

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**



**Modalidad Artículo Académico**

**La comunicación interna y su influencia en la cultura Organizacional de la  
Compañía Farmacéutica Vera S.A.**

Autor:

Ávila Puente María Isabel

Código ORCID:0009-0009-8770-3836

**Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio  
Carrera de Administración de Empresas**

Tutor:

Ing. Jessica Guadamud Vera Mg. AP

Manta – Manabí – Ecuador

Julio 2025

## CERTIFICADO DEL TUTOR

|   |   |                              |
|---|---|------------------------------|
| <br><b>Uleam</b><br><small>UNIVERSIDAD LAICA</small> | NOMBRE DEL DOCUMENTO:<br>CERTIFICADO DE TUTOR(A).   | CÓDIGO: PAT-04-F-004         |
|   | PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO<br>BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR | REVISIÓN: 1<br>Página 1 de 1 |

### CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular Modalidad Artículo académico bajo la autoría de la estudiante María Isabel Ávila Puente legalmente matriculada en la Carrera de Administración de Empresas, periodo académico 2025-2026, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "La comunicación interna y su influencia en la cultura Organizacional de la Compañía Farmacéutica Vera S.A."

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 01 de agosto de 2025.

Lo certifico,

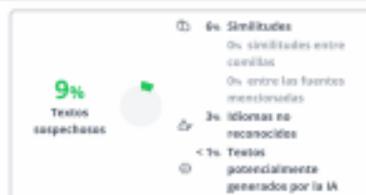


Ing. Com. Jessica Guadamud Vera Mg.  
Docente Tutor(a)  
Área: Carrera Administración de Empresas

# CERTIFICADO ANTIPLAGIO

**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
región

Revista Ciencia Latina 24 Julio Maria Isabel Avila Puentes



|   |                                    |                              |
|---|------------------------------------|------------------------------|
| Nombre del documento: Revista Ciencia Latina 24 Julio Maria Isabel Avila Puentes.docx | Depositante: jessica Guadamud Vera | Número de palabras: 7962     |
| ID del documento: 6ccdf9bc4ff5a23cc537f0d1e7a68326770821f187                          | Fecha de depósito: 1/8/2025        | Número de caracteres: 50,965 |
| Tamaño del documento original: 895,98 kB  | Tipo de carga: interface           |                              |
|   | Fecha de fin de análisis: 1/8/2025 |                              |

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes principales detectadas

| Nº | Descripciones  | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                        |
|----|--|-------------|-------------|--|
| 1  | <b>Josita Manuel Crespoles Teala (PROYECTO DE TITULACIÓN).docx   Josi...</b> #16040<br>• Ver de su grupo<br>11 Fuentes similares   | 13%         |             | Palabras idénticas: 12% (1.816 palabras) |
| 2  | <b>repositorio.continental.edu.pe</b><br><a href="https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11984/10884/1/vr_PG_M8-60_T1_La...">https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11984/10884/1/vr_PG_M8-60_T1_La...</a><br>2 Fuentes similares                                  | 4%          |             | Palabras idénticas: 4% (341 palabras)    |
| 3  | <b>inf/handels.net   Comunicación interna y su relación con la cultura organizacional...</b><br><a href="http://inf.handels.net/20.500.12423/3228">http://inf.handels.net/20.500.12423/3228</a><br>3 Fuentes similares   | 4%          |             | Palabras idénticas: 4% (345 palabras)    |
| 4  | <b>repositorio.puce.edu.ec   Valoración de una compañía de auditoría y consultoría...</b><br><a href="http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9985/3/TESS-PUCE-Viper-Olmedo-Lu...">http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9985/3/TESS-PUCE-Viper-Olmedo-Lu...</a><br>1 Fuente similar | 3%          |             | Palabras idénticas: 3% (241 palabras)    |
| 5  | <b>Documento de otro usuario</b> #1006<br>• Ver de otro grupo<br>8 Fuentes similares   | 3%          |             | Palabras idénticas: 3% (234 palabras)    |

## Fuentes con similitudes fortuitas

| Nº | Descripciones  | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales                      |
|----|--|-------------|-------------|--|
| 1  | <b>Roca Cedefo Juan Ricardo.pdf   Roca Cedefo Juan Ricardo</b> #1004<br>• Ver de su grupo  | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (24 palabras) |
| 2  | <b>www.comunicare.es   Tipos de comunicación efectiva, formal e informal - Comu...</b><br><a href="https://www.comunicare.es/Tipos-de-comunicacion-efectiva-formal-e-informal/">https://www.comunicare.es/Tipos-de-comunicacion-efectiva-formal-e-informal/</a>      | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (31 palabras) |
| 3  | <b>Cedefo Arianna_Artículo Científico 2023 (2).docx   Cedefo Arianna_Art...</b> #1616<br>• Ver de su grupo   | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (23 palabras) |
| 4  | <b>psicologia/adeladicciones.blogspot.com   Psicología de la adicción - PROC...</b><br><a href="https://psicologia/adeladicciones.blogspot.com/p/psicologia-y-conclusiones.html">https://psicologia/adeladicciones.blogspot.com/p/psicologia-y-conclusiones.html</a> | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (22 palabras) |
| 5  | <b>proyecto de investigación final 18 dic.docx   proyecto de Investigación ...</b> #1610<br>• Ver de su grupo  | < 1%        |             | Palabras idénticas: < 1% (22 palabras) |

## Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

|   |   |
|---|---|
| 1 | <a href="https://orcid.org/0009-0009-8770-8836">https://orcid.org/0009-0009-8770-8836</a>   |
| 2 | <a href="https://orcid.org/0000-0001-8487-9323">https://orcid.org/0000-0001-8487-9323</a>   |
| 3 | <a href="https://vc.linkedin.com/company/cofane-s-a">https://vc.linkedin.com/company/cofane-s-a</a>   |
| 4 | <a href="https://blog.wirednews.ca/conceptos/comunicacion-formal-y-comunicacion-informal">https://blog.wirednews.ca/conceptos/comunicacion-formal-y-comunicacion-informal</a>     |
| 5 | <a href="http://olelo.uld.ca/olelo.php?script=sd_artices&amp;pid=57990-8544327000100184864">http://olelo.uld.ca/olelo.php?script=sd_artices&amp;pid=57990-8544327000100184864</a> |

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, ÁVILA PUENTES MÁRIA ISABEL, con cédula de identidad N°1315298354, declaro que el presente trabajo de titulación: "LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA COMPAÑÍA FARMACEÚTICA VERA S.A" cumple con los requerimientos que la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio de la Carrera de Administración de Empresa sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de esta.



Ávila Puentes María Isabel

Ci: 1315298354

e1315298354@live.ulead.edu.ec

## APROBACIÓN DEL TRABAJO

### APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema **“La comunicación interna y su influencia en la Cultura Organizacional de la Compañía Farmacéutica Vera S.A.”** elaborado por la egresada **Ávila Puente María Isabel**, la misma que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:



-----  
Presidenta del tribunal

Ing. Marcillo Pin Karla Rossana



-----  
Tutor

Ing. Guadamud Vera Jessica G.



-----  
Miembro del tribunal

Ing. Velasco Delgado Carlos Alberto



-----  
Miembro del tribunal

Ing. García Loo Ana del R.

## **DEDICATORIA**

El presente artículo científico va dedicado a mis amados padres, por ser la base de todo lo que soy y haberme formado, por su amor incondicional en todo momento, sus esfuerzos y enseñanzas han sido mi mayor impulso para alcanzar cada meta.

Este trabajo es también fruto de su dedicación, esto no hubiera sido posible sin ustedes, gracias por ser mi fortaleza y por enseñarme el valor de la perseverancia

¡Con todo mi amor y gratitud!

María Isabel Ávila Puentes

## **RECONOCIMIENTO**

Expreso mi más sincero reconocimiento a todas aquellas personas que han contribuido para poder elaborar el presente trabajo de titulación

Agradezco primeramente a Dios, por sostenerme cuando sentí que no podía más y ser mi guía espiritual constante en este camino lleno de retos y aprendizajes guiándome con sabiduría.

A mis amados padres, Edmundo Ávila e Isabel Puentes, quienes depositaron su confianza en mí, ellos han sido un pilar fundamental en mi crecimiento personal y académico, quienes con todo su amor incondicional me han enseñado valores y principios para lograr ser la mujer que soy hoy en día. Gracias por enseñarme a ser resiliente y a luchar por alcanzar mis metas.

A mis hijos, Sebastián Alarcón y Ezequiel Alarcón, quienes son mi mayor inspiración. Cada paso que doy es por ustedes y para ustedes. su existencia le da sentido a cada sacrificio, dando siempre lo mejor de mí para guiarlos con ejemplo.

A mi abuelito Pedro Puentes, que desde el cielo me acompaña. Su recuerdo, sus palabras y el amor que dejó en mi vida siguen siendo una fuente de fortaleza e inspiración.

A mi familia en general, por estar presente con palabras de aliento, con abrazos sinceros y con ese cariño que reconforta incluso a la distancia.

A cada uno de mis amigos, los que estuvieron en cada etapa de este proceso, compartiendo alegrías, cansancio, risas, brindándome su apoyo, ánimo y compañía sincera haciéndose presentes de una u otra manera

A mi tutora Ing. Jessica Guadamud, por su valiosa guía, paciencia y compromiso durante el desarrollo de este trabajo. Su orientación académica y humana fue fundamental para alcanzar los objetivos propuestos en cada etapa de este proceso.

Finalmente dedico este logro a cada una de las personas que me brindaron un consejo y palabras de aliento para verme cumplir mis metas y sueños.

María Isabel Ávila Puentes

**TITULO:**

La comunicación interna y su influencia en la cultura Organizacional de la Compañía  
Farmacéutica Vera S.A.

AUTORA: Ávila Puente María Isabel

**Dirección de correspondencia:** [e1315298354@live.uleam.edu.ec](mailto:e1315298354@live.uleam.edu.ec)

**Tlf:** +593 98 181 5864

**Código ORCID:** 0009-0009-8770-3836

La comunicación interna y su influencia en la cultura Organizacional de la Compañía  
Farmacéutica Cera S.A.

|   |  |
|---|--|
| María Isabel Ávila Puente<br><a href="mailto:e1315298354@live.uleam.edu.ec">e1315298354@live.uleam.edu.ec</a><br><a href="https://orcid.org/0009-0009-8770-3836">https://orcid.org/0009-0009-8770-3836</a><br>Universidad laica Eloy Alfaro de Manabí<br>Ecuador<br>Autor principal | Jessica Guadamud Vera<br><a href="mailto:jessica.guadamud@uleam.edu.ec">jessica.guadamud@uleam.edu.ec</a><br><a href="https://orcid.org/0000-0001-8407-9323">https://orcid.org/0000-0001-8407-9323</a><br>Universidad laica Eloy Alfaro de Manabí<br>Ecuador<br>Autor Secundario |
|---|--|

**RESUMEN**

El presente trabajo se realizó a la compañía farmacéutica Vera S.A., la empresa tiene 16 años en el mercado, opera en tiendas de farmacias y medicamentos, cuenta con aproximadamente 40 sucursales a nivel nacional, debido a ello, han surgido algunos problema en la comunicación interna afectando directamente en la cultura organizacional de la empresa, por ello, el presente estudio tiene como objetivo general analizar la comunicación interna y la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A.

La investigación es de alcance descriptivo, con enfoque y de tipo correlacional, porque mide el comportamiento de las variables y la relación que existe entre ellas, evaluados mediante procedimientos estadísticos, este tipo de alcance, tiene como finalidad especificar la propiedad, conceptos, variables o hechos dentro de un contexto determinado, adicional, el diseño de investigación es no experimental, ya que no se manipulará las variables. Así mismo este estudio es de corte transversal debido a que se recolectó información en un tiempo específico.

Se aplicó una herramienta para el análisis de datos SPSS, recolectando la información por medio de encuestas compuesta por 12 ítems, analizadas mediante la escala Likert para obtener la validación de la encuesta y así poder obtener los resultados deseados en la investigación, cuyos resultados arrojaron que, el coeficiente de relación de Spearman, mide la relación entre las dos variables y se obtuvo una correlación alta entre las variables comunicación interna y cultura organizacional; esto indicó que la hipótesis fué válida, por la cual la comunicación interna si influye en la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A, concluyendo que, la empresa posee un buen dominio administrativo, permitiendo que sus empleados desarrollen sus habilidades, brindando oportunidades dentro de la compañía, sin embargo, se recomienda que se capacite con más frecuencia al personal para que tengan más oportunidades de obtener mejores puestos laborales dentro de la empresa.

***Palabras clave:** comunicación, cultura organizacional, farmacia.*

## “INTERNAL COMMUNICATION AND ITS INFLUENCE ON THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF COMPAÑÍA FARMACÉUTICA VERA S.A.”

### **ABSTRACT**

The present investigation is a study about internal communication and its influence on the organizational culture of the company Pharmacy Vera S.A. , having as its general objective “Analyze internal communication and organizational culture in the pharmaceutical company Vera S.A.”, being a quantitative approach, with a descriptive, correlational scope, because it measures the behavior of the variables and the relationship that exists between them. , a tool for SPSS data analysis was applied, the information was collected through surveys composed of 12 items, it was analyzed using the Likert scale.

This information obtained is entered into the SPSS system to obtain the validation of the survey and thus be able to obtain the desired results in the research, the results of which show that the Spearman relationship coefficient measures the relationship between the two variables and we obtain that It has a

high correlation between the variables internal communication and organizational culture; This indicates that the hypothesis is valid, by which internal communication does influence the organizational culture in the pharmaceutical company Vera S.A, concluding that the company has a good administrative domain, allowing its employees to develop their skills, providing opportunities within The company, however, recommends that staff be trained more frequently so that they have more opportunities to obtain better job positions within the company.

**Keywords:** *communication, organizational culture, pharmacy.*

*Artículo recibido*

*Aceptado para publicación:*

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día existen diversas empresas que llevan a cabo una inadecuada gestión en la comunicación interna, bien sea por carencia de conocimiento, el uso incorrecto de las herramientas o falta de profesionalismo, todo ello compromete a la organización por lo cual tendrá consecuencias en sus resultados. El tener una buena comunicación, compartir opiniones, ideas y pensamientos, son roles fundamentales que se deben tener en la empresa para poder construir y difundir una correcta cultura organizacional, siendo la hipótesis general; la comunicación interna influye significativamente a la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A, y las hipótesis específicas; La comunicación formal influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A y La comunicación informal influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A, por lo que es importante evaluar las siguientes variables de estudio como lo es la comunicación interna; según Farinango, Luis (2024); se entiende como el conjunto de reflexiones, procesos, aplicaciones y posterior evaluación de los discursos y prácticas en materia de comunicación, teniendo como dimensiones; la comunicación formal e informal; tal como lo indica Garvey, José (2025), la comunicación formal se refiere al flujo de información oficial a través de canales y rutas adecuados y predefinidos, mientras que, la comunicación informal se mueve libremente dentro de la organización y no está limitada por canales ni rutas de comunicación predefinidos, siendo sus indicadores; Comunicación vertical, horizontal; definidos por Catalán, Eduardo (2019) La comunicación vertical en una empresa sigue el cauce determinado por los niveles jerárquicos que existen en la organización,

fluyendo desde los más altos hasta los más bajos o viceversa, por lo que tiene un carácter asimétrico y la comunicación horizontal en una empresa, también conocida como comunicación lateral, fluye entre trabajadores del mismo nivel jerárquico, este tipo de comunicación se produce entre colaboradores, generalmente para coordinar las tareas del día a día e intercambiar información relevante que les permita desempeñar mejor sus funciones y aspectos laborales; González, Y. (2023); se entiende como la totalidad de factores exteriores e interiores del proceso laboral que influyen en la actividad laboral y los resultados de trabajo, en cuanto a la variable de estudio Cultura organizacional: Sánchez, Eduardo (2021), Es el conjunto de hábitos y creencias establecidos por medio de normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de la organización, sus dimensiones son las siguientes; ambiente, liderazgo, compromiso, desarrollo, éxito y gestión de talentos, las mismas que ayudan a toda empresa a traspasar cualquier valor impalpable sobre los que se basa la identidad del negocio.

Cada organización posee su cultura, características, tradiciones, normas y lenguaje que son las que representan el comportamiento y estilo de vida generando un buen clima laboral, es por ello que el presente estudio de investigación se enfoca en evaluar las deficiencias comunicacionales existentes en la compañía farmacéutica Vera S.A., para investigar si toman en cuenta las opiniones del personal en la toma de decisiones, para saber cómo enfrentar los problemas y si consiguen soluciones en conjunto para poder lograr las expectativas de trabajo. Cabe mencionar, que, en toda empresa, la comunicación y el prestigio interno, deben ser evaluados constantemente, con el fin de que pueda medirse y generar un buen feedback entre sus colaboradores.

La Compañía Farmacéutica Vera SA (Cofarve) es una empresa en Ecuador, con sede principal en la Ciudad de Manta, opera en el sector Tiendas de Medicamentos y Farmacias. La empresa fue fundada en 30 de julio de 2008. Actualmente emplea alrededor de 500 personas (Cofarve, 2023), la empresa ha pasado por algunos cambios, donde las nuevas autoridades no se han preocupado en su totalidad por dar a conocer la cultura organizacional y solo se han dedicado a imponer sus nuevas normas sin tomar en cuenta que conocer dicha información es de valiosa importancia, pues la cultura puede ser un pilar fundamental para encontrar la solución o el obstáculo en los cambios que necesite la organización, la falta de una cultura abierta y flexible ejerce la resistencia de las personas y la empresa puede perder un enfoque competitivo debido a que los miembros no se adaptan a los cambios del entorno.

Tampoco han tenido en cuenta a la comunicación como una característica relevante de la cultura en la empresa, que no se encuentra solamente en un área del organigrama, sino en todos los procedimientos y en toda manifestación de la cultura considerándose como un elemento clave para cambiar y fortalecer los valores formativos necesarios para apoyar la estrategia organizacional, y enfrentar un rápido proceso de globalización en un marco de agresiva competitividad. Por ello nace la interrogante principal ¿En qué medida influye la comunicación interna en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.? siendo los problemas específicos los siguientes; ¿ En qué medida influye la

Comunicación formal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.?, ¿ En qué medida influye la Comunicación informal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A?, , teniendo como objetivo principal en esta investigación: Analizar la comunicación interna y la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A. y como objetivos específicos; Determinar la influencia de la comunicación formal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A., Identificar la influencia de la comunicación informal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A. Este trabajo se justifica a través de analizar la comunicación interna y la cultura organizacional en la compañía farmacéutica vera S.A., con el objetivo de que la empresa se dé cuenta de la importancia que tienen estas variables, para desarrollarse y poder resistir en un mundo competitivo, en donde las estructuras mentales cerradas, que se resisten al cambio impiden la adecuada gestión de la organización. La comunicación debe ser concebida como un valor estratégico, cuyos efectos y causas se ven reflejadas en la cultura, el estilo de liderazgo, la toma de decisiones, las relaciones, el trabajo en equipo, y en definitiva en los niveles de producción y el desarrollo organizacional. Por ello se busca promover, inculcar y reforzar las habilidades de comunicación entre las personas, de diferentes niveles y áreas, puesto que se convirtió en prioridad, sobre todo en estos tiempos en que las empresas buscan fortalecer su cultura organizacional, de manera que los trabajadores se fidelicen con las estrategias aplicadas en torno a la gestión humana. Además, permitirá a las autoridades de la empresa conocer el nivel de comunicación interna y cultura organizacional existente, enfocando en la transmisión de sus valores, hábitos, rituales, conductas y símbolos hacia sus trabajadores para generar una cultura e identidad dentro de las mismas a fin de mejorar y lograr una buena gestión de la organización.

La presente investigación dará a conocer la necesidad de la empresa farmacéutica Vera S.A. en optimizar la comunicación interna y cultura organizacional, por lo que se muestran en el desarrollo del tema algunas estrategias y alternativas que ayuden a cumplir con las metas, por lo que se busca con esta investigación que los integrantes de las empresas comprendan que función le corresponde dentro de la misma y que reconozcan que la comunicación interna a través de los mensajes ya sean formales o informales traspasan las paredes de la organización y trascienden en la sociedad.

Para ello se fundamenta teóricamente en investigaciones realizadas en años anteriores, tal como lo menciona el autor; (Madero O. , 2019), en el trabajo de investigación “La función de la comunicación interna y externa, como instrumento estratégico para mejorar el servicio al cliente en Madero y Maldonado, corredores de seguros S.A”, presentado para obtener el grado de comunicador social organizacional de la Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá –Colombia. El trabajo de grado es de tipo descriptivo, los instrumentos metodológicos utilizados fueron; el análisis DOFA de comunicaciones internas y externas, diagnóstico integral de las comunicaciones de la empresa, encuestas a 29 personas de la organización en la que se toma una muestra de todos los cargos directivos, ejecutivos de cuenta, analistas y auxiliares. El autor concluye: “La estructura formal en los

procesos de comunicación organizacional influyó de manera positiva en el fortalecimiento de la cultura organizacional y para el establecimiento de estrategias que mejoren los aspectos débiles de la cultura”.

Mientras que, para el autor Bermúdez, José (2020), en el trabajo de investigación “Influencia de la comunicación interna en la imagen corporativa de la gerencia de desarrollo social de la municipalidad metropolitana de lima, año 2016”, presentado para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres – Lima - Perú. La presente investigación se caracteriza por ser no experimental con un enfoque cuantitativo, los métodos de la investigación son de carácter deductivo, puro y fundamental. La población estuvo conformada por 260 colaboradores de la Central y la muestra es no probabilística, conformada por 110 colaboradores de la Gerencia de desarrollo social de la Municipalidad Metropolitana de Lima. La autora concluye: “Que existe una influencia negativa de las estrategias de la comunicación interna (62.7%) sobre la Imagen Corporativa de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima durante el año 2016, en el que las estrategias de la comunicación interna generan una actitud imagen negativa, la cual influye también de manera negativa en la Imagen Corporativa, en un 65.4%.

Con relación a lo anteriormente expuesto, (Escobar, 2019), argumenta en el trabajo de investigación “ Propuesta de un plan de comunicación interna para reforzar la cultura organizacional del público interno de correos del Ecuador”, presentado para obtener el grado de Licenciada en comunicación corporativa de la Universidad de las Américas-Ecuador. Este estudio se efectuó con un enfoque mixto, esto quiere decir que se utilizará un criterio cualitativo a través de entrevistas y grupos focales, y a su vez existirá un criterio cuantitativo, de encuestas, la investigación utilizada es exploratoria, ya que existe una indagación previa a través de un marco teórico referente, con un alcance es a su vez descriptivo, que servirán como guía para exponer a través de un plan estratégico. El autor concluye: “La misión y la visión está clara para el 65% de los empleados de Correos. La cultura organizacional se fortalece cuando el personal tiene claro estos dos elementos y se sienten identificados con ellos. La empresa no cuenta con incentivos para un buen desempeño.

De esta manera, como lo señalan (Cadena, 2020) en el trabajo de investigación “Diagnóstico de la Cultura Organizacional en la distribuidora de fármacos Cadena Espinosa Cía. Ltda. de Cuenca-Ecuador”, presentado para obtener el título de Licenciado en Administración de empresas. La metodología de investigación es cuantitativa, se aplicaron técnicas investigativas que permitieron desarrollar la argumentación correspondiente de acuerdo con las encuestas aplicadas, bajo el tipo de investigación correlacional por las variables utilizadas, el diseño de la investigación es no experimental transaccional. El artículo concluye brindando recomendaciones que servirán para crear un ambiente favorable para que tanto los directivos como los empleados conozcan sus inquietudes, aportes, reclamos, y cualquier aspecto que sea necesario para el interés y desarrollo de la empresa.

## **METODOLOGÍA**

Esta investigación se llevó a cabo bajo el método científico: según Matas, Antonio (2023) Es el procedimiento mediante el cual se puede alcanzar un conocimiento objetivo de la realidad, es decir, un conocimiento científico, se buscó generar conocimiento sobre el tema y resolver problemas, adicional a ello se utilizó el método deductivo, según los autores García & Pinchi (2019) el método deductivo es un método científico que, partiendo de las premisas se lleva a las conclusiones, sobre todo considera que, la conclusión está implícita en el análisis del fenómeno estudiado, sin que este lo explicita o especifique para poder llegar a conclusiones específicas. Con un enfoque cuantitativo, definiéndolo según (Lafrancesco, 2021), establece que para asegurar la validez interna y externa de la investigación y su respectiva población. De igual forma (Garcías, 2020), señala que la investigación cuantitativa se realiza para adquirir, describir y aplicar conocimientos basados en mediciones objetivas, la demostración de la causalidad (causa –efecto), y en la generalización de resultados.

Se desarrolló bajo el tipo de investigación, descriptivo-correlacional, según Mendoza, H. (2019), este tipo de investigación tiene la finalidad de especificar las propiedades, conceptos, variables o hechos dentro de un contexto determinado, se recaba información sobre las variables para describirlos o caracterizarlos. Asimismo, el alcance correlacional, al respecto Mendoza, H. (2019), menciona que este tipo de investigación medirá la relación existente entre las variables de estudio y determinará el grado de predicción, porque medirá el comportamiento de las variables y la relación que existe entre ellas, mediante procedimientos estadísticos, el diseño de investigación será no experimental y de corte transversal, por tener una muestra única, que son los 250 trabajadores de la farmacia Vera S.A.

El alcance de la investigación es descriptivo, según Mendoza H. (2019), este tipo de alcance tiene la finalidad de especificar las propiedades, conceptos, variables o hechos dentro de un contexto determinado, se recaba información sobre las variables para describirlos o caracterizarlos. Asimismo, tiene el alcance correlacional, al respecto el mismo autor, menciona que este tipo de investigación busca medir la relación existente entre las variables de estudio, en este caso las dos variables (comunicación interna y cultura organizacional), en un contexto en particular, asimismo los resultados de esta investigación determinarán un grado de predicción.

La tipología utilizada será; Investigación exploratoria. Se denominan estudios exploratorios a aquellos en que “la investigación es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características.” (Ramos, 2020). Desde esta perspectiva, se conoce que no se han realizado investigaciones anteriores sobre los diversos factores que inciden en la competitividad del sector farmacéutico en los negocios individuales, por lo que se califica por ser un estudio exploratorio puesto que no se han efectuado investigaciones anteriores con respecto a este tema.

Por lo tanto, en la investigación actual se presentan diversas características que conforman al sector farmacéutico para los negocios individuales y bajo esta perspectiva se ha considerado como una investigación descriptiva, misma que buscan “especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernández & Fernández, 2014).

El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal; según autores como Hernández, S. (2006), se caracteriza por la recolección de datos en un único momento, sin manipular variables. Se considera no experimental ya que no se manipulará las variables, así mismo este estudio es de corte transaccional debido a que se recolectará información en un tiempo específico, ayudando a la descripción de cada variable para posteriormente analizar la relación entre ellas.

Para la obtención de datos y la medición de las variables, se aplicó el cuestionario a través de la escala de Likert, la cual está compuesto por 5 ítems escala de Likert de 5 opciones de respuesta, que son las siguientes:

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

El tamaño de la población de estuvo constituido por N 250 trabajadores de la empresa Farmacia Vera S.A, datos obtenidos de información interna de la empresa.

**Tabla 1. Personal Farmacia Vera S.A.**

| Áreas                       | Personas   |
|-----------------------------|------------|
| Departamento Administrativo | 20         |
| Departamento Financiero     | 10         |
| Comercial                   | 220        |
| <b>Total</b>                | <b>250</b> |

Nota: Esta tabla muestra el total de trabajadores por áreas.

La muestra que se estableció para el presente trabajo se realizó mediante una fórmula Alfa de Cronbach donde se ubica el tamaño de personas a encuestar, y automáticamente arrojó el tamaño de muestra de 73 personas a encuestar.

Para (Planner, 2020), “El tamaño de la población es la cantidad total de personas que comprende el segmento de mercado que se estudiará”.

A continuación, se presenta la fórmula empleada para obtener la muestra probabilística la cual determinará el número de encuestados que se deberá realizar. Para la obtención del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula planteada por Cochran.

$$n = \frac{Z^2 NP(P-1)}{E^2(N-1) + Z^2 P(P-1)}$$

$$n = \frac{250(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.10)^2 + (250-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 73$$

Dónde:

N= Población o universo (250)

n= Tamaño de la muestra (?)

Z= Nivel de confianza (1.95) =1.96

p= Probabilidad de aceptación (0.5)

q= Probabilidad de rechazo (0.5)

E= Margen de error de muestreo (0.10)

**Tabla 2. Muestra personal Farmacia Vera S.A.**

| Áreas                       | Personas  |
|-----------------------------|-----------|
| Departamento Administrativo | 10        |
| Departamento Financiero     | 3         |
| Comercial                   | 60        |
| <b>Total</b>                | <b>73</b> |

Nota: En esta tabla se observa la cantidad de encuestados.

El estudio utilizó la técnica de la encuesta para medir ambas variables, el objetivo del análisis de datos fue validar la comunicación interna y su influencia en la cultura organizacional de la Compañía Farmacéutica Vera S.A.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la comprobación de las variables en estudio, se utilizó la herramienta SPSS, en donde se observa el porcentaje de fiabilidad entre cada variable.

Tabla 3. *Fiabilidad resumen procesamiento de respuestas*

|            |           | N  | %   |
|------------|-----------|----|-----|
| Respuestas | Válidas   | 73 | 100 |
|            | Excluidas | 0  | 0   |
|            | Total     | 73 | 100 |

Nota: En esta tabla muestra la fiabilidad de los datos procesados de manera correcta sin tener datos excluidos ni datos en blanco.

Tabla 4. *Estadística de fiabilidad, según Alfa de Cronbach*

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en N de elementos estandarizados |    |
|------------------|--|----|
| 0,881            | 0,87   | 73 |

Nota: En esta tabla se muestra los resultados según Alfa de Cronbach siendo un aproximado de los intervalos del coeficiente alfa de Cronbach (0.8;0.9) indicando ser "Bueno".

Variable: Comunicación interna

Tabla 5. *Resultados agrupado Variable: Comunicación interna.*

|        |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Débil      | 19         | 26,02      | 26,02             | 26,02                |
|        | Intermedio | 39         | 53,42      | 53,42             | 79,44                |
|        | Sólido     | 15         | 20,56      | 20,56             | 100                  |
|        | Total      | 73         | 100        | 100               |                      |

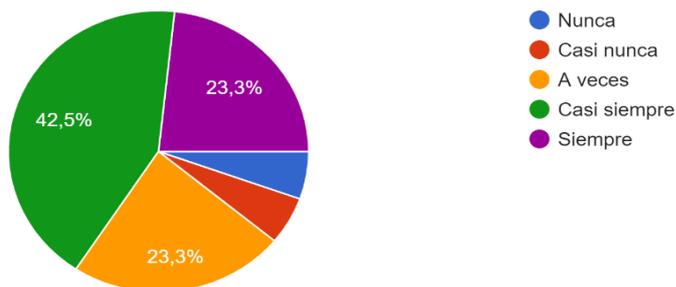
Nota: En esta tabla, se observa el rango de mayor frecuencia en la variable comunicación interna, se divide en grupos por débil, intermedio y sólido, lo que indica que, 39 de cada 73 personas se encuentra medianamente conforme con la comunicación interna en la compañía farmacéutica Vera S.A.

Tabla 6. *Resultados agrupado Variable: Cultura Organizacional*

|        |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Débil      | 21         | 28,57      | 28,57             | 28,57                |
|        | Intermedio | 31         | 42,86      | 42,86             | 71,43                |
|        | Sólido     | 21         | 28,57      | 28,57             | 100                  |
|        | Total      | 73         | 100        | 100               |                      |

Nota: En esta tabla se verifica los resultados agrupados de mayor incidencia de la variable cultura organizacional, el cual es el intermedio, lo que indica que, 31 de cada 73 personas se encuentra medianamente conforme con la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A.

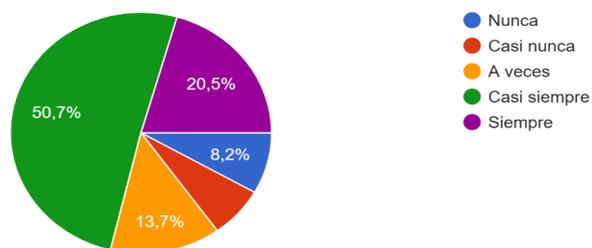
Gráfico 1. ¿Considera usted que existe una comunicación abierta y efectiva entre jefes y colaboradores en la Compañía Farmacéutica Vera S.A.?



Acorde a los resultados obtenidos, donde el 88,6% de los trabajadores de la compañía farmacéutica Vera S.A. consideraron que si existe una comunicación abierta y efectiva entre jefes y colaboradores de la empresa.

Gráfico 2. ¿Considera que la comunicación entre compañeros de trabajo es fluida?

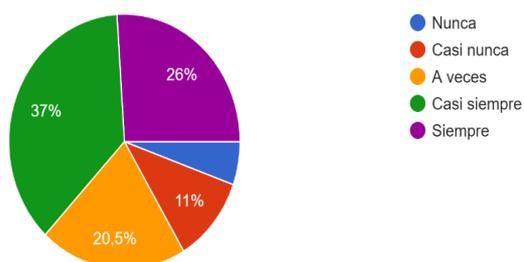
73 respuestas



En base a los resultados obtenidos, el 84,9% del personal encuestado, que considera que la comunicación entre compañeros de trabajo es fluida en la compañía farmacéutica Vera S.A.

Gráfico. 3. ¿Considera que existe apertura del diálogo en la farmacia donde labora entre los trabajadores, directivos y viceversa?

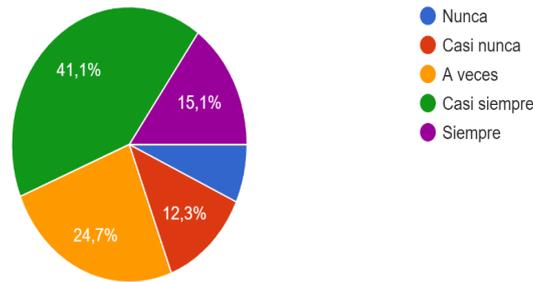
73 respuestas



Acorde a los resultados, se concluye que existe un 83,5% del personal encuestado, que considera que si existe apertura del dialogo entre los trabajadores, directivos y viceversa en la compañía farmacéutica Vera S.A.

Gráfico 4. ¿Considera que la empresa ofrece todos los beneficios laborales estipulados en la Ley?

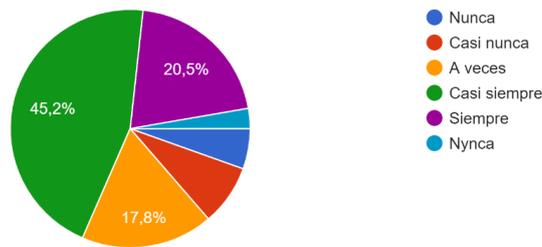
73 respuestas



Por lo tanto, acorde a los resultados obtenidos, donde el 80,9% del personal encuestado, considera que la empresa si ofrece todos los beneficios laborales estipulados en la Ley.

Gráfico 5. ¿Usted le comunica de forma verbal a su jefe inmediato las actividades que repercuten en su zona de trabajo?

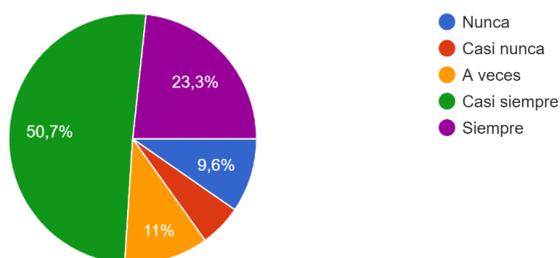
73 respuestas



Se concluye que existe un 83,5% del personal encuestado, considera que la empresa si le comunican de forma verbal a su jefe inmediato las actividades que repercuten en la zona de trabajo.

Gráfico. 6 *¿Considera que el ambiente laboral es cálido en la Compañía Farmacéutica Vera S.A.?*

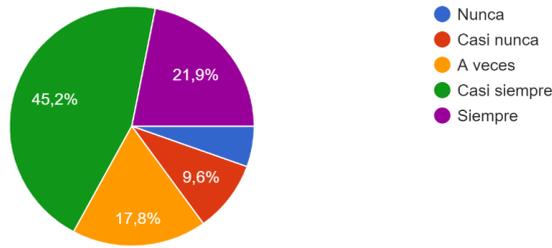
73 respuestas



De acuerdo con los resultados obtenidos, se concluye que existe un 85% del personal encuestado, consideran que el ambiente laboral es cálido en la compañía farmacéutica Vera S.A.

Gráfico 7. ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. incluye a los trabajadores en la toma de decisiones?

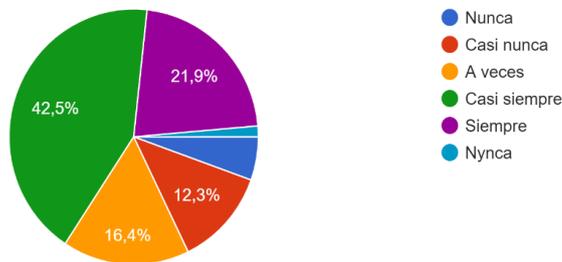
73 respuestas



De acuerdo con el gráfico 7, se concluye que existe un 84,9% del personal encuestado, consideran que la compañía farmacéutica Vera S.A. sí incluye a los trabajadores en la toma de decisiones.

Gráfico.8. ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee un buen liderazgo?

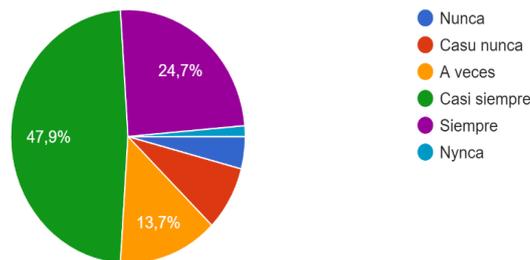
73 respuestas



De acuerdo con el gráfico 8, se concluye que existe un 80,8% del personal encuestado, que considera que la compañía farmacéutica Vera S.A. sí posee una distribución equitativa de responsabilidades y funciones.

Gráfico 9. ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee iniciativas en su gestión?

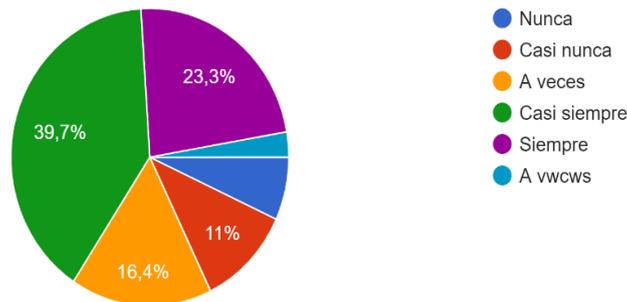
73 respuestas



De acuerdo con el gráfico 9, se concluye que existe un 86,3% del personal encuestado, consideran que la compañía farmacéutica Vera S.A. sí posee iniciativas en su gestión.

Gráfico. 10. ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee buen dominio administrativo?

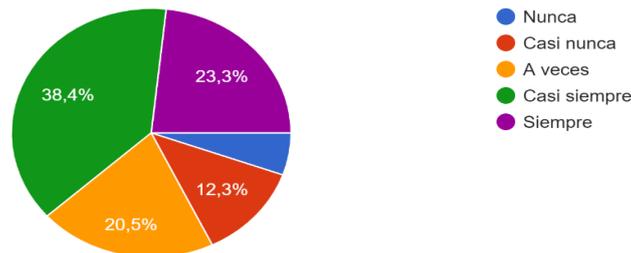
73 respuestas



De acuerdo con el gráfico 10, se concluye que existe un 79,4 % del personal encuestado, consideran que la compañía farmacéutica Vera S.A. sí posee un buen dominio administrativo.

Gráfico 11. *¿Considera que Compañía Farmacéutica Vera S.A. permite el desarrollo de habilidades en sus empleados?*

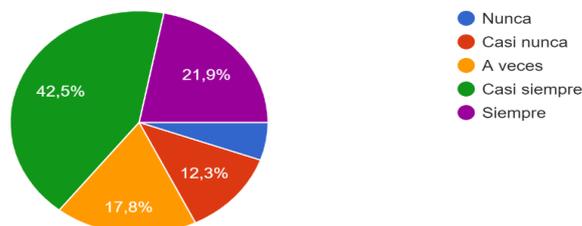
73 respuestas



De acuerdo con el gráfico 11, se concluye que existe un 82,2 % del personal encuestado, consideran que la compañía farmacéutica Vera S.A. sí permite el desarrollo de habilidades en sus empleados.

Gráfico 12. *¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. brinda oportunidades labores en sus empleados?*

73 respuestas



De acuerdo con el gráfico 12, se concluye que existe un 82,2 % del personal encuestado, consideran que la compañía farmacéutica Vera S.A. sí brinda oportunidades en sus empleados.

Correlación de hipótesis

**Tabla 7. Correlaciones. Rho de Spearman.**

| Organizacional  |                                 | V1                             | V2           |       |
|-----------------|---------------------------------|--------------------------------|--------------|-------|
|                 |                                 | Comunicación interna           | Cultura Org. |       |
| Rho de Spearman | V1<br>Comunicación<br>interna   | Coefficiente de<br>Correlación | 1.000        | .464  |
|                 |                                 | Sig. (bilateral)               | .            | .081  |
|                 |                                 | N                              | 73           | 73    |
|                 | V2<br>Cultura<br>Organizacional | Coefficiente de<br>Correlación | .464         | 1.000 |
|                 |                                 | Sig. (bilateral)               | .            | .081  |
|                 |                                 | N                              | 73           | 73    |

Nota: En esta tabla se observa la correlación entre las variables en estudio a través del coeficiente de relación de Spearman, mediante esta evaluación se comprueba la hipótesis es válida, por lo cual la comunicación interna sí influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.

**Tabla 8. Correlaciones. Hipótesis-Indicador**

| Organizacional  |                                       | HE1                            | Indicadores                        |       |
|-----------------|---------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-------|
|                 |                                       | Comunicación formal            | Comunicación vertical y horizontal |       |
| Rho de Spearman | HE1<br>Comunicación formal            | Coefficiente de<br>Correlación | 1.000                              | .560  |
|                 |                                       | Sig. (bilateral)               |                                    | .075  |
|                 |                                       | N                              | 73                                 | 73    |
|                 | Comunicación vertical y<br>horizontal | Coefficiente de<br>Correlación | .560                               | 1.000 |
|                 |                                       | Sig. (bilateral)               | .                                  | .075  |
|                 |                                       | N                              | 73                                 | 73    |

Nota: En esta tabla se observa la correlación entre la hipótesis específica y los indicadores en estudio a través del coeficiente de relación de Spearman, mediante esta evaluación se comprueba la hipótesis es válida, por lo cual la comunicación informal sí influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.

**Tabla 9. Correlaciones. Hipótesis-Indicador**

| Organizacional  |                              | HE2                            | Indicadores           |       |
|-----------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------|-------|
|                 |                              | Comunicación informal          | Comunicación vertical |       |
| Rho de Spearman | HE1<br>Comunicación informal | Coefficiente de<br>Correlación | 1.000                 | .700  |
|                 |                              | Sig. (bilateral)               |                       | .080  |
|                 |                              | N                              |                       |       |
|                 | Ambiente                     | Coefficiente de<br>Correlación | .500                  | 1.000 |
|                 |                              | Sig. (bilateral)               | .                     | .065  |
|                 |                              | N                              |                       |       |
|                 | Liderazgo                    | Coefficiente de<br>Correlación | .450                  | 1.000 |
|                 |                              | Sig. (bilateral)               | .                     | .055  |
|                 |                              | N                              |                       |       |
|                 | Compromiso                   | Coefficiente de<br>Correlación | .520                  | 1.000 |
|                 |                              | Sig. (bilateral)               | .                     | .055  |
|                 |                              | N                              |                       |       |
|                 | Desarrollo                   | Coefficiente de<br>Correlación | .600                  | 1.000 |
|                 |                              | Sig. (bilateral)               | .                     | .070  |
|                 |                              | N                              |                       |       |
|                 | Éxito                        | Coefficiente de<br>Correlación | .650                  | 1.000 |
|                 |                              | Sig. (bilateral)               | .                     |       |
|                 |                              | N                              |                       |       |

|                     |                             |      |       |
|---------------------|-----------------------------|------|-------|
|                     | Sig. (bilateral)            | .    | .080  |
| Gestión de talentos | Coefficiente de Correlación | .600 | 1.000 |
|                     | Sig. (bilateral)            | .    | .075  |
|                     | N                           | 73   | 73    |

Nota: En esta tabla se observa la correlación entre la hipótesis específica y los indicadores en estudio a través del coeficiente de relación de Spearman, mediante esta evaluación se comprueba que la hipótesis es válida, por lo cual la comunicación formal si influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.

## Discusión

La comunicación es la transmisión de información, ideas y mensajes, facilita la coordinación entre los empleados, la compañía farmacéutica Vera S.A., busca promover un ambiente de trabajo colaborativo entre los empleados, manteniendo una buena comunicación interna coordinando los turnos, evitando malentendidos, para siempre tener una comunicación fluida entre los directivos y empleados.

Por ende, según los parametros arrojados en el programa SPSS, se aceptó la hipótesis general "La comunicación interna influye significativamente a la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A" junto a las hipótesis específicas; "La comunicación formal influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A" y "La comunicación informal influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A " mientras que las rechazadas fueron; la comunicación interna no influye significativamente a la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A, la comunicación formal no influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A y la comunicación informal no influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.

Evidenciando que uno de los mayores factores que influyen en la cultura organizacional, es la comunicación formal con los jefes inmediatos para informarle sobre las actividades que repercuten en las áreas de trabajo, siendo éste el problema primario en la investigación, corroborando, cómo se logró el objetivo; analizar la influencia de la comunicación interna en la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A, comparando los resultados con investigaciones previas, se pudo observar que para, Escobar, M. (2019), en su trabajo "Propuesta de un plan de comunicación interna para reforzar la cultura organizacional del público interno de correos del Ecuador" concluye que la cultura organizacional se fortalece cuando el personal tiene claro la misión y visión de la empresa, y se sienten identificados con ellos, coincidiendo que ambas empresas no cuentan con incentivos para ejecutar un buen desempeño.

Finalmente, se concluye que hay una influencia positiva entre cada uno de sus indicadores y las variables según lo obtenido de la correlación Rho de Spearman y con el trabajo investigativo de Bermúdez, José (2020) coincidiendo con los hallazgos que existe una comunicación efectiva por parte de los integrantes de la empresa. Por lo que se sugiere, realizar talleres en el que se busque la

integración entre los empleados de todas las sucursales de la farmacia, para obtener resultados de eficiencia ya que mientras se tenga a un empleado satisfecho en los beneficios laborales establecidos en la Ley, y considerándolo en la toma de decisiones, el empleado va a sentirse a gusto en la empresa y podrá trabajar para obtener mejores oportunidades laborales .

### Conclusiones

Entendiéndose que la comunicación interna es el conjunto de acciones y herramientas que se utilizan en una empresa para intercambiar información entre sus integrantes, se puede observar mediante las encuestas aplicadas, que la comunicación interna en la compañía farmacéutica Vera S.A. existe un gran porcentaje de aceptación en la comunicación entre jefes y colaboradores, hay que observar que un pequeño porcentaje no están de acuerdo, por lo que hay que evaluar cuales son las causas que lo ocasionan.

Por lo tanto, al aplicar el objetivo de la presente investigación de analizar la comunicación interna y la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A., se evidencia una respuesta positiva, que muestra una amplia relación, clara y consistente debido a que existe viabilidad como lo indican los resultados correlacionales de Spearman, indicando una respuesta positiva en el programa SPSS, ante cada indicador propuesto, detectando que, dentro de la compañía farmacéutica Vera S.A., los colaboradores indican que existe fluidez en la comunicación entre trabajadores y directivos, así mismo, consideran que, dentro de la organización, los beneficios laborales que ofrece la empresa son los que estipula la Ley orgánica del trabajo, teniendo falencias en la comunicación verbal con sus jefes inmediatos, repercutiendo directamente en la ejecución de sus labores, por lo que es recomendable realizar periódicamente talleres de convivencia para que el personal se pueda ir integrando y mejorar relaciones.

Mientras que en la variable cultura organizacional, según sus dimensiones, ambiente, liderazgo y compromiso, están ampliamente vinculados, ya que la mayoría de los colaboradores, consideran que se mantiene un cálido ambiente laboral, se incluyen a los trabajadores en la toma de decisiones ejerciendo un buen liderazgo, sin embargo, se recomienda que se debe fomentar en todas las sucursales promover un mejor ambiente de trabajo colaborativo entre ellas para evitar malentendidos y de esta manera minimizar los errores en la ejecución de las tareas para aumentar la eficiencia.

Por último, cabe recalcar, que la empresa posee un buen dominio administrativo, permitiendo que sus empleados desarrollen sus habilidades, brindando oportunidades dentro de la compañía, sin embargo, se recomienda que se capacite con más frecuencia al personal para que tengan más oportunidades de obtener mejores puestos labores dentro de la empresa.

### Bibliografía

Andrade, H. (2017). Comunicación organizacional interna - proceso, disciplina y técnica.

- Bailón, G., Zamora, M., & Cáceres, A. (2023). *LA CALIDAD TOTAL DE SERVICIOS Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN FARMACÉUTICA DE MANTA: CASO COFARVE*.
- Barcia, F. A. (2022). Cultura Organizacional y su influencia en el proceso administrativo en instituciones educativas, Canton edro Carbo-Ecuador.
- Bermudez, J. (2020). "Influencia de la comunicación interna en la imagen corporatiiva de la gerencia de desarrollo social de la mucipalidad de Lima-Peru".
- Cadena, M. y. (2020). *Diagnosticode la cultura organizacional en la distribuidora de farmacos Cadena Esinoza Cia. Ltda de Cuenca-Ecuador*.
- Catalan, eduardo (2019) Comunicacion vertical y horizontal. Obtenido de <https://es.eserp.com/articulos/comunicacion-horizontal-vertical-empresa/>
- Cofarve. (2023). *compañía farmaceutica vera sa cofarve*. Obtenido de <https://ec.linkedin.com/company/cofarve-s-a>
- Consulting, G. B. (2022). *Cimunicacion fornal e informal*. Obtenido de <https://blog.wearedrew.co/concepts/comunicacion-formal-vs-comunicacion-informal>
- Corona, L. A., Espinosa, A. D., & Iglesias, M. &. (2019). *La toma de decisiones en la asistencia médica y su enseñanza aprendizaje a través del método clínico*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442021000100104#B4](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000100104#B4)
- Cortés, N. (2023). *Desarrollo de habilidades: Definiciones, tipos y ejemplos para potenciar*. Obtenido de <https://www.ninjaexcel.com/capacitacion/desarrollo-de-habilidades/>
- Escobar, M. (2019). Propuesta de un plan de comunicacion interna para reforzar la cultura organizacional del publico interno de correos del Ecuador.
- española, R. a. (2022). *Actitud, Aportar valor, Éxito, Bienestar, Felicidad*. Obtenido de <https://xaviroca.com/que-es-el-exito/>
- Fadnavis, S. N. (2020). *An assessment of organizational culture traits impacting problem solving for lean transformation*. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.05.017>
- Farinango, Luis (2024). Comunicacion interna que es; Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762024000200089](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762024000200089)
- Fernandez, M. (2015). Comunicacion efectiva y trabajo en equipo. Nobel .
- Fuentes, D., Palacios, D., & Cabrera, M. (2024). *PLANEAMIENTO ESTRATÉGICOPARA UNA EFICIENTE GESTIÓN ORGANIZACIONALEN LA EMPRESA INVERNEG S.A., CUENCA-ECUADOR*.
- Gamez, Y., & Ivan, G. (2021). *Aspectos fundamentales de la calidad en los servicios de salud*. Obtenido de <https://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/1112/1588>
- Garcias, A. (2020). *Enfoque cauntitativo descripcion*.
- García M. & Pinchi W.(2019) Clima institucional. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/A5+\(1\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/A5+(1)%20(1).pdf).
- Garvey, Jose (2025). Comunicacion formal e informal. Obtenido de <https://www.peoplegoal.com/blog/what-is-formal-and-informal-communication>
- Gerrero, M. (2021). La cultura Organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas.
- Gonzalez, Y. (2023) Definicion de aspectos laborales. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362023000200067](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362023000200067)

- Guzman, G. (2020). *Definicion de comproiso*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/html/>
- Hernández, & Fernández, & B. (2014). *Tipologias investiativas*.
- Hernandez, F. &. (2014). *Metodologia de la investigacion* .
- Hernando, Á. (2022). *Definicion de resultados, discusion y conclusiones*. Obtenido de <https://www.grupocomunicar.com/wp/escuela-de-autores/resultados-discusion-y-conclusiones/>
- Iraeta, I. (2022). *Definicion de ambiente*. Obtenido de <https://concepto.de/ambiente-2/>
- J, N. (2010). *Enfoques de la invstigacion*.
- Jimenez, D. (2022). *Que son oportunidades y estrategias para manejarlas*. Obtenido de <https://www.pymesycalidad20.com/que-son-las-oportunidades-ejemplos-y-estrategias-para-manejarlas.html>
- Julka, F. (2020). *Definicion de comunicacin interna* .
- Lafrancesco. (2021). *Definicion enfoque cuantitativo*.
- Lee, C. H. (2021). *Factores cambiantes de la satisfacción de los empleados con las condiciones de trabajo: un análisis de la encuesta de condiciones de trabajo de Corea* . Obtenido de 10.1016/j.shaw.2021.04.003
- Madero, O. (2019). *La función de la ciomunicación interna y externa, como instrumento estratégico paramejorar el servicio al cliente en Madero y Maldonaado, Corredores de seguros S.A.* .
- Madero, S. O. (2019). *La función de la comunicación interna y externa, como*.
- Matas, Antonio (2023) *Metodo científico*. Obtenido de [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/27649/Zenodo\\_UD\\_Metodo\\_Cientifico.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/27649/Zenodo_UD_Metodo_Cientifico.pdf?sequence=1).
- Martinez, L. (2020). *Definicion Comunicacion Formal*. Obtenido de <https://psicologiymente.com/social/comunicacion-formal>
- Mendoza, H. &. (2018). *Tipos de enfoques* .
- Mendoza, L. (2018). *Alcance de investigacion descriptivo*.
- Mendoza, Y. (2024). *LA COMPETITIVIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA: CASO DE ESTUDIO EMPRESA SKY DE ECUADOR*.
- Mero, C. Z. (2022). *Influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral en la empresa del canton Quinde- Ecuador*.
- Meza, e. V. (2015). *Percepción de la cultura organizacional* .
- Ñaupas, &. e. (2013). *nivel de investigacion*.
- Ospina, A. (2024). *Fidelizacion y retencion de clientes*.
- Oviedo, I. C. (2022). *Qué es la iniciativa emprendedora y cómo fomentarla*. Obtenido de <https://www.mba-asturias.com/empresas/iniciativa-emprendedora/>
- Pérez, R. &. (2017). *metodo deductivo* .
- Planner, O. (2020). *Calculo de la muestra* .
- Ramirez, F. (1997). *Muestra censal* .

- Robles-Leon, P., Alabart, Y., & RODRIGUEZ, T. (2020). la cultura organizacional y su influencia en el comportamiento innovador de la empresa publica de parques urbanos y espacios publicos de Guayas.
- Rodriguez, J. (2021). Definicion cliente.
- Rowshan, S. B. (2020). *Designing a Basic Model for Talent*. Obtenido de [https://jmr.usb.ac.ir/article\\_5490.html?lang=en](https://jmr.usb.ac.ir/article_5490.html?lang=en), pp.161-188.
- Sanchez, Eduardo (2021). definición cultura organizacional. Obtenido de <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1651/LEC%20RRHH%200003%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sanchez, J. (2024). Deficion de Servicio.
- Santiago, R. (2020). *Definicion de liderazgo*. Obtenido de [https://books.instituto-idema.org/sites/default/files/2020\\_04\\_25\\_20\\_34\\_31\\_braam7500outlook.com\\_el\\_liderazgo\\_XD.pdf](https://books.instituto-idema.org/sites/default/files/2020_04_25_20_34_31_braam7500outlook.com_el_liderazgo_XD.pdf)
- Sarasola, J. (2023). *Autoridad compartida*. Obtenido de <https://ikusmira.org/p/autoridad-compartida>
- Sergio, A. (2021). *Dominio administrativo*. Obtenido de [https://en.wikipedia.org/wiki/Administrative\\_domain](https://en.wikipedia.org/wiki/Administrative_domain)

# **ANEXOS**



**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

“La Comunicación Interna y su Influencia en la Cultura Organizacional de la Compañía Farmacéutica Vera S.A.”

| PROBLEMA  | OBJETIVOS   | HIPÓTESIS  | VARIABLES   | MÉTODOLÓGÍA  |
|---|---|--|---|--|
| <p><b>Problema General</b><br/>                     ¿En qué medida influye la comunicación interna en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.?</p> <p><b>Problema Específicos</b></p> <p>¿En qué medida influye la Comunicación formal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.?</p> <p>¿En qué medida influye la Comunicación informal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A.?</p> | <p><b>Objetivo general</b></p> <p>Analizar la influencia de la comunicación interna en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera s.a.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Determinar la influencia de la comunicación formal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera s.a.</p> <p>Identificar la influencia de la comunicación informal en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera s.a.</p> | <p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>Hi La comunicación interna influye significativamente a la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A</p> <p>Ho La comunicación interna no influye significativamente a la cultura organizacional en la compañía farmacéutica Vera S.A</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <p>Hi La comunicación formal influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A</p> <p>Ho La comunicación formal no influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A</p> <p>Hi La comunicación informal influye en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A</p> <p>Ho La comunicación informal no influye en la cultura organizacional de la compañía</p> | <p><b>Variable Independiente X:</b><br/>                     Comunicación Interna</p> <p><math>x_1</math>= Comunicación formal</p> <p><math>x_2</math>= comunicación informal</p> <p><b>Variable dependiente Y:</b><br/>                     Cultura Organizacional</p> <p><math>y_1</math>= Ambiente</p> <p><math>y_2</math>=Liderazgo</p> <p><math>y_2</math>=Compromiso</p> <p><math>y_3</math>=Desarrollo</p> <p><math>y_4</math>=Éxito</p> <p><math>y_5</math>=Gestión de talentos</p> | <p><b>Método:</b><br/>                     Científico, Deductivo</p> <p><b>Enfoque:</b><br/>                     Cuantitativo</p> <p><b>Tipo de Investigación:</b><br/>                     Es de tipo descriptivo - correlacional, porque mide el comportamiento de las variables y la relación que existe entre ellas, mediante procedimientos estadísticos.</p> <p><b>Diseño:</b><br/>                     El diseño de Investigación fue no experimental y de corte transversal, por tener una muestra única.</p> <p><b>Población:</b><br/>                     Trabajadores de la farmacia</p> <p><b>Muestra:</b><br/>                     N: censal</p> <p><b>Técnica:</b><br/>                     Encuesta:</p> <p><b>Instrumento:</b><br/>                     Cuestionario</p> |



|  |  |                       |  |  |
|--|--|-----------------------|--|--|
|  |  | farmacéutica Vera S.A |  |  |
|--|--|-----------------------|--|--|

### Operacionalización de variables

| Variable Independiente: Comunicación Interna |   |                       |                         |  |  |                         |
|--|---|-----------------------|-------------------------|--|--|-------------------------|
| VARIABLES                                    | DEFINICIÓN CONCEPTUAL   | DIMENSIONES           | INDICADORES             | ÍTEMS  | ESCALA DE MEDICIÓN   | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
| Comunicación Interna                         | " La Comunicación Organizacional Interna es un eje fundamental de las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización y de sus productos y servicios. " (Bermudez, 2020). | Comunicación formal   | Comunicación vertical   | ¿Considera usted que existe una comunicación abierta y efectiva entre jefes y colaboradores en la Compañía Farmacéutica Vera S.A.?   | Escala de Likert<br>1=Nunca<br>2= Casi nunca<br>3=A veces<br>4=Casi siempre<br>5=Siempre | Encuesta                |
|  |   |                       | Comunicación horizontal | ¿Considera que la comunicación entre compañeros de trabajo es fluida?<br><br>¿Considera que existe apertura del diálogo en la farmacia donde labora entre los trabajadores, directivos y viceversa?        |  |                         |
|  |   | Comunicación informal | Aspectos laborales      | ¿Considera que la empresa ofrece todos los beneficios laborales estipulados en la Ley?<br><br>¿Usted le comunica de forma verbal a su jefe inmediato las actividades que repercuten en su zona de trabajo? |  |                         |



| Variable dependiente: Cultura Organizacional |  |                     |                           |   |  |                         |
|--|--|---------------------|---------------------------|---|--|-------------------------|
| VARIABLES                                    | DEFINICIÓN CONCEPTUAL  | DIMENSIONES         | INDICADORES               | ÍTEMS   | ESCALA DE MEDICIÓN   | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
| Cultura Organizacional                       | " Se refiere a la ideología organizacional, entendida como los sistemas de pensamiento que constituyen los determinantes de las características de la organización, la cual afecta la conducta de las personas. (Harrison, 2019) | Ambiente            | Calidez                   | ¿Considera que el ambiente laboral es cálido en la Compañía Farmacéutica Vera S.A.?                                   | Escala de Likert<br>1=Nunca<br>2= Casi nunca<br>3=A veces<br>4=Casi siempre<br>5=Siempre | Encuesta                |
|  |  | Liderazgo           | Toma de decisiones        | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. incluye a los trabajadores en la toma de decisiones?                |  |                         |
|  |  |                     | Autoridad compartida      | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee una distribución equitativa de responsabilidades y funciones? |  |                         |
|  |  | Compromiso          | Nivel de iniciativa       | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee iniciativas en su gestión?                                    |  |                         |
|  |  | Éxito               | Dominio administrativo    | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee buen dominio administrativo?                                  |  |                         |
|  |  | Gestión de talentos | Desarrollo de habilidades | ¿Considera que Compañía Farmacéutica Vera S.A. permite el desarrollo de habilidades en sus empleados?                 |  |                         |



---

|  |  |  |             |  |  |  |
|--|--|--|-------------|--|--|--|
|  |  |  | Oportunidad | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. brinda oportunidades labores en sus empleados? |  |  |
|--|--|--|-------------|--|--|--|

## ANEXO 1



### INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN ENCUESTA

#### UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

#### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

#### ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Buenos días/ buenas tardes, Sr. (a); Srta. Mi nombre es: María Isabel Ávila Puente, estudiante de ULEAM, estoy realizando una investigación con el propósito de conocer su opinión acerca de La Comunicación Interna y su Influencia en la Cultura Organizacional de la Compañía Farmacéutica Vera S.A. La información que usted nos proporcione será manejada confidencialmente y en forma global.

Señor(a), Srta.: Con el objetivo de analizar la influencia de la comunicación interna en la cultura organizacional de la compañía farmacéutica Vera S.A. Agradecemos la mayor sinceridad al llenar el siguiente cuestionario, por favor leer detenidamente cada una de las preguntas antes de responderlas.

Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una "X" la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

| <b>Nunca</b> | <b>Casi nunca</b> | <b>A veces</b> | <b>Casi siempre</b> | <b>Siempre</b> |
|--------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|
| <b>1</b>     | <b>2</b>          | <b>3</b>       | <b>4</b>            | <b>5</b>       |

### CUESTIONARIO PARA SER APLICADO A LOS TRABAJADORES DE LA COMAÑÍA FARMACÉUTICA VERA S.A.

| <b>ITEMS</b> | <b>LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA COMPAÑÍA FARMACÉUTICA VERA S.A.</b>                  | <b>Nunca</b> | <b>Casi nunca</b> | <b>A veces</b> | <b>Casi siempre</b> | <b>Siempre</b> |
|--------------|--|--------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|
|              |  | <b>1</b>     | <b>2</b>          | <b>3</b>       | <b>4</b>            | <b>5</b>       |
| <b>1</b>     | ¿Considera usted que existe una comunicación abierta y efectiva entre jefes y colaboradores en la Compañía Farmacéutica Vera S.A.? |              |                   |                |                     |                |
| <b>2</b>     | ¿Considera que la comunicación entre compañeros de trabajo es fluida?  |              |                   |                |                     |                |



|                              |  |  |  |  |  |  |
|------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 3                            | ¿Considera que existe apertura del diálogo en la farmacia donde labora entre los trabajadores, directivos y viceversa? |  |  |  |  |  |
| <b>COMUNICACIÓN INFORMAL</b> |  |  |  |  |  |  |
| 4                            | ¿Considera que la empresa ofrece todos los beneficios laborales estipulados en la Ley?                                 |  |  |  |  |  |
| 5                            | ¿Usted le comunica de forma verbal a su jefe inmediato las actividades que repercuten en su zona de trabajo?           |  |  |  |  |  |
| <b>AMBIENTE</b>              |  |  |  |  |  |  |
| 6                            | ¿Considera que el ambiente laboral es cálido en la Compañía Farmacéutica Vera S.A.?                                    |  |  |  |  |  |
| <b>LIDERAZGO</b>             |  |  |  |  |  |  |
| 7                            | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. incluye a los trabajadores en la toma de decisiones?                 |  |  |  |  |  |
| 8                            | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee una distribución equitativa de responsabilidades y funciones?  |  |  |  |  |  |
| <b>COMPROMISO</b>            |  |  |  |  |  |  |
| 9                            | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee iniciativas en su gestión?                                     |  |  |  |  |  |
| <b>ÉXITO</b>                 |  |  |  |  |  |  |
| 10                           | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. posee buen dominio administrativo?                                   |  |  |  |  |  |
| <b>GESTIÓN DE TALENTOS</b>   |  |  |  |  |  |  |
| 11                           | ¿Considera que Compañía Farmacéutica Vera S.A. permite el desarrollo de habilidades en sus empleados?                  |  |  |  |  |  |
| 12                           | ¿Considera que la Compañía Farmacéutica Vera S.A. brinda oportunidades labores en sus empleados?                       |  |  |  |  |  |