



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Iztapalapa



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Azcapotzalco



XX Congreso Internacional de Análisis Organizacional (XX CIAO)
“Fenómenos organizacionales emergentes en Latinoamérica frente a la crisis global: Homenaje a Guillermo Ramírez Martínez, 20 años realizando el CIAO”

Título de la Ponencia

La cultura organizacional y la comunicación interna en una empresa del sector de la construcción en Puebla, México

Mesa Temática: MIPyMes y empresa familiar

Modalidad de la ponencia: Investigación Concluida

Nombre Completo del Autor(es)

Dra. Rafaela Martínez Méndez¹

ORCID: 0000-0002-1878-1891 <https://orcid.org/0000-0002-1878-1891>

Nacionalidad: mexicana

Correo electrónico: rafaela.martinez@correo.buap.mx

Dra. María Antonieta Monserrat Vera Muñoz

ORCID: 0000-0003-1940-5326 <https://orcid.org/0000-0003-1940-5326>

Nacionalidad: mexicana

Correo electrónico: monserrat.vera@correo.buap.mx

Dr. José Gerardo Serafín Vera Muñoz

ORCID: 0000-0002-9934-6276 <https://orcid.org/0000-0002-9934-6276>

Nacionalidad: mexicana

gerardo.vera@correo.buap.mx

Institución de Afiliación: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
4 sur 104. Col. Centro.
Puebla, Puebla México.

Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia, del 3 al 7 de octubre de 2022

¹ Autor responsable de la comunicación

Título de la Ponencia

Resumen

Si se considera que la cultura organizacional trata de la forma en cómo actúan los colaboradores, de acuerdo a sus valores, creencias, protocolos, entre otros componentes que se estructuran cada día y que con la comunicación organizacional se han convertido en una parte importante para las organizaciones. En este contexto el objetivo de esta investigación es: analizar la relación de la comunicación interna, atribuidas a la cultura organizacional de una empresa constructora, ubicada en la Ciudad de Puebla. En este sentido, la pregunta de investigación que se planteó ¿Cuál es el tipo de cultura organizacional que predomina y su relación con la comunicación interna en la empresa constructora ubicada en la Ciudad Puebla? Esta investigación es descriptiva de corte correlacional en el que se utilizó la técnica documental recopilando la información para presentar la parte teórica de la Cultura Organizacional y la Comunicación Organizacional, así como la técnica de campo aplicando un cuestionario en escala de Likert a una empresa de la industria de la construcción, a una población de 36 empleados en una empresa constructora. Entre los hallazgos obtenidos se tiene que existe una correlación positiva del 0.677 entre cultura organizacional y comunicación organizacional y el tipo de cultura organizacional es la jerarquizada. La comunicación interna.

Palabras clave: Tipos de cultura, información, artefactos, estrategia.

La cultura organizacional y la comunicación interna en una empresa del sector de la construcción en Puebla, México

Introducción

Hoy en día, la comunicación organizacional y la cultura organizacional se han convertido en una parte importante en las organizaciones, considerando que la comunicación organizacional promueve la difusión y por consiguiente la apropiación de la cultura organizacional, en la interacción de los empleados en el entorno de las actuaciones en la organización. Tomando en cuenta que a veces existe un área o un representante encargado de administrar la comunicación, debido a que es muy difícil que funcione si no se lleva una buena gestión de la misma, considerando que todo tipo de relación laboral se establece gracias a la comunicación: la asignación de cargos, funciones, compromisos, la toma de decisiones, y es necesario que todos estén sincronizados con un mismo lenguaje para que sus avances individuales se conviertan en un esfuerzo en conjunto que se ajuste al marco organizacional.

Entre los estudios empíricos sobre cultura organizacional y comunicación, encontramos a Gómez y Sarsosa (2011, pág.57), quienes aplicaron un cuestionario diagnóstico de la cultura organizacional de Cameron y Quinn, Se aplicó un cuestionario a una muestra conformada por 66 empleados de diferentes áreas de la empresa, en Cali Colombia. Los resultados marcan deficiencias en la comunicación interna, generadas por la cultura organizacional de tipo clan, centrada hacia su interior, y que caracteriza a la empresa familiar. En este sentido, Ferrando (2015, pág.168), analiza y caracteriza la eficacia de la cultura organizacional en base a cinco variables: comunicación, trabajo en equipo, desa-

rollo personal, adaptación al cambio y mejora de la calidad y productividad, fundamentalmente mediante la aplicación de un cuestionario de 22 reactivos a 300 colaboradores de 25 empresas de servicios en Lima Perú. El resultado manifiesta en estas empresas una eficacia de la cultura organizacional del 67.8%, que como conjunto de valores, tradiciones, creencias, hábitos, normas y actitudes interiorizadas contribuye efectivamente al logro de sus objetivos económicos y sociales.

Por su parte, García y Flores (2017, pág. 137) en su investigación se utilizó la técnica de la encuesta que fue aplicada a una muestra de 195 trabajadores de la Municipalidad Provincial de Arequipa Perú. Los resultados muestran que las principales consecuencias de la cultura corporativa en el compromiso organizacional del Personal con la Municipalidad son: cooperación, participación y ayuda solidaria en el Personal. En este contexto los investigadores Caraballo y Melean (2022, pág. 410) analizaron la cultura organizacional en empresas agropecuarias del sur del lago de Maracaibo, Zulia-Venezuela, de manera que se pueda precisar el tipo de cultura que prevalece en dichas unidades de producción. Los resultados obtenidos fueron: resalta una cultura organizacional estable, haciendo énfasis en el liderazgo y los procesos decisorios en el mantenimiento del status quo de las empresas, e inclinación hacia actividades organizacionales, de las cuales ha dependido su continuidad productiva y adaptación a los factores del entorno. Se concluye que la cultura organizacional de la empresa agropecuaria posee las características distribuidas en la estabilidad, respetan principios de coherencia y confiabilidad, socialización y los códigos éticos.

En México, Rojas, De la luz y Esparza (2016, pág. 14) realizaron un estudio exploratorio descriptivo sobre la cultura organizacional en la Ciudad de México. El estudio que se

realizó tuvo como objetivo describir el nivel de cultura organizacional percibida por quienes prestan sus servicios en empresas de la Ciudad de México, se empleó el método de interrogatorio, mediante la aplicación de un cuestionario que fue validado por jueces. Los resultados indican que el nivel de cultura organizacional se encuentra en un nivel medio alto, por lo que se concluye que presenta oportunidades de mejora.

Los investigadores Yopan, Palmero y Santos (2020, pag.263), por su parte estudiaron la transformación de la cultura organizacional en la institución de educación superior ubicada en Guerrero México y las mediaciones relacionadas con este proceso. Una de las dimensiones consideradas fue el Proyecto formal institucional. Por su parte Martínez, Arellano y Lagarda (2022, pag.1), el objetivo de su investigación fue identificar si existía una relación entre los tipos de cultura organizacional y los niveles de competitividad de las empresas del sector turístico de Sonora, México, a través de una investigación cuantitativa, para la generación de aporte empírico de las variables de cultura organizacional y competitividad.

En este contexto el objetivo de esta investigación es: analizar la relación de la comunicación interna, atribuidas a la cultura organizacional de una empresa constructora, ubicada en la Ciudad de Puebla ¿Cuál es el tipo de cultura organizacional que predomina y su relación con la comunicación interna en la empresa constructora ubicada en la Ciudad Puebla?

Cultura Organizacional

Cuando se habla de cultura organizacional se refiere a la forma en la que actúan los colaboradores, de acuerdo con valores, creencias, protocolos, entre otros componentes que se estructuran cada día (Domínguez, Rodríguez & Navarro, 2009; Schein & Schein,

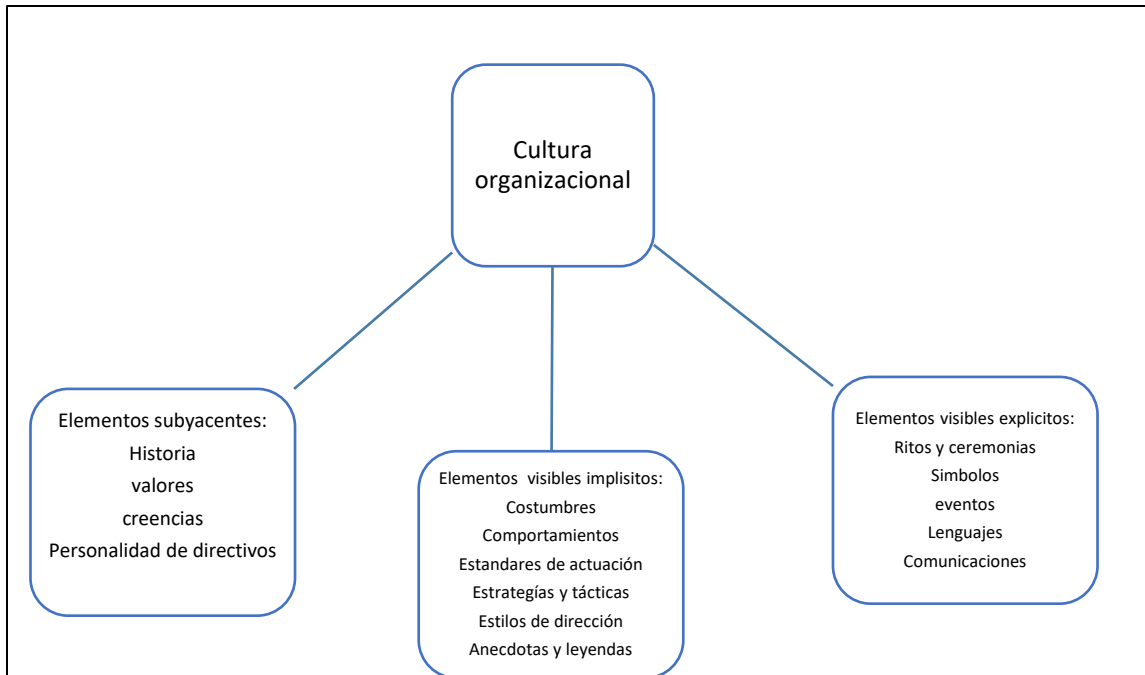
2017) que no solo se reduce a la manera en que se realizan sus funciones laborales, sino que involucra los flujos de comunicación, el estilo de liderazgo, la integración de equipos, etc.

En otras palabras, se puede decir que la cultura de una organización corresponde a los valores, filosofía, ideologías, creencias, expectativas, actitudes, normas y procesos compartidos dentro de cada una de ellas (Zhu, 2015). Estos componentes sentarían la base de la comunicación y el entendimiento mutuo que determinaría el comportamiento de los empleados, así como sus procesos de integración y coordinación general (Naranjo-Valencia et al., 2016).

Por su parte, Guillen y Guil (2000, pág.87) plantean cuatro funciones de la cultura de una organización: identificación de la organización, compromiso colectivo, estabilidad del sistema social e instrumento para que todo tenga sentido. En este sentido, Rodríguez (2009, pág. 75) subraya que la cultura tiene una función dentro de la organización, y es la adaptación al entorno y la integración interna de sus integrantes, procesos de los cuales depende la permanencia de los mismos en la empresa.

Es decir, el beneficio que se alcanza a nivel individual o colectivo en la organización, así como las opiniones o percepciones que el entorno llegan a poseer con respecto a la misma, solo pueden comprenderse mediante la cultura de la empresa, en la cual subyacen diversas prácticas de producción simbólica. Varios de los elementos inherentes a la cultura de las organizaciones se representan en la Figura 1, a partir de tres clasificaciones principales (los subyacentes, los visibles explícitos y los visibles implícitos), a las que pertenecen los procesos de gestión de la comunicación empresarial y sus características particulares.

Figura 1. Elementos subyacentes, visibles implícitos y visibles explícitos que conforman la cultura organizacional.



Fuente: Galeón.com. (s. f). *Cultura. El análisis desde la perspectiva de los procesos simbólicos*. Recuperado de <http://administracionsilvia.galeon.com/aficiones1270185.html>

Los autores Cameron y Quinn (2006 pág.35) identifican cuatro grandes tipos de cultura dominantes en las empresas; a) Clan, b) Ad-hoc (Adhocracia), c) Jerarquizada y d) Mercado, como se puede observar en la Tabla 1, es importante notar que alrededor cada una de los principales tipos de cultura dominante, se encuentran patrones o características comunes que rodean a cada una de ellas. La orientación interna e integración se refiere al tipo de organización que tiende a mirar hacia el interior de ella en su accionar diario y por ende su cultura no se afecta fácilmente por cambios en el entorno, y si lo hace su efecto es mínimo o temporal. Al contrario, la orientación externa y diferenciación, corresponde a aquellas organizaciones que en el diario quehacer centran su atención en factores externos que inciden poderosamente en la modificación y adaptación de su cultura.

Tabla 1. Tipos de cultura organizacional

Orientación	Flexibilidad y discreción		Orientación
Interna e integración	CLAN	AD-HOC	Externa diferenciación
	JERARQUIZADA	MERCADO	

Fuente: (Cameron & Quinn, 2006)

Los tipos de cultura para Camero y Quinn, (2006 pag.36) presentan características que permiten identificarlas de forma adecuada; no se consideran independientes la una de la otra y, por tanto, lo que se espera es la predominancia de características de un tipo frente a los otros por lo tanto a continuación se describen sus características: a) en la cultura clan predominan el trabajo en equipo, el apoyo y la orientación de los líderes, quienes actúan como mentores, de modo que se considera importante la lealtad y la tradición. b) en la cultura adhocrática, la organización se concibe como dinámica, cambiante y altamente flexible, innovadora y de avanzada c) la cultura de mercadeo está orientada hacia los resultados y evidencia organizaciones sumamente competitivas, con líderes altamente exigentes d) la cultura jerárquica mantiene una estructura rígida, con políticas y reglas claramente establecidas, de modo que es muy importante el cumplimiento estricto de las normas y el orden jerárquico.

La comunicación organizacional

Todas las actividades que se realizan en una organización requieren de acciones comunicativas. A cada momento se dan manifestaciones escritas, verbales e inclusive no verbales de comunicación. A través de éstas, los individuos pueden saber qué acciones desempeñar y cuando las deben llevar a cabo; además, por medio de ella conocen y

comparten la ideología de la organización y están conscientes de que sus esfuerzos sirven para alcanzar un objetivo.

Una vez que se ha desarrollado el tema de cultura organizacional, en este apartado se abordara el concepto de comunicación al interior de la organización. Partiendo de la base que para el diagnóstico de la cultura organizacional es importante tener en cuenta los significados y contenidos relacionados con la organización, que trasciende del rasgo cultural predominante en su interior (Alvesson, 2002). En este orden de ideas, la comunicación se entiende como un proceso importante para impartir directrices respecto a las normas éticas y actividades de integración de las áreas funcionales de la empresa (Ferrrell y Fraedricj, 1991). Concretamente, la comunicación es:

El proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella... la comunicación ayuda a los miembros a lograr las metas individuales y de organización, al permitirles interpretar el cambio de la organización y finalmente coordinar el cumplimiento de sus necesidades personales con el logro de sus responsabilidades evolutivas en la organización. (Kreps, 1995, p.118).

Al hablar de la comunicación organizacional como herramienta de trabajo, ya que permite el manejo de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad, con esto se pretende dar a conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo.

En este sentido se puede decir que, la comunicación en toda organización es fundamental para el cumplimiento eficaz de sus objetivos. Por tanto, se puede considerar como un

medio que, permite el desarrollo de sus integrantes para enfrentar sus retos y las necesidades del mundo cambiante. Hoy en día, los estudios de la comunicación organizacional están cada vez más en auge y la que las organizaciones que la llevan a cabo presentan un mayor crecimiento pues se tiene en cuenta complejos factores especialmente humanos que se miden entre los comportamientos y objetivos.

En seguida mencionaremos algunos autores que nos definen el concepto de comunicación organizacional. Para Rodríguez (1991, pág. 30), es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre ésta y su medio.

Por su parte Goldhaber (1984 pág. 23), define a la comunicación organizacional como; el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes. Esta percepción de la comunicación organizacional incluye cuatro conceptos clave: mensajes, red, interdependencia y relaciones, para el autor es el flujo de comunicaciones internas, (ascendentes y descendentes y horizontales) que se dan dentro de una organización, para establecer relaciones entre los individuos que conforman la organización.

Para Chiavenato (2007, pag.110) la comunicación organizacional tiene dos funciones: a) proporcionar la información y la explicación necesaria para que las personas puedan desempeñar sus tareas; b) Adoptar las actitudes necesarias que promuevan la motivación, la cooperación y la satisfacción en los cargos. Por su parte Gibson (2006 pág.65), propone que la comunicación en la organización es un mecanismo fundamental para generar una cultura empresarial, capaz de integrar los intereses particulares de los trabajadores con los objetivos de la organización, lo cual implica la importancia desempeñada por la comunicación en cualquier organización, orientada a fomentar una cultura

dirigida a desarrollar un adecuado clima organizacional interno, permitiendo así la aplicación de los cambios estratégicos sin trauma alguno, por parte de la gerencia.

En resumen, se puede decir que, la cultura de la organización y las dimensiones de comunicación que se establecen entre sus miembros están íntimamente relacionadas. Es decir, dependiendo de la calidad (su frecuencia, grado de formalidad y su dirección). de la comunicación va a influir en la cultura organizacional.

La industria de la construcción en México

El sector de la construcción ha tenido que enfrentar varios desafíos en los primeros meses de 2022 como: Presiones en los precios de materias primas e insumos, persistencia en las restricciones de suministro causadas por interrupciones en la cadena de suministro, recuperar confianza empresarial, participación del ejército en obras públicas prioritarias

Según cifras de la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción (CMIC,2022), durante el primer bimestre de 2022, la producción de las empresas constructoras acumuló una facturación de 82 mil 90 millones de pesos corrientes. Esto representó una recuperación de 7.6% en términos reales con relación al valor del mismo periodo de 2021. Por su parte, respecto a diciembre de 2021 registró una caída de 8.2%, de igual manera en su comparación mensual con -0.6%, mientras que respecto al mismo mes del año previo recuperó 4.6%. En este periodo, el número de afiliados al IMSS en el sector de la construcción a nivel nacional registró una recuperación de 8.0% con relación al mismo periodo de 2021, significando una ganancia de 122 mil 8 empleos formales.

Por otra parte, el Estado de Puebla ocupó el segundo lugar entre los estados del país en su aportación a la obra construida a nivel nacional en el sector de electricidad y telecomunicaciones con 8.5 por ciento, conforme cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), al sumar más de 140.37 millones de pesos en ese rubro.

El informe “Producción de las Empresas constructoras en Puebla” de la CMIC, destaca que la mayor parte de la construcción de obra se generó por el sector privado. En el primer trimestre de este año, las obras contratadas por el sector público representaron 9.5 por ciento, un valor de 94 millones de pesos, contra 90.5 por ciento por privados, que sumaron 903 millones de peso.

Los ingresos totales por suministros de bienes y servicios de la industria de la construcción crecieron en 67.6 por ciento con respecto a noviembre del 2020 para ubicarse en cuarto lugar nacional, mientras que las remuneraciones repuntaron en 40.6 por ciento, siendo el quinto lugar nacional por su crecimiento. Por lo tanto se considera que el sector de la industria de la construcción es muy importante para la economía del país por impacto al Producto Interno Bruto, y porque es un generador de empleos.

Metodología

Esta investigación es de tipo descriptiva y correlacional, con enfoque cuantitativo, tomando en consideración que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Bernal, 2016, pág.35). Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, el diseño es no experimental, ya que la investigación se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su

efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (Hernández et al, 2010, pág. 191).

En la investigación se utilizó la técnica documental y de campo: a) la técnica documental permitió la recopilación de la información para exponer los aspectos teóricos de la cultura organizacional, así como la comunicación organizacional que sustentan el estudio, b) la técnica de campo permitió estar en contacto directo con el objeto de estudio, así como recopilar testimonios que, confrontados con la teoría y la práctica, en la búsqueda de la verdad objetiva.

Se aplicaron dos cuestionarios para el estudio empírico en escala de Likert (Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5), el primer cuestionario para determinar las características de la cultura organizacional que impera en la empresa y el segundo para conocer las dimensiones de la comunicación organizacional:

Para el cuestionario de cultura organizacional se utilizaron las siguientes dimensiones: Innovación y aceptación de riesgos: Atención a los detalles: Orientación hacia los resultados: Orientación hacia el equipo. En el cuestionario de comunicación interna estuvo integrada de las siguientes dimensiones: Dimensión Esencial; Dimensión Operativa; Dimensión Estratégica: Dimensión Cultura. La confiabilidad del instrumento sobre comunicación interna con un alfa de Cronbach de 0.88 y cultura organizacional con un Alfa de Cronbach de 0.85 por lo tanto los instrumentos tienen una confiabilidad aceptable.

Población

La empresa, en donde se aplicaron los cuestionarios, es líder en la prestación en la edificación de inmuebles comerciales y de servicios. Actualmente se distingue por ser una

empresa familiar estable y exitosa. Inicia sus operaciones en el año de 1995, teniendo sus oficinas en calle 13 sur, numero 7724, colonia San José Mayorazgo, Puebla, Pue. La empresa esta constituida por un Gerente general (que es el dueño de la empresa) y aunque en los últimos diez años inicio la delegación de algunas funciones en sus dos hijos (el mayor como Gerente Administrativo y el segundo como Gerente de operaciones) el dueño sigue tomando las decisiones más importantes de la empresa.

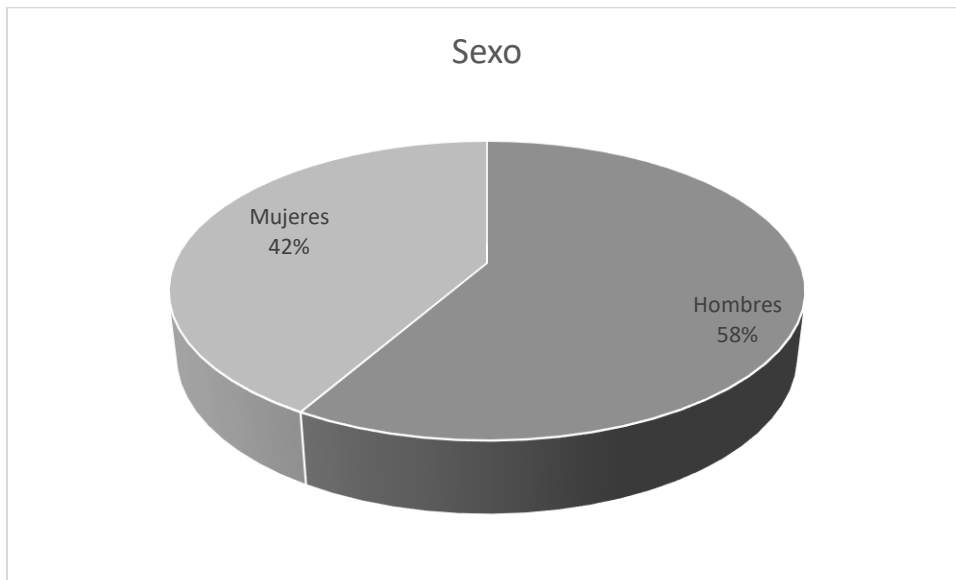
La población fue de 36 sujetos objeto de estudio, conformada por 3 gerentes de área, 12 personal administrativo y 21 de nivel operativo. Es importante mencionar que el cuestionario se aplicó en los meses de noviembre, diciembre de 2021.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados que se obtuvieron al encuestar 36 empleados administrativos y operativos de la empresa constructora, por medio de gráficas, calculando algunas medidas descriptivas como la media y la desviación estándar.

En lo que se refiere al sexo del personal que labora en la empresa, como se puede observar en la Figura 2, el 58% de los encuestados son hombres y el 42% son mujeres.

Figura 2. Sexo de los encuestados.

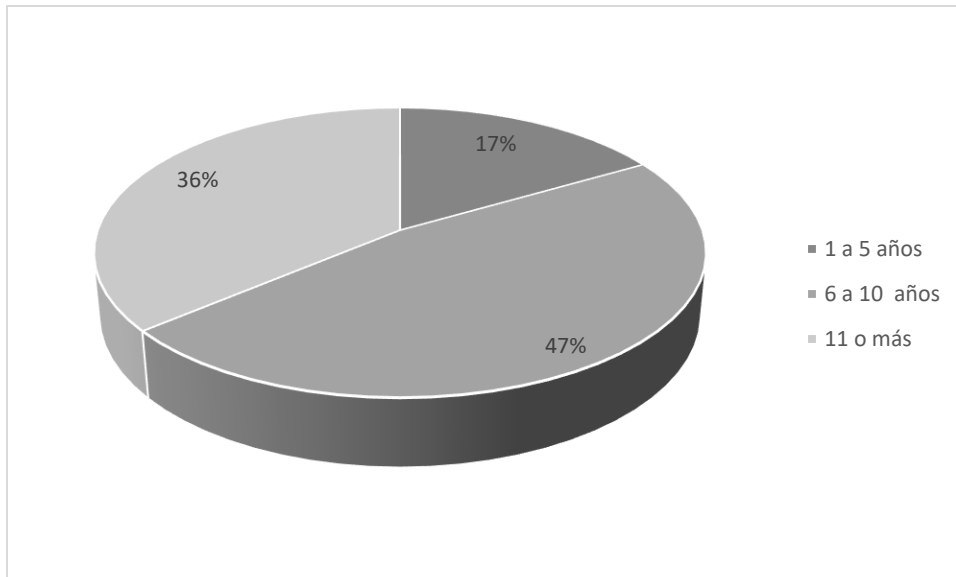


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta, 2021.

En cuanto al nivel académico y puesto administrativo: 15% de los empleados tienen estudios profesionales y ocupan cargos administrativos; 13% de los trabajadores, estudios técnicos; 70%, estudios de secundaria, y el 6% de primaria; los dos últimos, ocupando cargos operativos en la empresa.

Se preguntó a los encuestados acerca de la antigüedad en la empresa, como se puede observar en la Figura 3, el 17% tiene se encuentra con una antigüedad de 1 a 5 años, el 47% se encuentra en un periodo de 6 a 10 años, y el 36% se encuentra de 11 años o más. Estas cifras muestran la estabilidad laboral en la empresa constructora.

Figura 3. Antigüedad en el puesto



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta, 2021.

Al realizar el análisis de los cuestionarios referentes a cultura organizacional y comunicación organizacional, los resultados obtenidos, como se puede observar en la Tabla 2, la comunicación interna tiene una media de 2.12 y una desviación típica de 0.845, la cultura jerarquizada tiene una media de 3.95 con una desviación estándar de 0.87, le sigue la cultura adhocrática con una media de 3.26 y una desviación estándar de 0.805, la cultura de mercado con media de 2.75 y desviación estándar de 0.98, la cultura clan con media de 2.05 y desviación estándar de 1.089. El tipo de cultura que prevalece en esta empresa constructora es la jerarquizada, que marca las características de empresas con orientación interna y control estable, especialización de las tareas, responsabilidades y jerarquía.

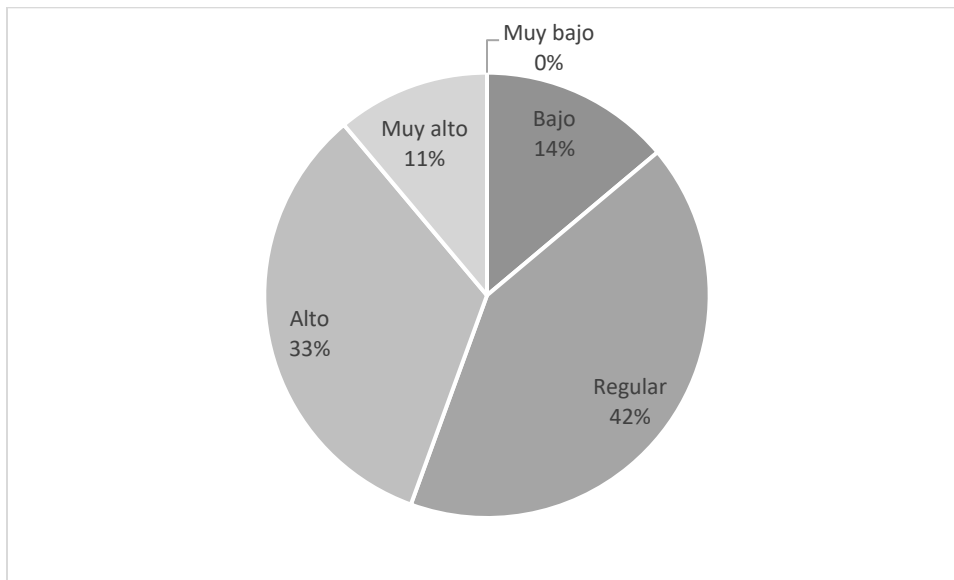
Tabla 2. Media y desviación estándar de las variables comunicación organizacional y cultura organizacional.

Variable	Media	Desviación tip.
Comunicación interna	2.12	0.845
Cultura clan	2.05	1.089
Cultura adhocracia	3.26	0.805
Cultura jerarquizada	3.95	0.87
Cultura de mercado	2.75	0.98

Fuente elaboración propia datos de la encuesta 2021.

Al analizar la comunicación interna, como se puede observar en la Figura 5, la mayoría (42%) de los trabajadores en la empresa perciben un regular nivel de comunicación interna con una tendencia a la siguiente categoría -Alto nivel de comunicación interna (33%); un 14% del total del personal considera que los canales de comunicación no son los más adecuados considerándolos de bajo nivel. El principal problema encontrado en este análisis de resultados es, la regular comunicación interna. Según Cervera (2008), el tener una buena comunicación interna no solamente implica tener un medio de información. La comunicación interna adecuada ayuda a la construcción de identidad, a la motivación del personal, a la reflexión de la empresa como entidad, así como para la publicación de resultados individuales o grupales de la empresa, entre otras.

Figura 5. Percepción del nivel de comunicación.

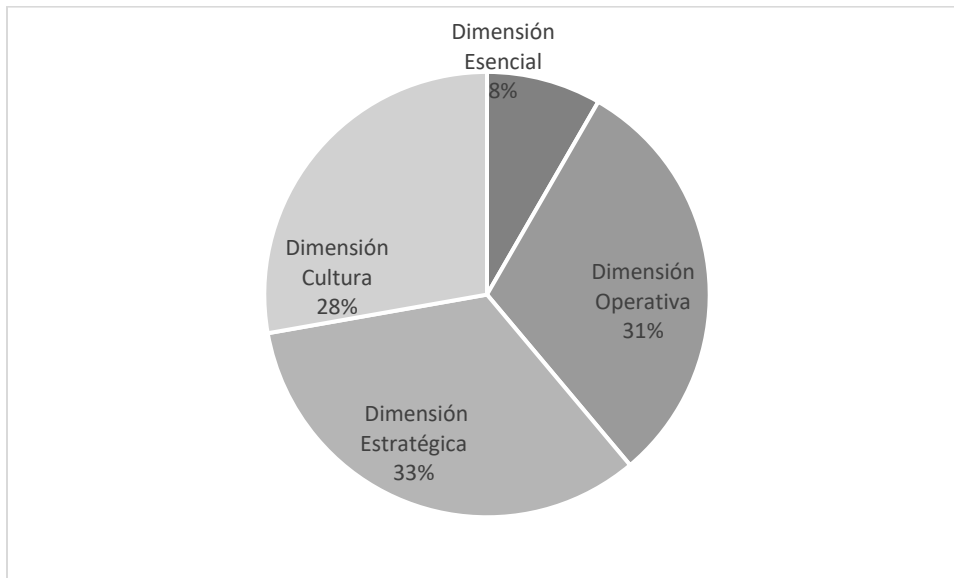


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta, 2021.

En lo que se refiere a las dimensiones de la comunicación interna de la organización los hallazgos encontrados; como se puede observar en la Figura 6, los encuestados perciben que la dimensión estratégica es la que predomina con un 33%, le sigue la dimensión operativa con un 31%, con un 28% la dimensión cultural y por último la dimensión esencial con 8%. La dimensión estratégica aquella comunicación que se realiza dentro del plan estratégico, con el objetivo de que los miembros de la institución sepan por qué hacen lo que hacen.

La cultura organizacional

Figura 6. Dimensión de cultura organizacional.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta, 2021.

Para calcular las correlaciones entre las variables comunicación interna y cultura organizacional, se aplicó el análisis de correlaciones de Pearson, como se observa en la Tabla 3, existe una correlación lineal positiva media entre la comunicación interna y la cultura organizacional con un coeficiente de 0.667. Es decir, entre más se fortalezca la comunicación interna de la organización mayor fuerza tendrá su cultura organizacional.

Tabla 3. Correlación

		Comunica- ción interna	Cultura Or- ganizacio- nal
Comunicación organiza- cional	Correlación de Pear- son	1	0.677**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	36	36
Cultura organizacional	Correlación de Pear- son	0.677**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	36	36

**La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Fuente creación propia con datos de la encuesta, 2021.

Discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos la mayoría (42%) de los trabajadores en la empresa perciben un regular nivel de comunicación interna con una tendencia a la siguiente categoría, alto nivel de comunicación interna (33%);.Algunos autores como Garma, López y Montoro mencionan que las pequeñas y medianas empresas, cuentan con sistemas de información básica, servidor, base de datos, páginas web, correo electrónico lo cual permite agilidad en sus operaciones; sin embargo, la gran mayoría de empresas del sector no cuentan con un sistema de información establecido lo cual dificulta el dinamismo de sus operaciones recurriendo a pedidos presenciales e informales. Por consiguiente, se puede decir que una comunicación interna estratégica, transversal y convenientemente relacionada posibilitará la transmisión efectiva de la filosofía, los objetivos, los valores, la misión y la visión organizacionales a toda la fuerza laboral. Del mismo modo, será la aliada clave para gestionar los cambios y las evoluciones que se produzcan en este sentido. Es importante transmitir la cultura organizacional, sino que también lograr que los profesionales se identifiquen con ella y con sus valores, adoptándolos como propios. En relación con esta idea, Pablo Gonzalo (2015, pág.43) señala el diálogo como la base de la comunicación interna y de las transformaciones culturales.

Conclusiones

El objetivo que se planteó al inicio de la presente investigación fue; identificar las características de la comunicación interna, atribuidas a la cultura organizacional de una empresa constructora, ubicada en la Ciudad de Puebla, misma que se alcanzó como se

puede observar en el apartado de resultados. La metodología aplicada en esta investigación de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo permitió realizar el estudio empírico a 36 empleados de la empresa constructora.

Es importante notar, que ninguno de los tipos de cultura planteados es mejor que otro, es decir, a pesar de que en la empresa constructora se resaltó la cultura de tipo jerarquizada como la que se correlaciona con la comunicación interna organizacional, no quiere decir que los tipos de cultura clan, mercado o adhocrática son negativas o no son importantes. El tipo de cultura dependerá de la relación entre los miembros de la organización y su forma de trabajar, es preciso analizarla de acuerdo con los objetivos planteados por la empresa y sus necesidades, para propiciar su cumplimiento.

La comunicación interna y la cultura organización facilitarán que la fuerza laboral personalice la imagen y la identidad de la organización. Por esta razón, ambas deben participar en todos los niveles y procesos organizativos. Los directivos son los encargados de que cumplan y representen, los valores y la cultura que diferencien a la organización.

Desde el punto de vista práctico es posible sugerir que para la empresa constructora analizada, es fundamental crear y sostener una cultura orientada a la cultura jerarquizada ello implica que: la organización sea un lugar estructurado y formalizado para trabajar. Los procedimientos rigen y dicen a las personas que hacer en el diario quehacer. El interés de los líderes de la organización es ser buenos coordinadores y organizadores, manteniendo una organización cohesionada, donde las reglas y las políticas juegan un papel preponderante.

Por último, futuros trabajos podrían retomar esta investigación para abordar elementos que quedan pendientes de analizar, como los tipos de cultura predominantes en el conglomerado de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) y en todo el sector específico. O bien, se podría revisar y discutir la relación que se estudió en esta investigación, tomando como unidad de análisis cada sector o el tamaño de las empresas (micro, pequeñas o medianas); así como añadir variables de control.

Lista de referencias

Alvesson, M. (2002). Understanding Organizational culture. London: Sage

Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación. Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. Cuarta edición, Colombia. Editorial Pearson

Cámara Nacional de la Industria de la Construcción (CMIC,2022). Recuperado de: <https://www.cmic.org.mx/ceesco/actividadproductiva/Abr22/Informe%20Nacional%20del%20Sector%20de%20la%20Construcci%C3%B3n%2029-04-2022.pdf>

Cameron, K. S. y Quinn, R. E. (2006): "Diagnosing and changing organizational culture. Base on the Competing Values Framework", Editorial Jossey Bass.

file:///C:/Users/hp/Downloads/DiagnosingandchangingorganizationalcultureBasedont-hecompetingvaluesframework.pdf

Caraballo, L. y Meleán, R. (2022). Cultura organizacional en empresas agropecuarias del sur del lago de Maracaibo. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Vol. 24 (2): 410-429

Chiavenato, Idalberto (2007). Introducción a la teoría general de la administración. Séptima edición. Editorial McGraw Hill.

Cervera, A. (2008). (4ta. ed.) Comunicación Total. España: Editorial ESIC.

- Domínguez, I., Rodríguez, B., & Navarro, J. (2009). La cultura organizacional para los sistemas organizacionales de salud. *Revista Médica Electrónica*, 31(6). Recuperado de <http://www.revmatanzas.sld.cu/revista%20medica/ano%202009/vol6%202009/tema12.htm>.
- Ferrell, O. y Fraedricj, J. (1991). *Business Ethical decision parking and Cases*. Boston: Houston Mifflin.
- Fernández, C. (1998). *La comunicación en las organizaciones*. Editorial Trillas, México.
- Fernández, J. y Hogan, R. (2003). El carácter de las organizaciones. *Journal of Business Strategy*, 38-39.
- Ferrando, A. (2015). Análisis de la cultura organizacional de las empresas de servicios de Lima Metropolitana. *Anales Científicos*, 76 (1): 168-176.
- García, M., y Flores, M. (2017). Consecuencias de la cultura corporativa y rol de la comunicación interpersonal en el compromiso organizacional del personal de la municipalidad provincial de Arequipa, Perú. *Revista Comuni@cción* V.8, N.2
- Garma, T, I., López, C., & Montoro, B. J. M. (2018). *Planeamiento Estratégico para la Industria Arequipeña*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Gibson, J. (2006). *Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura, Procesos*. Editorial McGraw-Hill Interamericana de Venezuela.
- Gómez, L. y Belkin, D. (2002). *Administración*. España: Editorial MC Gran.
- Gómez, D. y Sarsosa, K. (2011). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. *Pensamiento Psicológico*, Volumen 9, No. 17, 2011, pp. 57-68

- Gonzalo, P. (2015). Introducción. Enfoque general de la gestión de la CI en las organizaciones. En Conectar Negocio y Personas: Experiencias y tendencias en comunicación interna. (pp. 19–23). Alcor y Foro de la Comunicación Interna.
- Goldhaber, G (1984). “Comunicación Organizacional”. Primera Edición. Editorial Diana. México.
- Guillen, C. y Guil, R. (2000). Psicología del trabajo para las relaciones laborales. Madrid: Mc Graw Hill Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. Quinta edición. Editorial McGraw Hill, México.
- Martínez Aragón, C. L., Arellano González, A., & Lagarda Leyva, E. A. (2021). Cultura Organizacional y Competitividad de las Empresas Restauranteras y Hoteleras de Sonora, México. Ciencias Administrativas, (19), 095. <https://doi.org/10.24215/23143738e095>
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., y Sanz-Valle, R. (2016). Studying the Links between Organizational Culture, Innovation, and Performance In Spanish Companies, <https://doi.org/10.1016/j.rlp.2015.09.009>, Revista Latinoamericana de Psicología, 48(1), 30-41.
- Kreps, G. (1995). La comunicación en las organizaciones. New York: Addison-Wesley Iberoamericana.
- Robbins, S. P. y Judgey, T. A. (2009). Comportamiento organizacional (Décimo tercera ed.). México: Mc Graw Hill.
- Rodríguez, R. (2009). La cultura organizacional un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. Revista INVENIO 12(22) : 67-92.

- Rojas Ortega, M., Pirron Curriel, M. D. la L. ., & Esparza Zamudio, L. (2016). Cultura organizacional en empresas de la ciudad de México. *Trascender, contabilidad y gestión*, (3), 14–24. <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i3.42>.
- Ruigrok, W., & Achtenhagen, L. (1999) Organizational culture and the transformation towards new forms of organizing. *European Journal of work and organizational psychology*, 4, 521-536.
- Schein, E. H., & Schein, P. A. (2017). *Organizational culture and leadership*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Yopan Fajardo, J., Palmero Gómez, N., & Santos Mejía, J. (2020). Cultura Organizacional. *Controversias Y Concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 263-289. Recuperado a partir de: <http://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/156>.
- Zhu, C., *Organisational Culture and Technology-Enhanced Innovation in Higher Education*, <https://doi.org/10.1080/1475939X.2013.822414>, *Technology, Pedagogy and Education*, 24(1), 65-79