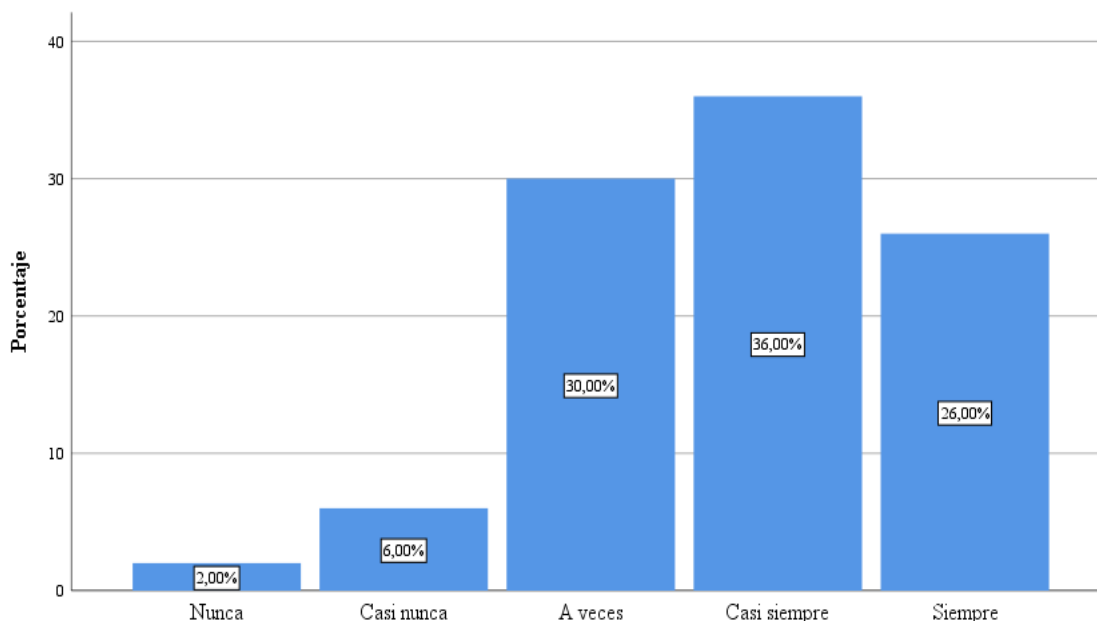


Tabla 26

La entidad invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1	2.0	2.0
Casi nunca	3	4	6.0	8.0
A veces	15	19	30.0	38.0
Casi siempre	18	37	36.0	74.0
Siempre	13	50	26.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 24 y la Tabla 26 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “La entidad invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación evalúa la percepción del personal sobre las acciones institucionales orientadas al crecimiento profesional, la capacitación constante y la mejora de competencias, factores clave en la consolidación de una cultura organizacional sólida y orientada al desarrollo.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 36.0%, lo que indica que una parte importante de los trabajadores reconoce esfuerzos frecuentes por parte de la entidad en cuanto a la inversión en el desarrollo de capacidades. Esta percepción evidencia la existencia de programas de formación o actualización, aunque no necesariamente de forma permanente o institucionalizada.

En segundo lugar, el 30.0% de los encuestados seleccionó la opción “A veces”, lo que refleja una percepción intermedia. Este grupo considera que las acciones formativas o de fortalecimiento de capacidades se dan de forma esporádica, posiblemente sin planificación estratégica, dependiendo de factores como disponibilidad presupuestal o iniciativas aisladas. Esta situación puede limitar el impacto formativo y generar brechas de desempeño.

La opción “Siempre” fue elegida por el 26.0% de los trabajadores, lo cual representa una valoración positiva y significativa. Este grupo percibe que la entidad mantiene una política clara y constante de inversión en el desarrollo del personal, lo cual favorece la profesionalización, la motivación laboral y una imagen organizacional comprometida con su talento humano.

Por otro lado, el 6.0% eligió “Casi nunca” y el 2.0% “Nunca”, sumando un 8.0% de percepciones críticas. Estos trabajadores consideran que la institución no prioriza ni garantiza la capacitación continua, lo cual puede generar desactualización profesional, desmotivación y afectación en la calidad del servicio.

En conjunto, los resultados de la Figura 24 y Tabla 26 muestran que el 62.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) reconoce una orientación sostenida hacia el desarrollo de capacidades, lo que constituye una fortaleza institucional. Sin embargo, el 38.0% restante, con percepciones variables o negativas, evidencia que aún existen desafíos para institucionalizar procesos formativos continuos, igualitarios y pertinentes. Se recomienda establecer un plan de capacitación permanente que responda a las necesidades del personal y fortalezca la cultura organizacional en ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 25

La capacidad de los colaboradores es vista como una fuente importante de ventaja competitiva

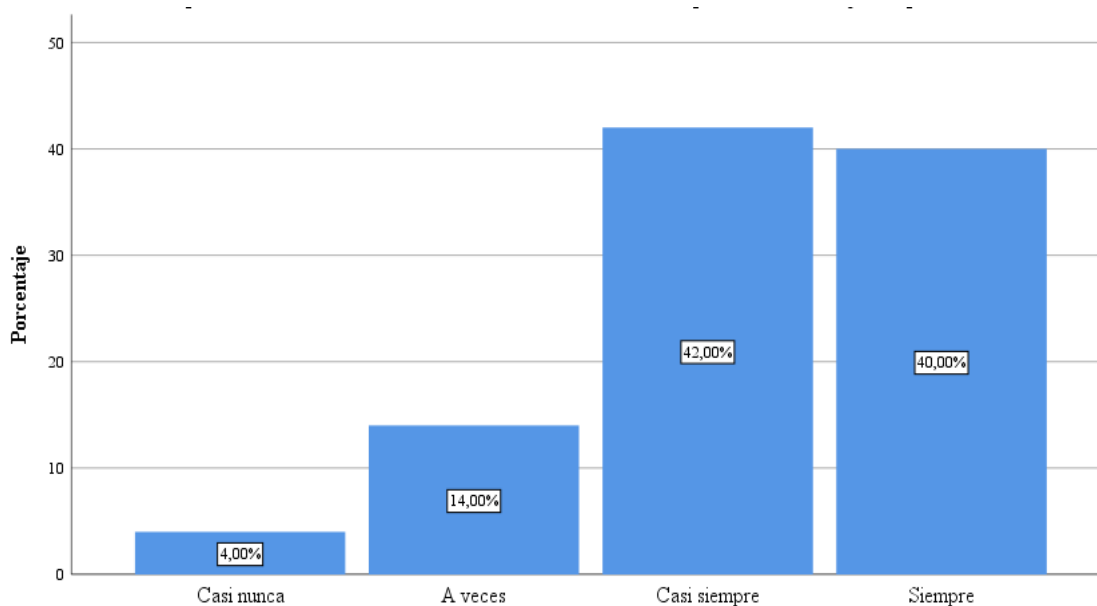


Tabla 27

La capacidad de los colaboradores es vista como una fuente importante de ventaja competitiva

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	7	9	14.0	18.0
Casi siempre	21	30	42.0	60.0
Siempre	20	50	40.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 25 y la Tabla 27 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “La capacidad de los colaboradores es vista como una fuente importante de ventaja competitiva”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite conocer la percepción del personal respecto al reconocimiento del talento humano como un recurso estratégico en la organización ASINVESTIGA PERÚ, elemento esencial para su sostenibilidad y crecimiento institucional.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 42.0%. Este resultado revela que una parte significativa de los trabajadores percibe que sus habilidades y conocimientos son valorados frecuentemente como un activo clave para la organización. No obstante, el hecho de que esta percepción no alcance el nivel de “siempre” evidencia que, aunque existen avances en este aspecto, todavía hay espacios por fortalecer.

Le sigue la opción “Siempre” con un 40.0%, lo cual constituye un indicador muy favorable. Este grupo considera que la organización reconoce plenamente el valor de su capital humano, lo que promueve la motivación, el compromiso y una cultura organizacional centrada en el talento como motor de innovación y competitividad. Esta percepción fortalece la imagen institucional tanto interna como externamente.

En tercer lugar, el 14.0% respondió “A veces”, lo que refleja una percepción moderada. Estos trabajadores sienten que el reconocimiento a las capacidades del personal no es constante ni generalizado, lo cual puede deberse a debilidades en los sistemas de evaluación del desempeño, ausencia de incentivos o falta de comunicación institucional respecto al rol estratégico del talento humano.

Finalmente, el 4.0% eligió la opción “Casi nunca”, lo que evidencia una percepción crítica, aunque minoritaria. Este grupo considera que sus capacidades no son reconocidas ni aprovechadas, lo cual podría generar desmotivación, desaprovechamiento de competencias y fuga de talento si no se toman medidas correctivas.

En conjunto, los resultados de la Figura 25 y Tabla 27 muestran que el 82.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe un alto reconocimiento de las capacidades del colaborador como fuente de ventaja competitiva, lo cual constituye una fortaleza institucional importante. Sin embargo, el 18.0% restante señala la necesidad de seguir profundizando en políticas de valorización del talento humano, promoviendo su desarrollo, participación activa y visibilidad dentro de los procesos estratégicos de ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 26

Los líderes y directores de esta entidad practican lo que proponen

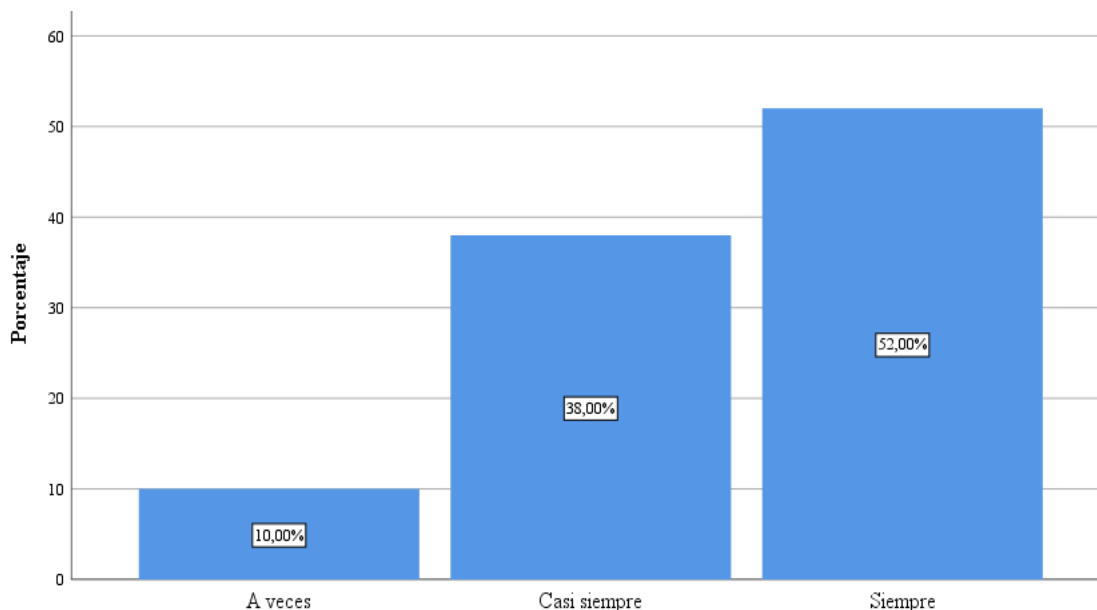


Tabla 28

Los líderes y directores de esta entidad practican lo que proponen.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	5	5	10.0	10.0
Casi siempre	19	24	38.0	48.0
Siempre	26	50	52.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 26 y la Tabla 28 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Los líderes y directores de esta entidad practican lo que proponen”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación está orientada a evaluar la coherencia entre el discurso y la acción de quienes ocupan cargos directivos, elemento clave para generar credibilidad, confianza y liderazgo auténtico dentro de ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Siempre” con un 52.0%. Este resultado refleja que más de la mitad de los trabajadores percibe que los líderes de la entidad actúan con congruencia entre lo que dicen y lo que hacen. Esta percepción refuerza la cultura organizacional

al consolidar el ejemplo como una herramienta de liderazgo, generando respeto, motivación y alineamiento de valores en todos los niveles de la institución.

En segundo lugar, el 38.0% de los encuestados optó por la opción “Casi siempre”, lo que también representa una valoración positiva, aunque menos firme. Este grupo considera que la mayoría de las veces los líderes cumplen con sus propuestas, pero identifica ciertos momentos o aspectos en los que dicha coherencia no se sostiene. Esta percepción sugiere que, si bien el liderazgo es mayormente creíble, aún existen oportunidades de mejora en la consistencia directiva.

Finalmente, el 10.0% eligió la opción “A veces”, lo que revela una percepción más moderada. Para estos trabajadores, los líderes muestran una práctica inconsistente respecto a sus planteamientos, lo cual podría generar dudas sobre la autenticidad de sus compromisos o afectar el clima institucional. Esta situación puede estar relacionada con falencias en la comunicación, la toma de decisiones o el cumplimiento de promesas organizacionales.

En conjunto, los resultados de la Figura 26 y Tabla 28 revelan que el 90.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) percibe un liderazgo alineado con principios de coherencia y ejemplo, lo cual es un factor clave para consolidar una cultura organizacional sólida, basada en la integridad, la confianza y la legitimidad de las autoridades. No obstante, el 10.0% restante sugiere que es necesario reforzar mecanismos de seguimiento, transparencia y retroalimentación que aseguren que las propuestas institucionales no solo se expresen, sino también se traduzcan en acciones concretas y sostenidas.

Figura 27

Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto en la institución que labora

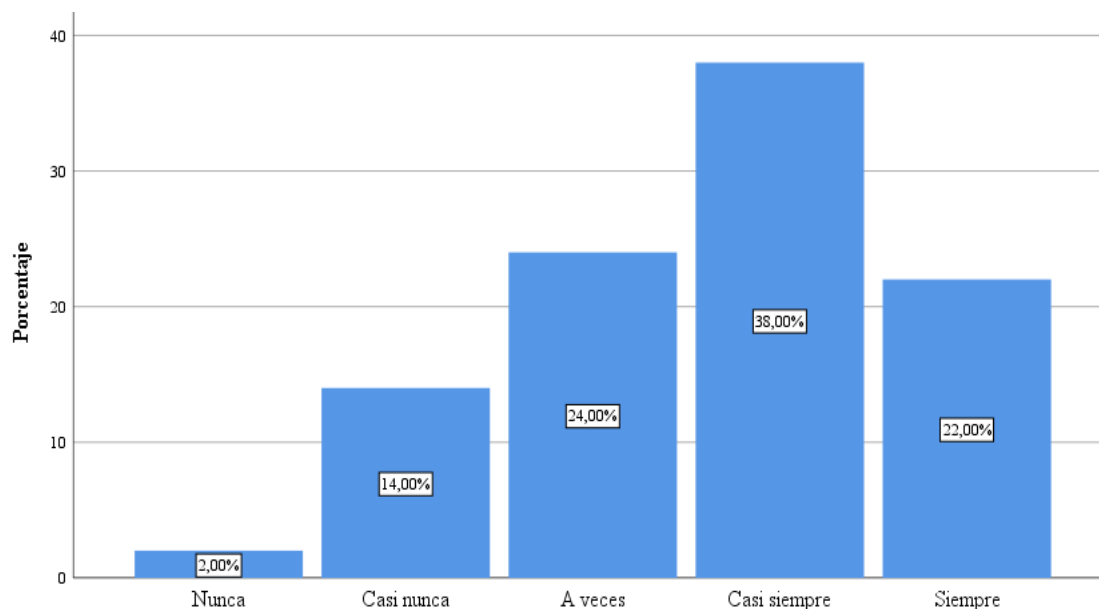


Tabla 29

Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto en la institución que labora

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1	2.0	2.0
Casi nunca	7	8	14.0	16.0
A veces	12	20	24.0	40.0
Casi siempre	19	39	38.0	78.0
Siempre	11	50	22.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 27 y la Tabla 29 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto en la institución que labora”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación busca evaluar la existencia y aplicación de un marco normativo interno basado en principios éticos que orienten la conducta del personal dentro de ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje fue para la opción “Casi siempre” con un 38.0%. Este resultado indica que una parte significativa de los trabajadores reconoce la presencia de un código ético institucional que suele ser aplicado en el accionar cotidiano, lo cual fortalece la cultura organizacional al promover comportamientos alineados con normas y valores compartidos. No obstante, el hecho de que esta opción no sea mayoritariamente “siempre” sugiere ciertas limitaciones en su difusión o aplicación.

La opción “A veces” obtuvo un 24.0%, lo que refleja una percepción intermedia. Este grupo considera que el código ético existe o se menciona, pero no se aplica de manera sistemática o clara. La falta de institucionalización o desconocimiento del contenido ético puede generar confusión o desigualdad en la toma de decisiones y el comportamiento interno.

Por su parte, el 22.0% de los encuestados señaló la opción “Siempre”, lo que representa una valoración positiva, aunque menor que las anteriores. Estos trabajadores perciben que la entidad cuenta con principios éticos definidos y efectivos que rigen consistentemente la conducta laboral, promoviendo transparencia, justicia y responsabilidad institucional.

El 14.0% eligió “Casi nunca” y el 2.0% “Nunca”, sumando un 16.0% de percepciones críticas. Estos resultados indican que para una parte del personal no existe claridad ni evidencia de un código ético que oriente el comportamiento, lo que puede derivar en ambigüedades normativas, conductas inapropiadas o pérdida de legitimidad interna.

En conjunto, los resultados de la Figura 27 y Tabla 29 revelan que el 60.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) reconoce la presencia y uso frecuente de un código ético en la institución, lo que es fundamental para una cultura organizacional coherente y profesional. Sin embargo, el 40.0% restante muestra niveles de desconocimiento o aplicación parcial, lo que sugiere la necesidad de fortalecer la difusión del código ético, garantizar su cumplimiento efectivo y promover espacios de formación ética institucional continua.

Figura 28

Cuando existen desacuerdos, trabajan intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen

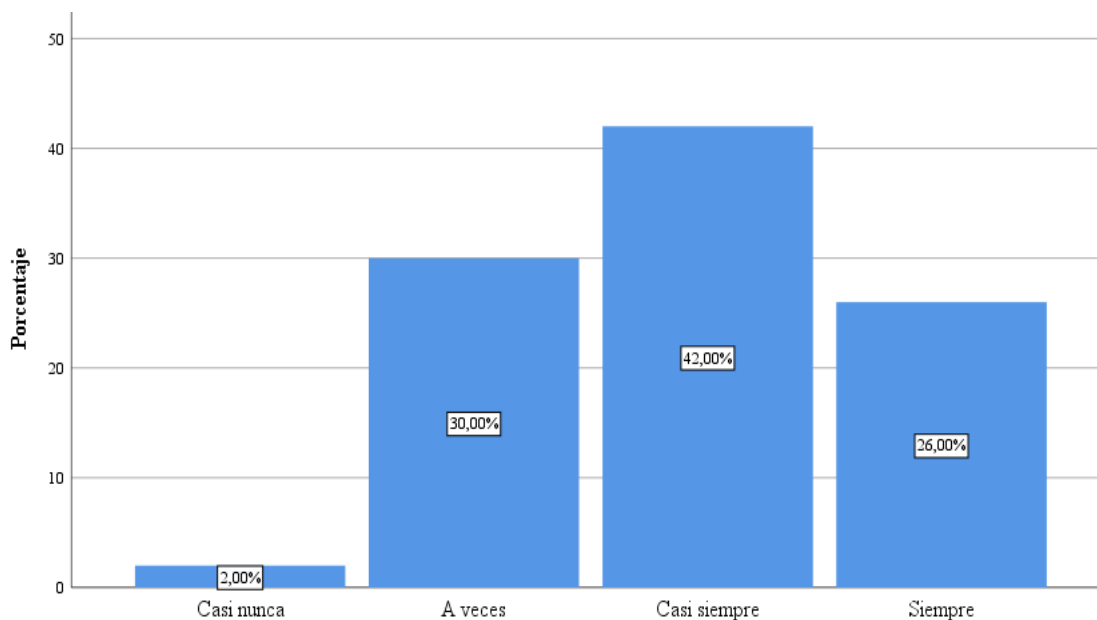


Tabla 30

Cuando existen desacuerdos, trabajan intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	1	2.0	2.0
A veces	15	16	30.0	32.0
Casi siempre	21	37	42.0	74.0
Siempre	13	50	26.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 28 y la Tabla 30 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Cuando existen desacuerdos, trabajan intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite evaluar cómo la institución maneja los conflictos internos y si promueve una cultura de diálogo, negociación y búsqueda de soluciones equitativas en beneficio colectivo.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 42.0%. Este resultado indica que una parte importante del personal percibe que, ante los desacuerdos, se realizan esfuerzos frecuentes por alcanzar soluciones justas e integradoras. Esta valoración positiva refleja una cultura organizacional que valora el consenso y la participación activa en la resolución de conflictos.

En segundo lugar, el 30.0% de los trabajadores eligió la opción “A veces”, lo que revela una percepción moderada. Este grupo considera que la actitud conciliadora no es una práctica constante, sino que depende de factores como el tipo de desacuerdo, los actores involucrados o el contexto organizacional. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer mecanismos institucionales de resolución de conflictos.

La opción “Siempre” fue seleccionada por el 26.0% de los encuestados, lo que representa una valoración altamente favorable. Este grupo percibe una cultura organizacional madura, donde el trabajo colaborativo y la voluntad de alcanzar acuerdos son prácticas permanentes, incluso en situaciones complejas o tensas, lo cual fortalece el clima laboral y la cohesión institucional.

Finalmente, el 2.0% indicó “Casi nunca”, evidenciando una percepción crítica minoritaria. Para estos trabajadores, los conflictos no suelen resolverse con un enfoque integrador, lo que podría generar divisiones, malestar o decisiones unilaterales que afectan la dinámica interna.

En conjunto, los resultados de la Figura 28 y Tabla 30 reflejan que el 68.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) percibe que la organización promueve activamente la búsqueda de soluciones en beneficio común ante desacuerdos, lo que constituye una fortaleza en la cultura institucional. Sin embargo, el 32.0% restante con percepciones más neutrales o negativas señala la necesidad de reforzar capacidades de mediación, comunicación asertiva y liderazgo participativo para asegurar que todos los conflictos se aborden con enfoque de ganancia mutua y fortalecimiento organizacional.

Figura 29

Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta de hacer las cosas

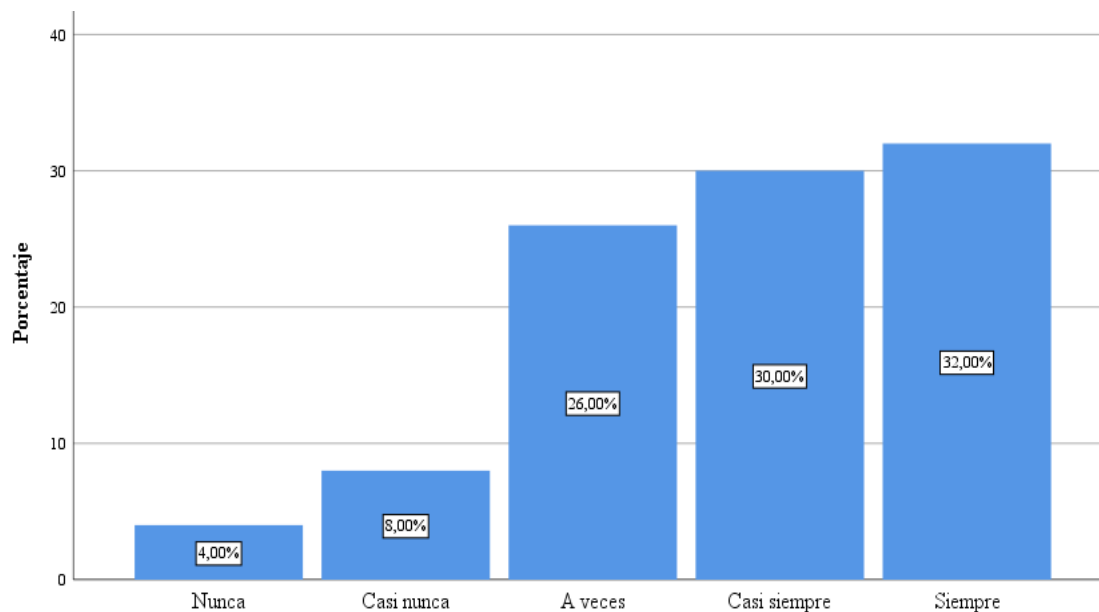


Tabla 31

Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta de hacer las cosas

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2	4.0	4.0
Casi nunca	4	6	8.0	12.0
A veces	13	19	26.0	38.0
Casi siempre	15	34	30.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 29 y la Tabla 31 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta de hacer las cosas”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite evaluar el grado de consenso interno sobre los procedimientos, normas y buenas prácticas que deben guiar el actuar del personal en ASINVESTIGA PERÚ, aspecto esencial para una cultura organizacional sólida, coherente y eficiente.

El mayor porcentaje lo obtuvo la opción “Siempre” con un 32.0%, lo que refleja que una parte importante de los trabajadores considera que sí existe un acuerdo claro y sostenido sobre cómo deben hacerse las cosas dentro de la organización. Esto denota la presencia de lineamientos definidos, reglas operativas claras o una cultura institucional compartida que orienta el accionar colectivo.

La opción “Casi siempre” sigue con un 30.0%, indicando que un sector adicional del personal percibe que, aunque existe en general una orientación común, todavía se presentan algunas excepciones o ambigüedades. Esta situación podría deberse a diferencias entre áreas, a cambios recientes en los procesos o a la falta de reforzamiento continuo de las directrices organizacionales.

En tercer lugar, el 26.0% seleccionó “A veces”, lo que sugiere que para más de una cuarta parte del personal, el acuerdo sobre la forma correcta de proceder no es consistente ni permanente. Esta percepción evidencia un posible déficit de estandarización, comunicación o formación sobre los procesos institucionales, lo cual podría generar ineficiencias o interpretaciones diversas dentro del equipo de trabajo.

Por otro lado, el 8.0% eligió “Casi nunca” y el 4.0% “Nunca”, sumando un 12.0% de respuestas críticas. Este grupo considera que no existe claridad suficiente en la manera de proceder, lo cual podría traducirse en desorganización, conflictos por criterios dispares, baja productividad o fallas en la calidad del servicio ofrecido.

En conjunto, los resultados de la Figura 29 y Tabla 31 muestran que el 62.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) reconoce la existencia de una forma clara y compartida de realizar las tareas institucionales, lo que fortalece la cultura organizacional. No obstante, el 38.0% restante, que percibe un grado de ambigüedad o desorganización, pone en evidencia la necesidad de reforzar la comunicación interna, actualizar protocolos, y promover espacios de formación continua para asegurar que todos los miembros conozcan y apliquen correctamente los procedimientos institucionales establecidos.

Figura 30

Es sencillo coordinar proyectos entre las diferentes áreas de esta organización

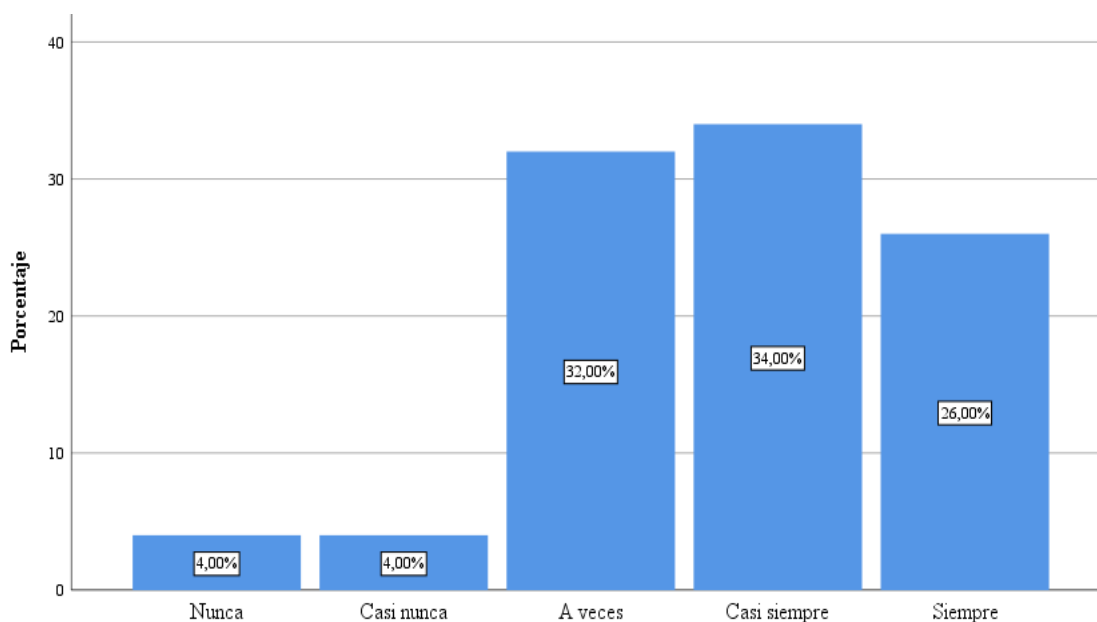


Tabla 32

Es sencillo coordinar proyectos entre las diferentes áreas de esta organización

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2	4.0	4.0
Casi nunca	2	4	4.0	8.0
A veces	16	20	32.0	40.0
Casi siempre	17	37	34.0	74.0
Siempre	13	50	26.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 30 y la Tabla 32 muestran los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Es sencillo coordinar proyectos entre las diferentes áreas de esta organización”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite analizar la percepción de los trabajadores respecto a la facilidad de coordinación interdepartamental, un factor clave para el trabajo colaborativo, la eficiencia institucional y el logro de metas comunes en ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje fue obtenido por la opción “Casi siempre” con un 34.0%. Esto indica que una proporción importante del personal considera que, en general, la coordinación entre áreas funciona de forma adecuada, aunque puede presentar ocasionalmente dificultades. Esta percepción refleja una cultura organizacional favorable al trabajo en equipo, aunque con posibles oportunidades de mejora en la articulación o planificación de tareas compartidas.

La segunda opción más seleccionada fue “A veces” con un 32.0%. Este grupo de trabajadores señala una experiencia de coordinación intermedia, donde la facilidad de trabajo conjunto entre áreas no está asegurada de forma constante. Esta percepción sugiere que podrían existir barreras de comunicación, diferencias de criterios o falta de mecanismos institucionales que faciliten la cooperación transversal.

En tercer lugar, el 26.0% eligió la opción “Siempre”, lo cual representa una percepción positiva sólida. Este grupo considera que la organización facilita de manera consistente la coordinación de proyectos entre distintas áreas, lo cual evidencia una estructura organizativa bien integrada, con procesos claros y una cultura de colaboración permanente.

Por otro lado, un 4.0% indicó “Casi nunca” y otro 4.0% “Nunca”, lo que suma un 8.0% de respuestas críticas. Estos trabajadores consideran que existen serias dificultades para coordinar entre áreas, lo que podría deberse a estructuras rígidas, falta de comunicación efectiva o resistencia al trabajo conjunto. Este grupo evidencia debilidades institucionales que deben ser atendidas para evitar fragmentación organizacional.

En conjunto, los resultados de la Figura 30 y Tabla 32 muestran que el 60.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) percibe que la coordinación interdepartamental se desarrolla con relativa facilidad, lo que refuerza una cultura organizacional basada en el trabajo articulado. No obstante, el 40.0% restante, con percepciones neutras o negativas, evidencia la necesidad de fortalecer canales de comunicación, establecer procedimientos de coordinación claros y promover espacios de trabajo colaborativo que garanticen una gestión eficaz entre todas las áreas de la institución.

Figura 31

Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos del centro laboral

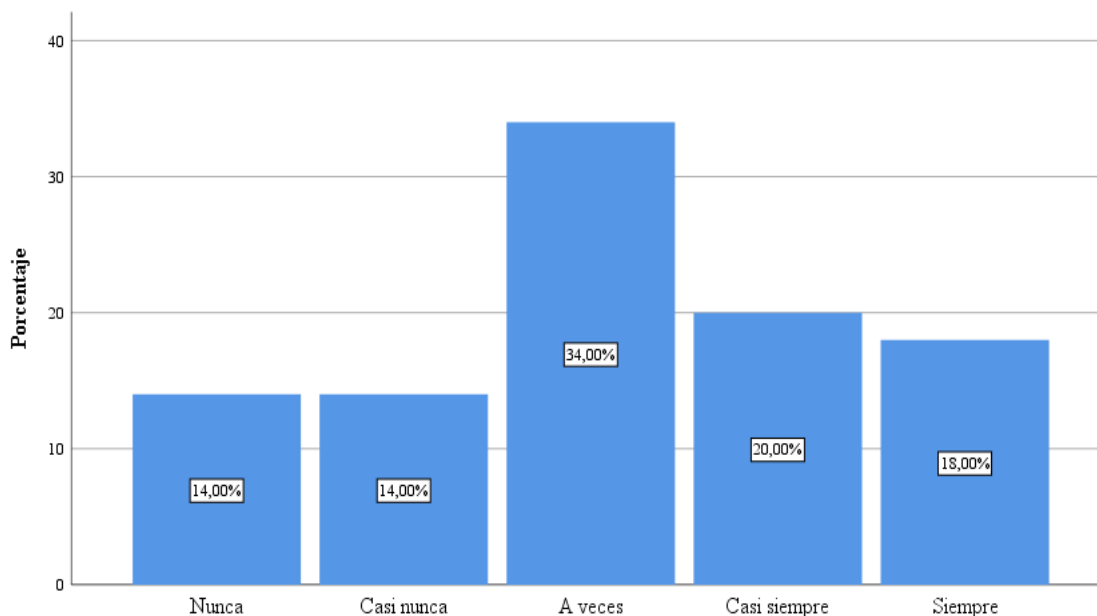


Tabla 33

Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos del centro laboral

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	7	14.0	14.0
Casi nunca	7	14	14.0	28.0
A veces	17	31	34.0	62.0
Casi siempre	10	41	20.0	82.0
Siempre	9	50	18.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 31 y la Tabla 33 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos del centro laboral”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite conocer la percepción del personal sobre la coherencia estratégica entre las metas de los distintos niveles

jerárquicos de ASINVESTIGA PERÚ, lo cual es fundamental para el logro de objetivos institucionales comunes.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “A veces” con un 34.0%, lo que indica que más de un tercio del personal considera que la alineación de objetivos se da de manera intermitente. Esta percepción revela que, si bien puede existir cierto grado de coincidencia en metas entre directivos y personal operativo, esta no es constante ni clara, lo que podría generar duplicidad de esfuerzos o falta de sinergia.

En segundo lugar, tanto las opciones “Nunca” como “Casi nunca” obtienen un 14.0% cada una, sumando un 28.0% de percepciones negativas. Este grupo evidencia una visión crítica respecto a la falta de articulación entre los niveles jerárquicos, lo cual puede reflejar deficiencias en la planificación estratégica, en la comunicación vertical o en los mecanismos de supervisión y retroalimentación institucional.

La opción “Casi siempre” fue elegida por el 20.0% de los encuestados, lo que representa una percepción positiva moderada. Este grupo considera que en la mayoría de los casos sí existe coordinación de objetivos entre jefaturas, mandos medios y personal de base, lo cual favorece el trabajo alineado, pero aún con áreas de mejora.

Por último, el 18.0% eligió la opción “Siempre”, lo que refleja una percepción favorable en menor proporción. Estos trabajadores afirman que los distintos niveles jerárquicos comparten una visión y metas comunes, lo cual fortalece la eficiencia, la cooperación y el compromiso institucional.

En conjunto, los resultados de la Figura 31 y Tabla 33 muestran que solo el 38.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe una buena alineación de objetivos entre los niveles jerárquicos, mientras que el 62.0% restante tiene una percepción intermedia o negativa. Este hallazgo evidencia una debilidad institucional que debe abordarse mediante estrategias como la mejora de los canales de comunicación interna, el establecimiento de metas compartidas y la formación conjunta en planificación y liderazgo estratégico, con el fin de fortalecer la cultura organizacional en ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 32

La forma de trabajar es flexible y fácil de cambiar

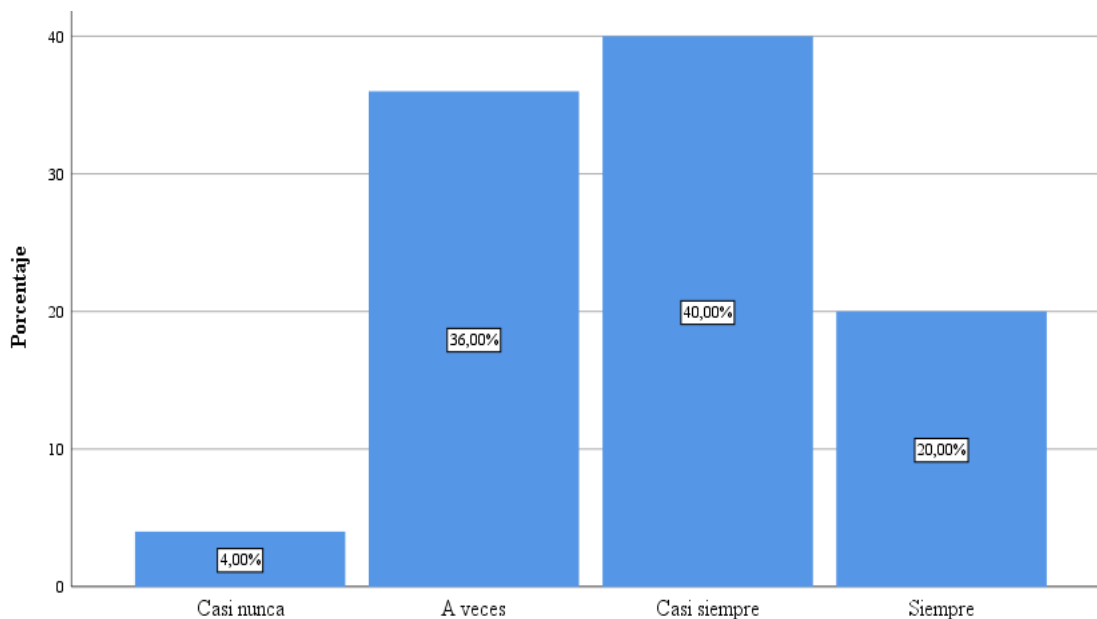


Tabla 34

La forma de trabajar es flexible y fácil de cambiar

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	18	20	36.0	40.0
Casi siempre	20	40	40.0	80.0
Siempre	10	50	20.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 32 y la Tabla 34 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “La forma de trabajar es flexible y fácil de cambiar”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación evalúa la capacidad de adaptación de la institución ASINVESTIGA PERÚ frente a los cambios, y si su cultura organizacional promueve dinámicas laborales abiertas al aprendizaje, innovación y mejora continua.

El mayor porcentaje lo obtuvo la opción “Casi siempre” con un 40.0%, lo que indica que una parte significativa del personal percibe que el estilo de trabajo dentro de la organización permite

cierto nivel de flexibilidad y apertura al cambio. Esta percepción positiva sugiere que existen condiciones mínimas para la adaptación de procesos y ajustes internos, aunque no de manera completamente constante.

La segunda opción más marcada fue “A veces”, con un 36.0%. Este resultado refleja que para una proporción importante de trabajadores, la flexibilidad laboral no es una práctica sistemática, sino que depende de las circunstancias o de ciertos actores. Esto puede deberse a estructuras organizativas rígidas, procesos normativos inflexibles o falta de una cultura plenamente adaptativa.

El 20.0% de los encuestados eligió la opción “Siempre”, lo que representa una percepción altamente favorable. Estos trabajadores consideran que la organización se caracteriza por su capacidad de cambiar con facilidad, lo que favorece la innovación, la eficiencia y la resiliencia institucional frente a entornos dinámicos.

Finalmente, solo el 4.0% indicó “Casi nunca”, lo que constituye un porcentaje crítico reducido. Este grupo considera que la forma de trabajar en la institución es mayormente rígida, lo cual podría generar dificultades para adaptarse a nuevos retos, procesos tecnológicos o requerimientos externos.

En resumen, los resultados de la Figura 32 y Tabla 34 revelan que el 60.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe que la organización cuenta con una estructura flexible que permite adecuarse a cambios, lo cual es una fortaleza institucional. No obstante, el 36.0% restante, que ve esta flexibilidad solo de forma ocasional, junto con un pequeño porcentaje crítico, indica que aún es necesario reforzar una cultura de innovación y apertura al cambio mediante capacitaciones, revisión de procedimientos y liderazgo adaptativo para lograr una cultura organizacional más dinámica y preparada para los desafíos del entorno.

Figura 33

Las diferentes áreas cooperan en mejora de la institución

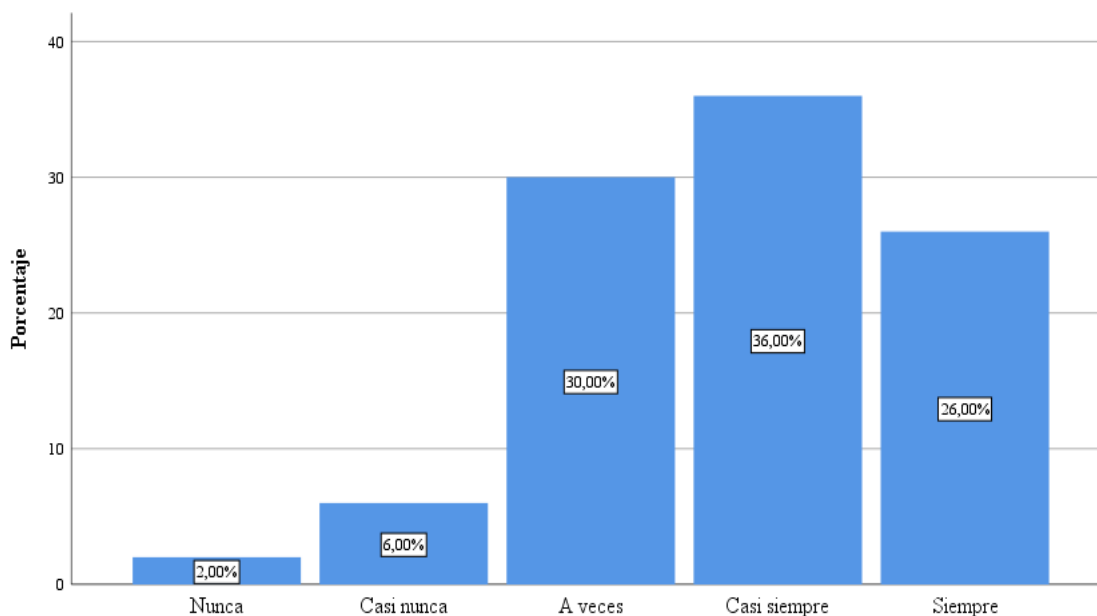


Tabla 35

Las diferentes áreas cooperan en mejora de la institución

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1	2.0	2.0
Casi nunca	3	4	6.0	8.0
A veces	15	19	30.0	38.0
Casi siempre	18	37	36.0	74.0
Siempre	13	50	26.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 33 y la Tabla 35 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Las diferentes áreas cooperan en mejora de la institución”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite evaluar el nivel de colaboración interdepartamental como un factor esencial para el fortalecimiento institucional, el trabajo articulado y la consolidación de una cultura organizacional integradora en ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje corresponde a la opción “Casi siempre” con un 36.0%, lo cual indica que más de un tercio del personal considera que la cooperación entre áreas se da de manera frecuente, aunque no absoluta. Esta percepción muestra que existe una disposición general hacia el trabajo conjunto, pero aún pueden presentarse limitaciones que impiden una coordinación plena o continua.

En segundo lugar, el 30.0% de los trabajadores marcó la opción “A veces”. Este grupo señala una percepción intermedia, donde la cooperación entre áreas no es constante ni garantizada, y depende de factores como el tipo de tarea, los equipos involucrados o la existencia de lineamientos claros para la colaboración. Esta percepción sugiere oportunidades de mejora en la planificación estratégica transversal.

La opción “Siempre” fue elegida por el 26.0% de los encuestados, lo que representa una valoración claramente positiva. Este grupo considera que la colaboración entre áreas es una práctica sostenida, lo cual fortalece la cultura organizacional, eleva la eficiencia y promueve sinergias para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Por otra parte, un 6.0% seleccionó la opción “Casi nunca”, mientras que un 2.0% marcó “Nunca”. En conjunto, un 8.0% del personal percibe que no hay cooperación sistemática entre las áreas, lo cual podría estar relacionado con problemas de comunicación, estructuras jerárquicas rígidas o falta de visión compartida.

En resumen, los resultados de la Figura 33 y Tabla 35 reflejan que el 62.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) identifica una tendencia favorable hacia la cooperación interdepartamental, lo cual es un elemento clave de una cultura organizacional sólida. Sin embargo, el 38.0% restante con percepciones intermedias o negativas sugiere que es necesario reforzar espacios de trabajo colaborativo, implementar mecanismos de coordinación horizontal y fomentar una visión institucional integradora que potencie la mejora continua y el trabajo en equipo en todas las áreas de ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 34

Los comentarios y recomendaciones de nuestros superiores conducen a menudo a introducir mejoras

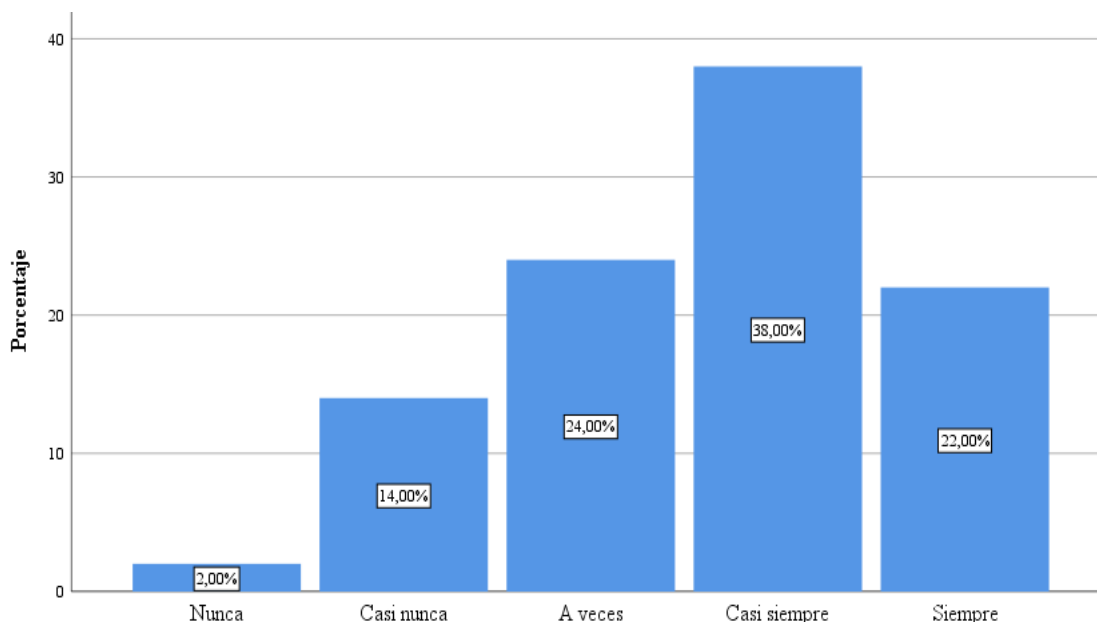


Tabla 36

Los comentarios y recomendaciones de nuestros superiores conducen a menudo a introducir mejoras

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1	2.0	2.0
Casi nunca	7	8	14.0	16.0
A veces	12	20	24.0	40.0
Casi siempre	19	39	38.0	78.0
Siempre	11	50	22.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 34 y la Tabla 36 muestran los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Los comentarios y recomendaciones de nuestros superiores conducen a menudo a introducir mejoras”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación evalúa cómo se percibe el liderazgo en términos de retroalimentación constructiva y si las recomendaciones del

nivel jerárquico superior generan cambios positivos dentro de la organización ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje lo obtuvo la opción “Casi siempre” con un 38.0%, lo que indica que una parte significativa del personal considera que, de manera frecuente, los comentarios y sugerencias por parte de sus superiores efectivamente se traducen en mejoras concretas. Esto refleja una cultura organizacional que valora la retroalimentación y la gestión del conocimiento como herramientas para el desarrollo continuo.

En segundo lugar, un 24.0% eligió la opción “A veces”, lo que sugiere que para este grupo los aportes de los superiores solo ocasionalmente conllevan a mejoras. Esta percepción evidencia una posible falta de seguimiento, sistematización o implementación real de las recomendaciones formuladas, lo que limita su impacto en el desempeño institucional.

La opción “Siempre” fue marcada por el 22.0% de los trabajadores, quienes consideran que los comentarios de sus superiores siempre tienen un efecto positivo y se transforman en acciones de mejora. Este resultado fortalece la percepción de una cultura organizacional participativa, donde las ideas del liderazgo se traducen en resultados tangibles.

Por otro lado, un 14.0% de los encuestados señaló “Casi nunca”, y un 2.0% indicó “Nunca”, sumando un 16.0% de percepciones negativas. Este grupo considera que los aportes de los superiores rara vez se aplican o generan cambios, lo cual podría reflejar un liderazgo distante, poco proactivo o desconectado de los procesos operativos.

En conjunto, los resultados de la Figura 34 y Tabla 36 muestran que el 60.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe que los comentarios de los superiores sí conducen a mejoras institucionales, lo cual refuerza una cultura organizacional orientada al aprendizaje y la mejora continua. No obstante, el 40.0% restante muestra una percepción limitada o crítica, que debe atenderse mediante mecanismos de seguimiento efectivo, diálogo horizontal y una mayor visibilidad de las acciones correctivas derivadas de las sugerencias del liderazgo. Esto permitirá consolidar una cultura de confianza y transformación en ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 35

La información sobre la atención que se les brinda a los usuarios influye en el cambio de actitud

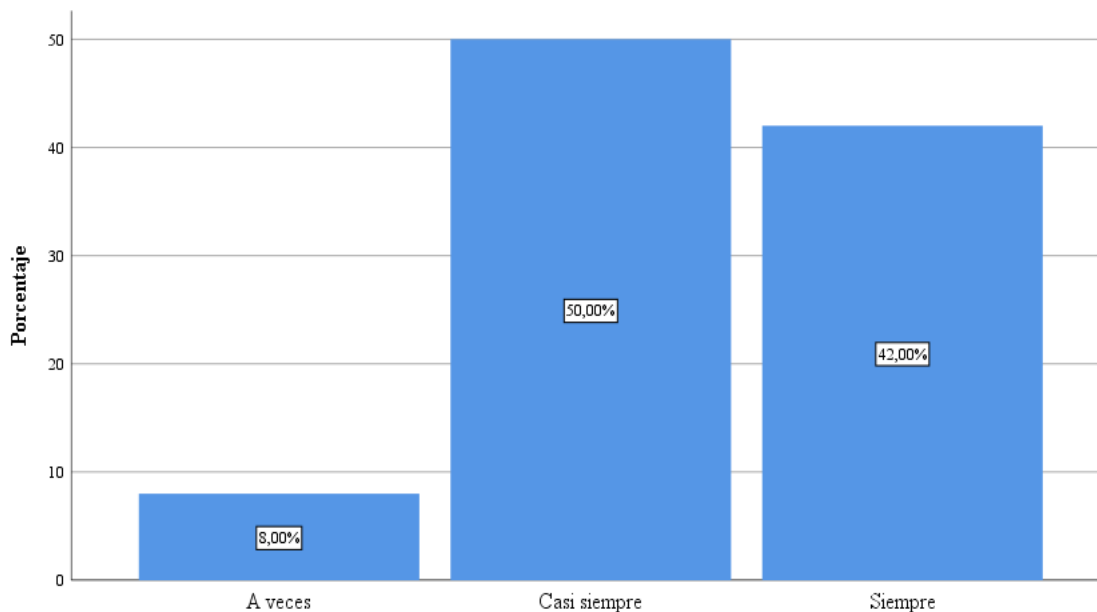


Tabla 37

La información sobre la atención que se les brinda a los usuarios influye en el cambio de actitud

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	4	4	8.0	8.0
Casi siempre	25	29	50.0	58.0
Siempre	21	50	42.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 35 y la Tabla 37 muestran los resultados obtenidos frente a la afirmación: “La información sobre la atención que se les brinda a los usuarios influye en el cambio de actitud”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite analizar en qué medida los trabajadores de ASINVESTIGA PERÚ perciben que la retroalimentación sobre el servicio al usuario incide en mejoras conductuales o actitudinales dentro de la organización.

El mayor porcentaje se obtuvo en la opción “Casi siempre” con un 50.0%. Este resultado indica que la mitad del personal considera que la información referente a la atención al usuario suele generar un cambio en las actitudes laborales. Esto sugiere que existe una cultura organizacional relativamente abierta a la retroalimentación externa, reconociendo su valor para el crecimiento institucional y la mejora del servicio.

En segundo lugar, un 42.0% de los trabajadores eligió la opción “Siempre”, lo cual representa una percepción positiva sólida. Para este grupo, el impacto de la información recibida sobre el trato a los usuarios es constante y efectivo, lo que refleja una cultura con alta sensibilidad hacia la calidad del servicio y el compromiso con la mejora continua basada en la experiencia del usuario.

En contraste, un 8.0% seleccionó la opción “A veces”. Esta respuesta, aunque minoritaria, revela que para ciertos trabajadores la información sobre atención al usuario no siempre tiene el efecto deseado en las actitudes del personal. Esta situación puede estar asociada a una débil cultura de autoevaluación, resistencia al cambio o carencia de mecanismos eficaces para transformar la retroalimentación en acciones concretas.

En conjunto, los resultados de la Figura 35 y Tabla 37 reflejan que el 92.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe que la información sobre la atención al usuario tiene un impacto real en la actitud organizacional. Esta tendencia mayoritaria evidencia una fortaleza institucional que debe mantenerse y reforzarse mediante la sistematización de dicha información, la promoción del aprendizaje organizacional y el desarrollo de una cultura centrada en la satisfacción del usuario. Sin embargo, también se debe prestar atención a la pequeña proporción de trabajadores con percepciones neutras, promoviendo una mayor involucración de todos los niveles del personal en los procesos de mejora continua.

Figura 36

Considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar

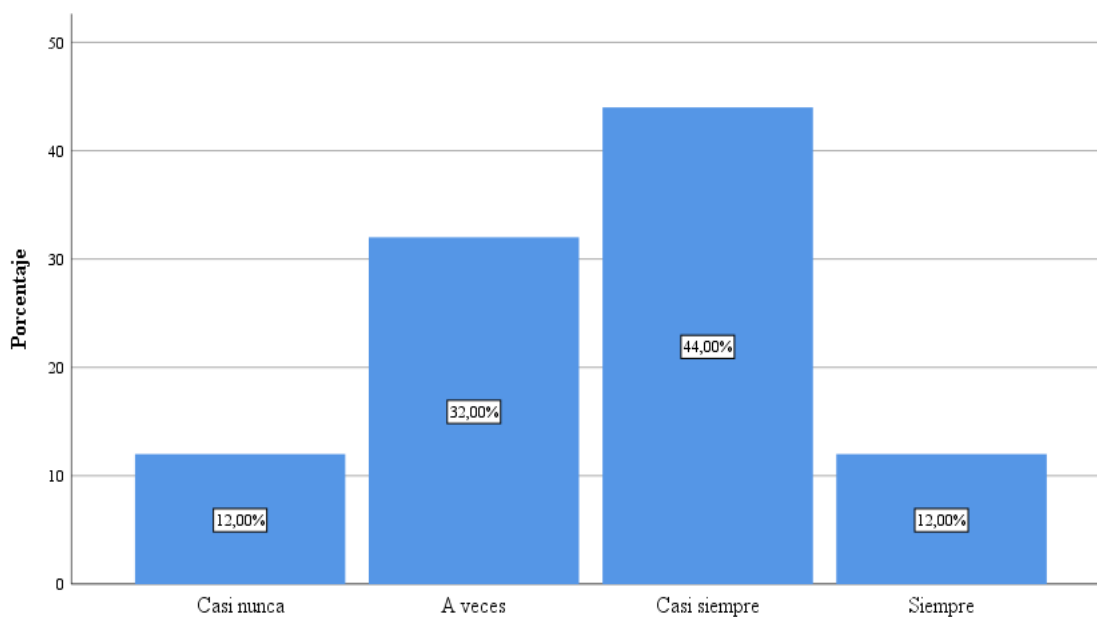


Tabla 38

Considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	6	6	12.0	12.0
A veces	16	22	32.0	44.0
Casi siempre	22	44	44.0	88.0
Siempre	6	50	12.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 36 y la Tabla 38 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación evalúa la actitud institucional frente al error o al fracaso, y si este es asumido como parte del proceso de mejora continua en ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje fue obtenido por la opción “Casi siempre” con un 44.0%, lo cual indica que una parte considerable del personal considera que la organización suele interpretar los

fracasos como oportunidades para el aprendizaje. Este resultado refleja una cultura organizacional que, en buena medida, promueve la resiliencia y la mejora a partir de la experiencia, sin recurrir a enfoques sancionadores como primera respuesta.

En segundo lugar, un 32.0% eligió la opción “A veces”, lo que muestra que casi un tercio de los encuestados percibe una actitud ambivalente frente al fracaso. Para este grupo, la institución algunas veces convierte los errores en aprendizajes, pero no siempre lo hace de manera sistemática. Esto sugiere la existencia de prácticas informales o la falta de procesos definidos para gestionar constructivamente los errores.

El 12.0% de los trabajadores respondió “Siempre”, manifestando que en todo momento la organización asume el fracaso como una oportunidad de mejora. Aunque representa un porcentaje menor, evidencia una percepción claramente positiva y deseable en toda institución moderna, ya que promueve la innovación, la experimentación responsable y el desarrollo profesional.

Por otro lado, otro 12.0% eligió la opción “Casi nunca”, lo que evidencia que una parte del personal considera que la organización no suele ver el fracaso como parte del aprendizaje. Esta percepción es un punto crítico, ya que puede estar relacionada con una cultura de penalización o con la falta de espacios seguros para reconocer errores y transformarlos en mejoras.

En resumen, los resultados de la Figura 36 y Tabla 38 revelan que el 56.0% del personal encuestado (“siempre” y “casi siempre”) identifica una tendencia positiva hacia el aprendizaje desde el error, mientras que el 44.0% restante tiene percepciones intermedias o negativas. Este hallazgo indica que, si bien hay avances, aún es necesario fortalecer una cultura de mejora continua, fomentar el liderazgo reflexivo y desarrollar protocolos institucionales que conviertan el error en una herramienta de desarrollo organizacional en ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 37

El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano

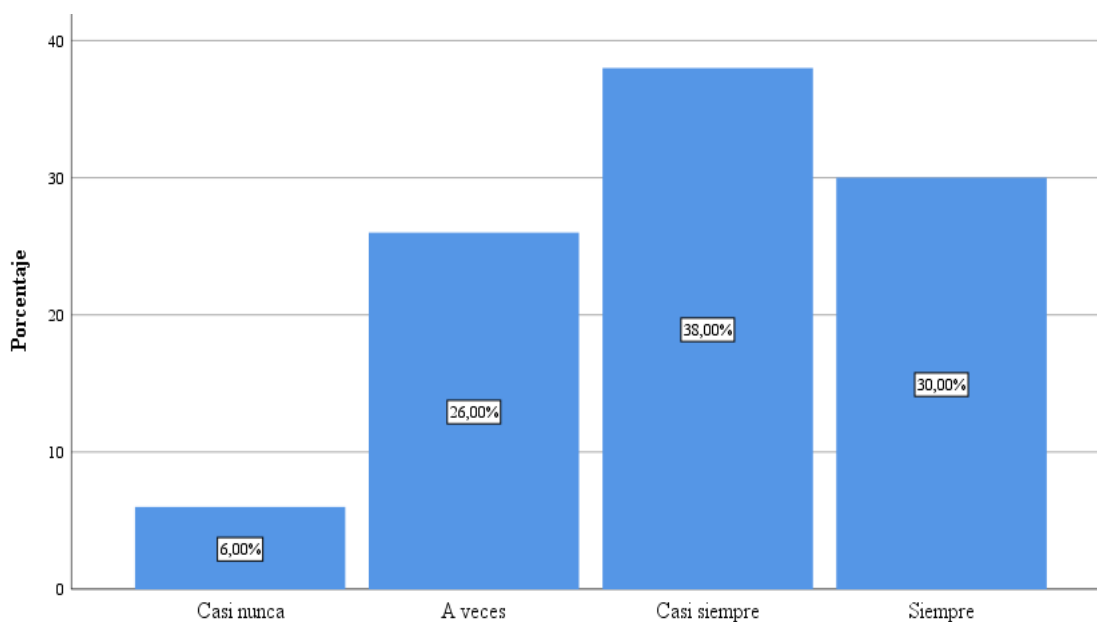


Tabla 39

El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	3	6.0	6.0
A veces	13	16	26.0	32.0
Casi siempre	19	35	38.0	70.0
Siempre	15	50	30.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 37 y la Tabla 39 presentan los resultados correspondientes a la afirmación: “El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano”, vinculada a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación busca identificar el valor que los trabajadores de ASINVESTIGA PERÚ asignan al aprendizaje como parte esencial de su quehacer diario, así como el compromiso institucional con la mejora continua del conocimiento y las capacidades del personal.

El mayor porcentaje fue obtenido por la opción “Casi siempre” con un 38.0%. Este resultado refleja que una parte significativa de los trabajadores percibe que el aprendizaje está integrado de forma frecuente en sus actividades laborales. Esto evidencia una cultura organizacional que, en general, promueve el desarrollo profesional y la actualización constante, aunque aún con espacio para mayor sistematización.

En segundo lugar, el 30.0% de los encuestados marcó la opción “Siempre”. Este grupo tiene una percepción claramente positiva, indicando que el aprendizaje es considerado un objetivo permanente en la institución. Esta valoración es un indicador clave de una organización que valora el conocimiento como recurso estratégico y motiva al personal a innovar y mejorar en sus funciones.

La opción “A veces” fue elegida por el 26.0% de los trabajadores, lo que representa una percepción intermedia. Para este segmento, el aprendizaje no está garantizado ni promovido de forma constante, lo que podría sugerir una falta de políticas claras de capacitación o un bajo seguimiento al desarrollo del talento humano.

Finalmente, el 6.0% optó por la opción “Casi nunca”. Aunque representa un porcentaje reducido, este grupo manifiesta que el aprendizaje tiene poca prioridad en las tareas cotidianas, lo que podría estar relacionado con una rutina laboral excesiva, poca oferta formativa o escaso acompañamiento de los líderes en temas de formación.

En conjunto, los datos de la Figura 37 y Tabla 39 indican que el 68.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) valora el aprendizaje como parte relevante de su trabajo, lo cual es un indicador favorable para la cultura organizacional de ASINVESTIGA PERÚ. No obstante, el 32.0% restante muestra percepciones neutras o negativas que deben ser consideradas por la institución para reforzar programas de capacitación, fomentar el liderazgo pedagógico y consolidar un entorno de aprendizaje continuo que impacte en el desempeño institucional.

Figura 38

Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo

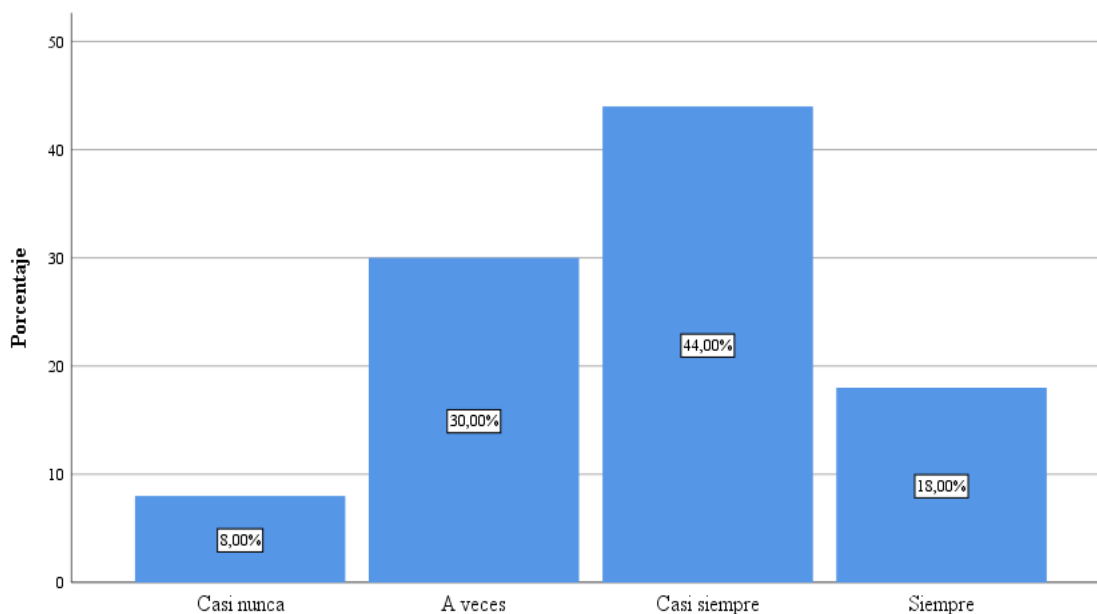


Tabla 40

Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	4	4	8.0	8.0
A veces	15	19	30.0	38.0
Casi siempre	22	41	44.0	82.0
Siempre	9	50	18.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 38 y la Tabla 40 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite evaluar el grado en que los trabajadores de ASINVESTIGA PERÚ perciben claridad, dirección y alineamiento en torno a la misión institucional como eje articulador del quehacer organizacional.

El mayor porcentaje fue obtenido por la opción “Casi siempre”, con un 44.0%, lo cual indica que una importante proporción de trabajadores considera que, de manera frecuente, la

misión de la organización está clara y orienta su trabajo diario. Este resultado evidencia una cultura organizacional que ha logrado comunicar y sostener su propósito institucional, aunque aún no con la constancia necesaria para alcanzar un nivel óptimo de alineamiento.

En segundo lugar, un 30.0% eligió la opción “A veces”, lo que revela que casi un tercio del personal percibe una claridad parcial respecto a la misión institucional. Para este grupo, la misión puede no estar siempre presente o no se articula suficientemente con las tareas cotidianas, lo cual podría dificultar la cohesión estratégica y el sentido de pertenencia.

El 18.0% de los encuestados respondió “Siempre”, lo que refleja una percepción sólida y deseable: para este grupo, la misión institucional está bien definida y constantemente guía las acciones y decisiones. Esta visión es fundamental para consolidar una cultura con propósito y metas compartidas, promoviendo un mayor compromiso del personal.

Por otro lado, un 8.0% eligió la opción “Casi nunca”, reflejando una percepción crítica sobre la falta de dirección clara. Este grupo puede experimentar confusión respecto al objetivo institucional o percibir una desconexión entre lo que se declara como misión y lo que realmente se aplica en la práctica.

En resumen, los resultados de la Figura 38 y Tabla 40 muestran que el 62.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) reconoce una misión institucional clara y útil para guiar su trabajo, lo cual es un indicador favorable. No obstante, el 38.0% restante expresa incertidumbre o ausencia de referencia clara a la misión, lo que constituye una oportunidad de mejora. Se recomienda reforzar la comunicación institucional, integrar la misión en los procesos operativos y formativos, y promover espacios de reflexión colectiva para alinear la cultura organizacional con la razón de ser de ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 39

Esta organización tiene claro el propósito a lograr según actividades a realizar

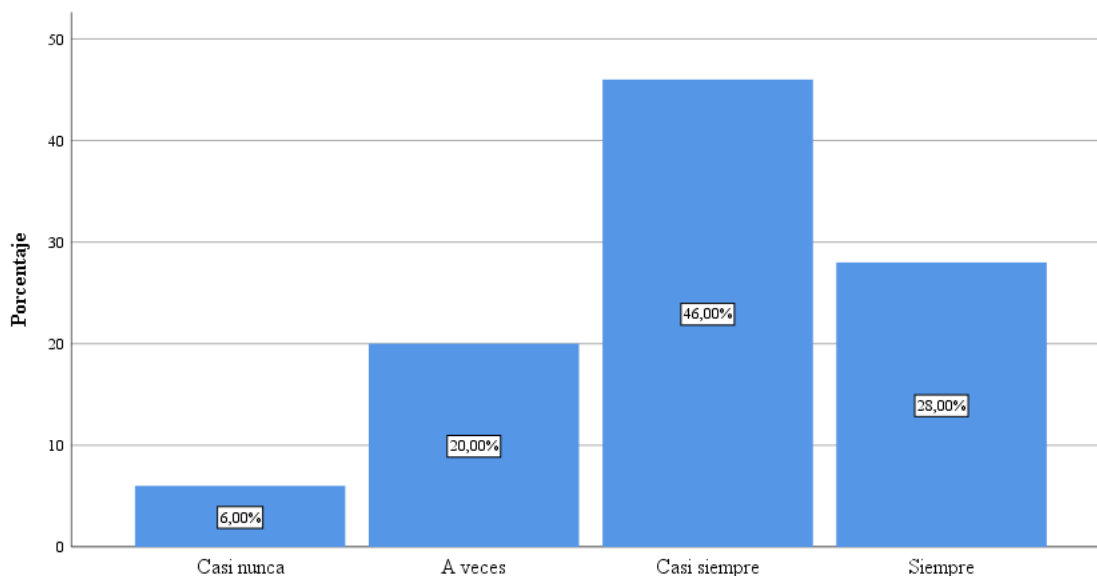


Tabla 41

Esta organización tiene claro el propósito a lograr según actividades a realizar

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	3	6.0	6.0
A veces	10	13	20.0	26.0
Casi siempre	23	36	46.0	72.0
Siempre	14	50	28.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 39 y la Tabla 41 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Esta organización tiene claro el propósito a lograr según actividades a realizar”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación busca conocer en qué medida los trabajadores de ASINVESTIGA PERÚ perciben claridad en los objetivos institucionales relacionados con sus tareas y funciones.

El mayor porcentaje fue registrado en la opción “Casi siempre”, con un 46.0%, lo cual indica que una mayoría significativa del personal considera que usualmente la organización define

con claridad los propósitos que guían el desarrollo de sus actividades. Esta percepción positiva refleja una cultura organizacional que tiende a establecer metas funcionales claras, lo que favorece el desempeño orientado a resultados.

Le sigue la opción “Siempre”, con un 28.0%, que representa a un grupo de trabajadores que reconoce de manera constante una dirección precisa en los propósitos institucionales según las tareas encomendadas. Este resultado fortalece la imagen de una organización que trabaja con planificación, coherencia y sentido estratégico, alineando las acciones diarias con fines institucionales claros.

Por su parte, un 20.0% eligió la opción “A veces”, lo que revela que una parte importante del personal identifica una falta de consistencia en la definición o comunicación de los propósitos. Esto podría reflejar vacíos en la planificación operativa, dificultades en la comunicación interna o una falta de acompañamiento en la implementación de los planes de acción.

Finalmente, el 6.0% seleccionó “Casi nunca”, lo cual representa una percepción crítica. Para este grupo, la organización no suele tener claramente definidos los objetivos en relación con las actividades que se desarrollan, lo que podría generar desorientación, baja motivación o un cumplimiento mecánico de funciones.

En conjunto, los datos de la Figura 39 y Tabla 41 reflejan que el 74.0% de los trabajadores (“siempre” y “casi siempre”) perciben una adecuada claridad organizacional respecto a los propósitos que orientan las tareas, lo cual es una fortaleza institucional. Sin embargo, el 26.0% restante muestra percepciones de ambigüedad que deben atenderse. Se sugiere reforzar los mecanismos de planificación participativa, mejorar la comunicación de objetivos en todos los niveles jerárquicos y alinear los indicadores de desempeño con metas claras y comprensibles por todo el equipo. Esto permitirá consolidar una cultura de gestión orientada al logro y al desarrollo sostenible en ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 40

Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir

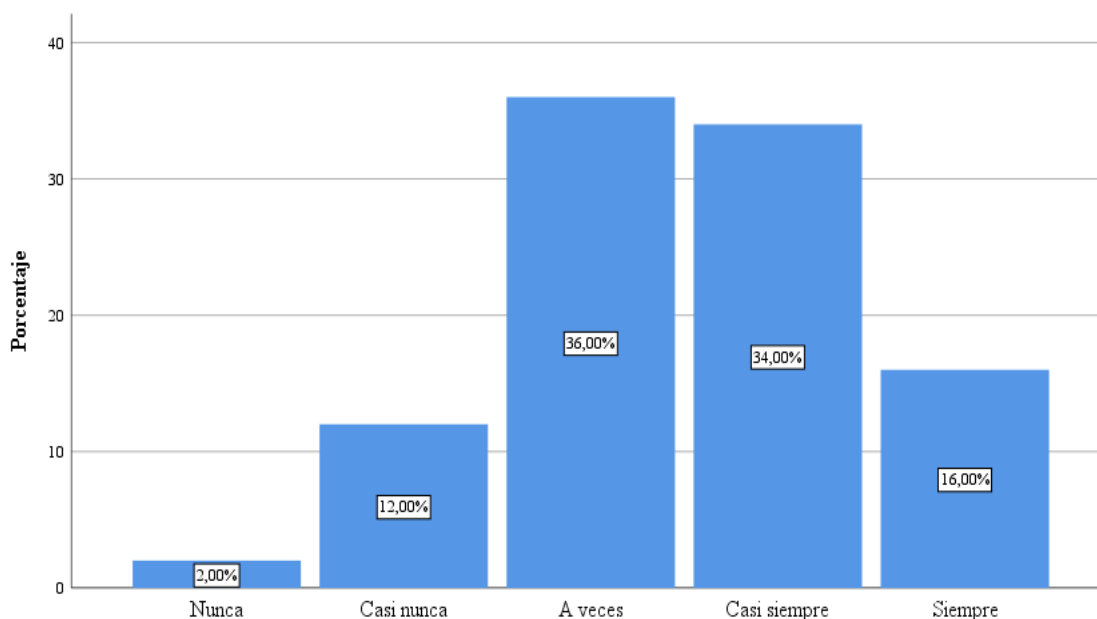


Tabla 42

Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1	2.0	2.0
Casi nunca	6	7	12.0	14.0
A veces	18	25	36.0	50.0
Casi siempre	17	42	34.0	84.0
Siempre	8	50	16.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 40 y la Tabla 42 presentan los resultados obtenidos frente a la afirmación: “Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite identificar el grado de consenso interno entre los colaboradores de ASINVESTIGA PERÚ respecto a los objetivos institucionales que se deben alcanzar. El mayor porcentaje corresponde a la opción “A veces”, con un 36.0%, lo que indica que una parte considerable de los trabajadores percibe que el acuerdo sobre las metas

institucionales no siempre es constante ni sostenido. Este resultado sugiere una comunicación organizacional intermitente o una planificación estratégica que no logra integrar plenamente a todos los niveles del personal.

Le sigue la opción “Casi siempre”, con un 34.0%, reflejando que un grupo importante de trabajadores considera que usualmente sí existe consenso sobre las metas, aunque todavía con ciertos márgenes de mejora. Este resultado evidencia una tendencia positiva en el alineamiento interno, pero también señala que aún no se ha consolidado como una práctica institucional firme y sistemática.

La opción “Siempre” fue elegida por el 16.0% del personal, quienes manifiestan una percepción sólida de acuerdo y claridad permanente respecto a los objetivos organizacionales. Este porcentaje, aunque menor en comparación con los anteriores, representa una fortaleza que puede ser ampliada a través de una gestión participativa y efectiva.

En contraste, el 12.0% de los encuestados respondió “Casi nunca”, y un 2.0% eligió “Nunca”, lo que refleja percepciones críticas respecto a la ausencia de consenso en la definición de metas. Esta falta de alineamiento puede generar duplicidad de funciones, baja productividad, o desmotivación al no conocer con claridad hacia dónde se dirigen los esfuerzos institucionales.

En conjunto, los resultados de la Figura 40 y Tabla 42 muestran que solo el 50.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) percibe una cultura organizacional con acuerdos claros en torno a las metas, mientras que el otro 50.0% expresa dudas, percepciones neutras o negativas. Este equilibrio señala un reto importante para ASINVESTIGA PERÚ, que requiere reforzar los espacios de comunicación interna, integrar a los colaboradores en los procesos de planificación y retroalimentación, y construir una visión compartida que fortalezca el compromiso colectivo y la eficacia institucional.

Figura 41

Los trabajadores de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo

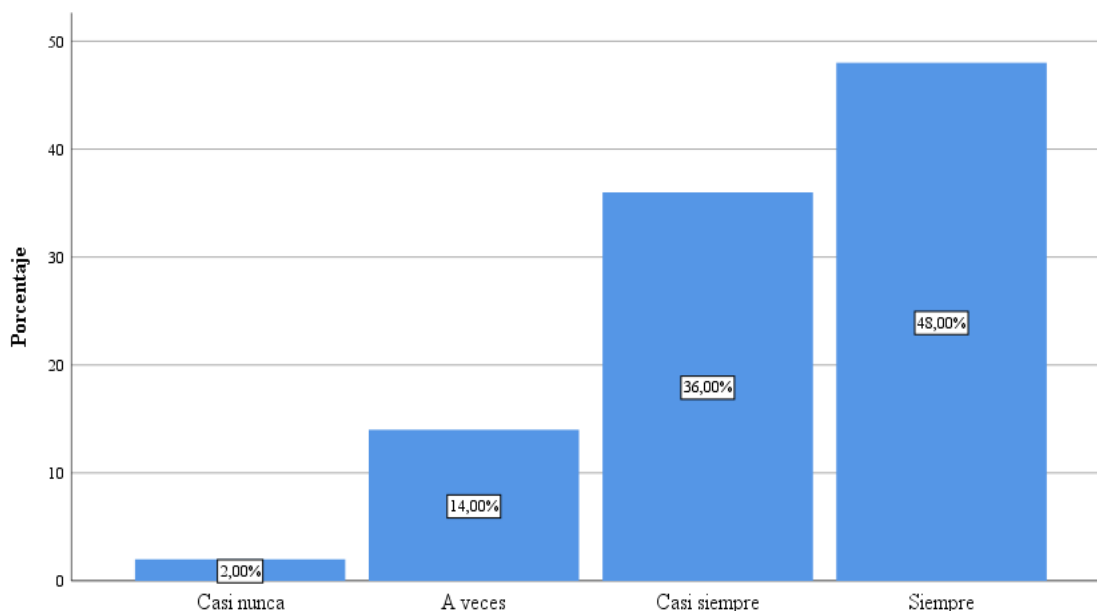


Tabla 43

Los trabajadores de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	1	2.0	2.0
A veces	7	8	14.0	16.0
Casi siempre	18	26	36.0	52.0
Siempre	24	50	48.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 41 y la Tabla 43 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “Los trabajadores de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación permite evaluar el nivel de comprensión estratégica de los colaboradores en relación con los objetivos sostenibles de ASINVESTIGA PERÚ.

El mayor porcentaje lo registra la opción “Siempre”, con un 48.0%, lo cual indica que casi la mitad del personal tiene una comprensión clara y permanente de las acciones necesarias para alcanzar el éxito institucional a largo plazo. Este dato evidencia una cultura organizacional que promueve la visión de futuro y alinea a sus trabajadores con metas estratégicas, lo cual fortalece la cohesión, el compromiso y la efectividad colectiva.

En segundo lugar, el 36.0% de los trabajadores respondió “Casi siempre”, reflejando que una parte significativa también percibe una comprensión frecuente, aunque no absoluta, respecto al rumbo organizacional. Esto sugiere que existen mecanismos de comunicación y orientación que funcionan adecuadamente, aunque podrían ser reforzados para garantizar mayor consistencia.

Por otro lado, un 14.0% eligió la opción “A veces”, lo que representa a un sector del personal que muestra dudas o una percepción intermitente sobre qué se debe hacer para contribuir al éxito institucional de forma sostenida. Esta cifra revela la necesidad de fortalecer las estrategias de formación, inducción y comunicación interna.

Finalmente, un 2.0% de los encuestados respondió “Casi nunca”, reflejando una percepción crítica en cuanto al entendimiento de las metas de largo plazo. Aunque es un porcentaje bajo, indica que algunos trabajadores podrían estar desvinculados de los objetivos institucionales o carecer de orientación clara.

En conjunto, los resultados de la Figura 41 y Tabla 43 muestran que un 84.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) comprende lo que se necesita para lograr el éxito sostenido de la organización, lo que constituye una fortaleza notable en términos de cultura organizacional. No obstante, el 16.0% restante requiere atención mediante programas de comunicación estratégica, sesiones de alineamiento institucional y liderazgo inspirador que motive a todos los niveles del personal a actuar con propósito y visión compartida. Esto contribuirá a consolidar una cultura sólida, enfocada en la mejora continua y en los resultados sostenibles de ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 42

La misión institucional es clara que se distingue de otras entidades de similar rubro

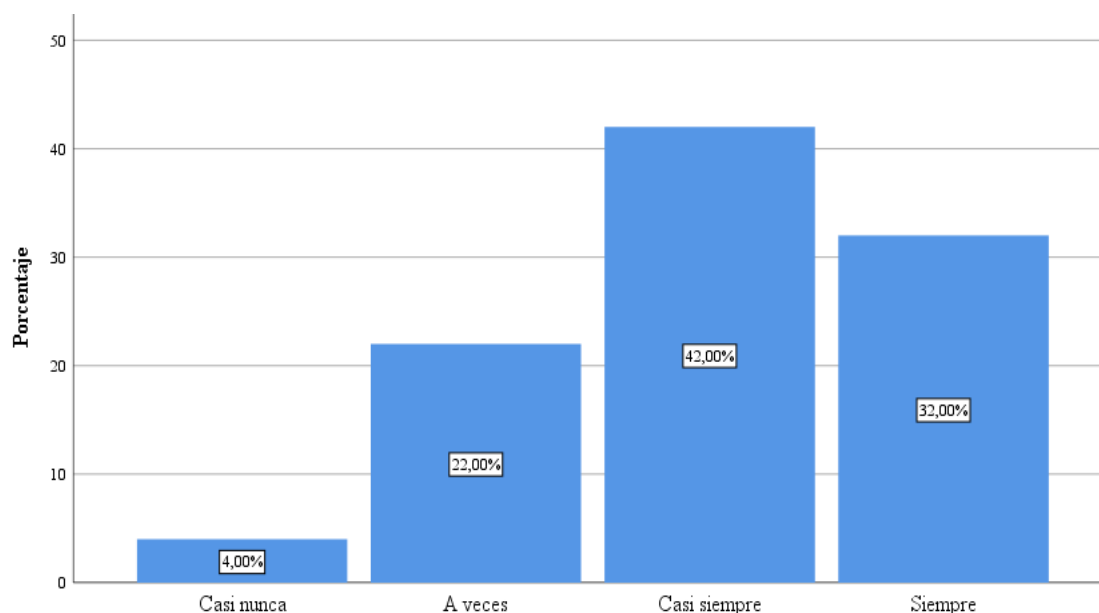


Tabla 44

La misión institucional es clara que se distingue de otras entidades de similar rubro

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	2	2	4.0	4.0
A veces	11	13	22.0	26.0
Casi siempre	21	34	42.0	68.0
Siempre	16	50	32.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 42 y la Tabla 44 presentan los resultados obtenidos respecto a la afirmación: “La misión institucional es clara y se distingue de otras entidades de similar rubro”, correspondiente a la variable Cultura Organizacional. Esta afirmación busca determinar el nivel de claridad y diferenciación que los trabajadores perciben respecto a la misión de ASINVESTIGA PERÚ, elemento fundamental para consolidar la identidad organizacional.

El mayor porcentaje fue registrado en la opción “Casi siempre”, con un 42.0%, lo cual indica que una parte considerable de los trabajadores considera que, en general, la misión

institucional está bien definida y presenta características que la hacen única frente a organizaciones similares. Este resultado refleja que la mayoría del personal reconoce la importancia de la misión como guía del quehacer institucional, lo que contribuye positivamente a su identidad y propósito.

Le sigue la opción “Siempre”, con un 32.0%, que refuerza la percepción favorable y denota que una tercera parte del personal identifica permanentemente una misión clara y diferenciadora. Este grupo probablemente está alineado con los objetivos organizacionales y participa activamente en los procesos institucionales, mostrando mayor compromiso y sentido de pertenencia.

En cambio, un 22.0% eligió la opción “A veces”, lo que representa a un grupo de trabajadores con una percepción ambivalente o parcial de la claridad de la misión. Esto podría deberse a vacíos en la comunicación interna, una débil difusión del marco institucional, o la falta de espacios formativos donde se refuercen los valores y objetivos que la misión promueve.

Por último, un 4.0% de los encuestados seleccionó “Casi nunca”, lo cual señala una percepción crítica respecto a la claridad o singularidad de la misión institucional. Aunque representa una minoría, este dato sugiere que existe un margen de mejora en cuanto a reforzar la comunicación organizacional y la construcción de una cultura institucional compartida.

En conjunto, los datos de la Figura 42 y Tabla 44 muestran que el 74.0% del personal (“siempre” y “casi siempre”) reconoce una misión institucional clara y distintiva, lo cual es un indicador positivo para la cultura organizacional. Sin embargo, el 26.0% restante manifiesta percepciones limitadas o críticas, lo que plantea la necesidad de estrategias de fortalecimiento institucional como talleres de identidad, revisión participativa de la misión y campañas internas de posicionamiento que permitan consolidar un entendimiento común y profundo sobre el propósito diferenciador de ASINVESTIGA PERÚ.

Figura 43

Nivel de variable cultura organizacional

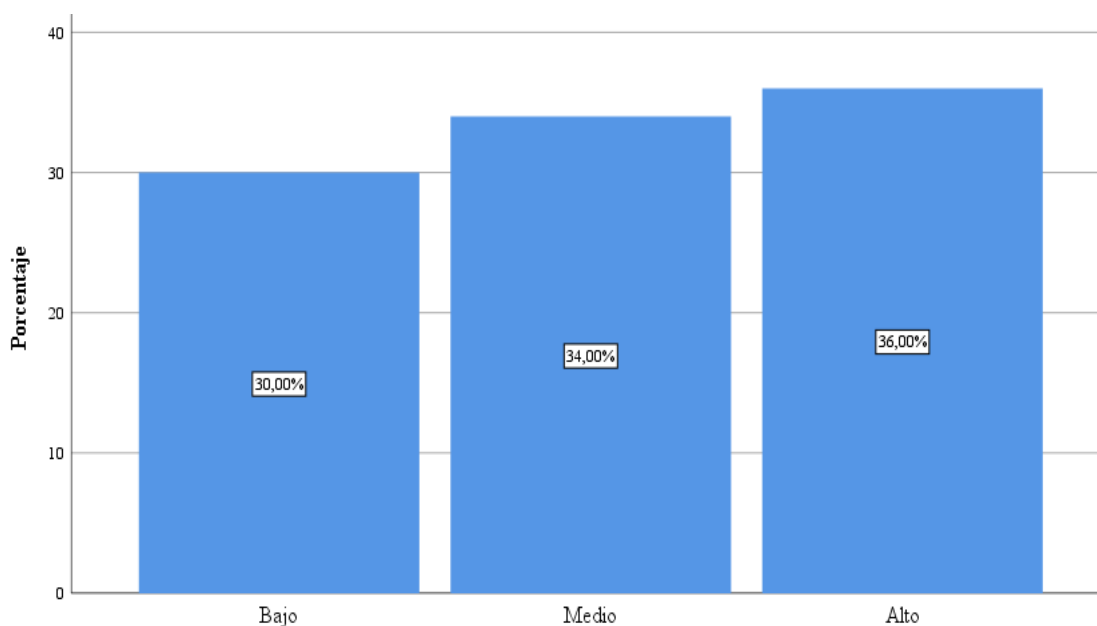


Tabla 45

Nivel de variable cultura organizacional

	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	15	15	30.0	30.0
Medio	17	32	34.0	64.0
Alto	18	50	36.0	100.0
Total	50		100.0	

La Figura 43 y la Tabla 45 muestran los resultados obtenidos sobre el nivel de la variable cultura organizacional en la asociación ASINVESTIGA PERÚ, según la percepción de sus trabajadores. Esta clasificación refleja de manera global cómo se vive y se proyecta la cultura organizacional dentro de la institución.

El porcentaje más alto corresponde al nivel “Alto”, con un 36.0%. Este dato evidencia que una parte significativa del personal percibe que la organización cuenta con una cultura sólida, basada en valores compartidos, compromiso institucional y buenas prácticas laborales. Este grupo

probablemente trabaja en un entorno favorable donde predominan la colaboración, la orientación a resultados y la comunicación efectiva.

Le sigue el nivel “Medio”, con un 34.0%, lo que revela que una proporción similar de trabajadores tiene una percepción moderada o regular de la cultura organizacional. Esto puede interpretarse como una señal de estabilidad, pero también de oportunidades de mejora. Es posible que estos trabajadores identifiquen aspectos positivos en el clima laboral, aunque también perciban deficiencias en liderazgo, integración de equipos o alineación institucional.

En tercer lugar, se encuentra el nivel “Bajo”, con un 30.0%, lo que significa que cerca de un tercio de los trabajadores considera que la cultura organizacional es débil o presenta serias limitaciones. Este grupo podría estar enfrentando dificultades en cuanto a comunicación interna, liderazgo poco participativo, falta de identificación con los valores institucionales o escasa motivación laboral.

El hecho de que las tres categorías (alto, medio y bajo) presenten porcentajes relativamente cercanos, refleja una organización con una cultura organizacional aún en proceso de consolidación. Si bien el nivel “alto” es el predominante, el peso de las percepciones “media” y “baja” (64.0% en conjunto) indica que aún existen brechas que deben ser abordadas estratégicamente.

Por tanto, los resultados de la Figura 43 y Tabla 45 revelan la necesidad de reforzar los mecanismos que favorecen una cultura organizacional sólida, cohesionada y orientada al bienestar institucional. Se recomienda desarrollar programas internos de fortalecimiento cultural, liderazgo transformacional, capacitación continua y fomento del sentido de pertenencia para aumentar el porcentaje de trabajadores que perciban un nivel alto de cultura organizacional en ASINVESTIGA PERÚ.

3.3. Análisis inferencial

3.3.1. Hipótesis general

(H₀): No existe relación directa entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

(H_a): Existe relación directa entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

Tabla 46

Prueba de hipótesis general

			Imagen institucional	Cultura organizacional
Rho de Spearman	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	1.000	0.872
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Cultura organizacional	Coefficiente de correlación	0.872	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

La tabla 46 presentó los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la imagen institucional y la cultura organizacional en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “Asinvestiga-Perú” durante el año 2023. El coeficiente de correlación de 0.872 indicó una relación muy fuerte y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la imagen institucional y la cultura organizacional en dicha asociación.

3.3.2. Hipótesis específica 1

(Ho): No existe relación directa entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

(Ha): Existe relación directa entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

Tabla 47

Hipótesis específica 1

			Imagen institucional	Implicación
Rho de Spearman	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	1.000	0.734
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Implicación	Coefficiente de correlación	0.734	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

La tabla 47 presentó los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la imagen institucional y la implicación en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “Asinvestiga-Perú” durante el año 2023. El coeficiente de correlación de 0.734 indicó una relación fuerte y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la imagen institucional y la implicación en dicha asociación.

3.3.3. Hipótesis específica 2

(Ho): No existe relación directa entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga- Perú”- Lima-2023.

(Ha): Existe relación directa entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga- Perú”- Lima-2023.

Tabla 48

Hipótesis específica 2

			Imagen institucional	Consistencia
Rho de Spearman	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	1.000	0.908
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Consistencia	Coefficiente de correlación	0.908	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

La tabla 48 presentó los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la imagen institucional y la consistencia en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “Asinvestiga-Perú” durante el año 2023. El coeficiente de correlación de 0.908 indicó una relación muy fuerte y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la imagen institucional y la consistencia en dicha asociación.

3.3.4. Hipótesis específica 3

(Ho): No existe relación directa entre la imagen y la adaptabilidad en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

(Ha): Existe relación directa entre la imagen y la adaptabilidad en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

Tabla 49

Hipótesis específica 3

			Imagen institucional	Adaptabilidad
Rho de Spearman	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	1.000	0.910
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Adaptabilidad	Coefficiente de correlación	0.910	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

La tabla 49 presentó los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la imagen institucional y la adaptabilidad en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “Asinvestiga-Perú” durante el año 2023. El coeficiente de correlación de 0.910 indicó una relación muy fuerte y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la imagen institucional y la adaptabilidad en dicha asociación.

3.3.5. Hipótesis específica 4

(Ho): No existe relación directa entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

(Ha): Existe relación directa entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga-Perú”- Lima-2023.

Tabla 50

Hipótesis específica 4

			Imagen institucional	Misión
Rho de Spearman	Imagen institucional	Coefficiente de correlación	1.000	0.808
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	50	50
	Misión	Coefficiente de correlación	0.808	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	50	50

La tabla 50 presentó los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la imagen institucional y la misión en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “Asinvestiga-Perú” durante el año 2023. El coeficiente de correlación de 0.808 indicó una relación fuerte y positiva entre ambas variables. La significancia bilateral de 0.000 sugirió que esta correlación fue estadísticamente significativa. Por lo tanto, se pudo rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, lo que implicó que existió una relación directa entre la imagen institucional y la misión en dicha asociación.

IV. DISCUSION

Los resultados obtenidos muestran un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.872, con una significancia bilateral de 0.000. Esto indica una correlación positiva y significativa entre la imagen y la cultura organizacional de "Asinvestiga Perú". Este hallazgo sugiere que la percepción que los públicos tienen sobre la organización está estrechamente relacionada con los valores, creencias y normas que comparten sus miembros. La cultura organizacional sólida contribuye a la creación de una imagen institucional positiva, lo que es esencial para el posicionamiento y la credibilidad de la organización en su entorno. Frente a lo mencionado, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, que postula que existe una relación significativa entre la imagen y la cultura organizacional. Este resultado es consistente con investigaciones previas, como la de Nuñez (2017), que también encontró que la imagen corporativa está relacionada con el desempeño y la percepción de los colaboradores, lo que refuerza la importancia de una cultura organizacional bien definida para proyectar una imagen favorable.

El análisis revela un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.734, con una significancia bilateral de 0.000. Esto sugiere que una imagen institucional positiva está asociada con un alto nivel de implicación entre los miembros de la organización. Cuando los colaboradores se sienten identificados y comprometidos con la misión y visión de "Asinvestiga Perú", es más probable que promuevan la institución de manera favorable, lo que contribuye a fortalecer su imagen. Al rechazar la hipótesis nula, se acepta que existe una relación significativa entre la imagen y la implicación. Este hallazgo es respaldado por Gutierrez (2017), quien señala que una cultura organizacional que fomenta la implicación de los empleados puede llevar a una mejor percepción de la organización por parte de sus públicos, lo que es crucial para el éxito en el ámbito social y de desarrollo.

Los resultados muestran un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.908, con una significancia bilateral de 0.000. Esto indica que existe una relación muy fuerte entre la consistencia en la cultura organizacional y la imagen de la institución. Una cultura organizacional

que mantiene normas claras, valores compartidos y cohesión entre sus miembros contribuye significativamente a la creación de una imagen sólida y coherente ante los públicos internos y externos. Se rechaza la hipótesis nula, aceptando que existe una relación significativa entre la imagen y la consistencia. Este resultado se alinea con la teoría de Schein (2010), que enfatiza que una cultura organizacional consistente refuerza la credibilidad y solidez de la imagen institucional, lo que es esencial para la sostenibilidad y el prestigio de la organización.

El análisis revela un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.910, con una significancia bilateral de 0.000. Este resultado sugiere que la capacidad de la organización para adaptarse a los cambios del entorno está positivamente relacionada con su imagen. Una organización que demuestra flexibilidad y capacidad de respuesta ante nuevos desafíos es percibida más favorablemente por sus públicos, lo que contribuye a fortalecer su imagen institucional. Al rechazar la hipótesis nula, se acepta que existe una relación significativa entre la imagen y la adaptabilidad. Este hallazgo es respaldado por la investigación de Virginia (2016), que indica que la adaptabilidad organizacional es clave para mantener una imagen positiva en un entorno cambiante, lo que es especialmente relevante para organizaciones dedicadas a la investigación y desarrollo social.

Los resultados muestran un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.808, con una significancia bilateral de 0.000. Esto indica que una misión clara y bien comunicada está fuertemente relacionada con la imagen institucional. La misión actúa como un marco que guía las acciones y decisiones de la organización, y cuando esta es percibida de manera positiva, contribuye a mejorar la imagen de la institución ante sus públicos. Se rechaza la hipótesis nula, aceptando que existe una relación significativa entre la imagen y la misión. Este hallazgo es coherente con la teoría de Capriotti (2009), que subraya que una identidad institucional coherente y bien comunicada es fundamental para generar confianza y diferenciación en el entorno.

V. CONCLUSIONES

- La Se concluye que existe una relación significativa entre la imagen y la cultura organizacional en la Asociación Internacional de Investigación y Desarrollo Social “ASINVESTIGA PERÚ” en Lima durante el año 2023. Esto de acuerdo con el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.872 y una significancia bilateral de 0.000. Lo obtenido evidencia que una imagen institucional sólida influye directamente en la consolidación de una cultura organizacional coherente, compartida y comprometida con la misión institucional.
- Se concluye que existe una relación significativa entre la imagen institucional y la implicación organizacional en ASINVESTIGA PERÚ – Lima 2023. Esto se respalda con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.734 y una significancia bilateral de 0.000, lo cual indica que una percepción positiva de la imagen impulsa un mayor compromiso de los miembros hacia los objetivos institucionales.
- Se concluye que existe una relación altamente significativa entre la imagen institucional y la consistencia organizacional. Según el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.908 y una significancia bilateral de 0.000, se demuestra que una imagen bien estructurada promueve prácticas organizacionales coherentes, estables y alineadas con los valores institucionales.
- Se concluye que existe una relación significativa entre la imagen institucional y la adaptabilidad organizacional. Con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.910 y una significancia bilateral de 0.000, se evidencia que una imagen dinámica y bien valorada por los miembros favorece la capacidad de la organización para ajustarse con eficacia a los cambios del entorno y las necesidades de sus actores.
- Se concluye que existe una relación significativa entre la imagen institucional y la misión organizacional en ASINVESTIGA PERÚ. El coeficiente de correlación Rho de Spearman fue de 0.808, con una significancia bilateral de 0.000, lo que sugiere que una imagen bien comunicada y coherente fortalece la comprensión, interiorización y cumplimiento de la misión institucional por parte de sus miembros.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda consolidar una estrategia de comunicación organizacional interna y externa que promueva una imagen coherente, positiva y alineada con los valores de ASINVESTIGA PERÚ. Esta imagen debe reflejar con claridad la identidad institucional y servir como pilar para fomentar una cultura organizacional sólida, compartida por todos los miembros.
- Se sugiere desarrollar campañas internas que fortalezcan el sentido de pertenencia y el reconocimiento del aporte individual dentro de la organización. Estas acciones deben estar acompañadas de mensajes consistentes sobre los logros institucionales, los valores que se promueven y el impacto del trabajo conjunto, para reforzar el compromiso de los miembros con los objetivos comunes.
- Se recomienda estandarizar los procesos institucionales, reforzar el cumplimiento de políticas internas y asegurar la coherencia entre el discurso institucional y las prácticas diarias. Esto implica también velar por una gestión transparente y predecible, que proyecte una imagen confiable tanto al interior como al exterior de la organización.
- Se sugiere promover una imagen institucional flexible, innovadora y abierta al cambio. Para ello, es importante fortalecer las capacidades de gestión del cambio dentro de la organización, desarrollar escenarios de adaptación y comunicar de manera estratégica las transformaciones, de forma que los miembros se alineen rápidamente con los nuevos desafíos del entorno.
- Se recomienda fortalecer la difusión de la misión institucional a través de medios accesibles, permanentes y claros. Se deben realizar actividades orientadas a la reflexión sobre el propósito institucional, tales como talleres, jornadas de integración y campañas de concientización, para lograr una mayor interiorización y alineación de los colaboradores con la razón de ser de ASINVESTIGA PERÚ.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apaza, S. (2018). En su tesis: Gestión de la comunicación e imagen corporativa en trabajadores de una municipalidad de Ica, 2018. (Tesis de maestría) Universidad de César Vallejo, sede de Ica.
- Bonavia, T., Prado, V. y García, A (2010). Adaptación al español del instrumento sobre cultura organizacional de Denison. Rescatado:
<http://digital.csic.es/bitstream/10261/104177/1/SUMMA%20Psicol%C3%B3gica.pdf>
- Caldevilla, D. (2007). Manual de Relaciones Públicas. Madrid: Visión NET: 324 p.
- Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. Edita: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas; Málaga, España.
- Castillo, J. (2017). Sistemas de información, control de la calidad y la imagen institucional en el Área de Archivo del Instituto Nacional de Oftalmología, 2016. (Tesis doctoral). Universidad César Vallejo, Sede Lima.
- Consuegra, L. (2012). Clima organizacional. Lima.
- Ehrhart, M. G., Schneider, B., y Macey, W. H. (2014). Organizational climate and culture: An introduction to theory, research, and practice. New York, NY: Routledge.
- Entel, A. (2000). Imagen de las instituciones. Publicación trimestral. Argentina: CIEDLA.
- Falcones, G. (2014). Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la Unidad de Negocio de Supply Chain Guayaquil de Nestle Ecuador (Tesis para la obtención del título de psicología). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Fernández L. y Robles, F. (2016). Gestión de las comunicaciones para el aseguramiento de la calidad educativa: el caso de la oficina de imagen institucional de la Universidad Nacional de San Martín en el 2016. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.
- Fuentes, A. (2012). La cultura organizacional: Factor clave de éxito en las empresas del Siglo XX1. (Tesis de pregrado). Universidad de Cartagena. Cartagena de Indias, Colombia.

- García, M. (2017) Cultura organizacional, motivación y la satisfacción laboral del personal de una municipalidad de Ica (Tesis de Doctorado). Universidad César Vallejo, Sede Ica. Perú
- García, M. (2015). “Rediseño de la imagen institucional para el reposicionamiento de las Unidades Educativas Dominicanas”. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Ecuador; Sede Ambato.
- Griffin, R., y Moorhead, G. (2010). Comportamiento organizacional. México D. F., México: Cengage Learning.
- Gutierrez, F. (2017) en su tesis: Cultura organizacional y ley de transparencia: Estudio de caso de un centro de Salud Familiar (CESFAM) en Chile. (Tesis de maestría). Universidad de Concepción, Chile.
- IICA. (2010). La proyección de una nueva imagen institucional en el IICA. San José: IICA.
- Lázaro, L.; Romero, R.; Saavedra, J. y Vásquez, M. (2017) en su tesis: La Cultura Organizacional en Tres Bancos Comerciales del Departamento de Lambayeque. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.
- Mellan, V. (2017). La cultura organizacional y su impacto en el rendimiento de los equipos de trabajo: El papel mediador del clima y la reflexividad. (Tesis doctoral). Universidad de Valencia, España.
- Montaña, A. y Torres, G. (2015) en su tesis: Caracterización de la cultura organizacional y lineamientos de intervención para la implementación de procesos de cambio en las organizaciones. caso empresa sector financiero. (Tesis de maestría). Universidad del Rosario, Bogotá - Colombia.
- Núñez, M. (2017) en su tesis: Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Professionals On Line SAC 2016. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo. Perú.
- Pizarro, J (2017). Aplicaciones virtuales como estrategias para fortalecer la imagen corporativa de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote 2017. (Tesis de Grado) Universidad César Vallejo, Nuevo Chimbote – Perú.

- Quispe, D. (2013). Clima laboral y percepción de la imagen institucional en el instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Juan Velasco Alvarado” año 2013. (Tesis doctoral). Universidad San Martín de Porres; Lima.
- Janampa, G. (2016): Relación entre la cultura organizacional y el clima laboral en la empresa DOA HOLDING SAC. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
- Robayo, Y. (2012). Reestructuración de la imagen e identidad corporativa de G.D.S. Colombia LTD. A partir de un estudio semiótico. (Tesis de grado) Universidad EAN, Bogotá – Colombia.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional (10ª ed.). México: Prentice Hall.
- Rueda, A. (2017). Cultura y clima organizacional en la agencia de viajes Sudamerican Reps del distrito de Villa El Salvador, periodo 2017-I. (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en turismo y hotelería). Universidad César Vallejo, Sede Lima.
- Ruiz, R. (2016) Aspectos de la cultura organizacional en una empresa de turismo: relatos de trabajadores, análisis desde el enfoque socio-analítico. (Tesis de Maestría). Universidad de Chile. Chile.
- Solarte, M. y Solarte, C. (2017) Influencia de la cultura organizacional y la innovación en la orientación al mercado de las empresas de familia de la ciudad de Pasto (Tesis de Maestría). Universidad de Manizales-Institución Universitaria Cesmag, Colombia.
- Torres, L. (2017): Cultura organizacional en empresas familiares. (Tesis de Doctorado). Pontificia Nacional de San Agustín de Arequipa. Perú.
- Valdivia, V. (2015). Influencia de la cultura organizacional en la imagen de la municipalidad distrital de Mariano Melgar, Durante el I semestre del año 2015. (Tesis de grado) Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

- Vargas, K. (2016). En su tesis: Cultura organizacional y gestión administrativa de la Municipalidad Distrital de Parcona, 2015. (tesis de maestría) Universidad de César Vallejo, sede de Ica.
- Viera, J. (2016). Estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- Vintimilla, M. (2017). Auditoría de la imagen corporativa de la Orquesta Sinfónica de Cuenca. (Tesis para la obtención del título de licenciada). Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Virginia, M. (2016). La Cultura Organizacional en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). (Tesis de maestría). Universidad de Belgrano, Buenos Aires.

VIII. ANEXOS

8.1. Encuesta

8.1.1. Cuestionario

Cuestionario sobre Imagen

Estimado colaborador: líneas abajo te muestro un conjunto de preguntas, donde es importante tu opinión respecto a las variables de estudio para mejorar el bienestar del trabajador y la organización, se totalmente sincero y marca la opción que creas que es correcto.

Leyenda:

Casi siempre (CS), Siempre (S), A veces (AV), Casi nunca (CN) y Nunca (N)

N°	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
	DIMENSION: Imagen institucional					
1	En esta organización las actividades se desarrollan dentro de un marco de respeto a sus derechos y deberes, propiciando la identidad institucional					
2	Esta organización es adecuada para el desarrollo y progreso de nuestro país.					
3	Considero que esta organización apuesta por la innovación y la creatividad en los procesos y la efectividad en los resultados					
4	Las políticas de esta institución responden a las necesidades formativas en investigación, que exige la sociedad actual.					
5	A s u opinión esta institución asume la responsabilidad social que se deriven del desarrollo de las actividades.					
6	Me siento satisfecho porque en esta institución existe buen nivel de organización, orden y disciplina					
	DIMENSIÓN: Comportamiento organizacional					
7	Los problemas y dificultades que suelen darse en esta institución se resuelven con prontitud					
8	Los procedimientos administrativos en esta organización están debidamente identificados y se desarrollan con celeridad.					
9	La cooperación y el trabajo solidario son valores que se practican en esta organización.					
10	En esta organización el personal brinda un buen trato a los usuarios					
11	En esta organización el personal toma en cuenta la opinión de los usuarios.					
12	Está satisfecho con la puntualidad en el trabajo que se desarrolla en esta institución					
	DIMENSION: Personalidad corporativa					
13	Todos los estamentos de esta organización trabajen coordinadamente					
14	Existe unidad de criterios para el desempeño laboral de los trabajadores de esta institución					

15	Considera que en esta organización se trate de manera equitativa a todos los usuarios					
16	Los recursos con que cuenta esta organización se orientan a garantizar un servicio de calidad para los usuarios					
17	Existe un interés de toda la organización por hacer bien el servicio a los usuarios					
18	Los recursos que brinda la organización se caracterizan por ser oportunos y equitativos.					

Cuestionario sobre Cultura organizacional

Estimado colaborador: líneas abajo te muestro un conjunto de preguntas, donde es importante tu opinión respecto a las variables de estudio para mejorar el bienestar del trabajador y la organización, se totalmente sincero y marca la opción que creas que es correcto.

Leyenda:

Casi siempre (CS), Siempre (S), A veces (AV), Casi nunca (CN) y Nunca (N)

N°	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
Dimensión: Implicación						
1	La mayoría de los trabajadores se comprometen con la labor que realizan.					
2	Las decisiones se toman en el nivel que dispone de la mejor alternativa para solución los problemas					
3	Se fomenta activamente la cooperación entre las diferentes áreas de esta organización					
4	Tiene el compromiso de trabajar en equipo para el bien personal y organizacional					
5	La entidad invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros					
6	La capacidad de los colaboradores es vista como una fuente importante de ventaja competitiva					
Dimensión: Consistencia						
7	Los líderes y directores de esta entidad practican lo que proponen.					
8	Existe un código ético que guía el comportamiento y ayuda a distinguir lo correcto en la institución que labora					
9	Cuando existen desacuerdos, trabajan intensamente para encontrar soluciones donde todos ganen					
10	Existe un claro acuerdo acerca de la forma correcta de hacer las cosas					
11	Es sencillo coordinar proyectos entre las diferentes áreas de esta organización					
12	Existe una buena alineación de objetivos entre los diferentes niveles jerárquicos del centro laboral					
Dimensión: Adaptabilidad						
13	La forma de trabajar es flexible y fácil de cambiar					
14	Las diferentes áreas cooperan en mejora de la institución.					
15	Los comentarios y recomendaciones de nuestros superiores conducen a menudo a introducir mejoras					
16	La información sobre la atención que se les brinda a los usuarios influye en el cambio de actitud					
17	Considera el fracaso como una oportunidad para aprender y mejorar					
18	El aprendizaje es un objetivo importante en nuestro trabajo cotidiano					
Dimensión: Misión						
19	Esta organización tiene una misión clara que le otorga sentido y rumbo a nuestro trabajo.					
20	Esta organización tiene claro el propósito a lograr según actividades a realizar					
21	Existe un amplio acuerdo sobre las metas a conseguir					

22	Los trabajadores de esta organización comprenden lo que hay que hacer para tener éxito a largo plazo					
23	La misión institucional es clara que se distingue de otras entidades de similar rubro					

8.2. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO
<p>Problema general P.G. ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023?</p> <p>Problemas específicos P.E.1 ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023? P.E.2 ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023? ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la adaptabilidad en la asociación internacional de investigación y</p>	<p>Objetivo general O.G. Determinar la relación que existe entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú” Lima-2023.</p> <p>Objetivos específicos O.E. 1. Determinar la relación que existe entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023. O.E. 2. Analizar la relación que existe entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023. O.E. 3. Establecer la relación que existe entre la imagen y la adaptabilidad en la asociación</p>	<p>Hipótesis General H.G. Existe relación directa entre la imagen y cultura organizacional en la asociación internacional de investigación y desarrollo soci al “Asinvestiga Perú”- Lima- 2023.</p> <p>Hipótesis específicas H.E.1 Existe relación directa entre la imagen y la implicación en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima- 2023. H.E.2 Existe relación directa entre la imagen y la consistencia en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima- 2023. H.E.3 Existe relación directa entre la imagen y</p>	<p>Variable X Imagen institucional Dimensiones: D1: Identidad institucional D2: Comportamiento organizacional D3: Personalidad corporativa</p> <p>Variable Y: Cultura organizacional</p> <p>Dimensiones: D1: Implicación D2: Consistencia D3: Adaptabilidad D4: Misión</p>	<p>Tipo: Investigación básica</p> <p>Nivel Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental correlacional Esquema:</p>  <p>Donde: M = Muestra de estudio O_x = Imagen institucional O_y = Cultura organizacional r = Relación entre las variables de estudio</p> <p>Método: Cuantitativo Técnica: se utilizó la técnica de la encuesta Instrumento: Cuestionario a) Cuestionario para evaluar para evaluar la</p>	<p>Población y muestra Estuvo conformada por 50 trabajadores de la asociación internacional de investigación y desarrollo social “ASINVESTIGA PERÚ”- Lima-2023.</p>

<p>desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023? P.E.4 ¿Cuál es la relación que existe entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023?</p>	<p>internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023. O.E. 4. Preciar la relación que existe entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023.</p>	<p>la adaptabilidad en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima- 2023. H.E.4. Existe relación directa entre la imagen y la misión en la asociación internacional de investigación y desarrollo social “Asinvestiga Perú”- Lima-2023.</p>		<p>imagen institucional b) Cuestionario sobre cultura organizacional</p>	
--	---	--	--	---	--