



**UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD
CORPORATIVA EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD**

DISTRITAL DE CÁTAC – 2019

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTADO POR:

Bach. Eustaquio López Betsy Marly

Bach. Valentin Solis Giselda Karina

ASESOR:

Mag. Ernesto Filomeno Narvéez Pomiano

HUARAZ – PERÚ

2019





ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huaraz, siendo las 11:59 del día miércoles 14 de setiembre de 2022, se reunieron los Miembros del Jurado de Sustentación de Tesis se reunieron en acto público en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación y de la Comunicación de la Universidad Nacional "Santiago Antúnez de Mayolo" para evaluar la defensa de la tesis presentada por la bachiller:

Nombre(s) y apellidos	Carrera profesional
▪ BACH. BETTSY MARLY EUSTAQUIO LÓPEZ	
▪ BACH. GISELDA KARINA VALENTIN SOLÍS	Ciencias de la Comunicación

TÍTULO DE LA TESIS:

RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CÁTAC-2019

Después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las preguntas formuladas por el Jurado, se les declara aptos para optar el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

- Con el calificativo de (14) catorce a la Bach. **Betty Marly EUSTAQUIO LÓPEZ**
- Con el calificativo de (14) catorce a la Bach. **Giselda Karina VALENTIN SOLÍS**

En consecuencia, las sustentantes queda en condición de recibir el Título de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación, con mención en su carrera, conferido por el Consejo Universitario de la UNASAM de conformidad con las Normas Estatutarias y la Ley Universitaria en vigencia.



Mag. María Angélica Méndez Espinoza
Presidente



Mag. Jaime Teodoro Dextre Rodríguez
Secretario



Mag. Pedy Oswaldo Loli Natividad
Vocal

Huaraz, 14 de setiembre de 2022.

NOMBRE DEL TRABAJO

INFORME FINAL DE TESIS KARINA Y BETSY.docx

AUTOR

Betsy & Karina Eustaquio & Valentin

RECUENTO DE PALABRAS

18331 Words

RECUENTO DE CARACTERES

102288 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

101 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.6MB

FECHA DE ENTREGA

May 7, 2023 12:27 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 7, 2023 12:29 PM GMT-5**● 13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo especialmente a Dios. Porque Dios es quien nos inspira, y en el proceso podemos satisfacer uno de nuestros anhelos más anhelados. a nuestros padres. Por su amor, trabajo y sacrificio a lo largo de los años, es por ellas que estamos aquí y donde estamos hoy. Estamos orgullosas de ser sus hijas. , honrada. son los mejores padres. A mis hermanos que siempre han estado ahí para mí y me han brindado apoyo moral en esta etapa de mi vida.

Finalmente, a todos aquellos que nos han apoyado y han hecho que nuestro trabajo sea exitoso, especialmente a aquellos que nos han abierto puertas y compartido sus conocimientos.

Las tesistas

AGRADECIMIENTO

Al Divino Creador por ser la luz en nuestra travesía y brindarnos la oportunidad de conseguir este objetivo, el de culminar nuestra investigación.

A la Universidad Nacional "Santiago Antúnez de Mayolo" por darnos conocimientos y capacidad de afrontar este mundo competitivo asumiendo los retos que nos da la vida.

A nuestros padres quienes con sus esfuerzos, sacrificios y amor permitieron concretizar nuestra profesión: ser modelos auténticos para fijar consistentes principios y valores morales.

A nuestros docentes por enseñarnos que no hay límites y que podemos lograr nuestras metas y objetivos, pues todo aquello depende de nosotros.

A nuestro asesor Mag. Ernesto Filomeno Narváez Pomiano por su acompañamiento durante el proceso de desarrollo de la tesis.

A las autoridades de la Municipalidad Distrital de Cátac por ser el soporte institucional para la realización del trabajo.

A nuestros amigos que aumentan nuestro conocimiento a través de discusiones y preguntas.

Y a todas aquellas personas que colaboraron o participaron en este estudio de una forma u otra, expresamos nuestro más sincero agradecimiento.

Las tesisistas.



RESUMEN

El objetivo principal del estudio fue describir **la relación entre el clima organizacional y la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de Cátac – 2019**; además, evaluar la relación que existe entre el desempeño de los trabajadores y la cultura corporativa en los trabajadores de la Municipalidad, para identificar la influencia de la estructura organizacional ligada a la filosofía corporativa para el desempeño exitoso de las funciones por parte de los trabajadores.

Durante la encuesta se implementó un diseño de encuesta que es una transacción correlacional, para lo cual se recogió información a través de encuestas donde, según la estadística, se tuvo a 23 colaboradores de la Municipalidad Distrital de Cátac que se encontraban desempeñándose como funcionarios en las diferentes oficinas de la institución. Asimismo, se utilizó la técnica de la entrevista que se aplicó a la misma alcaldesa y al jefe del área de recursos humanos.

Los resultados se procesaron en tablas de frecuencia y se analizaron para medidas de tendencia central, y los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac concluyeron que, consideran que su institución se caracteriza por la ausencia importante de un buen clima organizacional, lo cual es un aspecto que se tiene que mejorar considerablemente, pues manifiestan que no es fundamental dentro de un entorno laboral. De igual forma, indican que existe una baja identificación y escaso sentido de pertenencia con respecto a la identidad corporativa que tiene la institución.

PALABRAS CLAVES: Clima organizacional, identidad corporativa, desempeño laboral, estructura organizaconal, cultura corporativa, filosofía corporativa.

ABSTRACT

The main objective of the study was to describe the relationship between the organizational climate and corporate identity in the District Municipality of Cátac - 2019; In addition, to evaluate the relationship that exists between the performance of the workers and the corporate culture in the workers of the Municipality, to identify the influence of the organizational structure linked to the corporate philosophy for the successful performance of the functions by the workers.

During the survey, a survey design was implemented that is a correlational transaction, for which information was collected through surveys where, according to statistics, 23 employees of the District Municipality of Cátac were working as officials in the different offices of the institution. Likewise, the interview technique was used, which was applied to the same mayoress and to the head of the human resources area.

The results were processed in frequency tables and analyzed for measures of central tendency, and the workers of the District Municipality of Cátac concluded that they consider that their institution is characterized by the significant absence of a good organizational climate, which is an important aspect. that it has to be improved considerably, since they state that it is not essential within a work environment. Similarly, they indicate that there is a low identification and little sense of belonging with respect to the corporate identity of the institution.

KEY WORDS: Organizational climate, corporate identity, job performance, organizational structure, corporate culture, corporate philosophy.

INTRODUCCIÓN

La Municipalidad Distrital de Cátac, Al igual que los demás municipios, se rige por la Ley Municipal, Ley N° 23853 y sus modificaciones, que regulan las atribuciones, funciones y definiciones de los municipios, así como su organización, autonomía y asignación de recursos.

La Municipalidad Distrital de Cátac, en estas circunstancias debe entender el valor que representa el crear un ambiente de trabajo cómodo que armonice los elementos internos y externos de su entorno laboral; el fin es el bienestar de la institución, de su personal y de todos los usuarios que interactúan con ella, para lograr una convivencia gratificante.

Se ha demostrado que la percepción del ambiente de la organización influye en el comportamiento de las personas y por consiguiente también en el cumplimiento de sus funciones. Ante esta situación, en el Municipio de Cátac, a pesar de que la infraestructura es moderna, se notan algunos aspectos al ingresar al recinto, que justifican que se le dé el nombre de infraestructura, como el espacio físico, para algunos. el trabajo disminuye, por lo que tienen muchos papeles y no hay dónde ponerlos. Los muebles y equipos tampoco están completamente actualizados, lo que afecta el uso de los respectivos equipos. En cuanto a la estructura de la organización, pocos funcionarios o trabajadores están bajo la supervisión de sus superiores, el trabajo encomendado no se realiza adecuadamente, la autoridad no dispone de la mejor manera y la gestión y la cultura organizacional también se ven afectadas.

Relacionado con todos los puntos anteriores, el propósito de este estudio es explicar la relación entre el clima organizacional y la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

El estudio planteó la hipótesis de que el clima organizacional está esencialmente relacionado con la identidad corporativa de los empleados de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019, indicando dos variables: X= Clima Organizacional y Y= Identidad Corporativa.

El trabajo de investigación se desarrolló en cuatro capítulos, los cuales se realizaron de acuerdo a la metodología.

El Capítulo I desarrolló el planteamiento del problema de investigación, donde se desarrollaron los fundamentos del problema de investigación, la formulación del problema de investigación, los objetivos y la justificación que guían el desarrollo de esta investigación.

En el capítulo II se desarrolló el marco teórico del estudio donde desarrollar una base de investigación a nivel internacional, nacional y local. Igualmente, se presentan las bases teóricas científicas de la investigación, para a continuación, discutir los fundamentos conceptuales que guiaron el desarrollo de la investigación a través de la formulación de la hipótesis y la operacionalización de las variables de investigación.

El capítulo III introduce la metodología de la investigación, en la que se define el objetivo general y los objetivos específicos, tipo de investigación, diseño de la investigación, población, muestra, técnica y herramientas de recolección de datos.

Mientras que, el Capítulo IV introduce el desarrollo del trabajo de campo y la comparación de las hipótesis y el procesamiento de los resultados. Finalmente, exponer las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

SUMARIO

RESUMEN.....	IV
ABSTRACT.....	v
INTRODUCCIÓN	vi
CAPÍTULO I.....	11
PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.1. El problema de investigación.....	11
1.1.1. Planteamiento del problema	11
1.1.2. Formulación de problemas	14
1.1.2.1 Problema general.....	14
1.1.2.2 Problema específico	14
1.2. Objetivos de la investigación	15
1.2.1. Objetivo general	15
1.2.2. Objetivo específico.....	15
1.3. Justificación de la investigación	15
1.4. Hipótesis.....	17
1.4.1. Hipótesis general	17
1.4.2. Hipótesis específica.....	17
1.4.3. Clasificación de variables.....	17
1.4.3.1 Variable independiente.....	17
1.4.3.2 Variable dependiente.....	18
1.1.1. Operacionalización de variables.....	19
1.2. Metodología de la investigación	20
1.2.1. Tipo de estudio	20
1.2.2. Diseño de la investigación.....	20
1.2.3. Población y muestra	21
1.2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
1.1.6. Técnicas de análisis y prueba de hipótesis	24
CAPÍTULO II	25
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.1. Antecedentes de la investigación	25
2.2. Bases teóricas	34

2.2.1. Clima organizacional.....	34
2.2.2. Identidad corporativa.....	49
2.3. Definición de Términos.....	64
2.3.1. Clima organizacional.....	64
2.3.2. Identidad corporativa.....	64
2.3.3. Desempeño laboral	65
2.3.4. Estructura organizacional	65
2.3.5. Cultura corporativa.....	66
2.3.6. Filosofía corporativa.....	66
CAPÍTULO III	68
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	68
3.1. Descripción del trabajo de campo	68
3.2. Presentación de resultados y prueba de hipótesis	68
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
ANEXO.....	91

CAPÍTULO I

PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. El problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

El mundo ha cambiado a lo largo de las últimas décadas y ha fomentado la competitividad tanto en las instituciones públicas como privadas, donde los recursos humanos son necesarios para alcanzar las metas planteadas por las diferentes instituciones.

Las investigaciones realizadas a nivel mundial indican que el 76 % de los empleados no están satisfechos con su empleo debido a la mala gestión de las organizaciones.

Asimismo, Cone (2015) editor de Oxford Economic, indica que:

“Las jerarquías directivas casi nunca están sincronizadas con las estrategias y prioridades fijadas por las áreas de recursos humanos. De esta manera, afectan directamente a la satisfacción laboral de los trabajadores, la cual perjudica la productividad y los resultados”.

Por otro lado, en Perú se observó que el problema de relacionamiento se evidencia en el clima organizacional, pues se considera el principal motivo de la falta de trabajo; de igual forma, un estudio de Supera (2014) muestra que 45.000 empleados no están satisfechos con su trabajo y gran parte de ellos encuentran que está relacionado con el ambiente laboral. En ese sentido, sus ideas son subestimadas

por la falta de claridad en la comunicación, pues apoyar el logro satisfactorio de las metas está asociado a bajos salarios de la gerencia y de los trabajadores.

Por otra parte, Balmer (2001), define a la identidad corporativa como la suma de los elementos tangibles e intangibles que distinguen a una organización y está configurada por las acciones de los líderes, por la tradición y el entorno de la empresa que tiene un horizonte multidisciplinar y funciona como estrategia, estructura, comunicación y cultura de esta. Procesos que se manifiestan a través de diversos medios o canales, como son el comportamiento y comunicación de los trabajadores, herramientas y estrategias comunicacionales en la institución o desempeño organizacional.

Los medios de comunicación, “Red de noticias fin de semana”, Next canal 13, mencionan que en los últimos tiempos se ha visto denuncias por parte de los trabajadores y en consecuencia el abandono de sus labores como es en el caso de la Municipalidad Provincial de Huaraz, en el área de Gerencia de Administración Tributaria y Rentas, al igual que la Sub Gerencia de obras donde hubieron bajas para la referida municipalidad. Sin ser ajeno a esta misma realidad, la Municipalidad Distrital de Cátac también tiene estos problemas, por lo que se ve afectada en las labores de los trabajadores.

La Municipalidad Distrital de Cátac, al igual que otros municipios, están sujeto a la Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 23853 y sus modificaciones, que regulan las facultades, deberes y definiciones de los gobiernos locales, así como su organización administrativa, autonomía y asignación de recursos.

La Municipalidad Distrital de Cátac, debe tener en cuenta los valores que representa, mientras crea un ambiente de trabajo cómodo que armonice los elementos internos y externos de ese entorno, tanto con los clientes y/o usuarios interactuando con ellos, para lograr así una cohabitación satisfactoria.

Por ello queda demostrado que la percepción del clima de la organización influye en el comportamiento de las personas y por consiguiente en el cumplimiento de sus actividades. En tal circunstancia, en la Municipalidad de Cátac, a pesar de contar con una infraestructura moderna, al realizar un recorrido por las instalaciones resaltan algunos puntos que se pueden hacer en cuanto a la infraestructura, por ejemplo los espacios físicos de algunas oficinas de trabajo son ambientes de archivos y documentos, entonces los papeles se han amontonado y no hay donde ponerlos. Los muebles y equipos tampoco están actualizados, lo que perjudica el adecuado correcto de la tecnología correspondiente.

En cuanto a la estructura organizacional, las jefaturas o direcciones no cuentan con el personal administrativo suficiente, lo que dificulta el correcto desarrollo de las tareas asignadas, y la institución no realiza sus tareas de la mejor manera posible, lo que también afecta la gestión y la cultura organizacional. Lo anterior resulta de una estructura organizacional insuficiente, porque el contenido del trabajo y su correspondiente división no coinciden con los perfiles y funciones de los puestos y sus alcances, ya la supervisión y dirección practicada de manera

inconsistente. Así todo lo observado, por lo tanto, impacta en la identidad corporativa al facilitar el deterioro de las relaciones interpersonales, el cambio de actitudes, la falta de adquisición de nuevas habilidades y la disminución de la motivación, lo que se traduce en subcontratación de trabajadores, condiciones laborales desfavorables, problemas en la ejecución de proyectos de la agencia e impactos. sobre los objetivos organizacionales.

En suma, lo referido en líneas anteriores se podría evitar si se promueve un adecuado clima organizacional que vaya acorde a la identidad corporativa de la institución, promoviendo el compromiso y sentido de pertenencia de los colaboradores.

1.1.2. Formulación de problemas

1.1.2.1 Problema general

- ¿Cuál es la relación entre el clima organizacional y la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019?

1.1.2.2 Problema específico

- ¿Cuál es la relación del desempeño laboral y la cultura corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019?
- ¿Cuál es la relación de la estructura organizacional y la filosofía corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

- Describir cual es la relación existente entre el clima organizacional y la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

1.2.2. Objetivo específico

- Evaluar la relación del desempeño laboral y la cultura corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.
- Identificar la relación de la estructura organizacional y la filosofía corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

1.3. Justificación de la investigación

El presente documento permitió identificar la importancia que tienen tanto el clima organizacional como la identidad corporativa para que puedan brindar buen funcionamiento de las instituciones. Asimismo, la investigación evidencia la importancia en el desempeño laboral, liderazgo, estructura organizacional que repercutió en el enfoque organizacional y atributos permanentes en la cultura corporativa, haciendo que los trabajadores se encuentren satisfechos en cumplimiento de sus funciones laborales y que muestren un sentido de pertenencia con la municipalidad. De esta manera se rescata su importancia porque plantea resolver los problemas que afectan a los trabajadores de la municipalidad para que sus labores sean eficaces y distintivas en un ambiente donde se desenvuelvan de manera favorable y,

por ende, la sociedad en conjunto se vea beneficiada por el servicio que brinden en favor de la población.

Del mismo modo, la investigación se justifica por la necesidad de contribuir sobre la importancia que tiene el clima organizacional y la identidad corporativa en instituciones como la Municipalidad Distrital de Cátac, que requieren de aspectos fundamentales para lograr los objetivos organizacionales; con el resultado de la investigación se propone ampliar los conocimientos teóricos referente a ambas variables y que, a su vez, sirva de base para que promuevan capacitaciones y posteriores investigaciones.

La investigación estuvo influenciada por la profundidad teórica del ambiente de trabajo y su efecto en la identidad corporativa de los empleados de la Municipalidad del Distrito de Cátac; de esta forma, relacionar con el clima organizacional que debe fortalecer las habilidades, actitudes, compromiso, funciones, etc., de los trabajadores. En suma, la identidad corporativa al ser fortalecida repercutirá en la imagen de la institución, pues ayuda a forjar una mejor imagen tanto para el público interno, como público externo, distinguiendo a cada trabajador basado en sus hábitos, valores y atributos, y así se puedan sentir identificados con la municipalidad, la cual trasciende en el rendimiento laboral, y puedan interiorizar el sentido de pertenencia. En esta misma línea el trabajo de investigación sirve de punto de partida para que se puedan elaborar nuevas investigaciones.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

- El clima organizacional se relaciona de manera significativa con la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

1.4.2. Hipótesis específica

- El desempeño laboral tiene una relación significativa con la cultura corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.
- La estructura organizacional tiene una relación significativa con la filosofía corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

1.4.3. Clasificación de variables

1.4.3.1 .Variable independiente

Clima organizacional

Según Chiavenato & Colbs (2001), define el clima organizacional en su conjunto como una característica o cualidad del ambiente que los miembros de la organización perciben en su comportamiento. Este concepto brinda un elemento para ayudar a comprender que el clima organizacional se refiere esencialmente a la percepción de que una organización está integrada, lo que hace que la institución obtenga diversas fuentes de información.

Méndez (2010), define al clima organizacional como el resultado de las influencias percibidas del sistema formal, el estilo informal de los gerentes y factores ambientales importantes, se diferencia de las actividades, creencias, valores y motivaciones de las personas. Trabajar en una organización en particular.

1.4.3.2 Variable dependiente

Identidad corporativa

Costa (2004), determina que la identidad corporativa se crea como la esencia esencial y la personalidad de las organizaciones, además de entenderse integralmente desde una perspectiva dinámica con rasgos distintivos e identificativos persistentes, versátiles e influyentes. Por tanto, es importante señalar que el vector identitario mantiene los rasgos significativos y estratégicos que determinan la singularidad y “presencia” de la organización, creando así su imagen corporativa: la identidad es el nacimiento de la imagen. Por tanto, no hay imagen sin identidad, ni identidad sin los elementos sensibles que la materializan en el imaginario público; Por eso, adaptar, comunicar y expresar tu identidad por todos los medios posibles es construcción de imagen. (p. 127 - 128).

1.1.1. Operacionalización de variables

Variable	Definición de variable	Definición operacional		Recolección de datos	
		Dimensión	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Clima organizacional	Chiavenato (2002) Es el conjunto de actitudes, creencias, sentimientos, hábitos, valores, existentes en todas las organizaciones. Representa las normas informales no escritas que orientan el comportamiento de los miembros de la organización y dirigen sus acciones hacia la consecución de los objetivos organizacionales. (p. 140)	Desempeño laboral	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad - Actitud - Capacitación 	Encuesta	Cuestionario
		Estructura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Funciones - Trabajo en equipo - Coordinación 	Encuesta	Cuestionario
Identidad corporativa	Pizzolante (2004) La identidad corporativa es la enumeración de todo aquello que permite distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, todo aquello que si desaparece afecta decisivamente a la organización; pues es la herramienta que permite gerenciar la confianza y consecuente reputación de las empresas, tangibilizando los atributos y valores que la conforman, para así establecer en las diferentes audiencias que la rodean una personalidad única e inimitable. (p. 76)	Cultura corporativa	<ul style="list-style-type: none"> -Creencias -Valores. -Conducta 	Encuesta	Cuestionario
		Filosofía corporativa			

1.2. Metodología de la investigación

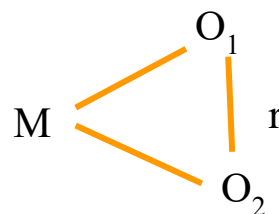
1.2.1. Tipo de estudio

El estudio es de tipo correlacional porque examinó el grado de una relación existente entre la variable, el clima organizacional y la variable de identidad corporativa, al tratarse de una investigación básica, porque del problema de investigación surgieron conocimientos y teorías. Según, Hernández & Fernández (2010), los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Además, propone detallar las variables, examinar y analizar su prevalencia y relación en un contexto y circunstancia determinada. Es decir, como capturar una imagen fotográfica de un acontecimiento real que está sucediendo.

1.2.2. Diseño de la investigación

El diseño del estudio es transversal correlacional. Los diseños correlacionales causales pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad o pretender analizar las relaciones causales cuando se limitan a relaciones no causales, se fundamentan en planteamiento e hipótesis correlacionales; del mismo modo cuando buscan evaluar vinculaciones causales, se basan en planteamiento e hipótesis causales. (Hernández et al, 2010, p. 155).

El esquema metodológico es el siguiente:



Dónde:

M: Es la muestra

O1: Observación de la variable: Clima Organizacional.

O2: Observación de la variable: Identidad Corporativa.

R: Correlacional entre las variables

1.2.3. Población y muestra

Población

En el presente trabajo de investigación, se ha tenido en cuenta a todos los 23 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac, de la temporada 2019 que prestan servicios en las diferentes dependencias, según el informe proporcionado por la oficina de recursos humanos.

Muestra

Se determinó que serían los 23 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac, quienes laboran permanentemente, entre ellos nombrados con el Decreto Legislativo N° 276. Resaltando que alcanza a los servidores que presten su trabajo de manera permanente y que son reconocidos en la administración pública. Por otra parte, se revisó los contratados con la ley número 1057, Contratos Administrativos de Servicios (CAS) y también a los contratados por locación, para conocer las perspectivas y analizar los diferentes factores que tienen los trabajadores a quienes se

les realizó “encuestas” con escala de Likert en clima organizacional y de la misma forma se aplicó “encuestas y entrevistas” referidos a la identidad corporativa.

De otra parte un trabajador no pudo ser participe de la evaluación de la encuesta, por temas de salud, quien no asistió a su centro de labores ese día, el cual no permitió que pudiera aportar con información en la aplicación de la encuesta.

1.2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación utilizó la técnica de la encuesta y la entrevista que se aplicaron a todos los trabajadores que brindan sus servicios en las diferentes áreas de la Municipalidad Distrital de Cátac, lo que permitió obtener los datos suficientes que ayudaron a procesar la información de manera más amplia y profunda.

Entrevista: Como técnica sirvió para averiguar la parecer de los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Cátac, respecto de la trascendencia que tiene el clima organizacional y la identidad corporativa dentro del Municipio; por otra parte, la información obtenida permitió comprobar la validez de las hipótesis de investigación aseveradas en teorías legítimas.

Encuesta: Para la recolección de datos se utilizó una encuesta a través de un cuestionario, cuyo propósito fue medir los indicadores de diversas variables que sustenten la hipótesis de la importancia del clima organizacional y la identidad corporativa en la institución y demostrar el cumplimiento de los objetivos.

En tanto el estudio se centró principalmente en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac.

Tabla 1: Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos	Instrumento de recolección de datos
ENCUESTA	CUESTIONARIO
<p>Carrasco (2013) señala que es “una técnica para la investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos.</p> <p>Mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo” (p. 315).</p>	<p>Hernández, Fernández & Baptista (2010) plantean que “el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 217).</p>

1.1.5. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Las técnicas de análisis de las encuestas fueron cuantitativas y cualitativas. Lo que ha permitido un mayor razonamiento a la hora de interpretar los resultados obtenidos con diferentes técnicas de investigación como son los datos estadísticos y descriptivos sobre cultura organizacional e identidad corporativa en la Municipalidad del Distrito de Cátac.

1.1.6. Técnicas de análisis y prueba de hipótesis

La validación de la encuesta se realizó con el apoyo de dos profesionales de Ciencias de la Comunicación y un profesional de Educación.

La contrastación de las hipótesis se verificó mediante el coeficiente de correlación de Spearman, debido a que tanto las variables como las dimensiones no cumplen con el supuesto de normalización de los puntajes obtenidos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes de la investigación

Internacionales

Tutasig (2014), en su tesis denominada “El clima organizacional y la conducta de los trabajadores del GAD municipal del Cantón Salcedo”, para optar el título de ingeniera de empresas en la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador), el cual tuvo como objetivo determinar la prevalencia del clima organizacional y el comportamiento de los empleados en el GAD del Cantón Salcedo. La metodología utilizada por la investigadora fue de nivel descriptivo de correlación y la muestra fue de 145. La autora concluye que los empleados del GAD de la ciudad de Cantón Salcedo muy pocas veces reciben capacitación continua sobre el manejo de sus tareas, además, la eficiencia . es muy bueno y los resultados que se ven reflejados en el tiempo de entrega de sus trabajos son inmediatos.

Asimismo, Villatoro (2015), en su tesis denominada: “Evaluación del clima organizacional en la municipalidad de Malacatancito Huehuetenango”, para optar el título de administradora de empresas en el grado académico de licenciada en la Universidad Rafael Landívar (Guatemala), indica como objetivo general en su investigación evaluar cómo se manifiesta el clima organizacional en la municipalidad de Malacatancito, Huehuetenango. Mientras que la metodología utilizada por la

investigadora fue descriptiva con una muestra de 53 cooperantes. Finalmente, concluye que se debe mejorar la capacidad de gestionar mayores recursos y necesarios del municipio; para lograr mejor acceso a la información y los ambientes para que se adecuen a un espacio propicio para realizar sus tareas diarias.

De otro lado, Gonzáles (2014), realizó un estudio sobre “La identidad corporativa en instituciones públicas de la ciudad de Quito, caso de estudio: corporación nacional de telecomunicaciones - análisis vinculas al cliente interno”. En este trabajo se encuestó a 188 empleados mediante técnicas de encuesta y entrevista, la primera medición utilizando una escala tipo Likert y la segunda medición basada en la teoría social del cuadrilátero metodológico, la cual fue realizada por James Bulletin en 1998. Los principales resultados son: 1) los canales de comunicación como el correo electrónico e Internet son más populares, 2) las campañas continuas lograron que los empleados se sintieran comprometidos y con un gran sentido de pertenencia, y 3) los empleados que trabajan fuera de la ciudad no se identifican con la empresa.

Igualmente, Castaño & Burchardt (2012), realizaron una investigación denominada como “Análisis de la Identidad Corporativa de la Universidad Tecnológica de Pereira y su repercusión en sus públicos internos”. El propósito de este estudio fue medir seis variables de la identidad corporativa, por lo que se estudiaron 30 empleados de la institución en base a una muestra dirigida. Para la recogida de datos se utilizaron dos técnicas: encuesta y entrevista.

Primero, crearon un instrumento validado por tres expertos de la misma universidad. posteriormente se reconoció que la gestión de la identidad corporativa era necesaria debido a las exigencias del siglo XXI, ya que promueve la mejora continua de diversas funciones para aumentar la competitividad. En segundo lugar, los recursos humanos son el motor del buen funcionamiento de la organización, por lo que toda propuesta, plan o actividad encaminada al logro de metas debe ser considerada y evaluada durante su ejecución, pues todo aporte ayuda a desarrollar la pertenencia. Tercero, que a pesar de que la universidad tiene identidades famosas, no son suficientes para lograr una identidad corporativa sólida como universidad; y cuarto, para crear una vía de comunicación, es necesario desarrollar una estrategia de identidad adecuada para los canales de comunicación.

Nacionales

Soto (2013) en su tesis denominada “Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Yauli – Huancavelica, periodo 2012”, para obtener la licenciatura en Administración de la Universidad Nacional de Huancavelica (Perú), resalta el objetivo general de su investigación para averiguar cómo se relaciona el clima organizacional con el desempeño de los trabajadores administrativos en el distrito de Yauli - Huancavelica. periodo 2012. La metodología utilizada fue de tipo aplicada, nivel descriptivo - correlación con un diseño no experimental, de corte transversal, con una muestra de 54 trabajadores, quienes utilizaron un muestreo no probabilístico por conveniencia.

También, se utilizaron como métodos el proceso de observación, las encuestas, el análisis bibliográfico y documental, utilizando como herramienta un cuestionario. Finalmente, se destaca que se determinó que el clima organizacional está directamente relacionado con el desempeño laboral, la prueba de chi-cuadrado independiente se acompaña de una prueba de significancia $\text{sig.}=0.00$ and $\text{lt};0.05$; Asimismo se determinó que la intensidad de asociación entre variables es del 67,7%, la cual es alta en el rango de probabilidad. De igual forma se encontró que existe un nivel regular con 55.6 por ciento en el ambiente de la organización y un nivel medio con 55.6 casos en cuanto al desempeño laboral.

De igual forma, Quispe (2015), en su tesis denominada “Clima organizacional y desempeño laboral en la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas, 2015”, para obtener el título profesional de licenciado en administración de empresas en la Universidad Nacional José María Arguedas (Perú), indica como objetivo general de su trabajo determinar la relación entre el clima organizacional y desempeño laboral en la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, nivel correlacional, diseño no experimental - transaccional, una muestra de 64 colaboradores, la técnica utilizada fue la encuesta, y el instrumento fue un cuestionario estructurado. Asimismo, el objetivo general fue conocer la relación entre el clima organizacional y el desempeño laboral. En la Tabla 12 de este estudio, la evidencia estadística de correlación es de 0.743, donde se muestra que existe una

relación positiva moderada directa, es decir, si la relación aumenta en la misma dirección, aumenta con ambas variables. La significación también es alta porque la evidencia estadística muestra que los resultados son inferiores a 0,01. Por lo tanto, no hay evidencia estadística suficiente para refutar esta asociación: valor de $p < 0,05$.

En esta misma línea, Chulluncuy (2015), en su tesis denominada “Clima organizacional y satisfacción laboral de los servidores públicos de la Municipalidad del Distrito de Río Negro, provincia de Satipo 2015”, para obtener el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica los Ángeles (Perú), indica como objetivo general establecer la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral de los servidores públicos de la Municipalidad del Distrito de Río Negro, provincia de Satipo 2015. La metodología utilizada fue de tipo básica, nivel descriptivo-explicativo-relacional, no experimental, grupo principal y una muestra de 20 servidores públicos, la técnica fue una encuesta y la herramienta fue un cuestionario. Finalmente, en la Tabla y Tabla No. 01 sobre clima organizacional, el 30% de los encuestados respondió nunca y bastantes veces y; El 25% respondió siempre. Con base en estos resultados, concluimos que el clima organizacional de los funcionarios municipales de Río Negro no es suficiente. La relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral es suficiente, es decir, existe una relación significativa entre el clima organizacional y la satisfacción laboral de los funcionarios municipales del distrito de Río Negro, provincia de Satipo.

De otro lado, Morales (2016), en su tesis denominada “Relación entre clima organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Trujillo, 2016”, para obtener el título profesional de licenciado en administración en la Universidad César Vallejo (Perú), indica como objetivo general de su investigación determinar la relación que existe entre el clima organizacional y satisfacción laboral del personal de la Municipalidad Provincial de Trujillo en el año 2016. La metodología utilizada por la investigadora fue la de tipo correlacional, su diseño fue no experimental, transversal, con una población principal de 977 y una muestra de 276, la técnica utilizada por la investigadora fue una encuesta y el instrumento fue un cuestionario. Este estudio concluye que existe una relación altamente significativa entre el clima organizacional y la satisfacción laboral de los empleados en la provincia de Trujillo con un coeficiente Rho de Spearman de 0.201 y un nivel de significancia de 0.003. Esto significa que si los gerentes se enfocan principalmente en mejorar los diversos factores que forman parte de la variable clima organizacional, entonces tendrá un impacto positivo en el bienestar de los empleados.

También Pucuhuaranga & Ricse (2017), en su tesis denominada “Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad distrital Santiago León de Chongos”, para optar el título profesional de licenciada en Administración en la Universidad Nacional del Centro del Perú, expresa el objetivo general de determinar la relación entre el clima organizacional y el desempeño para los trabajadores de la de la Municipalidad Distrital Santiago León de Chongos Bajo.

La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicado, nivel de correlación descriptivo, y su diseño fue no experimental, transversal, con una base de 16 empleados, considerando el mismo tamaño de muestra. Finalmente, tras el análisis estadístico de los datos recogidos mediante SPSS V.22, los resultados del coeficiente de correlación de Spearman fueron 0,0. Así, se concluye que existe una correlación entre ambas variables, por lo que el clima organizacional tiene una relación directa. Empleados de la comuna de Santiago León de Chongos Bajo con resultados laborales.

Desde otra Arista, Bendezú (2016), en la tesis denominada “La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao”, en la tesis de licenciatura de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú), confirma que la comunicación interna se ha convertido recientemente en un factor clave en la gestión de las organizaciones, y su valor radica precisamente en su contribución a la construcción, fortalecimiento y modelado de la cultura corporativa (base de la identidad corporativa). Y este reconocimiento proviene no solo de académicos y teóricos organizacionales, sino que también incluye a varios líderes sociales y empresariales que enfrentan las complejidades del entorno todos los días y luchan por una cultura sólida. El propósito de este estudio es conocer la relación entre la comunicación interna y la identidad corporativa en el Distrito Municipal de La Perla. Así, se concluyó que si la comunicación interna funcionó durante más de 10 años de gestión de la ciudad, influyó en el fortalecimiento de los valores institucionales. El aporte de

este trabajo es aportar a través de este caso de estudio más amplio si existe una relación entre las variables de comunicación interna y la identidad corporativa. En este sentido, la buena gestión de la comunicación interna debe apoyar a las instituciones en la implementación de cambios en la cultura de la empresa, para orientarse a las nuevas tareas y metas, cuyo eje de política es el ciudadano.

De otra parte, Meza & Villena (2015), en la tesis denominada “Vectores de identidad corporativa de la Municipalidad Distrital de Socabaya percibidos por su público externo, Arequipa, 2015”, subrayan que su investigación tiene como objetivo principal evaluar la percepción que tiene el público externo de la Municipalidad Distrital de Socabaya sobre los vectores de su identidad corporativa. El objetivo fue conocer cómo se manifiesta la identidad cultural de la institución edil, así como identificar las características que presenta la identidad visual del municipio al público ajeno a ella, observar cómo se percibe la identidad arquitectónica y explicar cómo es percibida la identidad arquitectónica y precisar la identidad comunicacional que exhibe la Municipalidad Distrital de Socabaya entre su público externo. En la realización de la investigación se utilizó como herramientas de recolección de datos una técnica de entrevista y una ficha de entrevista, las cuales fueron aplicadas a 383 pobladores de la zona de Socabaya. Los resultados se recopilieron en 44 tablas con los gráficos estadísticos correspondientes. Entre los hallazgos más importantes encontramos que la percepción de los habitantes de Socabaya sobre su municipio es negativa, debido a que no se toman en cuenta los cuatro parámetros básicos para

definir una identidad adecuada. Asimismo, la identidad cultural del municipio no se realizó en los tres frentes relacionados con actividades, comunicación y relaciones interpersonales para lograr el estilo, personalidad e identidad visual de la institución. Si bien cuenta con un sistema gráfico bien establecido (escudo, logotipo, eslogan, colores corporativos), su implementación no es suficiente para asegurar que sus elementos tengan un rol reconocible, distintivo y de marca entre los habitantes de la población del distrito de Socabaya.

También, Ferradas & Morales (2013), en su tesis titulada “Mejoramiento de la identidad corporativa de la cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario utilizando la estrategia de desarrollo de marca en la ciudad de Trujillo”, tomaron como muestra de estudio a 317 trabajadores y clientes. En la investigación utilizaron cuatro técnicas tales como encuesta, encuesta, análisis de documentos y recopilación de datos de grupos focales para medir las variables. Finalmente, los autores encontraron que la identidad e imagen corporativa de la cooperativa es más aceptada en la agencia de la oficina de Cajabamba, donde fue fundada, pero no en la oficina de la ciudad de Trujillo, que es también uno de sus elementos más importantes, que contribuye a la creación de la cooperativa con el respectivo reconocimiento de la cooperativa por el buen servicio de los empleados.

Local

De igual manera, Estela & Vergara (2016), en su tesis denominada “Clima Organizacional y su impacto en la gestión de la Municipalidad Provincial de Huaraz en el periodo 2016”, para optar el título profesional de Contador Público en la Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo”, señalan que el objetivo general de su estudio es analizar los factores que impactan en el clima organizacional de los trabajadores en la gestión de la Municipalidad Provincial de Huaraz en el período 2016. El tipo de diseño utilizado en el estudio fue no experimental, transversal, debido a que los datos fueron recolectados directamente de los sujetos o de la realidad del lugar donde ocurrieron los hechos (considerados datos primarios), sin manipular ni controlar ninguna variable.

Basándonos en los tipos de investigación mencionados por Hernández (2006), el presente estudio responde al tipo de investigación correlacional, La investigación es de nivel descriptivo-correlacional, ya que se determina factores que originan el problema y se establece el nivel de relación entre las variables de estudio. (p.66).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Clima organizacional

Chiavenato (2017), resalta que “el ambiente entre los miembros de la organización se llama Clima Organizacional y esta estrechamente ligado al grado de motivación de las personas” (p.138). Entre tanto, para Litwin & Stringer

(referenciado en Acosta & Venegas, 2010), “el clima es un conjunto de propiedades del entorno de trabajo que son susceptibles de ser medidas percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que vive y trabaja en dicho entorno y que influye en su comportamiento y motivación” . (p. 4).

Desde otra óptica, el concepto de clima organizacional según Chiavenato (2011) plantea que la influencia del ambiente en la motivación de los participantes, que puede describirse como una cualidad o característica del ambiente organizacional que perciben o experimentan sus integrantes y que afecta su comportamiento. Su impacto se manifiesta en la percepción que tienen las personas de su entorno laboral. El clima organizacional no es solo un concepto o un fenómeno, cuyo conocimiento ayuda a comprender mejor el funcionamiento de las organizaciones, sino un concepto de intervención que permite mejorar los resultados organizacionales en relación con el desempeño y la productividad de los empleados (p. 74).

Según Domínguez et al., (2013), el clima organizacional se basa en las percepciones individuales, sin embargo muchas veces se define como comportamientos, actitudes y sentimientos repetidos característicos de la vida organizacional, es decir se refiere a situaciones actuales en la organización y las relaciones entre los diferentes grupos de trabajo, los empleados y el desempeño laboral. (p. 62-63).

En resumen, el clima organizacional es un conjunto de percepciones globales que las personas tienen sobre su entorno, que refleja la interacción de las características personales del individuo y la organización, pero que tal entendimiento también alcanza muchos temas: productividad, satisfacción, eficiencia, apoyo, metas, política y medio ambiente.

Méndez (2010), define al clima organizacional como el resultado de las influencias percibidas del sistema formal, el estilo informal de los gerentes y factores ambientales importantes, se diferencia de las actividades, creencias, valores y motivaciones de las personas. Trabajar en una organización en particular.

Características del clima organizacional

El clima organizacional presenta ciertas características, así, Brunet (2002) & Rodríguez (2005), resumen que el clima organizacional tiene cierta permanencia en las instituciones públicas a pesar que haya un cambio en el director o algún miembro en las organizaciones estatales. Asimismo, tiene un fuerte impacto sobre el el compromiso e identificación de los miembros de la organización; porque sin el ambiente de trabajo adecuado, los compañeros de trabajo no se sienten cómodos y se comportan de manera inapropiada en la organización.

Además, Blanch (2010), propone características importantes para el buen desarrollo del clima organizacional en una institución, que son las siguientes:

- a) Estructura: esta representa la percepción que tiene los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo.
- b) Responsabilidad: es el sentimiento de independencia de los miembros de la organización en las decisiones relacionadas con su trabajo. Esta es la medida en que la orientación que reciben es general en lugar de estrecha, es decir. la sensación de que son su propio jefe y no necesitan controlar su trabajo.
- c) Recompensa: corresponde a la percepción de los integrantes sobre la idoneidad de la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Esta es la medida en que una organización utiliza la recompensa más que el castigo.
- d) Desafío: Responde a los sentimientos de los miembros de la organización acerca de los desafíos del trabajo. Es la medida en que la organización fomenta la aceptación de riesgos calculados para lograr los objetivos previstos.
- e) Estándares: Esta es la percepción de los miembros sobre el énfasis de la organización en los estándares de desempeño.
- f) Identidad: es el sentimiento de pertenencia a la organización y de que es un elemento importante y valioso en el grupo de trabajo. Hay un sentimiento general de que las metas personales se comparten con las metas organizacionales.

Funciones del clima organizacional

Según Robins (2002), el clima organizacional en las empresas cumple con una amplia variedad de tareas, entre las cuales pueden participar en satisfacer a las

personas que gustan de las relaciones sociales amistosas y necesidades sociales que pueden no estar relacionadas con el desempeño de la tarea. Además, el clima organizacional puede tener una función de mejora de la producción como impulsor del comportamiento individual y una función de aumento del nivel de estructura y responsabilidad.

Formas del clima organizacional

Por otro lado, guiándose de la teoría del clima organizacional de Brunet (2002), Rodríguez (2005), menciona cuatro formas de clima organizacional:

- a) Autoritarismo explotador: en esta la dirección no confía en los demás trabajadores y por ello las decisiones son tomadas solo por el alto mando. Es decir que en este clima hay miedo, castigo, amenazas, nula comunicación con los superiores y muy poco reconocimiento; en síntesis este sistema actualmente no está disponible en las instituciones educativas públicas.
- b) Autoritarismo paternalista: en esta la dirección confía en los empleados y se les pueden delegar algunas pequeñas decisiones; los empleados están motivados por recompensas y castigos, además de algunos flujos de comunicación vertical.
- c) Consultivo: esta dirección confía más en los empleados, toman decisiones más acertadas y la comunicación hacia abajo es mejor que en el sistema anterior; tiene como objetivo satisfacer las necesidades de reconocimiento y respeto de los empleados. En tanto la responsabilidad es compartida, por lo que el entorno es dinámico, y además este sistema representa más el sector educativo, donde los

maestros y supervisores toman decisiones específicas en la escuela y la responsabilidad se divide en grupos de trabajo.

d) Participación en grupo: aquí, la dirección confía plenamente en sus empleados, la toma de decisiones es compartida en todos los niveles de la organización, la comunicación es vertical y horizontal, y se motiva el compromiso y la participación; por lo que existe amistad y confianza entre todos los miembros de la empresa. Este es un sistema ideal para la fuerza laboral y que todas las organizaciones, incluido el sector público, esperan lograr.

Teoría del clima organizacional, según Sonia Palma “escala cl-spc”

En el estudio realizado por Palma (2004), se diseña y elabora la Escala CLSPC. Es un instrumento diseñado con la técnica de Likert, que en su versión final contiene un total de 50 ítems que examinan la variable clima laboral, definida operativamente como la percepción que tiene el trabajador de su entorno laboral y aspectos relacionados. Se destaca que las dimensiones del clima organizacional son aquellas características que influyen en el comportamiento de los individuos y que se pueden medir. Según el autor, existen cinco factores que influyen en el ambiente de una organización:

a) **Realización personal o autorrealización:** es un aspecto que se refiere al reconocimiento de que el empleado muestra las oportunidades que ofrece el ambiente de trabajo para el desarrollo personal y profesional tanto en el

desempeño de las tareas laborales como en la perspectiva del futuro de manera que le permita el crecimiento y la satisfacción.

- b) **Comunicación:** se refiere a la percepción de fluidez, rapidez, claridad, consistencia y exactitud de la información relacionada con el funcionamiento interno de la organización. El desarrollo de la productividad organizacional es efectivo debido a la comunicación entre socios, pero la comunicación con diferentes cadenas de mando es de poca eficiencia porque muchos no tienen un contacto cercano con otras áreas o jefes de departamento.
- c) **Condiciones laborales:** reconocimiento de que la institución proporciona los elementos materiales, financieros y psicosociales necesarios para llevar a cabo las tareas que se le encomiendan de tal manera que sea fácil realizar el trabajo de la mejor manera.
- d) **Involucramiento laboral:** se refiere a la identificación del socio con los valores y el compromiso de la organización para alcanzar y lograr las metas establecidas con la empresa, así como la actuación adecuada que posibilita un mejor servicio.
- e) **Supervisión:** en esta dimensión se proponen las opiniones del socio sobre la funcionalidad e importancia de los inspectores en el control del trabajo del supervisor. La existencia del control previo crea tensión en muchos socios de cooperación, lo que mejora sus resultados de trabajo.

Dimensiones del clima organizacional

Desempeño laboral

Mondy & Noe (2005), sostienen que el “desempeño laboral depende de la capacidad y motivación de una persona para realizar el trabajo”. (p. 171).

A su vez, Loreto (2006), indica que el nivel de eficiencia en el trabajo, la contribución personal al trabajo asignado, la productividad individual, el estricto cumplimiento de las órdenes de trabajo válidas y el trabajo individual dedicado y concienzudo, el compromiso, la diligencia y otras cualidades de acuerdo con las normas y tareas definidas para una persona o su puesto (p. 37).

Chiavenato (2008), señala que el desempeño evalúa el efecto en el trabajo derivado de las nuevas habilidades aprendidas y de la adopción de nuevas actitudes que modifican el comportamiento. Los cambios de comportamiento deben evaluarse a través de la observación, la evaluación de 360° o encuestas entre pares. Si no hay cambios en el comportamiento, entonces la capacitación no tuvo éxito o hay algún problema con el programa de capacitación. Cuando el empleado regresa al contexto laboral, una serie de factores pueden apoyar el cambio de comportamiento, incluido el papel de apoyo del supervisor y una atmósfera que facilita y fomenta la observación de nuevos comportamientos.

Habilidad

Al respecto, Chiavenato (2008), sostiene que esta se trata del saber hacer y pues “significa utilizar y aplicar el conocimiento, ya sea para resolver problemas o situaciones, crear e innovar. En otras palabras, habilidad es la transformación del conocimiento en resultado”. (p. 50).

También podemos añadir que “es la capacidad que un individuo tiene para realizar las diversas tareas de su trabajo. Es una valoración actualizada de lo que uno puede hacer”. (Robbins, 2004. p. 40).

Actitud

Robbins (2004), enfatiza que “las actitudes son juicios evaluativos, favorables o desfavorables, sobre objetos, personas o acontecimientos”. (p. 71).

A su vez, Chiavenato (2008) menciona que se trata de un saber hacer que ocurra. De esta manera “la actitud emprendedora permite alcanzar y superar metas, asumir riesgos, actuar como agente de cambio, agregar valor, llegar a la excelencia y enfocarse en los resultados”. Resume lo que hace que una persona alcance su autorrealización potencial.

Capacitación

Grados (2009), afirma que es la “acción destinada a incrementar las aptitudes y los conocimientos del trabajador con el propósito de prepararlo para desempeñar

eficientemente una unidad de trabajo específico e impersonal”. (p. 222). De tal forma, la capacitación “es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”. (Chiavenato, 2007, p. 386).

Estructura organizacional

Jones (2008), da a conocer que una vez que un grupo de personas ha establecido una organización para lograr metas colectivas, la estructura organizacional evoluciona para aumentar la efectividad del control de la organización sobre las actividades necesarias para lograr dichas metas. La estructura organizacional es un sistema formal de tareas y relaciones de poder que gobierna cómo las personas coordinan sus actividades y usan los recursos para alcanzar las metas organizacionales. El propósito principal de la estructura organizacional es el control: controlar cómo las personas coordinan sus actividades para lograr las metas organizacionales y dirigir los medios por los cuales las personas están motivadas para lograr esas metas.

En este sentido, la estructura organizacional se refiere a la capacidad de la organización para dividir el trabajo y asignar roles y responsabilidades a individuos y grupos dentro de la organización, así como el proceso mediante el cual la organización intenta coordinar su trabajo y grupos. También se refiere a la división de las relaciones laborales. (Lusthaus, et al., 2002, p. 53).

La estructura de la organización deja en claro quién debe realizar qué tareas y quién es responsable de los diferentes resultados. Además, se tiene en cuenta el tipo de organización y la estrategia seguida; así como que cada vez más se busca una estructura flexible, sin muchas divisiones, que propicie la coordinación y el trabajo en equipo. (Tejada, 2006, p. 83).

Funciones

Münch (2006), afirma que las funciones son un “grupo de actividades afines y coordinadas necesarias para alcanzar los objetivos del grupo social, de cuyo ejercicio generalmente es responsable un órgano o unidad administrativa” (p. 269).

Es un conjunto de tareas (trabajo por horas) o deberes (trabajo asalariado) que el titular del cargo realiza de forma sistemática o reiterada. Pueden ser ocupados por una persona que se encarga de la tarea de manera temporal o permanente. Para que un conjunto de obligaciones constituya una función es necesario que haya reiteración en su desempeño. (Chiavenato, 2007, p. 203).

Coordinación

Tejada (2006), sostiene que “son las relaciones horizontales y diagonales que no aparecen siempre en las cartas de organización. La coordinación puede establecerse por medio de comunicación formal o informal, políticas, procedimientos, estándares y reglas, comités, fuerzas de trabajo y otros medios”. (p. 111).

Por su parte, Bateman & Snell (2005), refieren que “los procedimientos que vinculan las diferentes partes de una organización con el propósito de lograr la misión de la misma”. (p. 291).

Trabajo en equipo

Al respecto, Tejada (2006), “se refiere a la serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas”. (p. 74). Rescata que el trabajo en equipo organizado forma el espíritu de la propuesta organizativa que ofrecen los círculos de calidad. En este sentido, la idea de equipo plantea como elemento fundamental la cohesión interna del colectivo; igualmente, la asunción del término equipo hace referencia a una unidad social con altos niveles de organización, cimentada en la comunicación (tanto horizontal como vertical, con respeto y en libertad para expresarse cada miembro), caracterizada por un liderazgo más bien situacional; asimismo, destaca como rasgo clave el hecho de que persigue objetivos claramente definidos y susceptibles de lograrse. (Tejada & Giménez, 2007, p. 46).

Componentes del clima organizacional

Motivación

El término motivación encierra sentimientos de realización, de crecimiento y de reconocimiento profesional, manifiestos en la ejecución de tareas y actividades que

constituyen un gran desafío y tienen bastante significación para el trabajo. (Chiavenato, 1994, p.55).

Necesidades

El principal escritor que se ocupa de las necesidades es Maslow, quien afirma que son parte de una jerarquía.. En este sentido, “Maslow concibe esa jerarquía por el hecho de que el hombre es una criatura cuyas necesidades crecen durante su vida. A medida que el hombre satisface, sus necesidades básicas, otras más elevadas ocupan el predominio de su comportamiento”. (Chiavenato, 1994, p.52).

De acuerdo con esto, la jerarquía de necesidades humanas se clasifica y se definen de la siguiente manera:

- Necesidades fisiológicas: medio ambiente (aire, temperatura), alimentación.
- Necesidades de seguridad: protección contra el peligro.
- Necesidades sociales: amistad, relaciones interpersonales, pertenencia a grupos.
- Necesidades de estima: reconocimiento, autorespeto.
- Necesidades de autorrealización: realización del potencial, utilización plena del talento individual.

Satisfacción Laboral

Palma (2005), refiere que la satisfacción laboral se define como la disposición o tendencia relativamente estable hacia el trabajo, basada en creencias y valores desarrollados a partir de su experiencia ocupacional. Significa que estas actitudes

están basadas en el ambiente de trabajo en el que se desenvuelve, lo está directamente relacionado con el desempeño porque un empleado feliz es un empleado productivo. Por otro lado, Chiavenato (2002), considera que el talento humano está compuesto por colaboradores que brindan sus servicios y conocimientos a favor de la empresa o institución, el cual debe ser remunerado, pero no solo eso, sino también debe ser valorado, apreciado y agradecido, pues depende de ello para que el personal se sienta satisfecho y desempeñe mejor en sus actividades.

Igualmente, Chiang (2010), expresa que la satisfacción laboral es la actividad a través del cual la persona tiene la oportunidad para demostrar sus habilidades y que este le genere un desafío de ese modo sentirá interés en conseguir buenos resultados, es la satisfacción propia, sin embargo, también es necesario que este se sentirá contentos cuando la organización le proporcione beneficios, satisfaga sus necesidades básicas, y que valore su esfuerzo mediante reconocimientos. (p. 45).

Según Duarte (2014), “el personal se siente satisfecho con el trabajo que realiza, por ello es necesario que tenga un reto de trabajo, de esa manera se sentirá útil, y satisfecho consigo mismo al cumplir con los objetivos” (p. 08). También es importante que sea recompensado por su trabajo, esfuerzo y compromiso con la organización. En el buen desempeño de un socio influyen varios aspectos, como las condiciones de trabajo, el apoyo que recibe, la idoneidad existente para su puesto y, sobre todo, que se tenga en cuenta en la toma de decisiones de la empresa.

Por último, Marín (2013), indica que todos los sentimientos o emociones tienen un colaborador referente a su trabajo y a las condiciones en la que se encuentra, es así que las organizaciones en la actualidad se preocupan por tener contento a su personal, brindándole la oportunidad de participar en retos que lo ayuden a reforzar su potencial. También le da reconocimiento y varios beneficios que promueven un mejor desarrollo, pues se trata de una respuesta afectiva que un empleado da a su puesto como resultado de la relación que experimenta en su puesto con sus valores, es decir, lo que quiere o espera de él. La satisfacción es la actitud hacia los resultados de las actividades de la organización para mantenerlo contento y mostrar cuán importante y valioso es para la empresa.

Oportunidad

Luthans (2008), propone que las oportunidades de promoción parecen tener un efecto variable en la satisfacción laboral. Esto se debe a que las promociones tienen muchas formas y muchos premios adicionales. Por ejemplo, las personas promovidas en función de la antigüedad a menudo reportan satisfacción laboral, pero no tanto como las personas promovidas en función del desempeño.

De manera similar, con el aplazamiento de organizaciones y las estrategias de delegación de autoridad que lo acompañan en los últimos años, la promoción, en el sentido tradicional hacia arriba en la escala corporativa jerárquica, ya no está disponible como antes. Los empleados que operan en el nuevo paradigma saben que las promociones tradicionales ya no están disponibles, pero tampoco las quieren. Para

muchos, un ambiente de trabajo positivo y oportunidades para desarrollarse intelectualmente y ampliar sus habilidades se han vuelto más importantes que las oportunidades de progreso (p.143).

Reconocimiento

Ruiz (2009), afirma que los empleados quieren sistemas de salarios y políticas de ascensos justos, sin ambigüedades y acordes con sus expectativas. Significa que la felicidad se apoya cuando los salarios se consideran justos en función de la demanda laboral, los niveles de habilidad individuales y los estándares salariales de la comunidad. Muchas personas pueden aceptar una cantidad menor para trabajar en un campo que prefieran, o para trabajar en trabajos menos exigentes, o para trabajar menos horas. Pero la clave para vincular el salario y la felicidad es la equidad percibida, no la cantidad absoluta que se le paga. La promoción brinda oportunidades para el crecimiento personal, una mayor responsabilidad y una mejor posición social. Las personas que creen que las decisiones de promoción se toman de manera justa y equitativa tienen más probabilidades de experimentar lo que se conoce como satisfacción laboral (p. 20).

2.2.2. Identidad corporativa

Según Ramírez, y otros (2019), la identidad corporativa se define como la presentación de diferentes organizaciones a través de diferentes lenguajes, de acuerdo con la percepción que los clientes tienen de ella. En otras palabras, una

identidad corporativa es el conjunto de varios rasgos, características o atributos, visibles o invisibles, que definen la esencia de una empresa.

Por otro lado, Enrique (2008, p. 102), “Define a la identidad corporativa como un conjunto de elementos que componen la realidad objetiva de cualquier organización, siendo esta como la personalidad de un individuo”.

De otro lado, Chávez (2005), plantea que la identidad corporativa es la suma de características que una organización se adjudica como propios y que la distinguen de otras organizaciones. Estas características son organizacionales, excepto que las identidades corporativas no son inmutables, sino que pueden ser actualizadas, adaptadas a los eventos del entorno e influenciadas por otras variables, como las normas establecidas y las personales. Las características de los miembros fundadores y el entorno social que les rodea.

Costa (2004), determina que la identidad corporativa se asienta como la esencia vital y personalidad de las organizaciones, además de entenderse cabalmente desde una perspectiva dinámica que posee atributos permanentes, versátiles e influyentes diferenciadores e identificadores. Por esta razón, es importante reconocer que las características estratégicas relevantes permanecen dentro del vector de identidad que define la especificidad y la 'presencia' de la propia organización. Esto crea una imagen corporativa única. La identidad es el origen de la imagen. Una imagen sin identidad, o una identidad sin los elementos

sensibles que la encarnan en la percepción pública. Así, una imagen se construye moldeando, comunicando y expresando la identidad a través de todos los recursos posibles. (p. 127 - 128).

Elementos básicos de la identidad corporativa

Gregory (1991), afirma que los elementos básicos de la identidad corporativa son el nombre y el logotipo (la marca y el símbolo) de la empresa. Son elementos visuales que se reconsideran para encontrar uno que corresponda a la identidad de la institución. Estos símbolos son, en cierto modo, lo que es la institución; por lo tanto de esta forma, una identidad corporativa también define qué es una organización, cómo se ve la empresa a sí misma y la percepción general de cómo ve el público a la empresa. La identidad corporativa se divide básicamente en cinco grupos de símbolos que se complementan e intervienen en la comunicación. Signos lingüísticos, logotipos, pictogramas, símbolos, colores inconfundibles. Básicamente, se le da relevancia a los elementos visuales que determinan la identidad de una empresa u organización, y así mostrar la imagen que genera la percepción del público.

Importancia de la identidad corporativa

La identidad corporativa es importante para las organizaciones, porque se establece como un recurso que impulsa los vínculos de identificación de los colaboradores con los valores y objetivos de la empresa, favoreciendo su

continuidad en el ámbito empresarial a lo largo del tiempo. (Arranz, 1997). Por eso, cuando las organizaciones prestan atención a comunicar su identidad corporativa a las audiencias internas, construyen relaciones que los alientan a lograr objetivos y mejorar el desempeño del equipo, aumentando así la productividad. (p. 67) .

Comunicación de la identidad corporativa

Se puede hacer referencia a dos expresiones o formas principales de comunicación de la identidad corporativa en una organización. El comportamiento corporativo de una organización, es decir, sus actividades y acciones del día a día. “Esencialmente se refiere a la comunicación de la identidad corporativa a través de su actividad o comportamiento, es decir, de lo que hace o se dedica hacer y dar a conocer las acciones que realiza como organización” (Capriotti, 2009, p. 18).

Componentes de la identidad corporativa

En el ámbito teórico, la dimensión cultural de la identidad corporativa es cada vez más importante. Respecto al tema, Capriotti (2009), indica “en la literatura actual la opinión mayoritaria de autores distingue dos componentes fundamentales de la identidad corporativa: la cultura corporativa y la filosofía corporativa”. (p. 23). Por lo tanto, la cultura corporativa consiste en valores, creencias y suposiciones compartidas que establecen el marco y las pautas de

comportamiento para los miembros de una organización. Del mismo modo, Capriotti (2009), define a la filosofía corporativa como la concepción global de la organización establecida por la alta dirección (propietario, CEO, Consejo de Dirección, etc.) para alcanzar las metas y objetivos de la misma. Es lo que la alta dirección considera central, duradero y distintivo de la organización. En cierto sentido, representa los principios básicos (creencias, valores, pautas de comportamiento) que una empresa debe practicar para lograr sus metas y objetivos finales. La filosofía corporativa también consta de tres elementos: filosofía corporativa, visión corporativa y valor corporativo. La misión de una empresa se relaciona principalmente con lo que hace la organización y describe los objetivos subyacentes relacionados con sus actividades y sus grupos objetivo. En definitiva, representa una explicación o manifestación de su razón de ser.

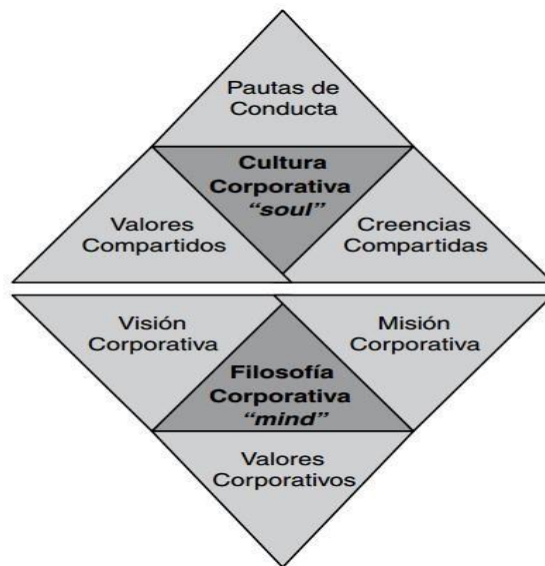
De igual modo, Dibós (2011), afirma “una misión, técnicamente hablando, debe contener: al ciudadano objetivo, los servicios que ofrece la entidad, las herramientas que utiliza para satisfacer las necesidades de los ciudadanos, así como el interés primordial dentro de sus quehaceres” (p. 85). En este sentido, la declaración de la misión de una empresa es fundamental para explicar y aclarar el propósito de la organización. Sin embargo, se trata de algo más que una declaración de intenciones, todos los empleados deben implicarse en el cumplimiento de esta misión.

Del mismo modo, Capriotti (2009), define la visión corporativa como la expresión del ideal de la organización, como la situación que se desea alcanzar en el largo plazo. Pero resalta enfocando con precisión “la Visión Corporativa es la perspectiva de futuro de la organización, el objetivo final de la entidad. Es la ambición de la organización, su reto particular”. (p. 26).

Capriotti (2009, p. 26), señala que “los valores empresariales describen cómo una organización realiza negocios”. Estos son los valores y principios profesionales de aquellos que existen dentro de la entidad en el desarrollo, fabricación y distribución de productos y/o servicios, así como los valores y principios relacionales que rigen las interacciones de las personas y miembros de la empresa.

Del mismo modo se considera útil la definición de Collins (1995): “son los principios esenciales y permanentes de la organización, que no se pueden comprometer por ganancias financieras o ventajas del momento”. (p. 89). Además, este mismo autor menciona que “los valores centrales emanan internamente y son elementos perdurables, independientes de las tendencias. Constituyen un núcleo central inmodificable. Estos valores forman parte de la ideología central de la organización”. (p. 91). Asimismo, hay que entender que estos valores corporativos representan la esencia de la organización. Estos lineamientos nacen de convicciones profundas de los líderes y fundadores que intentan estatuirlos en sus organizaciones.

Figura 1: Branding Corporativo Paul Capriotti (2009, p. 23).



El primero engloba su carácter, sus creencias y sus valores que definirán la identidad corporativa y; el segundo, los éxitos y fracasos de la institución.

Componentes estratégicos de la identidad corporativa

Costa (2004, p.57), subraya que la identidad corporativa está compuesta por cinco sistemas de signos, los cuales, además de encontrarse interconectados entre sí y entretejidos formando atributos únicos y dinámicos, son primordiales a la hora de generar personalidad en las organizaciones. Pero, así las clasifica en: identidad lingüística, identidad visual, identidad de objeto, identidad ambiental e identidad cultural. Estas marcas que componen nuestra identidad corporativa crean la personalidad única de una organización y son esenciales para diferenciarla de otras organizaciones.

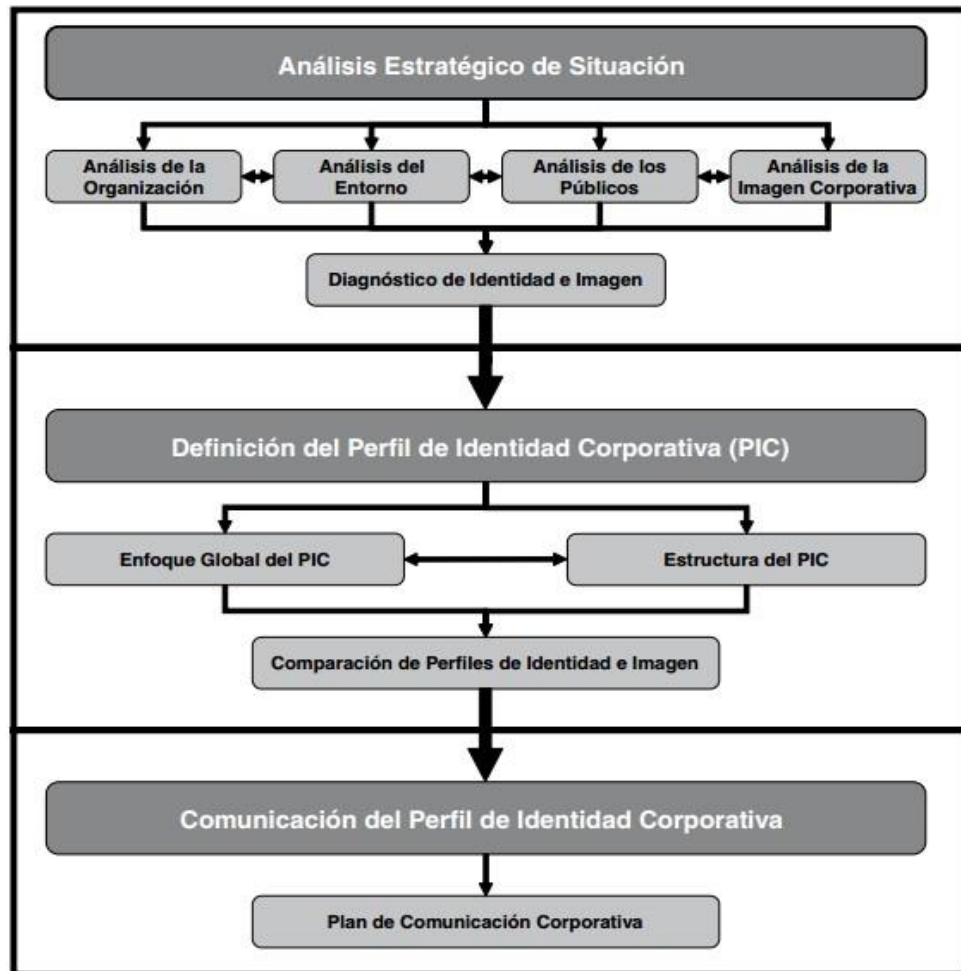
Por otra parte, Costa (2004), define la singularidad y la ‘presencia’ de la misma organización, creando así, su propia imagen corporativa: la identidad es la génesis de la imagen, por lo tanto, no hay imagen sin identidad ni identidad sin unos elementos sensibles que la concreten en la percepción del público, por ello, conformar, comunicar y expresar la identidad por todos los recursos posibles, es construir imagen. En este punto, el concepto de identidad corporativa se ha afianzado como esencia y personalidad de una organización, entendida plenamente desde una perspectiva dinámica con atributos, diferenciadores e identificadores perdurables, versátiles e influyentes. Resaltar que es importante reconocer que las funciones estratégicas relevantes permanecen en la identidad.

Gestión estratégica de la identidad corporativa

Para lograr que el público conozca la identidad corporativa de la organización y tenga una imagen corporativa acorde con los intereses de la empresa, debido a la creciente importancia estratégica de la gestión de activos intangibles para el éxito de la organización, se deben tomar acciones planificadas y coordinadas. empresa, es lo que ha facilitado y hecho posible la consecución de sus objetivos, por lo que cuando hablamos de gestión, planificación o estrategia de identidad corporativa, nos referimos a la gestión de los activos disponibles dentro de la organización (identidad corporativa y comunicación). y trata de influir en la relevancia mental (imagen corporativa) que tiene tu audiencia. Para poder actuar sobre la imagen que tienen los públicos se hace necesario desarrollar una adecuada estrategia de identidad

corporativa de la organización, que es un proceso metódico y constante de planificación de dicha identidad y de la comunicación de la misma, que permita establecer los parámetros básicos de actuación de la organización. (Capriotti, 2009, pp. 131-132).

Figura 2: Branding Corporativo. Fundamentos para la Gestión estratégica de la Identidad.



Fuente: Capriotti, 2009, p. 132)

Factores que influyen en la identidad corporativa

Resumiendo la importancia de la identidad corporativa de una organización, podría decirse que está críticamente influenciada por muchos aspectos que están interrelacionados y forman una multitud de contribuciones que conducen a la identidad corporativa de la organización.

Personalidad y normas del fundador

Los rasgos de carácter de los fundadores de una organización, y las normas establecidas inicialmente para el desarrollo de las actividades de la entidad, configuran en gran medida la identidad corporativa de la organización. Los comportamientos y procedimientos de los fundadores establecen las pautas generales que debe seguir una empresa. Esto se refleja en los valores, creencias y patrones de comportamiento de las personas que integran la organización. Esto quiere decir que el fundador, con su personalidad y normas tempranas, forma los lineamientos de la identidad corporativa que guía a la organización.

Personalidad y normas de personas claves

Entendemos a los directores generales que han ido sucediendo al fundador, o las personas que han sido designadas por el fundador para establecer políticas globales dentro de la organización. Puede suceder que un sucesor del fundador ante una situación crítica de la organización, haya tomado el liderazgo de la misma y asumido la responsabilidad de llevar adelante la entidad bajo una serie de postulados que

podrían ser similares a los del fundador, con lo cual se reforzaría las creencias y valores existentes, o bien podría adoptar unos planteamientos diferentes a los del fundador.

También, es importante no solo reunir normas antiguas, sino también nuevas propuestas que se consideren válidas en el momento. Por ejemplo, Jack Welch, aunque no fue el fundador, moldeó en gran medida la identidad corporativa de General Electric. Sin embargo, en realidad fue el CEO quien estableció un estilo de gestión y liderazgo que convirtió a la empresa en un estándar mundial.

La organización y su evolución histórica

Los éxitos y fracasos organizacionales son muy importantes en el desarrollo histórico. El éxito que alcanzan las personas representa valores o comportamientos positivos porque se consideran exitosos; mientras que los éxitos y fracasos más típicos son señales en el desarrollo, consolidación o cambio de la identidad corporativa.

La personalidad de los individuos

Las características personales de los miembros de una organización, su carácter, creencias y valores influyen decisivamente en la formación de la identidad corporativa. En tanto cada individuo trae consigo sus propias vivencias, es decir experiencias personales, como su propia forma de entender las relaciones humanas

e integración en el trabajo, su propia inclinación hacia las cosas y las personas, sus propios deseos, etc.

Entorno social

Las características de la sociedad, es decir, “el entorno donde se desarrolla la organización también condicionarán la forma y las características que adoptará la identidad corporativa de la misma” (Capriotti 1999, pp. 21). Significa que no debemos olvidar que todas las organizaciones están formadas por personas y estas personas viven en una determinada cultura, y esta cultura también se refleja dentro de la organización. En consecuencia, las relaciones interpersonales en su conjunto están enmarcadas por las formas culturales de la sociedad en la que se desarrollan. Por lo tanto, se puede decir que a escala de la organización, las personas repiten en cierta medida las formas culturales adoptadas y aceptadas a nivel de la sociedad.

Dimensiones de la identidad corporativa

Cultura corporativa

La cultura corporativa se desarrolla en el contexto de una organización, interpretando la identidad organizacional como una construcción social.

Según Capriotti (2009), la cultura corporativa es el ‘alma’ (soul) de la identidad corporativa y representa “aquello que la organización realmente es, en este momento”. (p. 23). Es decir es el componente que conecta el presente y el pasado de la organización, su desarrollo histórico hasta la fecha y todo lo relacionado con ella.

La esencia de una organización está regida y expresada por la cultura corporativa, en tanto la cultura corporativa conecta lo que representa una empresa hoy con su historia desde sus inicios.

Sánchez (2012), define a la cultura corporativa como “la suma de los valores, normas y costumbres compartidos por sus miembros que otorgan personalidad e identidad al grupo” (p. 59). Asimismo, Schein (1985), sostiene que la cultura corporativa está conformada por las creencias, los valores y la conducta de los miembros de la organización. Por lo tanto esta personalidad se fundamenta en un principio rector determinado por los valores, principios y comportamientos comunes que anclan a las personas de la empresa.

Para Capriotti (2009), la cultura corporativa se puede definir como “conjunto de creencias, valores y pautas de conducta compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización y que se reflejan en sus comportamientos” (p. 24). En otras palabras, una cultura organizacional es un conjunto de códigos compartidos por la mayoría de los miembros de una entidad; y parte de la interpretación de que los miembros de una organización crean normas y valores formales de filosofía corporativa, que resultan de una simbiosis entre las políticas establecidas por la organización, sus propias creencias y los valores del grupo. Por tanto, las personas que integran la organización comparten las ideas, motivaciones y comportamientos definidos por la misión corporativa.

Creencias

Acerca de las creencias Capriotti (2009), sostiene que “son el conjunto de presunciones básicas compartidas por los miembros de la organización sobre los diferentes aspectos y cuestiones de la organización. Son estructuras invisibles, inconscientes y asumidas como preestablecidas”. (p. 24). De manera muy similar, las ideas y percepciones compartidas por la audiencia interna de una organización pueden afectar el desempeño de manera positiva o negativa, así como cambiar la productividad y mejorar el rendimiento del grupo de trabajo para alcanzar las metas de la organización.

Valores

Con respecto a los valores, Capriotti (2009), sostiene que “son el conjunto de principios compartidos por los miembros de la organización en su relación cotidiana dentro de la entidad. Tienen un mayor grado de visibilidad que las creencias, pero no tienen una observación claramente manifiesta” (p. 24). De manera similar, la ética de los empleados se manifiesta tanto dentro como fuera de la organización y es visible en las interacciones grupales que impiden o mejoran el desempeño laboral.

Conducta

En cuanto a las pautas de conducta, Capriotti (2009), menciona que son “modelos de comportamientos observables en un grupo amplio de miembros de la organización. Son aspectos visibles y manifiestos de la cultura corporativa, que expresan las creencias y los valores de la organización”. (p. 25). De esta forma, el comportamiento

de los miembros de la organización se puede ver en su comportamiento fuera de horario. Por lo tanto, los empleados, como representantes de la empresa, deben seguir patrones de comportamiento basados en normas de conductas y hábitos establecidos por la cultura corporativa.

Filosofía corporativa

Una filosofía empresarial es muy importante para una organización ya que es una guía de las políticas, valores y principios que representan a la organización. Esta filosofía corporativa, según Capriotti (2009), “es la ‘mente’ (mind) de la Identidad Corporativa, y representa ‘lo que la organización quiere ser. Es el componente que vincula el presente de la organización con el futuro, con su capacidad distintiva y de permanencia en el tiempo” (p. 23), y está constituida por la: visión, la misión y los valores corporativos.

Misión corporativa

Es una declaración del propósito y alcance de la empresa en relación con sus productos y mercados. “La misión define el papel de la organización dentro de la sociedad en la que se encuentra y significa su razón de ser” (Chavenato, 2004. p.17).

Valores centrales corporativos

Representan el “cómo hace” la organización. “Son los valores y principios profesionales (los existentes en la entidad a la hora de diseñar, fabricar y distribuir sus productos y/o servicios) y los valores y principios de relación (aquellos que

gobiernan las interacciones entre las personas” (Chavenato, 2004. p.18). Por eso, la relación se da ya sea entre los miembros de la entidad o con personas externas a la misma organización.

Visión corporativa

Considerada como “la perspectiva de futuro de la organización, el objetivo final de la entidad. Con ella, se señala ‘a dónde quiere llegar’. Es la ‘ambición de la organización, su reto particular” (Chavenato, 2004. p.18).

2.3. Definición de Términos

2.3.1. Clima organizacional

Rodríguez (2016), define el clima organizacional como un “elemento esencial en toda organización, que interviene directamente en el comportamiento del trabajador, así manifiesta que, el clima comprende el conjunto de apreciaciones y percepciones que posee cada colaborador de forma individual respecto a los procesos y tareas” (p.76). Es decir que ocurren dentro de las organizaciones, y el clima influye en el comportamiento de los individuos dentro de las organizaciones.

2.3.2. Identidad corporativa

Costa (2004), determina que “la identidad corporativa se asienta como la esencia vital y personalidad de las organizaciones, además de entenderse cabalmente

desde una perspectiva dinámica que posee atributos permanentes, versátiles e influyentes diferenciadores e identificadores” (p. 128). Por ello, es importante reconocer que dentro del vector identitario siguen siendo relevantes los rasgos estratégicos que definen la singularidad y 'presencia' de la propia organización, creando así una imagen corporativa única. La identidad es el origen de la imagen. No hay imagen sin identidad, no hay identidad sin los elementos sensibles que la encarnan en la percepción pública. Así, una imagen se construye adaptando, comunicando y expresando la identidad a través de todos los recursos posibles. A sí mismo, Bravo et al. (2016 p. 27), señalan que “son el conjunto comportamientos, la comunicación y símbolos en una organización, alineados a los objetivos de una misma”.

2.3.3. Desempeño laboral

A su vez, Loreto (2006), señala que el nivel de rendimiento laboral, aportación personal al trabajo asignado, productividad individual, observancia precisa de las normas laborales vigentes, así como dedicación, empeño, laboriosidad y demás atributos de un trabajo individual dedicado y escrupuloso de conformidad con los estándares y cometidos definidos para la persona o su puesto. (p. 37).

2.3.4. Estructura organizacional

Jones (2008), da a conocer que una vez que un grupo de personas ha establecido una organización para lograr metas colectivas, la estructura organizacional

evoluciona para aumentar la efectividad del control de la organización sobre las actividades necesarias para lograr dichas metas. La estructura organizacional es el sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla cómo las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización. El principal propósito de la estructura organizacional es de control: controlar la manera en que las personas coordinan sus acciones para lograr los objetivos organizacionales y controlar los medios que se utilizan para motivar a las personas para que logren esos objetivos.

2.3.5. Cultura corporativa

La cultura corporativa es un proceso que, para Chiavenato y González (2017), está conformado por valores y comportamientos que son desarrolladas por los colaboradores, para poder de esta forma acoplarse a las alteraciones constantes de la sociedad, como las nuevas tecnologías y la adaptación de nuevos mercados. Entre tanto para Capriotti (2009), la cultura corporativa se puede definir como un conjunto de creencias, valores y patrones de comportamiento compartidos y no escritos que guían a los miembros de una organización y se reflejan en su comportamiento. Es decir, “la cultura de una organización es el conjunto de códigos compartidos por todos en su gran mayoría de los miembros de una entidad (p. 24). Donde parte de la interpretación de que los miembros de una organización crean normas y valores formales de filosofía corporativa, resultan

de una simbiosis entre las políticas establecidas por la organización, sus propias creencias y los valores del grupo.

Filosofía corporativa

La filosofía corporativa es muy importante para la organización porque es una guía de la política, los valores y principios que representan a una organización. Esta filosofía corporativa según Capriotti (2009), “es la ‘mente’ (mind) de la Identidad Corporativa, y representa ‘lo que la organización quiere ser. Es el componente que vincula el presente de la organización con el futuro, con su capacidad distintiva y de permanencia en el tiempo” y está conformada por: visión, misión y valores corporativos. (p. 23).

CAPÍTULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Descripción del trabajo de campo

3.2. Presentación de resultados y prueba de hipótesis

En este estudio se utilizaron encuestas y entrevistas como medios de recolección de información. Las tendencias de respuesta para los ítems que miden las percepciones de los empleados sobre la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019. De esto podemos ver que las respuestas tienden a ser las mismas, es decir son respuestas muy similares a categorías que miden el rango de la variable entre "casi siempre" y "siempre".

Tabla 2: Relación entre clima organizacional y la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac – 2019.

Clima organizacional	Identidad corporativa											
	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno		Total	
	n	%	n	%	N	%	N	%	N	%	n	%
Nada saludable	5	22,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	22,7
Poco saludable	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Indiferente	0	0,0	1	4,5	3	13,6	0	0,0	0	0,0	4	18,2
Saludable	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	9,1	3	13,6	5	22,7
Muy saludable	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	13,6	5	22,7	8	36,4
Total	5	22,7	1	4,5	3	13,6	5	22,7	8	36,4	22	100,0

Interpretación de datos: Podemos ver que el 36,4% de los encuestados cree que existe una relación saludable entre la cultura organizacional y la identidad corporativa. De igual forma, un total de 22.7 colaboradores perciben la cultura organizacional como saludable, por lo que la identidad corporativa de los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Cátac es muy buena. Además, el mismo porcentaje del total de empleados percibe la cultura organizacional, y como resultado, en 2019, la Municipalidad Distrital de Cátac tiene una identidad corporativa muy mala.

Tabla 3: Relación entre desempeño laboral y la cultura corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

Desempeño laboral	Cultura corporativa											
	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno		Total	
	n	%	n	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nada saludable	5	22,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	22,7
Poco saludable	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Indiferente	0	0,0	0	0,0	3	13,6	1	4,5	0	0,0	4	18,2
Saludable	0	0,0	0	0,0	1	4,5	1	4,5	3	13,6	5	22,7
Muy saludable	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	22,7	3	13,6	8	36,4
Total	5	22,7	0	0,0	4	18,2	7	31,8	6	27,3	22	100,0

Interpretación de datos: Se muestra que el 36.4% de los colaboradores consideran que existe una relación muy saludable entre el desempeño laboral y la cultura corporativa. Por otra parte, 22.7% del total de trabajadores perciben que es saludable el desempeño laboral en

el clima organizacional y, por ende, la cultura corporativa en la identidad corporativa es muy buena en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac; además, un 22.7% del total de trabajadores perciben que no es nada saludable el desempeño laboral en el clima organizacional y en consecuencia la cultura corporativa en la identidad corporativa es muy mala en la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019.

Tabla 4: Relación entre la estructura organizacional relacionada con la filosofía corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

Estructura organizacional	Filosofía corporativa											
	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno		Total	
	n	%	N	%	N	%	N	%	n	%	n	%
Nada saludable	5	22,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	22,7
Poco saludable	0	0,0	0	0,0	1	4,5	0	0,0	0	0,0	1	4,5
Indiferente	0	0,0	1	4,5	1	4,5	1	4,5	0	0,0	3	13,6
Saludable	0	0,0	0	0,0	1	4,5	4	18,2	1	4,5	6	27,3
Muy saludable	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	13,6	4	18,2	7	31,8
Total	5	22,7	1	4,5	3	13,6	8	36,4	5	22,7	22	100,0

Interpretación de datos: Se evidencia que el 31,8% de los encuestados observaron que la estructura organizacional en el clima organizacional es muy saludable, de ahí la buena

identidad corporativa y filosofía corporativa entre los trabajadores del Municipio de Cátac, el 27,3% son saludables entiendo. Además, en 2019, un total de 22,71 empleados en el distrito de Cátac sintieron que la estructura organizacional en la cultura organizacional no era saludable o adecuada y, como resultado, la filosofía corporativa en la identidad corporativa era muy mala.

Tabla 5: Prueba de normalidad de los datos.

Variable / Dimensión	Pruebas de normalidad						Resultado
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.	
Clima organizacional	0,248	22	0,001	0,822	22	0,001	No Normal
Desempeño laboral	0,243	22	0,002	0,856	22	0,004	No Normal
Estructura organizacional	0,240	22	0,002	0,854	22	0,004	No Normal
Identidad corporativa	0,192	22	0,034	0,839	22	0,002	No Normal
Cultura corporativa	0,194	22	0,031	0,866	22	0,007	No Normal
Filosofía corporativa	0,199	22	0,024	0,880	22	0,012	No Normal

Fuente: Cuestionarios aplicados a los encuestados.

Tabla 6: Percepción de la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

Identidad corporativa	N	%
Muy malo	5	22,7
Malo	1	4,5
Regular	3	13,6
Bueno	5	22,7
Muy bueno	8	36,4
Total	22	100,0

Interpretación de datos: La tabla muestra que el 36.4% del total de trabajadores consideran que es muy bueno la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de Cátac, mientras que un 22.7% del total de trabajadores perciben que es bueno la identidad corporativa en la municipalidad; asimismo, el 22.7% manifiesta que es muy malo la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019. Por lo tanto, se deduce que la mayoría de los trabajos perciben que es bueno muy buena la identidad corporativa en la Municipalidad distrital de Cátac en el año 2019.

Tabla 7: Percepción de la cultura corporativa en la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

Cultura corporativa	n	%
Muy malo	5	22,7
Malo	0	0,0
Regular	4	18,2
Bueno	7	31,8
Muy bueno	6	27,3
Total	22	100,0

Interpretación de datos: De la tabla se advierte que el 27.3% del total de trabajadores perciben que es muy bueno la cultura corporativa en la identidad corporativa en la Municipalidad distrital de Cátac, mientras que el 31.8% del total de los trabajadores perciben como buena la cultura corporativa de las identidades corporativas en su Municipalidad. Del mismo modo se puede rescatar que, un total de 22,7 % del total de trabajadores sintieron que la cultura corporativa de la identidad corporativa de Municipalidad Distrital de Cátac en el 2019 fue muy mala, lo puede significa que la mayoría de los trabajadores perciben la cultura corporativa de la identidad corporativa del Municipio Distrital de Cátac como buena y muy buena.

Tabla 8: Percepción de la filosofía corporativa en la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

Filosofía corporativa	N	%
Muy malo	5	22,7
Malo	1	4,5
Regular	3	13,6
Bueno	8	36,4
Muy bueno	5	22,7
Total	22	100,0

Interpretación de datos: Se advierte que la tabla muestra que el 22.7% del total de trabajadores perciben que es muy bueno la filosofía corporativa en la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de Cátac, mientras que la mayoría, el 36.4% del total de trabajadores perciben que es buena la filosofía corporativa en la identidad corporativa en la municipalidad; asimismo, un 22.7% percibe que es muy malo la filosofía corporativa en la identidad corporativa en la institución.

De la tabla propuesta se puede concluir que los trabajadores en su gran mayoría perciben que es bueno y muy bueno la filosofía corporativa en la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019.

Tabla 9: Ítems para medir la variable identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%
¿Consideras que las ideas y percepciones acerca de la organización influyen en tu identidad corporativa?	5	22,7	1	4,5	6	27,3	5	22,7	5	22,7	22	100,0
¿Comparten principios, valores y normas con sus compañeros de trabajo de su Municipalidad?	3	13,6	3	13,6	4	18,2	10	45,5	2	9,1	22	100,0
¿El comportamiento que asumen está de acuerdo a las conductas establecidas por la municipalidad?	4	18,2	1	4,5	7	31,8	7	31,8	3	13,6	22	100,0
¿Les brindan información sobre la misión de la municipalidad para que cumplan con sus actividades programadas?	5	22,7	1	4,5	6	27,3	7	31,8	3	13,6	22	100,0
¿Les proporcionan información para alcanzar los objetivos trazados de la visión?	3	13,6	2	9,1	6	27,3	9	40,9	2	9,1	22	100,0
¿Están comprometidos con los valores corporativos, como, por ejemplo: responsabilidad, respeto y compromiso?	4	18,2	4	18,2	2	9,1	8	36,4	4	18,2	22	100,0

Interpretación de datos: Esta tabla muestra las tendencias en las respuestas a los ítems que miden las percepciones de los empleados sobre la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de Cátac. Estos datos muestran la misma tendencia en las respuestas de los ítems entre casi siempre y siempre respondiendo de manera similar a la categoría que mide la variable.

Prueba de hipótesis

La contrastación o las comparaciones hipotéticas se probaron con los coeficientes de correlación de Spearman, ya que ni las variables ni las dimensiones se correspondían con el supuesto de normalidad de los puntajes obtenidos.

Hipótesis general

1. Hipótesis de investigación

El clima organizacional se relaciona significativamente con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac, 2019.

2. Hipótesis estadística

H₀: El clima organizacional no se relaciona significativamente con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac, 2019.

H₁: El clima organizacional se relaciona significativamente con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac, 2019.

3. Nivel de significación

El nivel de significación teórico es $\alpha = 0,05$, que corresponde a un nivel de confianza del 95%.

4. Función de prueba

Se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman ya que las variables no representan la normalidad de los datos.

5. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando la significación observada “p” es menor que α .

No rechazar H_0 cuando la significación observada “p” es mayor que α .

6. Cálculos

Tabla 10: Correlación de la variable independiente y variable dependiente

			Clima organizacional	Identidad corporativa
Rho de Spearman	Clima organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,809**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	22	22
	Identidad corporativa	Coefficiente de correlación	,809**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	22	22

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

Fuente: Propia base de datos.

Como puede verse en la Tabla 9, existe una relación directa y significativa entre las dos variables, lo que muestra la corrección significativa.

7. Conclusión

La significancia observada del coeficiente de correlación de Spearman Sig.(bilateral) = 0,000 es menor que la significancia teórica de $\alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula. Lo que en términos generales significa que el clima organizacional se relaciona significativamente con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019. De esta manera, se cumple la hipótesis general de investigación a una confianza de 95%.

3.3 Discusión de resultados

Como un preámbulo y antes de generar la discusión de los resultados del presente trabajo, parece importante hacer algunas consideraciones para reflejar con más detalle los datos obtenidos a modo de prólogo.

Primero, es pertinente mencionar acerca de las respuestas encontradas en la entrevista realizada a la alcaldesa y al jefe de recursos humanos, quienes nos hicieron mención acerca del clima organizacional, teniendo ellos en cuenta información distorsionada acerca de dicho tema y al mismo tiempo la desinformación acerca de la identidad corporativa, puesto que la información que ellos nos brindan no es tan acorde a lo que proponen los distintos autores.

Con ello solo se pidió que se pueda reforzar más a profundidad la información de ambas variables, para obtener mejores resultados en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac.

El objetivo principal del trabajo realizado en este estudio fue mostrar la relación entre las variables de clima organizacional e identidad corporativa y evaluar la percepción de los trabajadores con diferentes regímenes laborales en la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019. Por lo tanto cabe destacar que los trabajadores fueron amables y accedieron a responder cualquier duda necesaria para obtener estos resultados. Para ello, se aplicó a toda la población, es decir a 23 trabajadores de la Municipalidad de varias dependencias u oficinas; pero un empleado no acudió ese día por motivos de salud, por lo que se redujo la encuesta a 22 de los trabajadores. Los resultados se obtuvieron de una encuesta en la que se analizaron las respuestas a los ítems utilizando la prueba de chi-cuadrado y el coeficiente de correlación de Spearman para la prueba de hipótesis. Los resultados encontrados en el estudio demuestran que existe una relación significativa y directa entre la cultura organizacional y la identidad corporativa al 95% de nivel de confianza, indicando que un ambiente cómodo y acogedor está asociado a un mayor compromiso de los trabajadores de la Municipalidad y que además asumen que es un sentido más fuerte de unión e identidad.

Para el primer objetivo específico, los resultados de la encuesta muestran que un total de 22.7 % trabajadores perciben su desempeño laboral en el clima organizacional como muy saludable, por lo que entre los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac, se ha observado que perciben la cultura empresarial como muy saludable y útil para el cumplimiento de sus funciones. Además, de que un 22.7% del total de trabajadores perciben que es nada saludable

el desempeño laboral en el clima organizacional y en consecuencia la cultura corporativa en la identidad corporativa es muy malo en la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019.

Los resultados de la investigación son relativamente iguales a lo encontrado por Pucuhuaranga y Ricse (2017), en su tesis denominada “Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital Santiago León de Chongos”, en donde estos concluyen que existe correlación entre ambas variables de tal manera que el clima organizacional tiene una relación directa con el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital Santiago León de Chongos Bajo, lo cual nos da a entender que si se relaciona directamente ambas variables mencionadas también se relaciona la cultura corporativa con la identidad corporativa.

Por otro lado, Castaño y Burchardt (2012), realizaron una investigación sobre el “Análisis de la Identidad Corporativa de la Universidad Tecnológica de Pereira y su repercusión en sus públicos internos”, en donde concluyen que la gestión de la identidad corporativa es imprescindible por las exigencias que el siglo XXI ha impuesto debido a que contribuye a seguir perfeccionando las diferentes actividades para asegurar una mayor competitividad, pues el recurso humano es el motor para el buen funcionamiento organizacional. Es entonces cuando las sugerencias, planes o acciones encaminadas a lograr una meta deben ser consideradas y evaluadas para la acción, ya que cada aporte contribuye al desarrollo del sentido de pertenencia e

identidad. Y si bien la Universidad Tecnológica de Pereira tiene un identificaciones manifiestas, no es suficiente lograr una fuerte identidad corporativa en la Universidad Tecnológica, po lo que se debe formular una estrategia.

Para reforzar un poco más esta idea podemos advertir que Bendezú (2016), se precisa que su impacto en la comunicación interna y el fortalecimiento de la identidad corporativa en el Municipio Distrital de La Perla, Callao, y muestra que se ha convertido en un factor clave en la gestión de la organización y su valor se ha señalado en su aporte a la construcción, potenciación y modelación de la cultura corporativa. Un pilar fundamental de la identidad.

En cuanto al segundo objetivo específico, en base a los resultados obtenidos en la encuesta se establece que la totalidad de los empleados de 18.2 % del total de los trabajadores consideran de muy sólida la estructura organizacional en la cultura organizacional y por ende la filosofía corporativa en la identidad corporativa es muy buena en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac; además, un 22.7% de los trabajadores perciben como nada saludable la estructura organizacional en el clima organizacional y en consecuencia la filosofía corporativa en la identidad corporativa es muy mala en la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019.

Al igual que Villatoro (2015), en su tesis denominada: “Evaluación del clima organizacional en la municipalidad de Malacatancito Huehuetenango”, de donde la capacidad de los recursos a disposición de los trabajadores comunitarios tiene

margen de mejora, ya que el acceso a la información no ha mejorado y el entorno físico no es propicio para llevar a cabo sus tareas diarias.

De otro lado, Chulluncuy (2015), en su tesis denominada “Clima organizacional y satisfacción laboral de los servidores públicos de la Municipalidad del Distrito de Río Negro, provincia de Satipo 2015”, concluye que el clima organizacional en los servidores públicos de la Municipalidad de Río Negro no es el adecuado. Asimismo, Morales (2016), en su tesis denominada “Relación entre clima organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Trujillo, año 2016”, concluye que existe relación altamente significativa entre el clima organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Trujillo con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.201 y con un nivel de significancia de 0.003. Por lo que los directivos y funcionarios se enfocan principalmente en mejorar varios factores relacionados con las variables climáticas en su organización, esto tiene un impacto positivo en el bienestar de los colaboradores en el trabajo.

Para efectos generales, se trató de averiguar el tipo de relación que tenían las dos variables de estudio, pero el coeficiente de correlación de Spearman Sig (bilateral) = 0.000, observado es pequeño, por lo que se descarta la hipótesis nula. Ello significa que el clima organizacional se relaciona significativamente con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac, 2019. Por lo tanto, se cumple la hipótesis general de investigación a una confianza de 95%.

Lo anterior también se corrobora con lo planteado por Chiang (2010), quien refiere que uno de los conceptos más relevantes para las organizaciones es el clima organizacional que refiere a las características del medio ambiente laboral, ya que estas son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en este medio, teniendo repercusiones sobre su comportamiento. Entonces, el clima organizacional como un fenómeno interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y las tendencias motivacionales, se traduce en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización.

Por otro lado, Chávez (2005), señala que la identidad corporativa es la suma de características que una organización se adjudica como propios y que la distinguen de otras organizaciones. Estas características brindarían a la organización su especificidad, estabilidad y coherencia, con la salvedad que la identidad corporativa no es inmutable, se renueva y se adapta según los sucesos del entorno, y puede ser influenciada por otras variables cómo las normas que se establezcan y las características personales de los miembros fundadores, así como también del ambiente social que los rodea.

Esto también se refleja en las diferentes partes del estudio y los datos obtenidos en la encuesta o estudio, también aplicamos la entrevista a dos altos funcionarios de la Municipalidad Distrital de Cáctac en el año 2019, con el propósito de que los resultados sean confiables, relevantes y veraces de cada una de las variables y cabe resaltar en conclusión que las respuestas indican que el clima organizacional es necesario pero no

importante en su entorno institucional, a la vez sacando nuestro análisis de investigación ambos funcionarios tenían desconocimiento del clima organizacional y de la identidad corporativa.

Queda evidenciada la entrevista de cada funcionario de la presente investigación, con la cual demostramos la hipótesis general: Si el clima organizacional se relaciona significativamente con la identidad corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital Cátac - 2019.

CONCLUSIONES

Después de analizar y contrastar las dos variables en este trabajo de investigación, se lograron las siguientes conclusiones.:

1. La investigación demostró que se evidencia una relación significativa entre el clima organizacional y la identidad corporativa durante las labores cotidianas que realizan los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019. Por tanto, se cumple la hipótesis general planteada en el estudio. Importancia observada del coeficiente de correlación de Spearman Sig.(bilateral) = 0.000, es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$. De la misma manera se cumple la hipótesis general de investigación a una confianza de 95%.
2. Se manifiesta una relación significativa entre el desempeño laboral con la cultura corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac. Se obtuvo que un alto porcentaje de los encuestados consideran que es muy saludable el desempeño laboral en el clima organizacional y por ende la cultura corporativa en la identidad corporativa es muy buena entre los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019.
3. Se identificó un nivel regular en cuanto al grado de incidencia de la estructura organizacional en la filosofía corporativa de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac en el año 2019. Se tuvo un porcentaje elevado del total de los encuestados, pues los trabajadores perciben que es muy saludable la estructura organizacional en el clima organizacional y, por lo tanto, la filosofía corporativa

en la identidad corporativa es muy buena en los trabajadores de esta municipalidad.

4. Tanto el clima organizacional y la identidad corporativa son elementos claves para un mejor entendimiento organizacional al analizar el comportamiento, la opinión, la percepción y reflexión de los trabajadores y a sus dos altos funcionarios; así también el manejo de los elementos formales e informales, externos e internos de la organización. En suma, aquello permite reforzar o realizar cambios estratégicos para el cumplimiento de las metas trazadas a largo plazo.

5. Respecto a la entrevista que realizamos tanto a la alcaldesa y al jefe de recursos humanos, pues llegamos a la conclusión de que se requiere mayor capacitación, información respecto al desconocimiento que ellos muestran acerca de las variables en mención, para poder consolidar un mejor ambiente de trabajo y reforzar así la identidad de los trabajadores.

RECOMENDACIONES

En concordancia con las conclusiones, se hacen las siguientes recomendaciones para mejorar los resultados formulados.

1. Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Cátac implementar una oficina de imagen institucional para tener mayor énfasis en la identidad corporativa. Para ello, necesitamos contratar profesionales de la comunicación que no solo se encarguen de la comunicación externa y la imagen de las autoridades, sino que también mejoren los espacios tradicionales existentes. Trabajar sin considerar la identidad corporativa que repercute en el clima organizacional y en otros elementos, desde la mirada profesional no es lo correcto en pleno siglo XXI. Por lo tanto, se requiere implementar un nuevo mecanismo de comunicación a través de la plataforma virtual, como alternativa.
2. La administración debería poner más énfasis en la mejora del desempeño laboral para favorecer en la creación de un ambiente adecuado entre los colaboradores, puesto que fue la dimensión con mayor grado de relación con la identidad corporativa. Asimismo, no se debe dejar de lado a los tres indicadores (habilidad, actitud, capacitación), del mismo modo contribuye a una cultura organizacional óptima, por lo que te animamos a analizar tus debilidades y desarrollar nuevos planes de acción.
3. La dirección del sector administrativo de la Municipalidad Distrital de Cátac debe fomentar espacios de confianza y participación de todos los trabajadores para el fortalecimiento de capacidades en cuanto a las relaciones interpersonales entre ellos,

mediante talleres vivenciales, pues sería de mucha ayuda para que exista una relación cordial basada en valores entre los colaboradores.

4. Elaborar una estrategia de actividades para la dimensión (estructura organizacional) para los colaboradores, como programas motivacionales y actividades integradoras para los trabajadores, lo que ayudará a que se sientan satisfechos con la institución e identificados con sus objetivos y metas. Esta se haría a través de una investigación descriptiva utilizando una ficha de observación y lograr la mejora del clima organizacional de los trabajadores.
5. Se recomienda a otros que requieran hacer un estudio de investigación a profundidad de estas dos variables observadas, realizar un análisis cualitativo y /o experimental de los elementos externos e internos de una institución. Además para finalizar se recomienda que las municipalidades en general se enfoquen en estas variables y cada funcionario conozca y tenga información, ya que ayudará a mejorar el trabajo y fortalecer la gestión, dando así prioridad e importancia a los trabajadores, para un mejor desempeño y desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abratt, R. (1989). A New Approach to the Corporate Image Management Process. *Journal of Marketing Management*, 5 (1), 63-76.
- Alvarado, C. (2014). *Relación entre clima organizacional y cultura de seguridad del paciente en el personal de salud del centro médico naval* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
<https://hdl.handle.net/20.500.12672/3678>
- Álvarez, S. (2001). *La cultura y el clima organizacional como factores relevantes en la eficacia del instituto de oftalmología* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/3149>
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE* [Tesis para optar el grado de Ingeniero de Empresas, Universidad Técnica de Ambato].
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/6696>
- Bernstein, D. (1986). *La imagen de la empresa y la realidad*. Plaza y Janés.
- Calhua, G. & Rosales, M. (2018). *La comunicación interna y su relación con el clima organizacionales de los trabajadores de la Municipalidad Distrital Chavín de Huántar, Huari* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo].
http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/4269/T033_43713678_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo*. Colección de Libros de la Empresa.
- Chompoy, Y. & Sánchez, A. (2011). *Comunicación organizacional interna para fortalecer el funcionamiento de la comisión de control cívico de la corrupción en*

- beneficio del desarrollo nacional* [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana Quito]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2484>
- Cortez, N. (2009). *Diagnóstico del clima organizacional. Hospital “Dr. Luis F. Nachón”, Xalapa* [Tesis de maestría, Universidad Veracruzana]. <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/30006>
- Costa, J. (1993). *La identidad corporativa*. Editorial Trillas.
- Edel, R.; García, A. & Guzmán, F. (2007). *Clima y compromiso organizacional*. Finanzas, Contaduría y Administración Unidad Multidisciplinaria: CIEA
- Ortiz, J. (2008). *Construyendo identidad corporativa desde la cultura organizacional en eléctricos y ferretería delta Ltda: una oportunidad de comunicación a partir de un diagnóstico organizacional* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Javeriana]. <http://hdl.handle.net/10554/5269>
- Paramo, P. (2004). *Tres enfoques teóricos relacionados con el clima organizacional*. Universidad de la Sabana.
- Rodríguez, D. (2001). *Diagnóstico organizacional*. Universidad Católica de Chile.
- Tarazona, S. (2017). *La identidad corporativa y la cultura organizacional* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo]. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2921>
- Toro, F. (2010). *Clima organizacional: una aproximación en su dinámica en la empresa latinoamericana*. Fernando Toro Álvarez, edito

ANEXO





UNIVERSIDAD NACIONAL
 “SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO”
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Año de la Lucha Contra la Corrupción e Impunidad”

Huaraz, “Capital de la Amistad Internacional”, noviembre 13 del 2019.

SRA.
 OLGA RAMIREZ MALLQUI.
 ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATAAC.ANCASH.

PRESENTE

Es grato dirigirme a Usted, para saludarle muy cordialmente a nombre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo”, y presentarle a las bachilleres: VALENTIN SOLIS KARINA, y EUSTAQUIO LOPEZ BETTSY, de la Escuela Académica Profesional de Ciencias de la Comunicación, a fin de que se les permita recoger información para su tesis Titulada “Relación entre el clima organizacional y la identidad corporativa en la Municipalidad de Catac”, en la Institución que dirige.

Sin otro particular y agradeciendo por su atención, reitero a Ud. las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



UNIVERSIDAD NACIONAL
 “SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO”
 CATAAC



**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento será utilizado por el investigador y tiene como finalidad valorar el **CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA** y se aplicará a censo a los trabajadores de la **Municipalidad Distrital de Cátac**, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación de la tesis titulada: **RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATÁC – 2019**, el cual será utilizado como instrumento de investigación.

Instrucciones:

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, adecuación contextual y dominio del contenido. Para ello, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuesto y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N° 01 Jaime Teodorico Dextre Rodriguez

Fecha actual: **12 de noviembre de 2019.**

Nombres y Apellidos del Juez: Jaime Teodorico Dextre Rodriguez

Institución donde labora: Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo

Años de experiencia profesional o científica: 10 años más

.....
Firma del Juez

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento será utilizado por el investigador y tiene como finalidad valorar el **CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA** y se aplicará a censo a los trabajadores de la **Municipalidad Distrital de Cátac**, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación de la tesis titulada: **RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATÁC – 2019**, el cual será utilizado como instrumento de investigación.

Instrucciones:

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, adecuación contextual y dominio del contenido. Para ello, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuesto y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N° 01 HUARI PASTRANA JOSMEL RONALDO

Fecha actual: **12 de noviembre de 2019.**

Nombres y Apellidos del Juez: JOSMEL RONALDO HUARI PASTRANA

Institución donde labora: UNASAM

Años de experiencia profesional o científica: 06 años


Firma del Juez

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento será utilizado por el investigador y tiene como finalidad valorar el **CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA** y se aplicará a censo a los trabajadores de la **Municipalidad Distrital de Cátac**, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación de la tesis titulada: **RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATÁC – 2019**, el cual será utilizado como instrumento de investigación.

Instrucciones:

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, adecuación contextual y dominio del contenido. Para ello, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuesto y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N° 03..... HERBERT ALEX CORDERO CUISANO.....

Fecha actual: **12 de noviembre de 2019.**

Nombres y Apellidos del Juez: HERBERT ALEX CORDERO CUISANO

Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE HERRERA

Años de experiencia profesional o científica: 10 años



Firma del Juez



**UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN**

ENCUESTA

Agradecemos desde ya, el aporte con el que contribuirá al llenar esta encuesta que tiene como objetivo conocer la relación del Clima organizacional con la Identidad Corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátaç.

INSTRUCCIONES:

La encuesta es anónima, rellene los espacios en blanco y marque con una "X" la alternativa que considere correcta de acuerdo a la siguiente escala:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
VARIABLE INDEPENDIENTE: CLIMA ORGANIZACIONAL						
1	¿Usted aplica sus conocimientos en la realización de sus labores, a favor de la Municipalidad?					
2	¿Considera que su jefe inmediato o encargado del área toma en cuenta sus opiniones para alcanzar las metas institucionales?					
3	¿Consideras que tienes actitud proactiva para alcanzar los objetivos institucionales?					
4	¿En la municipalidad dónde labora los capacitan para incrementar sus aptitudes y conocimientos de sus labores?					
5	¿Usted observa que sus compañeros de trabajo están comprometidos con sus labores?					
6	¿Considera que los colaboradores cumplen con todas sus funciones y responsabilidades?					
7	¿Conoce las funciones que debe realizar de forma específica dentro de la municipalidad?					
8	¿Con qué frecuencia observa que existe ayuda mutua entre los trabajadores?					
9	¿Ustedes trabajan en equipo con estrategias y procedimientos para lograr objetivos y metas?					
10	¿Usted en su institución ha notado una comunicación efectiva?					



11	¿Ustedes laboran de manera orgánica para lograr los objetivos institucionales?						
VARIABLE DEPENDIENTE: IDENTIDAD CORPORATIVA							
12	¿Consideras que las ideas y percepciones acerca de la organización influyen en tu identidad corporativa?						
13	¿Comparten principios, valores y normas con sus compañeros de trabajo de su Municipalidad?						
14	¿El comportamiento que asumen está de acuerdo a las conductas establecidas por la municipalidad?						
15	¿Les brindan información sobre la misión de la municipalidad para que cumplan con sus actividades programadas?						
16	¿Les proporcionan información para alcanzar los objetivos trazados de la visión?						
17	¿Están comprometidos con los valores corporativos, como, por ejemplo: responsabilidad, respeto y compromiso?						

Muchas gracias

**ENTREVISTA A LA ALCALDESA OLGA ELENA RAMIREZ MALLQUI
DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CÁTAC-RECUAY**

1. ¿Considera que existe identidad corporativa dentro de la municipalidad?

Nos identificamos con nuestra insignia y chaleco, también lo que nos identifica es el lema: “Pueblo pujante y progresista, construyendo con lucha y sacrificio”. Además, cada área de oficina tiene sus nombres y los colaboradores que trabajan tienen sus chalecos con sus propios nombres de oficina.

2. ¿Usted tiene conocimiento acerca de la cultura organizacional?

Desconozco el tema.

3. ¿Aquí en la municipalidad se pone en práctica los valores institucionales?

Si, los valores que se practican son el respeto, la puntualidad, la solidaridad y el compromiso.

4. ¿Existe un buen clima organizacional entre los trabajadores?

Cuando yo estoy presente he visto que mis colaboradores se llevan muy bien entre compañeros de trabajo, pero tal vez cuando no los veo puede haber diferencias entre ellos.

5. ¿Qué valores identifica en los trabajadores de la municipalidad?

El respeto; existe de acuerdo a nivel de jerarquías. La puntualidad; como autoridad máxima yo tengo que llegar puntual para que mis trabajadores lleguen igual que yo.

6. ¿Qué elementos corporativos representan a la municipalidad?

El chaleco, las insignias y los toldos.

7. ¿Consideras que los trabajadores se sienten identificados con la municipalidad?

Sí, porque todas y todos los que trabajan aquí tienen un uniforme distintivo que es de color azul oscuro noche.

8. ¿La municipalidad cuenta con elementos corporativos?

Sí, contamos con los elementos corporativos, los cuales son el chaleco, las insignias, las mascarillas, afiches, trípticos y los toldos.

**ENTREVISTA AL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS,
MÁXIMO GALÁN GUERRERO**

1. ¿Considera que existe identidad corporativa dentro de la municipalidad?

No existe identidad corporativa.

2. ¿Usted tiene conocimiento acerca de la cultura organizacional?

No tengo conocimiento acerca de ese tema.

3. ¿Se pone en práctica los valores institucionales?

Sí, porque somos puntuales y a los que no llegan puntual se les aplica una sanción.

4. ¿Existe un buen clima organizacional entre los trabajadores?

No existe, porque cuando ocurre algún hecho no respetan al jefe inmediato y realizan su queja en la alcaldesa.

5. ¿Qué valores identificas en los trabajadores?

Respeto, puntualidad y solidaridad.

6. ¿Qué elementos corporativos representan a la municipalidad?

No contamos con esos elementos.

7. ¿Consideras que los trabajadores se sienten identificados con la municipalidad?

En algunas actividades importantes participamos de manera conjunta, poniéndonos nuestros chalecos que nos identifican de otras municipalidades.

8. ¿La municipalidad cuenta con elementos corporativos?

Los chalecos y el escudo.

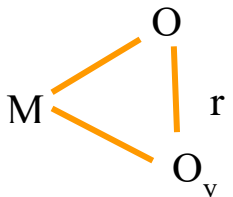
FIG 1. Fotografía de la entrevista a la alcaldesa de la Municipalidad Distrital de Cátac



FIG 2. Fotografía de la entrevista al jefe de recursos humanos de la Municipalidad Distrital de Cátac.



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE PROYECTO				
RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATAC – 2019				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>¿Cuál es la relación entre el clima organizacional y la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019?</p>	<p>Describir cual es la relación existente entre el clima organizacional y la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019</p>	<p>El clima organizacional se relaciona significativamente con la identidad corporativa en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac - 2019.</p>	<p>V-I. CLIMA ORGANIZACIONAL</p>	<div style="text-align: center;">  </div> <p>Donde:</p> <p>Ox: Clima Organizacional en la Municipalidad Distrital de Cátac.</p> <p>Oy: Identidad Corporativa de los Trabajadores de la Municipalidad de Cátac.</p> <p>R : Relación</p> <p>Método: Descriptivo explicativo</p> <p>Diseño: Descriptivo correlacional</p> <p>Población: Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Cátac.</p> <p>Muestra: Conformada por 23 trabajadores nombrados y contratados que laboran en la municipalidad.</p> <p>Instrumentos de recolección de datos</p>



				<p>Encuesta: Para obtener datos cuantitativos Entrevista: Para saber la opinión del trabajadores de la Municipalidad distrital de Recuay, Cátac. Revisión bibliográfica: Para valorar el derecho de autor.</p>
--	--	--	--	---

